

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ  
Г.Р. ДЕРЖАВИНА»

На правах рукописи



Шестерин Никита Олегович

**СОВРЕМЕННЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ КАК МЕДИЙНО-  
КОММУНИКАЦИОННЫЙ РЕСУРС**

5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук

Научный руководитель:  
доктор филологических наук,  
профессор  
Зверева Екатерина Анатольевна

Тамбов – 2025

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	4
ГЛАВА 1 РЕТРОСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ИГРОВЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ПРАКТИК В КОНТЕКСТЕ МЕДИЙНОГО ПРОСТРАНСТВА .....	29
1.1. История развития компьютерных игр в контексте трансформации медийных практик.....	30
1.2. Формирование моделей структурирования коммуникативного пространства в компьютерных играх разного типа .....	40
1.3. Жанровые и сюжетные особенности компьютерных игровых практик как части медиасистемы.....	54
ГЛАВА 2 ВЛИЯНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР НА РАЗВИТИЕ МЕДИАСФЕРЫ.....	63
2.1. Влияние компьютерных игр на процесс содержательной трансформации медиасистемы.....	63
2.1.1. Компьютерные игры в кинематографе .....	64
2.1.2. Компьютерные игры в журнальной периодике.....	80
2.1.3. Телевизионные передачи и документальные фильмы компьютерно-игровой направленности.....	95
2.1.4. Videоблоги о компьютерных играх .....	102
2.2. Влияние компьютерных игр на систему медийных жанров и форматов .....	112
2.2.1. Жанровая система медиаконтента о компьютерных играх .....	112
2.2.2. Компьютерные коммуникативные практики как основа появления новых медийных форматов .....	122
2.3. Влияние компьютерных игр на технологический аспект функционирования медиа.....	124

2.3.1. Интерактивный компонент взаимодействия в компьютерных играх .....	125
2.3.2. Технологии искусственного интеллекта в компьютерных играх и медиа.....	129
2.4. Влияние компьютерных игр на рекламные практики.....	134
2.4.1. Особенности внутриигровой рекламы.....	134
2.4.2. Специфика рекламы компьютерных игр.....	138
ГЛАВА 3 ТЕНДЕНЦИИ ТРАНСФОРМАЦИИ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В АСПЕКТЕ ВЛИЯНИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР .....	144
3.1. Кроссмедиаальный синтез.....	144
3.1.1. Жанровая и формальная имитация .....	146
3.1.2. Стилистическая и механическая имитация .....	154
3.2. Эффекты распространения игровых практик в новых медиа .....	157
3.3. Экспериментальное исследование процесса формирования коммуникативного пространства компьютерной игры на основе технологий искусственного интеллекта.....	175
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	187
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....	192

## ВВЕДЕНИЕ

Развитие современных медиа в направлении конвергенции рассматривается большинством исследователей как возможность различных типов репрезентации контента и форм осуществления медийных коммуникативных практик оказывать влияние друг на друга и на направление трансформации медиасистемы в целом<sup>1</sup>. Сложно не согласиться с С.С. Распоповой, которая отмечает, что «любой текст существует в контексте разных пластов культуры, являясь мостиком между автором и адресатом»<sup>2</sup>. В этом аспекте роль компьютерных игр в формировании моделей функционирования современной медиасистемы, коммуникативных моделей и моделей информационного поведения аудитории едва ли можно переоценить. Исследователь компьютерных игр А. Ветушинский полагает, что видеоигры стали не только эпохальным сдвигом в развитии игр как таковых, но и оказали заметное влияние на различные сферы нашей жизни. Так, они предложили человечеству новую степень абстракции, требующую включения воображения, сочетающего представления о реальном и виртуальном пространстве, и выработали привычку использовать сложные устройства и новые формы коммуникации для реализации игровых задач<sup>3</sup>. Будучи активно включенными в социокультурное пространство, компьютерные игры не

---

<sup>1</sup> Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика. М. : Юрайт, 2014. 269 с. ; Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М. : Издательство Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 2019. 224 с. ; Зверева Е. А., Иванов А. И., Шестерина А. М. [и др.] Медиакультура цифровой эпохи: состояние, проблемы, перспективы. Тамбов : Издательский дом «Державинский», 2022. 258 с. ; Кафтан В. В., Каминская Т. Л., Шестерина А. М. [и др.] Коммуникации в условиях цифровой трансформации современного российского общества. М. : Кнорус, 2022. 202 с. ; Макеенко М. И., Шацкая А. Д. Телеконтент новых медиа. Работа телевизионных каналов с эфирным контентом в Интернете. М. : Аспект Пресс, 2022. 144 с. ; Зверева Е. А., Пинчук О., Шестерина А. М. [и др.] Особенности функционирования современных аудиовизуальных медиа. Воронеж : Кварта, 2018. 312 с. ; Шестерина А. М. Тенденции влияния видеоблогинга на современный телевизионный контент // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. Т 41. № 3. С. 118–123.

<sup>2</sup> Распопова С. С. Автор мультимедийного текста // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 13 (267). С. 100.

<sup>3</sup> Ветушинский А. С. Игродром: что нужно знать о видеоиграх и игровой культуре. М. : Эксмо, 2021. С. 62.

только оказали на него значительное влияние, но и, по мнению многих исследователей, сами на современном этапе их развития могут быть отнесены к медиа<sup>4</sup>. Причем – к медиа, в концентрированной форме проявляющими те качества современной коммуникации, которые находят яркое отражение в сфере массмедийных практик. Так, И. И. Волкова отмечает: «Компьютерные игры, по сравнению с традиционными медиа, обладают неоспоримым преимуществом: они изначально создаются с учётом экранности, мультимедийности, интерактивности и гипертекстуальности – природных качеств сетевого виртуального мира»<sup>5</sup>. Такого же подхода придерживаются Л. З. Манович<sup>6</sup>, Дж. Дови, Х. В. Кеннеди<sup>7</sup>. Профессор Мичиганского университета Р. Нойман пишет: «New media – новый формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контента»<sup>8</sup>. Такая интерпретация новых медиа также позволяет ввести компьютерные игры в круг анализируемых медийных явлений.

Ярче всего сопряжение компьютерных игр и медиасферы проявляется в трансмедийных проектах. Одним из самых ярких примеров такого взаимодействия может служить дополнение сериала «X-Files» компьютерной игрой «The X-Files Game» на этапе развития третьего сезона сериала (1996 г.), активно освещавшееся в медиа и в значительной степени повлиявшее на интерпретацию как самого сериала, так и на развитие мира компьютерных игр, основанного на мультимедийных технологиях. Активное развитие индустрии компьютерных игр и ее интеграция в мир массмедиа делает значимым вопрос

---

<sup>4</sup> Манович Л. З. Теории софт-культуры. Нижний Новгород : Красная ласточка, 2017. 208 с. ; Манович Л. З. Язык новых медиа. М. : Ад Маргинем, 2018. 400 с.

<sup>5</sup> Волкова И. И. Компьютерные игры и новые медиа: игровой подход к коммуникациям в виртуальном пространстве // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2017. № 2. С. 313.

<sup>6</sup> Манович Л. З. Язык новых медиа. М. : Ад Маргинем, 2018. 400 с.

<sup>7</sup> Dovey J., Kennedy H. W. Game cultures: Computer games as New Media. McGraw-Hill Education (UK), 2006. 171 p.

<sup>8</sup> Нойман Р. Что такое новые медиа, или digital-глобализация. URL: <https://amdг.ru/blog/new-media/> (дата обращения: 01.09.2024).

о характере влияния этой сферы креативных индустрий на медиасистему в целом и на медиа как коммуникации автора с аудиторией.

**Актуальность исследования** определяется заметной ролью компьютерных игр в формировании формально-содержательной структуры массмедиа в процессе технико-технологического развития средств массовой информации разного типа и в формах коммуникации аудитории с информационными потоками, представленными в медиасфере. На текущем этапе развития медиа значительная часть аудитории, являясь активными потребителями игрового компьютерного контента, расположена к воспроизведению коммуникативных моделей и моделей информационного потребления, свойственных компьютерным играм, в ситуации медиапотребления в целом. Кроме того, компьютерная игровая индустрия как активно развивающаяся сфера предлагает массмедиа прорывные технологии, нарративные стратегии, хорошо проработанные системы образов, которые активно используются средствами массовой информации в процессе медиапроизводства. Эти и многие другие векторы влияния компьютерной индустрии на медиасферу нуждаются в научном изучении.

**Степень научной разработанности проблемы** невелика. Безусловно, существует значительный пласт исследований компьютерных игр в целом и отдельных типов компьютерных игр в частности<sup>9</sup>. Ученые уделяют внимание изучению процессов разработки компьютерных игр<sup>10</sup>, а также их формально-

---

<sup>9</sup> Ветушинский А. С. Игродром: что нужно знать о видеоиграх и игровой культуре. М. : Эксмо, 2021. 272 с. ; Липков А. И. Ящик Пандоры. Феномен компьютерных игр в мире и в России. М. : ЛКИ, 2008. 192 с. ; Маркин В. Ю., Броян Р. Д. Перспектива российского рынка компьютерных игр и экономическое значение отрасли разработки компьютерных игр // Инновационная экономика и менеджмент: методы и технологии. М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2024. С. 101–106.

<sup>10</sup> Селютин А. А. Прецедентные феномены в сценариях компьютерных игр (на примере компьютерной игры «World of Warcraft») // Челябинский гуманитарий. 2018. № 4 (45). С. 38–42 ; Хохлов А. И., Ускова С. В. Язык компьютерной игры (на примере компьютерной игры «World of Warcraft») // Язык и социальная динамика. 2010. № 10-2. С. 33–35 ; Мулюкина А. Е. Роль прецедентных феноменов в создании художественного мира компьютерной игры (на примере компьютерной игры «Disco Elysium») // Актуальные проблемы лингвистики: взгляд молодых исследователей. Челябинск : Издательство ЧелГУ, 2024. С. 187–196 ; Hinton G. To recognize shapes, first learn to generate images // Progress in brain research. URL: <https://www.cs.toronto.edu/~hinton/absps/montrealTR.pdf> (дата обращения: 01.06.2023) ; Mnih V., Kavukcuoglu K., Silver D. Human-level control through deep reinforcement learning // Nature. 2015. № 518. С. 529–533.

содержательным особенностям<sup>11</sup>. Поднимается вопрос и о рассмотрении феномена компьютерных игр как элемента медиасистемы<sup>12</sup>. Фрагментарно, в контексте развития компьютерных технологий, изучается влияние компьютерных игр на киноиндустрию<sup>13</sup>. Однако в современной науке практически отсутствуют исследования, посвящённые всестороннему анализу характера влияния компьютерных игр на медиасистему в целом и той роли, которую они выполняют в качестве ее элемента. Мы в нашей диссертации предпринимаем попытку восполнить этот пробел.

**Объект исследования** – компьютерные игры в контексте медийных практик как новая медийная форма.

**Предмет исследования** – формально-содержательные особенности компьютерных игр, оказывающие воздействие на медиаконтент на уровне формы и содержания медиапроизведений, а также на коммуникативные модели и информационное поведение аудитории.

**Цель исследования** – конкретизировать формально-содержательные особенности компьютерных игр как медиа-коммуникационного ресурса в аспекте их влияния на традиционные и новые медиа.

Для достижения поставленной цели в диссертации сформулирован ряд **задач**:

1. Определить характер участия компьютерных игр в процессе трансформации медиасферы в ретроспективе;
2. Конкретизировать особенности структурирования коммуникативного пространства в компьютерных играх разного типа;

---

<sup>11</sup> Давыдова К. В., Егорова О. Н. Особенности ономастической номинации в дискурсе компьютерной игры (на примере дискурса компьютерной игры «DOTA 2») // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2021. № 6 (159). С. 129–133.

<sup>12</sup> Волкова И. И. Игра как системообразующий феномен экранных коммуникаций : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Москва, 2015. 39 с. ; Манович Л. З. Теории софт-культуры. Нижний Новгород : Красная ласточка, 2017. 208 с. ; Манович Л. З. Язык новых медиа. М. : Ад Маргинем, 2018. 400 с. ; Часовский Н. В., Часовский П. В. Медиавирусы компьютерных игр (на примере Vault Boy из серии компьютерных игр «Fallout») // Челябинский гуманитарий. 2015. № 4 (33). С. 57–61 ; Мысаков Н. А. Компьютерные игры и индустрия компьютерных игр как элемент информационной безопасности общества // Информационные технологии в науке, бизнесе и образовании. М. : МГЛУ, 2020. С. 207–212.

<sup>13</sup> Теракопьян М. Л. Развитие кинообразности под влиянием компьютерных технологий : автореф. дис. ... канд. искусствоведения. Москва, 2008. 20 с.

3. Выявить жанровые и сюжетные особенности компьютерных игровых практик как части медиасистемы;
4. Установить особенности влияния компьютерных игр на процесс содержательной трансформации медиасистемы;
5. Определить направления влияния компьютерных игр на систему медийных жанров и форматов;
6. Конкретизировать влияние компьютерных игр на технологический аспект функционирования медиа;
7. Оценить характер влияния компьютерных игр на современные рекламные практики;
8. Установить тенденции трансформации коммуникации в аспекте влияния компьютерных игр;
9. Оценить последствия активного включения игровых компьютерных практик в современное коммуникативное и социокультурное пространство;
10. На основе эксперимента, направленного на создание компьютерной игры с использованием технологий искусственного интеллекта, установить возможность влияния компьютерных игр инди-типа на коммуникативные практики игрового комьюнити.

**Гипотеза**, подлежащая проверке в данной диссертационной работе, заключается в том, что компьютерные игры оказывают значительное влияние на традиционные и новые медиа как в содержательном, так и в формальном аспекте и сами подвергаются воздействию последних, часто образуя с ними кроссмедиальное единство.

**Теоретико-методологическая база исследования** сформирована с опорой на междисциплинарный подход и включает научные достижения ведущих ученых в области медиакоммуникации и журналистики.

Так, в исследовании особенностей компьютерных игр как части медиасистемы мы опирались на результаты, изложенные в трудах

О. Н. Астафьевой<sup>14</sup>, И. И. Волковой<sup>15</sup>, Т. К. Ермакова<sup>16</sup>, Л. З. Мановича<sup>17</sup>, В. Н. Новикова<sup>18</sup>, М. А. Повального<sup>19</sup>. Понимание особенностей функционирования современной медиасистемы в целом потребовало обращения к таким авторитетным авторам, как Е. Л. Варганова<sup>20</sup>, А. В. Вырковский, М. В. Загидуллина<sup>21</sup>, А. А. Грабельников, Н. С. Гегелова<sup>22</sup>, Я. Н. Засурский<sup>23</sup>, Е. А. Зверева, В. И. Сапунов, О. В. Пинчук, А. М. Шестерина<sup>24</sup>, А. Г. Качкаева, С. А. Шомова<sup>25</sup>, К. М. Конкина, П. А. Лапина, Д. М. Храпова, П. В. Штифанова<sup>26</sup>, С. Г. Корконосенко<sup>27</sup>, Л. А. Круглова, К. В. Чобаян, Г. Г. Щепилова<sup>28</sup>, Е. Е. Пронина<sup>29</sup>, Е. П. Прохоров<sup>30</sup>, Л. Г. Свитич<sup>31</sup>, С. И. Симакова<sup>32</sup>, А. С. Сумская<sup>33</sup> и др.

---

<sup>14</sup> Астафьева О. Н. Медиакультура и некоторые принципы формирования информационно-коммуникативного пространства // Вестник библиотечной Ассамблеи Евразии. 2008. № 4. С. 18–25.

<sup>15</sup> Волкова И. И. Компьютерные игры и новые медиа: игровой подход к коммуникациям в виртуальном пространстве // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2017. № 2. С. 313.

<sup>16</sup> Ермаков Т. К. Видеоигра как феномен медиакультуры 1980-х гг. : автореф. дис. ... канд. культурологии. Красноярск, 2024. 23 с.

<sup>17</sup> Манович Л. З. Теории софт-культуры. Нижний Новгород : Красная ласточка, 2017. 208 с. ; Манович Л. З. Язык новых медиа. М. : Ад Маргинем, 2018. 400 с.

<sup>18</sup> Новиков В. Н. Эстетика интерактивности: между игрой и фильмом. Смотреть или играть? // Вестник ВГИК. 2018. Т. 35. № 1. С. 54–63.

<sup>19</sup> Повальный М. А. Границы видеоигры как художественного произведения // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2020. Т. 5, № 4. С. 120–136.

<sup>20</sup> Варганова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М. : Издательство Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 2019. 224 с.

<sup>21</sup> Варганова Е. Л., Вырковский А. В., Загидуллина М. В. Медиаатекст в эпоху цифровых платформ: возможности и угрозы // Вестник Московского университета. Журналистика. 2024. № 3 (49). С. 3–13.

<sup>22</sup> Грабельников А. А., Гегелова Н. С. Экранная коммуникация и визуализация журналистики. Тверь : Тверской государственный университет, 2019. 335 с.

<sup>23</sup> Система средств информации России / Под ред. Я. Н. Засурского. М. : Аспект Пресс, 2001. 267 с.

<sup>24</sup> Зверева Е. А., Пинчук О. В., Шестерина А. М. [и др.] Особенности функционирования современных аудиовизуальных медиа. Воронеж : Кварта, 2018. 332 с.

<sup>25</sup> Мультимедийная журналистика / Под ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. 413 с.

<sup>26</sup> Конкина К. М., Лапина П. А., Храпова Д. М., Штифанова П. В. Контент телевизионных развлекательных каналов в социальных сетях (на примере VK и Telegram) // Вестник Московского университета. Журналистика. 2024. № 1 (49). С. 29–48.

<sup>27</sup> Корконосенко С. Г. Медиополис: другое измерение современного мегаполиса // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2013. № 1. С. 15–28.

<sup>28</sup> Круглова Л. А., Чобаян К. В., Щепилова Г. Г. Онлайн-видео: Структура, контент, монетизация. М. : Аспект Пресс, 2020. 112 с.

<sup>29</sup> Пронина Е. Е. Психология журналистского творчества. М. : Издательство Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 2003. 320 с.

<sup>30</sup> Свитич Л. Г., Прохоров Е. П. Введение в журналистику. М. : Издательство Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 1989. 62 с.

<sup>31</sup> Свитич Л. Г. Феномен журнализма. М. : ИКАР, 2000. 250 с.

<sup>32</sup> Симакова С. И. Клиповизация мышления у молодежи как следствие развития визуальных коммуникаций в СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 2 (24). С. 107–118.

<sup>33</sup> Сумская А. С., Грачева М. Д. «Аналоговое» и «цифровое» поколение аудитории СМИ: основные поведенческие характеристики // Цифровизация коммуникативно-культурной памяти: роль журналистики как социального института. Екатеринбург : Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2019. С. 76–80.

Функции игрового начала в области культуры интерпретировались нами с учетом концепций Д. А. Батурина<sup>34</sup>, М. М. Бахтина<sup>35</sup>, Е. В. Галанина, Д. Д. Крылова<sup>36</sup>, В. Я. Проппа<sup>37</sup>, Ф. Шиллера<sup>38</sup>, Д. Г. Шкаева<sup>39</sup>, Й. Хёйзинги<sup>40</sup>, К. Г. Юнга<sup>41</sup>.

В конкретизации особенностей компьютерных игр как важнейшего элемента формирования коммуникативных практик мы опирались на работы в области коммуникативистики таких авторов, как Ф. Бештоков<sup>42</sup>, К. Лазарсфельд<sup>43</sup>, И. Е. Гутман<sup>44</sup>, Д. В. Куликов<sup>45</sup>, К. Левин<sup>46</sup>, М. Маклюэн<sup>47</sup>, Р. Мертон<sup>48</sup>, Т. Е. Новикова<sup>49</sup>, Э. Ноэль-Нойман<sup>50</sup>, О. А. Степанцева<sup>51</sup>,

---

<sup>34</sup> Галанин Е. В., Батурин Д. А. Мифологические структуры в видеоиграх: архетипы // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2019. № 36. С. 31–48.

<sup>35</sup> Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. М. : Азбука, 2021. 640 с.

<sup>36</sup> Крылов Д. Д. Видеоигра как миф // Vita Cogitans: Альманах молодых философов. 2019. № 10. С. 39–50.

<sup>37</sup> Пропп В. Я. Морфология волшебной сказки. СПб. : Питер, 2021. 256 с.

<sup>38</sup> Шиллер Ф. Письма об эстетическом воспитании человека. М. : Рипол-Классик, 2022. 242 с.

<sup>39</sup> Шкаев Д. Г. Мифологические аспекты цифровой культуры на примере современной игровой индустрии // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 3: Философия. 2018. № 4. С. 123–128.

<sup>40</sup> Хёйзинга Й. Homo Ludens: Статьи по истории культуры. М. : Прогресс – Традиция, 1997. 416 с.

<sup>41</sup> Юнг К. Г. Архетипы и коллективное бессознательное. М. : АСТ, 2023. 224 с.

<sup>42</sup> Бештоков М. В. Компьютерно-интерактивная социальная система как среда социализации российской молодежи: структура, потенциал и социализационные риски : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Ростов-на-Дону, 2018. 38 с.

<sup>43</sup> Лазарсфельд П. Выбор народа: как избиратель принимает решение в президентской кампании. Ульяновск: Издательство УлГУ, 2018. 151 с.

<sup>44</sup> Гутман И. Е. Компьютерные виртуальные игры: культурно-антропологические аспекты анализа : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Санкт-Петербург, 2009. 26 с.

<sup>45</sup> Куликов Д. В. Социальное пространство компьютерно-опосредованной реальности: опыт феноменологической реконструкции : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Иваново, 2007. 22 с.

<sup>46</sup> Левин К. Теория поля в социальных науках. М. : Академический проект, 2019. 313 с.

<sup>47</sup> Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. М. : Академический Проект, 2020. 443 с.

<sup>48</sup> Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. М. : Хранитель, 2006. 873 с.

<sup>49</sup> Новикова Т. Е. Феноменологическая сущность современной трансформации СМИ в медиа : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Нижний Новгород, 2013. 29 с.

<sup>50</sup> Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М. : Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. 352 с.

<sup>51</sup> Степанцева О. А. Субкультура геймеров в контексте информационного общества : автореф. дис. ... канд. культурологии. Санкт-Петербург, 2007. 27 с.

Е. И. Пашковская<sup>52</sup>, Е. В. Поликарпова<sup>53</sup>, Сиберт, Т. Питерсон, У. Шрамм<sup>54</sup>, У. Эко<sup>55</sup>, Р. Якобсон<sup>56</sup>.

В понимании моделей коммуникации вообще и ее игровой природы в частности мы учитывали результаты исследований С. Н. Ильченко<sup>57</sup>, И. А. Стернина<sup>58</sup>, В. Р. Орестовой, Д. П. Ткаченко, Т. С. Самсоновой<sup>59</sup>, Й. Хейзинга<sup>60</sup>. В анализе медиадискурса, сформированного игровой компьютерной индустрией, опирались на концепции Т. А. Ван Дейка<sup>61</sup>, К. В. Киуру<sup>62</sup>, Е. А. Кожемякина<sup>63</sup>.

История развития компьютерных игр и конкретизация их жанров потребовала обращения к исследованиям, направленным на анализ игровой индустрии в целом и различных ее аспектов в частности. Мы учитывали результаты исследований таких авторов, как Д. С. Анюшин,

---

<sup>52</sup> Пашковская Е. И. Социальные аспекты игровой деятельности подростков и молодежи в современной России : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Москва, 2006. 24 с.

<sup>53</sup> Поликарпова Е. В. Воздействие современных информационно-коммуникационных технологий на сознание человека и конструирование социальной реальности : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Ростов-на-Дону, 2011. 57 с.

<sup>54</sup> Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М. : Вагриус, 1998. 221 с.

<sup>55</sup> Эко У. Пять эссе на темы этики. СПб. : Симпозиум, 2005. 160 с.

<sup>56</sup> Якобсон Р. Работы по поэтике. М. : Прогресс, 1987. 464 с.

<sup>57</sup> Ильченко С. Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. СПб. : Издательство Санкт-Петербургского университета, 2009. 466 с.

<sup>58</sup> Стернин И. А. Модели описания коммуникативного поведения. Воронеж : «Гарант», 2015. 52 с.

<sup>59</sup> Орестова В. Р., Ткаченко Д. П., Самсонова Т. С. Исследование связи склонности к формированию парасоциальных отношений с персонажами видеоигр и особенностей межличностной коммуникации пользователей видеоигр // Вестник РГГУ. Серия: Психология. Педагогика. Образование. 2022. № 2. С. 70–84.

<sup>60</sup> Хейзинга Й. Homo Ludens. «Человек играющий»: Статьи по истории культуры. М. : Прогресс-Традиция, 1997. 416 с.

<sup>61</sup> Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск: БГК имени И. А. Бодуэна дэ Куртенэ, 2000. 308 с.

<sup>62</sup> Киуру К. В. Имиджевый медиатекст в политической коммуникации (дискурсный анализ) : автореф. дис.... д-ра филол. наук. Санкт-Петербург, 2008. 42 с.

<sup>63</sup> Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости. 2010. № 12. С. 13–21.

А. В. Тимошенко<sup>64</sup>, Т. Х. Кутлалиев<sup>65</sup>, И. Е. Мищенко<sup>66</sup>, Н. И. Николаева<sup>67</sup>,  
И. И. Югай<sup>68</sup>.

Интерпретация характера влияния образов компьютерных игр на медийный контент осуществлялась с опорой на семиотические модели, сформированные такими учеными, как Ю. М. Лотман<sup>69</sup>, Р. Барт<sup>70</sup>, У. Эко<sup>71</sup>, а также на междисциплинарные исследования в области создания антропоморфных моделей<sup>72</sup>. Изучение особенностей структуры текста видеоигр и языка игроков в рамках коммуникативных моделей обратило нас к работам таких ученых, как С. Н. Бредихин, А. А. Леонова<sup>73</sup>, В. С. Вахитов<sup>74</sup>, П. А. Горшков<sup>75</sup>, А. О. Зеленова, Л. Г. Бузулук<sup>76</sup>, Ю. А. Перфилов<sup>77</sup>, Д. К. Саяхова<sup>78</sup>, П. В. Часовский<sup>79</sup>.

---

<sup>64</sup> Анюшин Д. С., Тимошенко А. В. Рынок видеоигр в России: история развития, состояние и перспективы // Современные тенденции развития в области экономики и управления. М. : Центр развития научного сотрудничества, 2018. С. 222–227.

<sup>65</sup> Кутлалиев Т. Х. Жанровая типология компьютерных игр: проблема систематизации художественных средств: автореф. дис. ... канд. культурологии. Москва, 2014. 25 с.

<sup>66</sup> Мищенко И. Е. Военные видеоигры: типология и жанровая локализация // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л. Н. Толстого. 2022. № 2 (42). С. 119–131.

<sup>67</sup> Николаев Н. А. Видеоигровая индустрия: краткая история. Перспективы развития и влияние на экономику // E-Scio. 2019. № 10 (37). С. 634–648.

<sup>68</sup> Югай И. И. Компьютерная игра как жанр художественного творчества на рубеже XXXXI веков : дис. ... канд. искусствоведения. Санкт-Петербург, 2008. 226 с.

<sup>69</sup> Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин : Ээсти Раамат, 1973. 135 с.

<sup>70</sup> Барт Р. Введение в структурный анализ повествовательных текстов // Зарубежная эстетика и теория литературы XIX–XX вв.: трактаты, статьи, эссе. М.: Издательство Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 1987. С. 387–422 ; Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика. М. : Прогресс, 1989. 616 с.

<sup>71</sup> Эко У. Пять эссе на темы этики. СПб. : Симпозиум, 2005. 160 с.

<sup>72</sup> Очеретяный К. А. Тело как медиа : опыт реконструкции : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Санкт-Петербург, 2015. 24 с. ; Глазкова Е. А. Художественно-выразительное своеобразие трансмедийных экранных произведений : автореф. дис. ... канд. искусствоведения. Москва, 2017. 30 с.

<sup>73</sup> Бредихин С. Н., Леонова А. А. Трансформации структуры концепта в процессе локализации компьютерных игр с элементами жанра фэнтези // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2019. № 1. С. 70–76.

<sup>74</sup> Вахитов В. С. Развитие игровой компьютерной лексики русского языка: на примере языка пользователей «Lineage 2» : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2011. 24 с.

<sup>75</sup> Горшков П. А. Сленг хакеров и геймеров в Интернете : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2006. 19 с.

<sup>76</sup> Зеленова А. О., Бузулук Л. Г. Лингвистические особенности локализации игрового ПО на примере игр «HALF-LIFE 2» и «HOMEFRONT: THE REVOLUTION» // Филологический аспект. 2017. Т. 24, № 4. С. 59–64.

<sup>77</sup> Перфилов Ю. А. Композиционные особенности текстов видеоигрв период 1970–1982 гг. // Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология. 2020. Т. 30, № 5. С. 853–858.

<sup>78</sup> Саяхова, Д.К. Языковая локализация видеоигр : лингвокультурологический и когнитивно-прагматический аспекты : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2021. 28 с.

<sup>79</sup> Часовский П. В. Социопсихоллингвистический анализ компьютерно-игрового дискурса : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2020. 23 с.

Исследование особенностей отражения образов компьютерных игр в аудиовизуальных медиа (кинематографе, телепрограммах, видеоблогах), а также исследование вопроса интерпретации компьютерных игр и игровых практик в видеоблогах потребовало обращения к методу мультимодального дискурс-анализа и работам таких ученых, как А. В. Байкова<sup>80</sup>, А. А. Кибрик<sup>81</sup>, Г. Кресс, Т. Ван Леувен<sup>82</sup>, М. О’Тул<sup>83</sup>.

В ходе анализа технико-технологических подходов к созданию компьютерных игр (в том числе технологий искусственного интеллекта) мы учитывали фундаментальные труды Н. Винера<sup>84</sup> и опирались на работы У. П. Беляева<sup>85</sup>, А. Е. Селезнева<sup>86</sup>, Н. Г. Кривули<sup>87</sup>, М. М. Лукиной, А. В. Замкова, М. А. Крашенинниковой, Д. Ю. Кульчицкой<sup>88</sup>. Также мы учитывали результаты исследований таких авторов, как Дж. Деймонд<sup>89</sup>,

---

<sup>80</sup> Байкова А. В. Мультимодальный дискурс-анализ как один из методов коммуникативно-прагматического подхода к пониманию языка и текста // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. 2022. № 2 (54). С. 230–234.

<sup>81</sup> Кибрик А. А. Мультимодальная лингвистика // Когнитивные исследования – IV. М. : ИП РАН, 2010. С. 134–152.

<sup>82</sup> Kress G. Leeuwen van T Reading Images: The Grammar of Visual Design. London : Routledge, 2006. 321 p.

<sup>83</sup> O’Toole M. The Language of Displayed Art. London; New York: Routledge, 2010. 296 p.

<sup>84</sup> Винер Н. Кибернетика, или управление и связь в животном и машине. М. : Наука, 1983. 344 с. ; Винер Н. Перспективы нейрокибернетики // Философские вопросы биологии и биокибернетики. М. : Академия наук СССР, 1970. С. 104–122.

<sup>85</sup> Беляев У. П. Видеоигра как технокультурное пространство реализации сверхчеловеческого // Современные исследования социальных проблем. 2018. Т. 10, № 2–3. С. 181–184.

<sup>86</sup> Селезнев А. Е. Компьютерная графика в экранных искусствах рубежа XX – XXI веков : автореф. дис. ... канд. искусствоведения. СПб, 2012. 21 с.

<sup>87</sup> Кривуля Н. Г. Искусственный интеллект и четвертая революция в киноиндустрии // Актуальные проблемы электронных и интерактивных медиа. М. : Издательство Высшей школы (факультета) телевидения Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 2022. С. 5–66.

<sup>88</sup> Лукина М. М., Замков А. В., Крашенинникова М. А. [и др.] Искусственный Интеллект в российских медиа и журналистике: к дискуссии об этической кодификации // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11, № 4. С. 680–694.

<sup>89</sup> Diamond J. Zebras and the Anna Karenina principle // Natural History. 1994. № 103. P. 4.

Б. Диксон<sup>90</sup>, М. Дейсенрот<sup>91</sup>, Б. Панг<sup>92</sup>, К. Симпсон<sup>93</sup> П. Халсебосч<sup>94</sup>, Т. Шалле<sup>95</sup>, Э. Шрёдингер<sup>96</sup>, Шуммон Маасс<sup>97</sup>.

Достоверность результатов исследования обеспечена как значительным и разнообразным корпусом эмпирических данных, так и релевантным **комплексом методов** его изучения.

Так, анализ процесса эволюции компьютерных игр в аспекте их влияния на медиаиндустрию, конкретизации коммуникативных практик и моделей структурирования коммуникативного пространства в компьютерных играх разного типа потребовал обращения к историко-функциональному и компаративному методу. Рассматривается процесс влияния компьютерных игровых практик как в ретроспективе, так и с позиций современности, а также выявляются общие черты и отличительные особенности в подходах к освещению компьютерной игровой тематики в медиа разных типов (в игровых и документальных кинофильмах, телепрограммах, печатных изданиях журнального типа, видеоблогах, мультимедиа, рекламном контенте).

Анализ материалов разных типов СМИ с целью выявления общих тенденций влияния компьютерных игр на медиасферу и отличительных характеристик этого влияния в традиционных и новых медиа, а также конкретизация жанровых и сюжетных особенностей компьютерных игровых

---

<sup>90</sup> Dickson B. Unfair Advantage: Don't Expect AI to Play Like a Human // PCmag. URL: <https://www.pcmag.com/opinions/unfair-advantage-dont-expect-ai-to-play-like-a-human> (дата обращения: 24.06.2024).

<sup>91</sup> Deisenroth M. A survey on policy search for robotics // Foundations and Trends in Robotics. 2013. № 2. P. 1–142.

<sup>92</sup> Pang B. Seeing stars: Exploiting class relationships for sentiment categorization with respect to rating scales // ACL. 2005. P. 115–124.

<sup>93</sup> Simpson C. Behavior Trees for AI: How They Work. 2014 // Gamasutra. URL: [https://www.gamasutra.com/blogs/ChrisSimpson/20140717/221339/Behavior\\_trees\\_for\\_AI\\_How\\_they\\_work.php](https://www.gamasutra.com/blogs/ChrisSimpson/20140717/221339/Behavior_trees_for_AI_How_they_work.php) (дата обращения: 24.06.2024).

<sup>94</sup> Hulsebosch P. Control Review: Verwarrend, goed en kort. Tweakers. URL: <https://tweakers.net/reviews/7314/6/control-verwarrend-goed-en-kort-raytracing.html> (дата обращения: 24.06.2024).

<sup>95</sup> Challe T. The Rights of Nature – Can an Ecosystem Bear Legal Rights? // Columbia Climate School. URL: <https://news.climate.columbia.edu/2021/04/22/rights-of-nature-lawsuits/> (дата обращения: 24.06.2024).

<sup>96</sup> Schrodinger E. What is Life? With Mind and Matter and Autobiographical Sketches. URL: <http://strangebeautiful.com/other-texts/schrodinger-what-is-life-mind-matter-auto-sketches.pdf> (дата обращения: 24.06.2024).

<sup>97</sup> Shummon Maas L. Artificial Intelligence in Video Games // Towards data science. URL: <https://towardsdatascience.com/artificial-intelligence-in-video-games-3e2566d59c22> (дата обращения: 24.06.2024).

практик как части медиасистемы осуществлялись с привлечением текстологического, сравнительно-типологического и структурного метода с опорой на филологический и культурологический подход.

При анализе медиатекстов, направленных на освещение компьютерно-игровой тематики, использовался текстологический метод, а также методы контент-анализа и дискурс-анализа. Так, исследование элементов медиатекста, отражающих компьютерные игровые практики на формальном и содержательном уровне, а также конкретизация доминирующих в медиа способов повествования об игре (риторик повествования) осуществлялось с опорой на текстологический метод, метод дискурс-анализа и метод мультимодального анализа. Эти же методы применялись для изучения элементов интерактивного взаимодействия с аудиторией видеоблогеров исследуемого нами сектора, а также для изучения реакции медиа и игрового сообщества на конкретные компьютерные игры (исследовались вербальные и визуальные элементы текста, транслирующие отношение аудитории к компьютерным играм). Метод контент-анализа применялся для выявления доминирующих жанров в анализируемом нами секторе в медиа разных типов.

Исследование процесса заимствования образов компьютерных игр аудиовизуальными и печатными медиа осуществлялось с опорой на семиотический подход и с привлечением мультимодального дискурс-анализа.

Для выявления особенностей функционирования компьютерных игр разного типа использовался метод компаративного анализа. Исследование велось с опорой на описание геймплея, зафиксированного в дизайне игры (design document), а также с привлечением метода playtest-анализа.

Методы антиципации, экстраполяции данных и аналогии дали нам возможность выявить ключевые тенденции развития анализируемого явления и осуществить прогнозирование относительно развития сложившихся практик в аспекте участия индустрии компьютерных игр в процессе трансформации медиасферы.

Проведение эксперимента, направленного на создание компьютерной игры с применением технологий искусственного интеллекта с целью уточнения воздействующего потенциала игр инди-типа на коммуникативные практики аудитории, потребовало обращения к методу моделирования, методу дискурс-анализа и методу экспертной оценки.

**Эмпирическая база исследования** включает контент традиционных и новых медиа. Хронологические рамки начала исследования ограничиваются появлением материалов о компьютерных играх в медиа конкретного типа. Однако наиболее пристальному анализу подвергается современный медиаконтент соответствующей тематики.

Исследование особенностей влияния компьютерных игр на различные медиасегменты потребовало включить в эмпирическую базу исследования:

1. Публикации таких изданий, как «Dragon», «Compute!», «Electronic Games», «Computer Gaming World», «Computer Games Magazine», «Electronic Gaming Monthly», «Game Informer», «Edge», «PC Player», «Next Generation», «PC Gamer», «Hardcore Gamer», «Games for Windows: The Official Magazine», «ММО Games Magazine», «Видео-Асс Денди», «КомпАс», «Магазин игрушек», «Страна Игр», «Навигатор Игрового Мира», «Игромания», «PlayStation: The Official Magazine», «MegaGame», «Лучшие Компьютерные Игры» и др. Хронологические рамки определяются появлением первого журнала, посвященного компьютерным играм, – 1976 г. – по настоящее время. В целом проанализировано 24 издания и 488 единиц медиаконтента. С целью выявления доминирующих жанров в этом секторе медиа нами было проанализировано дополнительно 559 единиц медиаконтента.

2. Спецпроекты о компьютерных играх на сайтах «РБК», «Газета.ру», «Известия». Хронологические рамки исследования медиаконтента этого типа – 2023–2024 гг. В целом проанализировано 36 единиц медиаконтента.

2. Телепередачи о компьютерных играх: «Денди – Новая реальность», «Новая реальность», «Мир Денди», «От винта!», «Икона видеоигр»,

«Без винта!», а также рубрики в передачах, посвященные компьютерным играм. В этом секторе медиа проанализированы 10 программ. Методом случайной выборки отобрано 16 выпусков каждой программы с равномерным хронологическим шагом. В случае, если количество выпусков было менее 16, мы анализировали все выпуски с использованием сплошной выборки. В целом было проанализировано 156 единиц медиаконтента.

3. Документальные фильмы о компьютерных играх: «Get Lamp: a Text Adventure Documentary», «Indie Game the Movie», «How Video Games Changed the World», «From Bedrooms to Billions», «Branching Path», «Indie Games in China» и др. Хронологические рамки определяются появлением первой полноценной телепередачи о компьютерных играх, – 1994 г. – по настоящее время. Проанализировано 16 документальных фильмов и игровых гайдов.

4. Экранизации компьютерных игр: «Супербратья Марио», «Street Fighter», «Mortal Kombat», «Assassin's Creed», «DOOM», «Silent Hill», «Warcraft», «Принц Персии: Пески времени», «Бегущий по лезвию 2049», «Соник в кино», «Monster Hunter», «Ведьмак», «Uncharted», «Fallout». Хронологические рамки определяются появлением первой полноценной киноленты, основанной на компьютерной игре, – 1993 г. – по настоящее время. Проанализировано 14 художественных фильмов.

5. Художественные фильмы, в которых на различных уровнях заметно влияние игровых технологий: «Аватар», «Трансформеры», «Мандалорец», «Черное зеркало: Брандашмыг», «Человек-паук: через вселенные» и др. Хронологические рамки исследования медиаконтента этого типа – 2000 г. – по настоящее время. Проанализировано 12 художественных фильмов.

6. Анимация, основанная на компьютерных играх: «Final Fantasy», «Resident Evil», «Angry Birds в кино», «Кастлвани», «Dota: Dragon's Blood». Хронологические рамки исследования медиаконтента этого типа – 2001 г. – по настоящее время. Проанализировано 5 анимационных фильмов.

7. Видеоблоги: «videogamedunkey», «NakeyJakey», «Game Maker's Toolkit», «Digital Foundry», «Jacob Geller», «Shesez», «MandaloreGaming»,

«Marmok», «Kuplinov. Play», «EdisonPts», «Компот», «Симбочка Пимпочка», «ЕвгенБро», «windy31», «HomeAnimations – Мультки про танки», «MrLololoshka (Роман Фильченков)», «FROST». Хронологические рамки исследования медиаконтента этого типа определяются появлением первых видеоблогов компьютерной направленности – 2005 г. – по настоящее время. С целью изучения формально-содержательных особенностей современного этапа развития этого сектора медиа проанализирован контент десяти популярных видеоблогов. Методом случайной выборки на каждом канале мы выбрали 64 видеоролика с 2020 по 2024 гг. (по 16 выпусков в год). Фрагментарно в компаративном аспекте мы привлекали к анализу контент раннего периода существования каналов, а также контент менее популярных каналов. В целом было проанализировано 740 единиц контента.

Факультативно нами были рассмотрены примеры влияния компьютерных игровых практик на образовательный и научный сектор медиа, что потребовало включения в эмпирическую базу исследования контента таких платформ, как «Duolingo», «Rosetta Stone», «Kerbal Space Program», «Civilization», «Психодемия». Хронологические рамки исследования медиаконтента этого типа – 2023–2024 гг. Количество проанализированных платформ – 5.

Анализ влияния игровых практик на медиасферу на формальном и содержательном уровне потребовал включить в эмпирическую базу исследования такие игры, как «Ил-2 Штурмовик», «Кто хочет стать миллионером?», «Поле чудес», «Бесконечное лето», «Рандеву с незнакомкой», «Alien», «Allan Alcorn», «Braid», «Click Heroes», «Crazy Machines», «DayZ», «Doki Doki Literature Club», «DOTA2», «Dragon Age: Origins», «Fumito Ueda. The Last Guardian», «GTA», «Fallout», «Hollow Knight», «ECHO», «Evolution», «Minecraft», «Kingdom Come: Deliverance», «Mass Effect», «Portal», «Rimworld», «Species», «Stellaris», «Star Wars: KotOR», «The Surge», «Syberia», «Machinarium», «Counter-Strike», «Overwatch», «Half-Life», «Max Payne», «Darksiders», «Devil May Cry», «Dark Souls», «Porta», «World of Tanks», «Ace

Combat», «Super Mario», «Mirror's Edge», «Pacman», «Bomberman», «Call of Duty», «House of the Dead», «Silent Hunter 3», «Defense of the Ancients», «League of Legends», «Endless Space», «Civilization», «Galactic Civilization», «Disciples», «Etherlords», «Majesty», «Black & White», «Tropico», «Stronghold», «Tycoon», «Zoo Empire», «Magic: The Gathering», «Heartstone», «Commandos», «Silent Storm», «Total War», «SimCity», «Minecraft», «Говорящий Том», «Detroit: Become Human» и др. Хронологические рамки определяются появлением первой компьютерной игры, – 1947 г. – по настоящее время. В целом было проанализировано 60 единиц геймплея.

Совокупность исследуемых материалов была сформирована с опорой на структурно-функциональный подход. В эмпирическую базу исследования были включены компьютерные игры разного типа, а также медиаконтент, в формальном или содержательном плане демонстрирующий влияние игр на другие секторы медиа. Подход к формированию выборки описан в тексте диссертации применительно к каждой страте. В целом эмпирическая база исследования составила более 2000 единиц медиапроизведений и геймплей указанных выше игр без учета материалов, которые привлекались к исследованию ретроспективно.

Также в эмпирическую базу исследования были включены реакции аудитории на созданную автором исследования компьютерную игру «Soul Interface» на платформах «Steam» и «YouTube».

#### **На защиту выносятся следующие научные положения:**

1. Компьютерные игры, являясь частью медиасистемы, наиболее полно демонстрируют такие качества новых медиа, как мультимедийность, трансмедийность, интерактивность, адаптивность к индивидуальным потребностям пользователя, гипертекстуальность, геймификация. Демонстрация подобных качеств в ярковыраженной форме влияет на информационное поведение игроков и формирует запрос на эти качества при обращении к медиа. Последнее является мощным стимулом к активному развитию традиционными и новыми медиа (прежде всего, аудиовизуальными

и мультимедийными) качеств, свойственных компьютерным играм, к заимствованию их содержательных и формальных наработок.

2. Компьютерные игры оказали заметное воздействие на медиасистему на содержательном уровне, сформировав отдельный сектор медиа, посвященный игровой индустрии. Формально-содержательные особенности этого сектора являются результатом синтеза подходов, методов и приемов, принятых, с одной стороны, в игровой индустрии, а с другой – в том типе медиа, которое освещает компьютерную тематику. Подобный синтез служит стимулом для обогащения всех типов медиа, вовлеченных в этот процесс. Если традиционные медиа освещают игровую тематику эпизодически, то новые медиа обращаются к сфере компьютерных игр как к постоянному источнику контента. Наиболее заметна эта тенденция в сфере видеоблогинга, где развиваются каналы, полностью основанные на игровой тематике. Внутри игрового пространства формируются свойственные разным типам компьютерных игр системы выразительных средств, которые доступны для игрового копирования и со временем становятся своего рода кодами распознавания людей по принципу «свой-чужой». Универсально же образная система наиболее популярных компьютерных игр используется медиа для привлечения внимания и стимулирования интереса аудитории, способной расшифровать игровые компьютерные коды.

3. Отражая процессы, протекающие в мире компьютерных игр, медиа разного типа используют традиционные жанры журналистики, в числе которых доминируют аналитические: статьи, рецензии, обзоры, комментарии. Эти жанры приобретают особые черты, позволяющие говорить о существовании жанровых разновидностей, направленных на освещение игровой тематики. В анализируемом секторе медиа появились новые жанры: летсплей, прохождение, гайд, топ, и другие. Такие жанры, как гайд, топ, сформировавшись на основе указанной тематики, вышли за ее пределы и сегодня встречаются в других тематических секторах медиа. Также компьютерные игры в процессе интеграции в медиасистему спровоцировали

появление или активное развитие новых форматов, таких как: скринкаст-ролик, киберспортивная трансляция, интерактивное кино, интерактивная новелла / текстовая адвенчура, симулятор профессий, стимулятор интерфейсов.

4. Компьютерные игры оказали значительное влияние на рекламный сектор в двух аспектах: как рекламируемый товар и как платформа для размещения рекламы. Оба этих аспекта трансформировали существующие жанры рекламы в сторону большей персонализации и интерактивности. Внутриигровая реклама проявилась в таких стратегиях, как размещение рекламы бренда внутри игрового пространства, разработка компьютерной игры с целью рекламирования неигрового продукта, совмещение онлайн- и оффлайн-стратегий в рекламировании продукта. К особенностям рекламы компьютерных игр относятся: опора на специфику коммуникативного пространства игры, апелляция к игровому комьюнити, сотрудничество производителей компьютерных игр с другими франшизами.

5. Являясь высокотехнологичной средой, компьютерные игры нередко становятся площадкой для апробации новых технологий, которые активно применяются в медиасфере. Одним из таких направлений стало использование жестких и гибких алгоритмов для генерации контента. На площадках такого рода отчасти вырабатываются модели взаимодействия человека с нейросетями, формируются подходы к оценке технологий искусственного интеллекта как к эффективному инструменту, угрозе или партнеру. Современный этап взаимодействия игровой компьютерной индустрии и других типов медиа не является однонаправленным. Его можно охарактеризовать как кроссмедиальный синтез. Под кроссмедиальным синтезом понимается процесс взаимного влияния разных типов медиа как на уровне формы, так и на уровне содержания. Причем воздействие этих типов медиа зачастую является симультанным. Синтетическая природа процесса подкрепляется тем, что изменения в ходе взаимовлияния протекают на многих

уровнях разных типов медиа и меняют их формально-содержательные параметры в значительной степени, порождая принципиально новые формы.

**Научная новизна диссертационной работы** обеспечивается следующим:

1. Компьютерные игры впервые рассмотрены как важный элемент медиасистемы, оказывающий существенное воздействие на современные медиа с содержательной и формальной точки зрения.

2. Представлены функциональные особенности компьютерных игр в ретроспективе и с позиций современности, конкретизирован их потенциал в сфере выработки сюжетных, образных и технико-технологических новшеств, применимых в медиасфере.

3. Выявлена общность подходов к сюжетопостроению в компьютерных играх и других типах медиа. Впервые доказано, что в компьютерных играх доминируют сюжеты, которые можно определить как архетипические.

4. В исследовании впервые представлена классификация коммуникативных ролей (стандартных и инициативных) и ролевых моделей (вражеских, контролирующих, условно дружественных и дружественных), демонстрируемых в пространстве компьютерных игр. Установлена корреляция между коммуникативными ролями и ролевыми моделями. Выявлены и проанализированы примеры компьютерных игр, демонстрирующие потенциал развития игровой компьютерной индустрии в направлении формирования позитивных коммуникативных моделей неконфликтного рода. Последнее представляется значимым в контексте данных ВЦИОМ, согласно которым на 4 июля 2024 года 22 % россиян играли в видеоигры, а еще 21 % играли раньше. То есть 43 % опрошенных так или иначе вовлечены в процесс гейминга<sup>98</sup>. А с учетом того, что компьютерные игры охватывают, преимущественно, молодое поколение пользователей<sup>99</sup>,

---

<sup>98</sup> Гейминг по-русски // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/geiming-po-russki> (дата обращения: 09.12.2024).

<sup>99</sup> Ключевая аудитория видеоигр –18-23-летние (59 %); продолжают играть 41 % младших миллениалов и 24 % старших. См.: Гейминг по-русски // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/geiming-po-russki> (дата обращения: 09.12.2024).

можно предположить, что наблюдаемые игроком коммуникативные паттерны, системы образов и другие компоненты игры будут оказывать влияние на его восприятие информации, предлагаемой другими типами медиа.

5. Впервые конкретизированы особенности различных типов медиа, освещающих процессы развития игровой индустрии (издания журнального типа, телепрограммы, документальные фильмы, видеоблоги, мультимедийные, трансмедийные и кроссмедийные проекты).

6. Конкретизированы доминирующие риторики в повествовании о компьютерных играх.

7. Выявлены жанры журналистики, активно проявляющиеся в медиа анализируемой тематической группы, отмечены их особенности, связанные с необходимостью для авторов учитывать не только информационное поведение аудитории, но и специфику коммуникативных практик внутри игровых сообществ (на вербальном и невербальном уровне).

8. Конкретизированы особенности новых жанров, сформированных медиа в ходе освещения игровых реалий, а затем распространившихся и на другие тематические сферы.

9. Доказано влияние образов компьютерных игр, игровой динамики и игровых механик на развитие выразительных средств кинематографа, средств массовой информации и рекламы. Отмечается, что видеоигры способствуют не только технологическому прогрессу, но и вдохновляют на создание уникальных художественных стилей медиа.

10. Обоснованы конструктивные результаты и негативные последствия влияния компьютерных игровых практик на медиасферу.

11. Вводится в научный оборот и обосновывается категория «кроссмедиальный синтез», характеризующая современное состояние медиасистемы и активно проявляющаяся в игровом секторе медиаиндустрии.

В целом новизна нашего исследования заключается в комплексном изучении и экспериментальном подтверждении особенностей процесса функционирования компьютерных игр в контексте медиасистемы, их влияния

на традиционные и новые типы медиа<sup>100</sup> и, наконец, влияния медиасистемы на индустрию компьютерных игр как на содержательном, так и на формальном уровне.

### **Теоретическая и практическая значимость исследования.**

В теоретическом аспекте данное исследование существенно расширит представления о глубинной природе компьютерных игр и характере их влияния на социокультурную жизнь общества вообще и медиасистему в частности. В работе устанавливается значимость участия компьютерных игровых практик в процессе формирования медиасистемы как на формальном, так и на содержательном уровне. Конкретизируются формы проявления элементов компьютерных игр в контенте традиционных и новых медиа. Уточняются продуцируемые компьютерными играми поведенческие паттерны и коммуникативные практики. Формируется представление о том, как технико-технологические подходы, апробированные в компьютерных играх, проявляются в медиасистеме в целом. Констатируются особенности обращения медиа к компьютерным играм как к предмету повествования. Конкретизируются результаты включения игровых компьютерных практик в процесс трансформации медиасистемы и общества в целом. Результаты исследования в дальнейшем могут быть учтены в ходе изучения развития современной медиасферы.

В практическом аспекте выводы, сделанные в ходе исследования, могут быть учтены сотрудниками массмедиа, использующим в своей деятельности игровые практики или иные формально-содержательные подходы, сформированные в игровой среде. Также результаты исследования могут быть учтены журналистами, ориентирующимися на аудиторию компьютерных игр или, шире, на аудиторию, которая в том или ином объеме погружена в игровые

---

<sup>100</sup> Под традиционными медиа мы понимаем телевидение, радио и прессу. В нашей работе рассматривается, прежде всего, телевизионный контент и контент печатных медиа, что сопряжено со спецификой материала (на радио компьютерная тематика представлена экзодически и не отражает анализируемых нами тенденций). Под новыми медиа, вслед за Е. Л. Варгановой, Л. А. Кохановой, И. Д. Фомичевой, мы в нашем исследовании понимаем цифровые медиа, представленные в сетевой среде (интернет-представительства онлайн-СМИ, интернет-издания, интернет-телевидение, блогосферу, социальные сети в их массмедийных проявлениях, виртуальные сообщества и т. п.).

компьютерные практики (43 % россиян). Кроме того, результаты исследования могут быть включены в систему преподавания дисциплин медийного цикла.

**Надежность и достоверность результатов диссертации** определена методологической обоснованностью теоретических положений, составивших основу исследования, репрезентативностью выборки компьютерных игр и медиатекстов, системностью анализа медиапроизведений, соответствием методов поставленным целям и задачам. Диссертационное исследование опирается на широкий круг источников ряда наук: филологии, журналистики, коммуникативистики, культурологии, социологии.

#### **Соответствие паспорту заявленной специальности**

Работа выполнена в сфере научной специальности  
5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки).

Согласно паспорту специальности «медиакоммуникации и журналистика», диссертация включает следующие области исследования:

1. Теории журналистики, средств массовой информации, медиа. Парадигмы, концептуальный аппарат, природа, функции, роли. Структура и типология СМИ и медиакоммуникационной среды.

2. История журналистики, средств массовой информации, медиакоммуникаций в контексте общественного развития.

3. Тематика и проблематика журналистики и СМИ. Репрезентация социальных, экономических и политических процессов в медиакоммуникациях.

4. Творческий процесс в журналистике и медиакоммуникациях. Профессиональные методы и инструментарий журналистики и медиакоммуникаций. Формирование жанров журналистики и их развитие. Языковые особенности и стиль медиакоммуникаций.

7. Типология журналистики, формирование и функционирование различных типов СМИ.

8. Журналистский текст. Семиотика журналистики и медиакоммуникаций. Медiateкст и медиаречь. Язык СМИ и социальных медиа.

10. Телевидение, радиовещание, периодическая печать в системе СМИ: структурные, функциональные и творческие характеристики. Визуальные средства журналистики и медиакоммуникаций. Медиадизайн.

**Апробация работы.** Основные положения диссертации раскрыты в докладах автора на международных, всероссийских и региональных научных конференциях и форумах по журналистике и медиакоммуникациям. По тематике исследования опубликована 14 статей, из них 3 статьи в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК РФ:

1. Шестерин Н. О. Искусственный Интеллект и проблема преоритезации медиаконтента // Ученые записки НовГУ. 2023. № 5. С. 402–409.

2. Шестерин Н. О. Визуальные предпосылки формирования эффекта «зловещей долины» в цифровых медиа // Челябинский гуманитарий. 2024. № 3 (68). С. 51–57.

3. Шестерин Н. О. Особенности реализации коммуникативных ролей в пространстве компьютерных игр // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 3 (53). С. 67–73.

Ключевые положения исследования внедрены в учебный процесс Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина в рамках дисциплины «Базовые медиаинструменты».

**Структурно** диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и сопровождается списком литературы.

Во **Введении** конкретизируются актуальность, степень изученности вопроса и новизна исследования, формулируются его объект, предмет, цель и задачи, дается подробное описание эмпирической и теоретико-методологической базы исследования. Выдвигается гипотеза и положения, выносимые на защиту, подчеркивается теоретическая и практическая

значимость работы, ее соответствие научной специальности, а также апробация результатов исследования.

В первой главе **«Ретроспектива развития игровых компьютерных практик в контексте медийного пространства»** последовательно рассматривается процесс включения компьютерных игр в медиасистему на формальном и содержательном уровне. Исследуется история развития компьютерных игр через призму их взаимодействия с медиа. Устанавливаются особенности коммуникативных практик, формируемых компьютерными играми, в аспекте их влияния на коммуникационные процессы в целом.

Во второй главе **«Влияние коммуникативных практик компьютерных игр на развитие медиасферы»** с опорой на историю эволюции компьютерных игр и с акцентом на их место в массовой коммуникации на современной стадии бытования осуществляется последовательный анализ характера воздействия компьютерных игр на медиасферу как на формальном, так и на содержательном уровне. Анализируются компьютерные практики, получившие отражение в функционировании медиа. Исследуются подходы к освещению компьютерных игр в медиатекстах разных типов СМИ и в рекламе.

В третьей главе **«Тенденции трансформации коммуникации в аспекте влияния компьютерных игр»** исследуется вопрос о влиянии новейших технологий (в частности технологий Искусственного интеллекта) на коммуникативные модели аудитории. Анализируются последствия активного включения игровых компьютерных практик в жизнь социума. Осуществляется экспериментальный анализ моделирования коммуникативных ситуаций с применением компьютерной игры, созданной автором с использованием технологий искусственного интеллекта и опубликованной на платформе «Steam».

В **Заключении** делаются выводы по результатам проведенных исследований.

**Список литературы** включает 245 наименований.

**Общий объем диссертации** составляет 214 страниц.

## ГЛАВА 1 РЕТРОСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ИГРОВЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ПРАКТИК В КОНТЕКСТЕ МЕДИЙНОГО ПРОСТРАНСТВА

Рассматривая компьютерные игры в широком социокультурном контексте, подчеркнем, что на современном этапе развития социума компьютерные игры, несомненно, включаются исследователями в круг явлений медиасферы, причем явлений, оказывающих значительное влияние как на медийный ландшафт, так и на общество в целом<sup>101</sup>. По мнению А. Р. Фортунатова, современное общество нацелено на создание сложных систем взаимодействия между объективной реальностью и медиареальностью, что приводит к формированию новой структуры социальности<sup>102</sup>. Компьютерные игры, несомненно, являются важной составляющей этого процесса. По справедливому замечанию А. А. Курочкиной, «принципы геймдизайна вышли далеко за пределы развлекательной индустрии и оказывают сильнейшее влияние на самые разные сферы нашей жизни. Это привело к становлению новой научной области *game studies*, рассматривающей широкий круг вопросов о сути игровых миров, механик и динамик, а также – об их влиянии на культуру, экономику и повседневность»<sup>103</sup>. Действительно, компьютерные игры как значимый компонент современной культуры всегда оказывали и оказывают влияние на различные сферы бытования социума – кинематограф, изобразительное

---

<sup>101</sup> Ермаков Т. К. Видеоигра как феномен медиаккультуры 1980-х гг. : автореф. дис. ... канд. культурологии. Красноярск, 2024. 23 с. ; Манович Л. З. Теории софт-культуры. Нижний Новгород : Красная ласточка, 2017. 208 с. ; Манович Л. З. Язык новых медиа. М. : Ад Маргинем, 2018. 400 с. ; Huhtamo E. *Slted of fun, slots of trouble // The handbook of computer game studies*. Cambridge: MIT Press, 2005. P. 3–21 ; Embrick D. G., Wright T. J., Lukacs A. *Social exclusion, power, and video game play: New research in digital media and technology*. Lexington : Lexington books, 2012. 282 p.

<sup>102</sup> Фортунатов А. Р. Кибергуманизм. Как коммуникативные технологии трансформируют наше общество. М. : ФЛИНТА, 2023. 184 с.

<sup>103</sup> Курочкина А. А. Экскурс в историю компьютерных игр и их отражение в русской литературе // Современная русская литература для детей и о детях. Нижний Новгород : Мир печати, 2021. С. 149.

искусство, театральное искусство, литературу и т. д.<sup>104</sup> К примеру, в литературной сфере отмечается их очевидное воздействие на такие форматы, как киберпанк («Лабиринт отражений» С. Лукьяненко, «Цифровой» М. Дяченко и С. Дяченко), LitRPG («Путь шамана» В. Маханенко, «Играть, чтобы жить» Д. Руса, серия «S.T.A.L.K.E.R»). В ряде произведений отражено критическое осмысление опыта компьютерной игры («Время всегда хорошее» А. Жвалевского и Е. Пастернак, «Монах» А. Битова). В области изобразительного искусства развивается отдельное направление – картины, нарисованные по сюжетам компьютерных игр. К вариантам перформанса можно отнести косплей игровых персонажей.

Оставаясь частью социокультурной жизни человека и при этом активно участвуя в формировании медиасистемы, компьютерные игры всегда подчинялись законам ее развития и оказывали активное влияние на формирование медийных трендов. В этой главе мы рассмотрим историю развития компьютерных игр как части медиасистемы, а также определим подходы к структурированию коммуникативного пространства в играх разного типа.

### **1.1. История развития компьютерных игр в контексте трансформации медийных практик**

Эволюция компьютерных игр до сих пор рассматривалась, преимущественно, в технико-технологическом и социокультурном аспекте<sup>105</sup>. Признавая связь компьютерной игровой индустрии с миром медиа, исследователи, тем не менее, не проводили анализа эволюции компьютерных

---

<sup>104</sup> Шестерин Н. О. Видеоигры в социальном и медийном контексте // Журналистика в эпоху цифровых трансформаций: ценности и практики. Тамбов : Издательский дом «Державинский», 2022. С. 92–100.

<sup>105</sup> Галкин Д. В. Digital culture: методологические вопросы исследования культурной динамики от цифровых автоматов до техно-био-тварей // Международный журнал исследований культуры. 2012. № 3 (8). С. 11–16.; Ермаков Т. К. Видеоигра как феномен медиакультуры 1980-х гг. : автореф. дис. ... канд. культурологии. Красноярск, 2024. 23 с.

игр в аспекте ее взаимодействия с процессами, протекающими внутри медиасистемы в целом. В данном разделе диссертации мы стремимся компенсировать этот пробел.

Появлению собственно компьютерных игр предшествовал довольно долгий период активного развития аркадных и музыкальных автоматов (джумббоксов), устанавливаемых в общественных местах и работающих на электричестве по принципу платной активации. Именно такие автоматы стали своего рода предшественниками компьютерных игр. Их соотнесенность с миром медиа была незначительной, однако именно они стали маркерами определенной культуры в фильмах разных жанров (часто вестернов) и периодов развития кинематографа. Яркими примерами использования образов игровых автоматов для создания атмосферы фильма стали вошедшие в историю кино ленты «Да здравствует Лас-Вегас» (1964 г.), «Громобой» (1995 г.), «Марс атакует» (1996 г.), «11 друзей Оушена» (2001 г.), «Мальчишник в Лас-Вегасе» (2006 г.) «Однажды в Вегасе» (2008 г.), «Starперцы» (2013 г.), «Кунг Фьюри» (2015 г.). Во всех этих кинофильмах разных периодов игровые автоматы играют важную роль в судьбах героев или становятся маркерами определенного образа жизни. Однако первым автоматом, выведшим на экран изображение и считающимся первой видеоигрой, стало запатентованное в 1947 году Т. Голдсмитом и Э. Манном «Развлекательное устройство на основе электронной лучевой трубки».

Дальнейшие примеры разработки компьютерных игр простейшего типа датируются 40–50-ми годами XX века. На стартовом этапе зарождения игровых компьютерных моделей они были представлены, прежде всего, простейшими играми и симуляциями, распространялись, преимущественно, в академической среде и едва ли оказывали хоть сколько-нибудь значимое влияние на развитие культурного ландшафта. Однако эпизодически уже на этом этапе они были заметны в кругах исследователей и педагогов, поскольку нередко использовались как своего рода упражнения для программирования и учебные задачи, а потом и как форма организации студенческого досуга.

Некоторые типы компьютерных игр на начальном этапе формирования игровой сферы были связаны с университетской средой и создали особую игровую субкультуру. Многие из них были разработаны студентами, преподавателями или научными сотрудниками университетов и часто были побочными продуктами серьезных исследований. Так, например, разработчики игры «Spacewar!» были, преимущественно, членами Клуба технического моделирования железной дороги Массачусетского технологического института (1960-е гг.). Игра соответствовала запросам аудитории, но была недоступна в силу дороговизны компьютеров, которые индивидуальные пользователи не могли себе позволить. Поэтому разработчики «Spacewar!» поделились кодом со студенческим сообществом. Популярность этой и других подобных игр обеспечила формирование своего рода геймерской этики и коммуникативных практик игрового комьюнити, которые повлияли на мир медиа в его секторе, освещающем игровую компьютерную тематику. На заре своего формирования это комьюнити было достаточно закрытым и ориентированным на узкий круг интеллектуалов, а потому оно выработало особые коммуникативные маркеры «свой-чужой», выраженные как в специфической лексике компьютерных игроков, так и в стиле общения<sup>106</sup>.

Значимым шагом на пути преодоления разрыва между двумя сферами – медийной и игровой – стало появление игровых приставок. Работа над ними была начата в 1966 году, когда американский инженер Ральф Бер создал проект телевизионного устройства Channel LP и в 1971 году заключил контракт с компанией Magnavox, что привело к созданию вполне состоятельного коммерческого продукта – первой домашней игровой приставки Magnavox Odyssey.

Говорить о значимом участии компьютерных игр в культурных и отчасти медийных процессах можно начиная с 70-80-х годов XX века, когда, с

---

<sup>106</sup> Степанцева О. А. Субкультура геймеров в контексте информационного общества : автореф. дис. ... канд. культурологии. Санкт-Петербург, 2007. 27 с.

появлением домашних компьютеров и возможностей осуществления взаимодействия между игроками, они начинают распространяться в пользовательской среде, постепенно становятся значимой частью культуры и, как следствие, все чаще становятся объектом обсуждения в средствах массовой информации. Появляется одна из первых известных цифровых компьютерных игр «Spacewar», шахматы, адаптации настольных ролевых игр («Oregon Trail»), многопользовательские стратегии («Empire»), первые трехмерные компьютерные игры («Spasim», «Maze War»), относительно сложные ролевые игры от первого лица («Moria», «Avatar»). Однако на этом этапе игровая индустрия была достаточно изолирована от мира медиа. Соприкосновение компьютерных игр и средств массовой информации происходило, преимущественно, в сфере информирования и обзоров новых разработок. Вместе с тем, появление первых коммерческих видеоигр («Pong», 1962 г.) вызвало потребность в рекламировании нового продукта и дало старт формированию нового сектора рекламы – рекламы компьютерных игр, игровых приставок, а также использованию в рекламе образов, связанных с игровыми разработками. Этот процесс активизировался с выходом отдельных разработок на международную арену и с появлением чрезвычайно успешных коммерческих проектов, что было обусловлено развитием компьютерной индустрии.

В этом же 1962-м году вышла в свет игра «Adventure», которая сформировала определенный тренд как в мире компьютерных игр, так и в мире медиа. Этот тренд связан с таким явлением, как «пасхалка». Первоначально разработчики игры, не имея возможности опубликовать ее под собственным авторством (игры компании в то время выпускались только с подписью «сделано Atari») зашифровали в самой игре «пасхальное яйцо», которое дало понять аудитории, кто именно является разработчиком. Позже термин «пасхалка» или «пасхальное яйцо» стал применяться в компьютерных играх, кинематографе, новых аудиовизуальных медиа (например, в видеоблогге), комиксах как определенный маркер в произведении, не вписывающийся в

общую концепцию и служащий для трансляции информации, выходящей за ключевую стратегию производства<sup>107</sup>.

Дальнейшее развитие компьютерных игр шло в тесном взаимодействии с миром медиа. Как справедливо отмечает А. А. Курочкина, логика их развития «была продиктована бизнес-моделями американской развлекательной индустрии. В результате техническим приоритетом для них стала скорость, аффективным – увлекательность, а сюжетным – ориентация на Голливуд»<sup>108</sup>. То есть, несмотря на то что игровая индустрия во многом развивалась самостоятельно, она, тем не менее, испытывала влияние медийных практик как части культуры и, как следствие, приобретая черты последней, начинала оказывать влияние на медиасферу как в содержательном, так и в формальном отношении.

Так, наблюдалась интеграция производства компьютерных игр в мир медиа в их широком понимании. К примеру, в 1980 году занимавшаяся первоначально изданием книг компания Melbourne House обратилась к новому направлению деятельности – изданию компьютерных игр. На ее базе была создана собственная студия, которой принадлежит разработка таких популярных игр, как «The Hobbit» (1982 г.), «The Way of the Exploding Fist» (1985 г.), «Barbarian» (1987 г.).

В этот же период, в 1981 году компания «Nintendo» разработала аркадный автомат «Donkey Kong», где впервые появились герои Донки Конг и Марио – персонажи, ставшие позже популярными и вышедшие далеко за пределы компьютерных игр в медиасферу.

В это же время количество игровых приставок и домашних компьютеров достигло качества, необходимого для массовизации игровой компьютерной культуры и компьютерные игры начали оказывать заметное влияние на различные сферы жизни общества. В разных странах начинает издаваться немало журналов о видеоиграх. Передачи о компьютерах и компьютерных

---

<sup>107</sup> Salen K., Zimmerman E. Adventure as a Video Game. Adventure for the Atari 2600 // The Game Design Reader: A Rules of the Play Anthology. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2006. P. 690–713.

<sup>108</sup> Курочкина А. А. Указ. соч. С. 149.

играх становятся регулярными в сетке вещания многих крупных каналов (например, «BBC» (Великобритания), «WTBS» (США)). Одним из популярных телевизионных игровых шоу этого периода можно считать программу «Starcade» («WTBS», США). В это же время выходят мультипликационные сериалы, в которых главными действующими персонажами становятся герои видеоигр. Отмечается и обратное влияние – на основе популярных кинофильмов, мультипликационных фильмов, комиксов создаются компьютерные игры. Так, например, «Atari» разрабатывает игру «Raiders of the Lost Ark» по мотивам киноленты об Индиане Джонсе.

В 1982 году выходит компьютерная игра аркадного типа «Q\*bert». Ее герои Q\*bert, Змейка Coily, Ugg, Wrong-Way, Slick и Sam со временем стали героями популярных мультипликационных сериалов. В этом же году компания Irem разрабатывает аркадный автомат «Moon Patrol», где впервые применяется технология паралакс-скроллинга, активно используемая сегодня в цифровых медиа. Появляется и новый опыт объединения индустрии компьютерных игр и рекламы. Так, компания «Namco» выпускает игру «Pole Position», представляющую собой гоночный симулятор болида Формула-1. Именно в этой игре осуществляется первая попытка реализации рекламной технологии продакт-плейсмента в видеоиграх: на внешней рекламе, размещенной на гоночном маршруте, размещаются рекламные щиты таких компаний, как «Pepsi», «Canon», «Marlboro» и других. Эта же игра фигурировала во многих телевизионных программах (например, на канале «MTV») и по ее мотивам был создан популярный анимационный сериал.

По-прежнему наблюдается и обратный процесс влияния: компания «Bally Midway» разрабатывает компьютерную игру по мотивам популярного в то время фильма «Трон». Она стала первой игрой, сборы от которой превысили сборы от фильма несмотря на то, что последние были достаточно высоки. Подобная популярность игры стала причиной того, что журнал «Electronic Games» присвоил ей награду «Coin-Operated Game of the Year».

Впрочем, история взаимодействия мира компьютерных игр и медиа не всегда развивается успешно. Так в 1982 году компания «Atari» предприняла попытку создать игру на основе нашумевшего только что фильма Стивена Спилберга «Инопланетянин». Затянувшиеся переговоры и стремление авторов выпустить игру к Рождеству привели к тому, что она была создана не в очень хорошем качестве и принесла компании убытки. Однако в контексте нашего направления исследования этот факт примечателен не результатом, а самым интересом разработчиков к медиаконтенту.

Обнаруживается и встречный интерес. Так, телекомпания «20th Century Fox» становится издателем игр «Sirius Software» для платформы «Atari 2600» и разрабатывает оригинальные игры по сериалу «М\*А\*S\*Н» и по фильму «Чужой». Игры не были популярными в силу отсутствия оригинальной технико-технологической составляющей, но сама попытка синтеза выпуска кинематографической продукции и компьютерных игр представляет немалый интерес для нашего исследования.

1983 год вошел в историю индустрии компьютерных игр как кризисный. Количество различных приставок возросло, и аудитория не могла понять, что выбрать. Ощущалась острая конкуренция, стимулировавшая развитие медиа, помогающих аудитории решить проблему выбора, а также развитие рекламного сектора, информирующего компьютерных играх. Кризис продлился до 1985 года, однако и по его завершении активное развитие медиа, связанных тематически с компьютерными играми, не прекратилось.

1984 год был отмечен тем, что тема медиа впервые становится сюжетной основой компьютерной игры: компания «Atari» издает игру «Paperboy», которая основана на процессе доставки газет по жилому кварталу. Такое незамысловатое действие привлекло игроков и получило много позитивных откликов, а версии игры для компьютеров были отмечены наградами.

В этот же период времени компьютерные игры начинают соревноваться с анимационными произведениями в аспекте качества изображения. Так, компания «Cinematronics» издает игру «Space Ace», которая отличается

высоким качеством анимации (автор – Дон Блут), вполне конкурентоспособным по отношению к лучшим мультипликационным фильмам.

В марте 1984 года студия Джорджа Лукаса Lucasfilm Games выпускает две игры – по фильмам «Звездные войны» и «Индиана Джонс». Эти игры стали одними из самых популярных проектов того времени.

Еще одним значимым сюжетом взаимопроникновения мира медиа и компьютерных игр стал выход в свет игры «Raid over Moscow» (компания «Access Software»). Сюжетно игра строилась вокруг задачи прекратить ядерную атаку СССР на США. Актуальность тематики в период холодной войны вызвала много отзывов игроков и спровоцировала появление шквала рецензий профессиональных критиков и разработчиков. На этом фоне игра произвела яркий общественно-политический эффект. Так, в финской газете «Tiedonantaja» вышла критическая статья, осуждающая популяризацию подобного рода игры. В результате активности прессы дискуссия вышла на самый высокий уровень, проблема этой игры обсуждалась правительством Финляндии и официальными представителями Советского Союза на территории Финляндии. Министр иностранных дел Финляндии был вынужден принести публичные извинения за распространение игры, порочащей образ СССР. Несмотря на это, игра была чрезвычайно популярна в мире, а в СССР была включена в перечень произведений, содержащих антисоветскую пропаганду.

Самым значимым событием 1985 года стал выпуск игры «Super Mario Bros». Ее популярность не только спровоцировала появление большого числа успешных игровых серий, но и оказала влияние на многие сферы жизни общества: музыку, литературу, кино. Ряд улиц в городах получили название в честь главных персонажей игры.

Важно подчеркнуть, что и в России наблюдались схожие процессы. Как отмечает Т. К. Ермаков, «в российском культурном пространстве позднесоветского периода 1980-х гг. видеоигры развиваются в собственном

уникальном контексте, связанном со спецификой советской цифровой медиакультуры»<sup>109</sup>. Появились такие игры, как «Конек-горбунок» (1986 г.), «Снежная королева» (1986 г.). Пользовались популярностью у игроков и игры зарубежных издателей.

В 1990-е годы с ростом доступности технических устройств для населения возрос и интерес к компьютерным играм. Игровая индустрия вариатизировалась, начали производиться компьютерные стратегии в реальном времени и point-and-click квесты, предлагающие возможность интерпретации содержания на основе графики без текстовых инструкций. Появившиеся ранее RPG (компьютерные ролевые игры) вышли на новый уровень. В отличие от индустрии консольных видеоигр, распределенной между крупными корпорациями-производителями, создатели компьютерных игр стремились к автономии и оригинальности. Они, как правило, использовали авторские подходы к геймингу, искали альтернативные формы продвижения разработок. Это, безусловно, требовало обращения к медиа и способствовало формированию горизонтальных связей, выходящих за пределы только геймерского сообщества. Так, в конце 1990 года вышел в свет первый номер журнала «ZX-Ревю» в печатной и электронной форме, а в 1993 году появился электронный журнал «Спектрофон», выпускавшийся журналистами «ZX-Ревю» Юрием Матвеевым (главный редактор), Сергеем Шишлянниковым и распространявшийся на дискетах.

В конце 1990-х-начале 2000-х годов появилось немало изданий журнального типа, посвященных игровой индустрии. Так, в 1995 году начал издаваться журнал «GAME.Exe», в 1996 году вышел журнал «Страна игр», в 1997 году начал издаваться ежемесячный журнал (а потом и мультиплатформенное издание) о видеоиграх «Игромания»<sup>110</sup>. Журнал стал одним из лидеров русской игровой прессы и просуществовал до 2018 года.

---

<sup>109</sup> Ермаков Т. К. Видеоигра как феномен медиакультуры 1980-х гг. : автореф. дис. ... канд. культурологии. Красноярск, 2024. 23 с.

<sup>110</sup> Зверева Е. А. «Игромания» в процессе конвергенции // Трансформация модели медиапотребления в журнальном сегменте. Воронеж : Кварта, 2017. С. 84–85.

В том же году появилась книжная серия «ЛКИ» («Лучшие компьютерные игры»), ставшая с 2002 года журналом. В 1998 году вышел в свет толстый гляцевый журнал «MegaGame», активно публиковавший на своих страницах примеры прохождения игр. Впоследствии прохождение станет одним из популярных жанров видеоблогинга.

Важно подчеркнуть, что ряд изданий создавался самим геймерским сообществом. Так, вышедший в 1997 году журнал «Навигатор игрового мира» был создан тремя журналистами и геймерами Денисом Давыдовым (первый редактор), Игорем Бойко и Сергеем Журавским. Девизом журнала стала фраза «Мы верим – этот мир реален», в которой нашло отражение настроение создателей, запечатлевшее уверенность в значимости компьютерных игр в контексте развития культуры. То, что авторами были сами игроки, заложило основу еще одной тенденции развития медиасферы, повествующей о компьютерных играх – это ее расположенность к концентрации в системе новых медиа, опору на целевую аудиторию игры. Так, на базе этого журнала в 2012 году был создан Youtube-канал «Навигатор», где публиковались выпуски авторской программы «Вот же Гаджет!», подкаста «Игроки-здоровяки», «SEGA DOESN'T», «Звонок другу», обзоры игровых мероприятий и игр и т. д.

На рубеже тысячелетий наблюдалось расширение сферы популярности компьютерных игр, которое позволяло медиаиндустрии включать их в широкий культурный контекст. Ярким примером такого подхода стал вышедший в 2003 году журнал «Мир фантастики». В нем обзоры компьютерных игр подавались аудитории в контексте мира фэнтези и фантастики наряду с обзорами книг и фильмов.

Подобные стремления стали тенденцией, которая во второй половине 2000-х годов нашли отражение в так называемой «казуальной» революции<sup>111</sup>. Авторы стремились приобщить к компьютерным играм ту часть аудитории, которая никогда до той поры не интересовалась этим сектором индустрии. В результате они не только разрабатывали новые, иногда нишевые форматы,

---

<sup>111</sup> Курочкина А. А. Указ. соч. С. 149.

но и обращались к медиа за поддержкой в сфере информирования. Медиа, в свою очередь, были заинтересованы в актуализации этой тематики, поскольку подобная тематическая ниша была востребована у аудитории. Казуальность стала важнейшим качеством индустрии компьютерных игр и во многом сочеталась с процессами визуализации медиапотребления, отмечаемыми многими исследователями.

## **1.2. Формирование моделей структурирования коммуникативного пространства в компьютерных играх разного типа**

Отмечаемая исследователями медиатизация многих сфер нашей жизни наряду с цифровизацией медиапотребления<sup>112</sup> приводит к трансформации коммуникативных связей и выстраиванию новых коммуникативных практик. Будучи важной частью медиасистемы, компьютерные игры выполняют в этом процессе значимую роль, предлагая пространство для формирования разнообразных коммуникативных моделей. На современном этапе развития медиасистемы компьютерные игры оказывают значительное влияние на другие ее элементы, а также на социокультурные тренды в целом<sup>113</sup>. Понимание этого на фоне популярности компьютерной игровой индустрии в подростковой и молодежной среде позволяет утверждать, что транслируемые в компьютерных играх модели коммуникативного поведения и роли, реализуемые персонажами и игроками, способны оказывать значительное влияние на поведенческие стратегии, выбираемые пользователем в первой

---

<sup>112</sup> Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. М. : Юрайт, 2014. 269 с. ; Варганова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М. : Издательство Московского университета, 2019. 224 с. ; Зверева Е. А. [и др.] Медиакультура цифровой эпохи: состояние, проблемы, перспективы. Тамбов : Издательский дом «Державинский», 2022. 258 с. ; Зверева Е. А., Шестерина А. М. Модели информационного поведения молодежи как фактор трансформации современного медиаполя. М. : Кнорус, 2023. 212 с. ; Кафтан В. В. [и др.] Коммуникации в условиях цифровой трансформации современного российского общества. М. : Кнорус, 2022. 202 с.

<sup>113</sup> Варова Н. Л., Березовская А. В., Лобода Н. В. Потенциал компьютерной игры для формирования философского мировоззрения // Познание и деятельность: от прошлого к настоящему. Омск : Омский государственный педагогический университет, 2022. С. 300–302.

реальности. Иными словами, в зависимости от того, с какими коммуникативными практиками сталкивается игрок в пространстве компьютерных игр, он принимает те или иные поведенческие решения в различных сферах жизнедеятельности. Безусловно, здесь невозможно провести прямые параллели между игрой и объективной реальностью, данной нам в ощущениях, однако многочисленные и длящиеся десятилетиями исследования в области медиавоздействия показывают, что реакции на виртуальные модели поведения невозможно игнорировать<sup>114</sup>.

Существует немало исследований, поднимающих вопрос о характере воздействия коммуникативного пространства компьютерных игр на пользователя. Значительная часть из них фиксирует негативный характер такого влияния, который, по мнению авторов, экстраполируется на все иные коммуникативные практики личности, подвергшейся воздействию<sup>115</sup>. Наряду с этим, научному сообществу представлены и исследования другого рода – демонстрирующие позитивные эффекты от применения компьютерных игр как части коммуникативных практик<sup>116</sup>. Нам представляется наиболее корректным подход, основанный на понимании комплексного характера анализируемого явления и представлении о том, что коммуникативные

---

<sup>114</sup> Зверева Е. А., Пинчук О. В., Шестерина А. М. [и др.] Особенности функционирования современных аудиовизуальных медиа. Воронеж : Квартг, 2018. 328 с. ; Осекин С. О. Компьютерная игра как способ коммуникации // Культура и цивилизация. 2015. № 6. С. 139–147.

<sup>115</sup> Андреев В. А. Опыт работы врача-психотерапевта с детьми, прошедшими этап сюжетно-ролевой игры развития психики в условиях виртуального пространства (компьютерных игр) // Практическая медицина. 2009. № 6 (38). С. 106–107 ; Волкова Е. Н., Гришина А. В., Пакина Т. А. Исследование влияния компьютерных игр на интеллектуальное и личностное развития детей младшего школьного возраста // Герценовские чтения: психологические исследования в образовании. 2018. № 1–1. С. 290–299 ; Голяев С. С. Компьютерная игра как один из факторов негативного влияния на учебный процесс // Роль и значение науки в вузе и ее влияние на образовательный процесс. Саранск : Общество с ограниченной ответственностью «ЮрЭксПрактик», 2015. С. 320–322.

<sup>116</sup> Мнацаканян С. В. Использование компьютерных игровых технологий в формировании коммуникативных умений младших школьников // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2022. № 7. С. 56–71 ; Васина Ю. М., Кокорева О. И. Развитие наглядно-образного мышления у детей старшего дошкольного возраста в развивающих компьютерных играх // Перспективы психологической науки и практики. М. : Московский государственный университет дизайна и технологии, 2017. С. 544–547 ; Польдяев С. М. Создание компьютерных игр как средство обучения программированию // Педагог – профессионал в школе будущего. Элиста : ЗАОр «НПП «Джангар», 2019. С. 258–262 ; Горбунцов В. В. Особенности коммуникации студентов в пространстве многопользовательской компьютерной игры // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 35. С. 1688–1694 ; Горелик А. А. Компьютерные игры как площадка социальной коммуникации // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. 2022. № 1. С. 403–410 ; Жешко Е. И. Функции компьютерных игр как средства массовой коммуникации // Молодой ученый. 2019. № 26. С. 267–268.

стратегии, продуцируемые компьютерными играми, могут иметь как позитивные, так и негативные последствия, которые в дальнейшем будут неизбежно оказывать влияние на все другие формы коммуникации. В этом смысле нам близки работы таких авторов, как И.И. Волкова<sup>117</sup>, А. А. Горелик<sup>118</sup>, Л. З. Манович<sup>119</sup>, Н. С. Марова, Р. И. Гайсина<sup>120</sup>, Я. В. Садчикова, Н. Е. Терентьев<sup>121</sup>, И. А. Алисултанова, Р. Н. Магомадова<sup>122</sup>, Т. А. Галич<sup>123</sup>, Е. В. Петрова, О. О. Зайцева<sup>124</sup>, А. Л. Дмитровский<sup>125</sup>. Вслед за Е. П. Конкиным<sup>126</sup>, А. О. Григорьевой<sup>127</sup> и А. Гузманом<sup>128</sup> подчеркнем значимость исследования коммуникативного пространства компьютерных игр и попытаемся определить особенности ролевого поведения игровых персонажей в компьютерных играх в аспекте его потенциального влияния на игрока.

Теоретической базой этого раздела диссертации стало представление о типологии компьютерных игр, описанной в работах Т. Х. Кутлалиева<sup>129</sup> и

---

<sup>117</sup> Волкова И. И. Компьютерные игры и новые медиа: игровой подход к коммуникациям в виртуальном пространстве // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2017. № 2. С. 311–322.

<sup>118</sup> Горелик А. А. Феномен компьютерных игр в современной онлайн коммуникации: системный подход // Вестник МГЭИ. 2020. № 2. С. 28–41.

<sup>119</sup> Манович Л. З. Теории софт-культуры. Нижний Новгород: Красная ласточка, 2017. 208 с.; Манович Л. З. Язык новых медиа. М.: Ад Маргинем, 2018. 400 с.

<sup>120</sup> Марова Н. С., Гайсина Р. И. Взаимосвязь эмоционального интеллекта и увлеченности компьютерными играми в юношеском возрасте // Ценностно-смысловые основания воспитания свободного человека. Ярославль: Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, 2021. С. 259–264.

<sup>121</sup> Садчикова Я. В., Терентьев Н. Е. Виртуальная реальность – отрыв от духовных ценностей или новый шаг в развитии // Христианская педагогика в современном мире. Пенза: Пензенская духовная семинария, 2018. С. 216–222.

<sup>122</sup> Алисултанова И. А., Магомадова Р. В. Исследования влияния компьютерных технологий на социальное развитие // Экономика и предпринимательство. 2023. № 11 (160). С. 343–346.

<sup>123</sup> Галич Т. А. Распространение игровых компьютерных практик среди современной молодежи // Вісник Одеського національного університету. Соціологія і політичні науки. 2011. Т. 16., № 10. С. 491–496.

<sup>124</sup> Петрова Е. В., Зайцева О. О. Влияние компьютерных игр на развитие личности подростка // Научный альманах. 2019. № 11–1 (61). С. 178–180.

<sup>125</sup> Дмитровский А. Л. Медиа-системы и конвергенция в СМИ: компьютерные игры как элемент современной медиакоммуникации // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования; Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом. Белгород: Издательство БелГУ, 2016. С. 230–237.

<sup>126</sup> Конкин Е. П. Феномен компьютерных игр в современном обществе // Вестник науки. 2020. №8 (29). С. 13–20.

<sup>127</sup> Григорьева А. О. Коммуникативное пространство компьютерных игр: ретроспективный анализ // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. 2021. № 1. С. 10–14.

<sup>128</sup> Гузман А. Коммуникация человек-машина. Переосмысление коммуникации, технологии и самих себя. Харьков: Гуманитарный центр, 2022. 304 с.

<sup>129</sup> Кутлалиев Т. Х. Жанровая типология компьютерных игр: проблема систематизации художественных средств: автореф. дис. ... канд. культурологии. Москва, 2014. 25 с.

А.А. Кирилеева<sup>130</sup>. На материале исследования коммуникативных ролей персонажей 42 популярных компьютерных игр разного типа («Ил-2», «Alien», «Allan Alcorn»? «Doki Doki Literature Club», «DOTA2», «Fumito Ueda. The Last Guardian», «Hollow Knight», «GTA», «ECHO», «Evolution», «Kingdom Come: Deliverance», «Mass Effect», «Minecraft», «Porta», «Rimworld», «Stellaris», «The Surge», «Species», и др.) и продуцируемых ими поведенческих моделей персонажей и игроков мы выявляем особенности современных коммуникативных практик, демонстрируемых в игровом компьютерном пространстве. Анализ последних осуществляется с опорой на ключевые исследования в области массовой коммуникации, на исследования типов коммуникации в современной медийной среде Е.В. Сальниковой<sup>131</sup>, а также на сформулированные профессором И.А. Стерниным модели коммуникативного поведения<sup>132</sup>.

Рассматривая особенности современной медийной среды, Е. В. Сальникова определяет специфику различных видов коммуникации, применимую к сфере видеоигр. Так, она выделяет средово-ландшафтную, локально-информационную, альтернативно-дублирующую, культурно-регламентирующую и глубинную личностную коммуникацию<sup>133</sup>. Автор рассуждает о влиянии на все сферы нашей жизни «картинки бесконечных миров, живущих в виде виртуальной реальности благодаря средствам коммуникации и запечатления»<sup>134</sup>. Важным в контексте нашего исследования является доказательное утверждение автора о том, что «современный индивид создает нечто удивительное – некую «личностную модель» публичности как игровой ситуации»<sup>135</sup>. В контексте этой модели возрастает роль виртуальных

---

<sup>130</sup> Кирилеев А. А. Жанры компьютерных игр // GamesIsArt.ru Компьютерные игры как искусство. URL: <https://gamesisart.ru/TableJanr.html> (дата обращения: 12.20.2024).

<sup>131</sup> Сальникова Е. В. Визуальная культура в медиасреде. Современные тенденции и исторические экскурсы. М. : Прогресс-Традиция, 2017. 552 с.

<sup>132</sup> Стернин И. А. Модели описания коммуникативного поведения. Воронеж : Гарант, 2015. 52 с. ; Стернин И. А. Коммуникативное поведение как предмет описания // Тверской лингвистический меридиан. 1998. № 1. С. 93–98.

<sup>133</sup> Сальникова Е. В. Визуальная культура в медиасреде. Современные тенденции и исторические экскурсы. М. : Прогресс-Традиция, 2017. С. 61–94.

<sup>134</sup> Там же. С. 61.

<sup>135</sup> Там же. С. 65.

коммуникативных практик в воспроизведении форм реальной коммуникации человека. Существует немало исследований, подтверждающих в той или иной степени способность цифровых медиа оказывать значительное влияние на формы коммуникации человека в пространстве первой реальности<sup>136</sup>. Компьютерные игры в силу их характеристик, безусловно, обладают этим потенциалом и активно участвуют во всех формах коммуникативных практик<sup>137</sup>.

Еще на заре развития индустрии видеоигр последние стали неотъемлемой частью **средово-ландшафтнoй коммуникации**. Размещаемые в различных локациях автоматы транслировали фрагментарно с экрана коммуникативные модели, а наблюдатели процесса компьютерной игры в общественном месте могли следить за реакцией игроков при взаимодействии с персонажами. Позже средово-ландшафтная коммуникация ярко проявила себя в формировании компьютерных клубов, где посетители также могли наблюдать коммуникацию игрока и игрового пространства, а позже, с появлением онлайн-игр, и коммуникацию игроков между собой. Экран в такой ситуации воспринимался как часть средового пространства. «При средово-ландшафтнoй коммуникации человек воспринимает сам экран и его «картинку» или «картинки» неотделимо от потока множества прочих впечатлений», – отмечает Е. В. Сальникова<sup>138</sup>. Это способствует частичному перенесению коммуникативных паттернов в первую реальность.

---

<sup>136</sup> Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды. Механизмы убеждения. СПб., М.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. 257 с.; Бергер А. Видеть – значит верить. Введение в зрительную коммуникацию. М., СПб., Киев: Вильямс, 2005. 288 с.; Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М.: Вильямс, 2004. 432 с.; Виноградова С. М., Мельник Г. С. Психология массовой коммуникации. М.: Юрайт, 2014. 512 с.; Войтасик Л. Психология политической пропаганды. М.: Прогресс, 1981. 281 с.; Матвеева Л. В., Аникеева Т. Я., Мочалова Ю. В. Психология телевизионной коммуникации. М.: РИП-холдинг, 2002. 316 с.; Мельник Г. С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. СПб.: Издательство СПбГУ, 1996. 159 с.; Московичи С. Машина, творящая богов. М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. 560 с.; Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. 352 с.; Олешко В. Ф. Психология журналистики. М.: Флинта, 2018. 476 с.; Третьяков В. Т. Теория телевидения. ТВ как неоязычество и как карнавал. М.: Ладомир, 2015. 664 с.; Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. СПб.: Ювента, 1999. 236 с.; Шейнов В. Психология влияния. Скрытое управление. М.: Ось-89, 2002. 720 с.

<sup>137</sup> Шестерин Н. О. К вопросу о типологизации коммуникативных ролей в видеоиграх // Журналистика в 2024 году: творчество, профессия, индустрия. М.: Издательство факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2025. С. 171–172.

<sup>138</sup> Сальникова Е. В. Визуальная культура в медиасреде. Современные тенденции и исторические экскурсы. М.: Прогресс-Традиция, 2017. С. 70.

В то же самое время компьютерные игры реализуют и модель **локально-информационной коммуникации**, которая характеризуется пристальным вниманием, привлекаемым к информации, транслируемой с экрана. Уровень погружения игроков в процесс игры иногда достигает очень высокой степени. В этой ситуации пользователь нередко осуществляет процесс трансфера (переноса) части переживаний на персонаж компьютерной игры или процесс отождествления с персонажем<sup>139</sup>. Последнее позволяет интериоризовать знания, полученные в ходе игровой практики, что отражается и в погружении пользователя в транслируемые коммуникативные модели.

Реализация **альтернативно-дублирующей коммуникации** в практике компьютерных игр осуществляется неявно. Этот тип коммуникации определяется Е.В. Сальниковой как трансляция на экране происходящего в реальном пространстве. Безусловно, такой тип коммуникации крайне редко может быть напрямую реализован в компьютерной игре. Однако в онлайн-играх с подключением игроков с разных устройств он реализуется едва ли не в полном объеме, поскольку для играющего на время погружения в интенсивный игровой процесс именно разворачивающиеся на экране события становятся реальностью, которая ему и транслируется в данный момент. Возможно, в меньшей степени, но этот эффект погружения в игру выражен и в оффлайн-играх. В данной ситуации мы обнаруживаем реализацию одного из качеств игры, обозначенного еще Йоханом Хейзинга – а именно наличием у игры свойственного только ей и отдельного от первой реальности порядка<sup>140</sup>. Формирование такого типа альтернативно-дублирующей коммуникации способно усилить воздействие транслируемых коммуникативных практик, поскольку для игрока в момент игры реальность и игровое пространство становятся практически неразличимыми.

Это воздействие усиливается **культурно-регламентационным характером коммуникации** во время компьютерной игры, которая

---

<sup>139</sup> Фрейд З. Влечения и их судьба. М. : Эксмо-Пресс, 1999. 432 с.

<sup>140</sup> Хейзинга Й. Homo Ludens. «Человек играющий»: Статьи по истории культуры. М. : Прогресс-Традиция, 1997. 416 с.

предъявляет к индивиду требования, отводя игроку роль «духовно активного реципиента»<sup>141</sup>. Архетип пользователя сменяется на архетип творца. Игрок становится соавтором коммуникативной практики и воспринимает ее как существенную часть своего опыта.

Наконец, в ходе компьютерной игры реализуется и **глубинная личностная коммуникация**, которая ярче всего проявляется в характере взаимодействия человека и компьютера (ноутбука, планшета, телефона). Как пишет Е. В. Сальникова, «компьютер – символический образ современной электронной цивилизации. В этом смысле он наследует место трактора, автомобиля, самолета, космической ракеты. Его отличие от предшественников, также являвших символическое обозначение современности и центральные образы (каждый – своей эпохи)», заключается в том, что он круглосуточно находится в том приватном пространстве, где человек живет»<sup>142</sup>.

**Таким образом, компьютерные игры демонстрируют тот характер коммуникации, который, в силу его комплексности, обладает значимым воздействующим потенциалом.** Последнее можно проследить на процессе формирования явно выраженной игровой субкультуры, которая отличается от общего культурного фона настолько, что становится понятной только участникам процесса. К примеру, эта культура формирует специфический игровой сленг. И. Е. Гутман подчеркивает динамику жаргона геймеров и отмечает, что «он включает в себя общемолодежный жаргон, общекомпьютерный сленг, иностранные заимствования (преимущественно из английского языка) и неологизмы»<sup>143</sup>. Так, игроки «DOTA 2» могут использовать в разговоре такие слова, как «имбовый» (очень сильный), «керри» (герой, в задачи которого входит нанесение урона противнику), «мид» (игровое пространство, расположенное в центре игровой карты),

---

<sup>141</sup> Сальникова Е. В. Визуальная культура в медиасреде. Современные тенденции и исторические экскурсы. М. : Прогресс-Традиция, 2017. С. 78.

<sup>142</sup> Там же. С. 92.

<sup>143</sup> Гутман И. Е. Указ. соч. С. 16.

«саппорт» (герой, который поддерживает «керри») и т. д. В результате в ходе коммуникации фраза игрока может звучать таким образом: «Саппорты, где сейв тп? Меня гангают в миду. Этот сф – имба патча. Го афк или от дэфа сыграем?» Смысл данной фразы понятен только игрокам. Условно ее можно перевести так: «Помощники, где телепортации для спасения? Shadow Fiend (имя персонажа) не сбалансирован в этом обновлении. Давайте сдадимся или сыграем в обороне?». Первоначально такой сленг формируется как реакция на очень быстрый темп коммуникации, требующий от игроков ускоренного темпоритма обмена информацией. Так, игрок может написать в чате «сс», что будет означать, что он хочет уйти с линии, на которой играл. Однако по мере развития коммуникативных практик этот язык воспринимается игроками и как маркер принадлежности к комьюнити игры и, по мнению И. Е. Гутмана, «проникает в общемолодежный жаргон, становясь его частью»<sup>144</sup>. Формирование последнего усиливает воздействие коммуникативных компьютерных практик, которые затем экстраполируются на другие виды массовой коммуникации, в том числе – медийной<sup>145</sup>. А потому становится особенно важным проанализировать, какой характер коммуникации формируется сегодня в игровом пространстве и какие коммуникативные роли выполняют персонажи и игроки по отношению друг к другу<sup>146</sup>.

**Коммуникативная роль** в контексте данной работы рассматривается как поведение, демонстрируемое в конкретной коммуникативной ситуации (в нашем случае – в ситуации взаимоотношения игрока и персонажа). Это и то, как анализируемый объект (персонаж или игрок) подает себя в общении, и то, кем он «прикидывается» для достижения той или иной игровой цели. Коммуникативная роль складывается из определенных действий или их отсутствия (например, отсутствия реагирования на раздражитель со стороны

---

<sup>144</sup> Указ. соч. С. 11.

<sup>145</sup> Скаржинская Е. Н. Метавселенные в компьютерных играх как площадка коммуникации // Давыдовские чтения. М. : Московский государственный психолого-педагогический университет, 2022. С. 207–210.

<sup>146</sup> Шестерин Н. О. Особенности реализации коммуникативных ролей в пространстве компьютерных игр // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 3 (53). С. 67–73.

коммуниканта). Специфика коммуникативных ролей, описанная И. А. Стерниным, демонстрирует возможности игрока реализовывать в игровой коммуникации различные **модели**. Так, коммуникативные роли могут не соответствовать социальной роли говорящего – их репертуар гораздо шире, чем набор социальных ролей, и их выбор, смена, умение разыграть их составляют одну из сторон, проявляющихся в пространстве компьютерной игры. Для того, чтобы достичь поставленных целей, игрок надевает ту или иную ролевую маску, которая определяется особенностями коммуникации с персонажами и, безусловно, оказывает влияние на процесс формирования его личности.

В целом, коммуникативные роли, демонстрируемые в пространстве компьютерных игр, можно разделить на две категории – **стандартные и инициативные**.

**Стандартная коммуникативная роль** – это коммуникативное поведение персонажа и игрока, обусловленное параметрами коммуникативного пространства игры. Следование роли обеспечивает победу в игре или достижение в ее рамках конкретной локальной цели. Большая часть компьютерных игр (37 из 42 проанализированных) опирается именно на такой тип ролей. В подобного рода играх пользователь реализует определенную социальную роль, ведет себя так, как «принято» в данной субкультурной среде.

Такого рода коммуникативные практики, как правило, реализуются через навязывание игрокам определенных ролевых моделей со стороны игровых персонажей, а потому именно в подобных играх транслируемый персонажами характер взаимодействия с пользователем обладает особой силой воздействия. Это связано с тем, что стандартные коммуникативные роли по степени соответствия их принятым в игровом пространстве нормам могут быть подразделены на нормативные (соответствующие) и ненормативные (не соответствующие, нарушающие). Если стандартная

коммуникативная роль исполняется нормативно, то она приводит игрока к победе. Ненормативное же исполнение роли всегда влечет за собой проигрыш.

Иная ситуация складывается в случае доминирования в игре **инициативных коммуникативных ролей**, которые представляют собой образ, сознательно создаваемый игроком в коммуникативном пространстве. Последний может быть кратковременным (ситуативным, возникающим в ходе игры эпизодически) или константным (реализуемым на протяжении всей игры). Так, например, в командной сетевой игре «DOTA2» поведение игрока, конечно, диктуется персонажем, однако именно игрок выбирает персонажа и может менять общепринятые модели его поведения. Причем иногда именно нестандартность отношений с персонажем и другими персонажами и игроками обеспечивает победу.

Важно подчеркнуть, что в случае доминирования в игре инициативных коммуникативных ролей игровая коммуникация в целом оставляет игроку больше свободы для демонстрации качеств и коммуникативных моделей, сформированных в оффлайн-коммуникации. Однако постоянное погружение в игровое пространство нередко приводит к тому, что инициативная роль трансформируется в стандартную, и игрок начинает копировать модель, навязываемую ему персонажем.

Анализ **ролевых моделей** взаимоотношений игровых персонажей и пользователя в современных компьютерных играх позволяет выделить следующие основные типы:

1. Вражеские. Из проанализированных нами игровых персонажей, 70% исключительно враждебны. Такое распределение объясняется, в первую очередь, основой геймплея большинства видеоигр в выборке – антагонистские отношения просты и редко требуют от персонажей сложных поведенческих моделей, будь то файтинг-игры, шутеры или стратегии реального времени;

2. Контролирующие. Этот тип ролевых моделей также можно назвать подконтрольными. Он представлен в 20% проанализированных ролей игровых персонажей, где последние выполняют приказы игрока. Это могут

быть прямые одномоментные приказы, групповые приказы от игрока к нескольким подконтрольным мобам или заранее прописываемые пользователем последовательности действий. В некоторых случаях (в особенности, в случаях, где персонаж выполняет функцию «компаньона»), персонаж также имеет определенную свободу действий при отсутствии прямых приказов от пользователя и может использовать эту возможность для заботы о себе (восполнение здоровья, поиск аммуниции) или для независимой помощи – например, напарники и члены команд в шутерах и экшн-играх часто переключаются между этими режимами и самостоятельно выбирают цели и позиции для стрельбы (такие персонажи чаще всего обладают визуальными и механическими моделями, схожими с моделью игрока). Нарративные взаимодействия игрока с такими персонажами могут быть дружественными, периодически агрессивными, но чаще всего остаются нейтральными, наподобии отношений командира и подчиненных;

3. Условно дружественные составляют 10% игровых персонажей из выборки. Персонаж также выполняет роль союзника пользователя, но в рамках игрового нарратива является равной независимой фигурой, что механически выражается в отсутствии у пользователя прямого контроля – вместо этого, персонаж оказывает пассивный поддерживающий эффект или оказывает активное содействие случайно или с определенной периодичностью. Такой персонаж подаёт аптечки, открывает двери и т. д., но в нарративе данные действия представляются, как добровольные, а в контексте механик – происходят автоматически;

4. Дружеские отношения составляют менее 1 % выборки. Персонаж механически всё ещё связан с пользователем, иногда может выполнять команды и специализированные определяемые пользователем действия, но в общем случае действует независимо, для достижения разделяемой с игроком, означенной нарративом задачи.

Данное распределение коммуникативных ролей свидетельствует о том, что **подавляющая часть взаимодействий между игроком и персонажами**

**враждебна, а не созидательна или конструктивна.** Такой кажущийся дисбаланс во многом объясняется простотой враждебных отношений с точки зрения технической реализации.

**Однако среди проанализированных нами игр можно отметить и исключения из правил,** особые экзотические взаимоотношения игрока и искусственного интеллекта<sup>147</sup>, которые, несмотря на их почти целиком механическую природу, тем не менее созидательны, кооперативны<sup>148</sup>.

Так, в созданной Фумито Уеда и выпущенной в 2016 году игре «The Last Guardian» разработчик помещает игрока в мир, самостоятельная навигация по которому невозможна в силу огромных масштабов и расстояний. Единственный способ преодоления этих препятствий, а также решения пазлов и борьбы с противниками – посредством построения доверительных отношений между игроком и огромной химерой. С механической точки зрения, химера находится под контролем игрока – игрок даёт команды, проявляет инициативу. Персонаж только может время от времени противиться выполнению заданий для характеристики своенравной личности химеры. При этом физические возможности персонажа в рамках игрового мира во много раз превосходят таковые игрока. Игрок вынужден не просто использовать химеру для достижения целей – он должен полностью полагаться на своего компаньона и без химеры совершенно бессилен. Подобное отсутствие доминирования игрока над персонажем создает особый тип доверительных отношений, продуцирующий эмпатию, формирующий чувство благодарности, ответственности, сострадания.

Другой, заслуживающий особого внимания пример, – игра «ЕСНО» студии «ULTRA» 2017 г. Игра является уникальной комбинацией стелс и пазл-механик. Игрок в ней сражается с копиями своего персонажа – мобами, которые не только механически идентичны персонажу игрока, но и со

---

<sup>147</sup> Шестерин Н. О., Шестерина А. М. О корректности использования термина «искусственный интеллект» в медиасфере // Ученые записки НовГУ имени Ярослава Мудрого. 2020. № 4 (29). С. 1–5.

<sup>148</sup> Шестерин Н. О., Шестерина А. М. Процесс взаимодействия человека и искусственного интеллекта в медиaprостранстве компьютерных игр // Неoфилoлогия. 2022. Т. 8, № 1. С. 128–136.

временем обучаются мимикрировать его действия, стратегии, модели поведения. Игрок, использующий огнестрельное оружие, вскоре обнаружит, что mobs теперь способны возвращать огонь. Если же игрок выбирает скрытный стиль игры и пытается пробраться через игровые локации незамеченным, mobs также начнут копировать эту поведенческую модель. Даже использование игроком условных аптечек (в игре реализованы как восполняющая здоровье еда) будет перенято искусственным интеллектом. Фактически, игроки здесь сами выбирают стиль игры и то, как с ними обращается игровой мир. Они обладают высокой степенью влияния на механику игры, что вначале от них скрыто. Механический геймплей в «ЕСНО» является в определенном смысле уникальным представителем в игровой индустрии: персонажи здесь не только обладают равными игроку способностями, но и в общем равной степенью осведомленности об окружающем мире. Несмотря на то, что взаимоотношения игрока и искусственного интеллекта здесь исключительно враждебны, под конец игры данные персонажи воспринимаются игроком не как враждебные агенты, а как часть игрового мира, своего рода сила природы. Важно подчеркнуть, что в последних уникальных примерах разработчики использовали технологии искусственного интеллекта для придания персонажам определенной независимости от пользователя. Эти примеры показывают, что в целом игровая компьютерная индустрия может развиваться в направлении формирования позитивных коммуникативных моделей неконфликтного рода. Однако развитие это происходит неравномерно в играх разного типа<sup>149</sup>.

**Обнаруживаются корреляции между доминированием коммуникативных ролей и ролевыми моделями персонажей компьютерных игр. Там, где активно проявляются инициативные коммуникативные роли, чаще формируются дружественные или нейтральные ролевые модели. В ситуации же доминирования**

---

<sup>149</sup> Шестерин Н. О. Кризис правового статуса генеративного искусственного интеллекта в медиасфере // Вестник ВГУ. Право. 2024. № 3. С. 57–65.

**стандартных коммуникативных ролей негативное взаимодействие нарастает.** Рискнем предположить, что такая зависимость связана с тем, что в ситуации свободы выбора коммуникативных стратегий игроку проще опираться на конструктивные (дружеские) ролевые модели. Этот вывод, наряду с анализом игр, демонстрирующих отклонение от распространенных шаблонов, позволяет предположить, что мы можем ожидать развитие индустрии компьютерных игр в сторону формирования дружественной коммуникации, что является важным не только в игровом, но и, шире, в медийном и социокультурном аспекте.

Последнее представляется значимым, если учитывать доказанное представление о том, что для игрока компьютерная игра является средством самореализации. По утверждению М. С. Иванова, «интенсивная компьютерная игровая деятельность при определенных условиях может ситуативно повышать у увлекающихся ею людей субъективную оценку достигнутой самореализации»<sup>150</sup>. Объективно ничтожные для первой реальности достижения игрока переживаются психикой как реальные. Это, в свою очередь, способствует принятию коммуникативного поведения, сформированного игровым пространством, и распространению его на другие медийные практики. Так, интерактивность компьютерных игр может способствовать актуализации интерактивной коммуникации в других типах медиа (например, в мультимедийных публикациях). Подобное утверждение подтверждается в исследовании И. Е. Гутмана, который называет компьютерную игру квазиигровым феноменом и утверждает, что «компьютерные игры – образец материала для пропаганды, особенно эффективной по отношению к подрастающему поколению, и одно из средств манипуляции сознанием»<sup>151</sup>.

---

<sup>150</sup> Иванов М. С. Особенности самореализации личности в компьютерной игровой деятельности : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Барнаул, 2005. 23 с.

<sup>151</sup> Гутман И. Е. Указ. соч. С. 16.

### 1.3. Жанровые и сюжетные особенности компьютерных игровых практик как части медиасистемы

Коммуникативные практики могут быть различными в зависимости от жанра компьютерной игры. В исследовании вопроса о жанровых особенностях коммуникации в пределах компьютерных игр мы будем опираться на подходы к определению жанровой системы, предложенные в исследованиях Д. С. Анюшина, А. В. Тимошенко<sup>152</sup>, Т. Х. Кутлалиева<sup>153</sup>, И. Е. Мищенко<sup>154</sup>, Н. И. Николаевой<sup>155</sup>, И. И. Югая<sup>156</sup>. Вслед за Т. Х. Кутлалиевым под жанром компьютерной игры мы будем понимать «совокупность игр, связанных преемственностью традиций и общими формальными характеристиками игровых правил»<sup>157</sup>.

Анализ коммуникативных ролей персонажей и игроков с позиций жанрового подхода позволяет установить ряд закономерностей. Если взять за основу исследования жанровую классификацию, разделяющую игры на три глобальных группы – игры информации, игры действий и игры контроля, – то мы обнаруживаем неравномерное распределение в них стандартных и инициативных ролей<sup>158</sup>.

Так, в **играх информации**, направленных на трансляцию сведений и передачу знаний, можно «жить», отождествляясь с персонажем и развивая его в сформированном разработчиками мире. Это игры в жанрах RPG («Fallout», «Dragon Age: Origins», «Star Wars: KotOR»), puzzle («Braid», «Portal», «Crazy

---

<sup>152</sup> Анюшин Д. С., Тимошенко А. В. Рынок видеоигр в России: история развития, состояние и перспективы // Современные тенденции развития в области экономики и управления. М. : Центр развития научного сотрудничества, 2018. С. 222–227.

<sup>153</sup> Кутлалиев Т. Х. Жанровая типология компьютерных игр: проблема систематизации художественных средств : автореф. дис. ... канд. культурологии. Москва, 2014. 25 с.

<sup>154</sup> Мищенко И. Е. Военные видеоигры: типология и жанровая локализация // Гуманитарные ведомости ТГПУ имени Л.Н. Толстого. 2022. № 2(42). С. 119–131.

<sup>155</sup> Николаев Н. А. Указ. соч.

<sup>156</sup> Югай И. И. Компьютерная игра как жанр художественного творчества на рубеже XXXXI веков : дис. ... канд. искусствоведения. Санкт-Петербург, 2008. 226 с.

<sup>157</sup> Кутлалиев Т. Х. Жанровая типология компьютерных игр: проблема систематизации художественных средств : автореф. дис. ... канд. культурологии. Москва, 2014. С. 8.

<sup>158</sup> Кирилеев А. А. Жанры компьютерных игр // GamesIsArt.ru Компьютерные игры как искусство. URL: <https://gamesisart.ru/TableJanr.html> (дата обращения: 01.09.2024 г.).

Machines»), adventure («Syberia», «Machinarium»), education («Найди пару», «Найди отличия», «Слова из слова», «Эрудит»), test («4 фотки 1 слово», «Кто хочет стать миллионером?», «Поле чудес»), novel («Бесконечное лето», «Рандеву с незнакомкой»), hero («Click Heroes», многие приложения в социальных сетях), tour (открытые миры в больших ролевых играх). Диапазон свободы выбора игрока чрезвычайно широк – от необходимости точно следовать заданному сценарию до полной свободы выбора поведенческой стратегии и коммуникативной модели. **В данном типе игр доминируют контролирующие и условно дружеские ролевые модели (94 % проанализированных игр данного типа).**

В играх действий главное – движения, которые необходимо совершать игроку. Это игры в жанрах MMOFPS (сетевой экшн, например «Counter-Strike», «Overwatch»), survival (выживание, например «Minecraft», «DayZ»), action (боевик, например «Half-Life», «Max Payne»), slasher (сражение, например «Darksiders», «Devil May Cry», «Dark Souls»), battle racing (гонки-сражения, например «World of Tanks», «Ace Combat»), платформер («Super Mario», «Mirror's Edge»), аркада («Pacman», «Bomberman»), шутер («Call of Duty», «House of the Dead»), симулятор («Ил-2 Штурмовик», «Silent Hunter 3»). В таких играх инициативных коммуникативных ролей заметно меньше и, наряду с этим, **обнаруживается доминирование вражеских ролевых моделей (72 % проанализированных игр данного типа).**

В играх контроля усилия игрока направлены на выработку стратегического мышления и умения планировать. Это такие жанры, как RPG («Defense of the Ancients», «League of Legends»), global strategy (глобальная стратегия, например «Endless Space», «Civilization», «Galactic Civilization»), strategy (локальная стратегия, например, «Disciples», «Etherlords»), economic (экономическая стратегия, например «Majesty», «Black & White»), manager (управление бизнесом, например «Tropico», «Stronghold», «Tycoon», «Zoo Empire»), cardgame (карточная ролевая игра, например «Magic: The Gathering», «Heartstone»), logic (логическая игра, например «Пятнашки»,

«Тетрис»), tactic (тактическая игра, например «Commandos», «Silent Storm»), microcontrol (микроконтроль, например «Total War»), build (строительство, например «SimCity», «Minecraft»), life sim (симуляция, например «Говорящий Том», тамагочи). В такого рода играх наблюдается **доминирование инициативных коммуникативных ролей и, на этом фоне, контролирующих и дружеских ролевых моделей (81 % проанализированных компьютерных игр).**

И. И. Югай предлагает выделять два типа компьютерных игр – **повествовательные и неповествовательные**. В первого типа играх коммуникация предполагает вовлечение игрока в сюжет, его погружение в события, развивающиеся внутри игрового пространства. Вовлечение происходит с использованием разных средств. Так, в игре «Red Dead Redemption 2» у игроков появляется возможность погрузиться в уникальный мир Дикого Запада и пережить опыт, который невозможно пережить в первой реальности. Игра же «Cyberpunk 2077» переносит игроков в мир, где будущее встречается с настоящим. А игра «Ведьмак 3: Дикая Охота» и вовсе вовлекает пользователя в несуществующий мир, живущий по своим законам. Эти и практически все другие игры первого типа предлагают игрокам уникальный коммуникативный опыт, который, тем не менее, соотносим с опытом реальной коммуникации. Именно игры этого типа часто становятся сюжетной основой для медиа другого типа или. Напротив, сами выстраиваются с опорой на сюжеты, ставшие популярными в литературе или кинематографе. Транслируемые в этих играх коммуникативные практики воспринимаются игроками и нередко выносятся за пределы игры, формируя определенные формы субкультурного взаимодействия.

Второй тип игр, как правило, не имеет сюжета и направлен на испытание знаний, умений и навыков игроков. Это чрезвычайно разнообразные игры – от «Пасьянс» и «Шахматы» до «Dota 2», «Zombie». В этом типе игр проявляется коммуникация с другими игроками (в случае сетевой игры) или коммуникация

с игровым пространством, подобным пространству первой реальности («Шахматы»).

Несмотря на все разнообразие компьютерных игр как первой, так и второй группы, нам в ходе исследования удалось установить, что в коммуникативном пространстве игры доминируют те же сюжеты, которые проявляют себя во всех типах массовой коммуникации. Вслед за А. М. Шестериной назовем эти сюжеты архетипическими<sup>159</sup>. Как подчеркивает исследователь, такого рода сюжеты мы можем наблюдать как в литературе, театре, живописи, кинематографе, так и в традиционных и новых медиа. Они же являются основой игрового повествования. По мнению И. Е. Гутмана, «виртуальные компьютерные игры апеллируют к архетипам коллективного бессознательного и актуализируют мифологию. В своей виртуальной реальности они репрезентируют архетипы традиционного и архаичного общества»<sup>160</sup>. Остановимся на основных **архетипических сюжетах**, проявляющихся в медиасфере, и проанализируем их присутствие в компьютерных играх:

1. **«Подвиг Прометея»**. В данном сюжете персонаж борется с силой, намного его превосходящей. Цель борьбы по сюжету, как правило, не эгоистична. Пример такой игры – «Star Wars: Knights of the Old Republic» в жанре RPG. Путь джедая в этой игре (персонаж игрока) – это борьба за справедливость с хитрым, сильным и умным противником, проявленным во множестве персонажей. Персонаж игрока может сохранить нейтралитет, но в данном сюжете это непросто. Его миссия – принести пользу сообществу, к которому он принадлежит. Эта миссия практически не эгоистична. Игра формирует коммуникативную модель, в которой личный успех сочетается с успехом команды.

Еще один пример реализации этого сюжета – «Spider-Man: Web of Shadows». Главный персонаж – Человек-паук, – может спасти город от его

---

<sup>159</sup> Шестерина А. М. Модификация архетипических сюжетов в современных аудиовизуальных медиа // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2020. № 2. С. 169–177.

<sup>160</sup> Гутман И. Е. Указ. соч. С. 11.

антагонистов, но для этого он должен преодолеть негатив и вокруг, и внутри самого себя.

Этот тип сюжета чаще всего представлен в таких жанрах компьютерных игр, как «действие» или «ролевая игра», в которых важным является достижение определенной цели.

2. **«Архетип Золушки».** В игре данного типа персонажу, за которого играет пользователь, помогают другие персонажи. Без них достижение игроком цели было бы невозможно. Пример такого сюжета – упомянутая ранее игра «The Last Guardian», в которой без помощи химеры игрок не в состоянии справиться с задачами. В этой игре помощник находится рядом на протяжении всего геймплея. А вот в другой игре – «The Council», – он появляется эпизодически для совершения инициации: таинственный персонаж лорд Мартимер приглашает главного героя на прием, с которого и начинается цепь сюжетных поворотов игры.

3. **«Спящая красавица».** В этом сюжете раскрывается обманная сущность игровых объектов. Игрок узнает «правду» о том или ином персонаже или объекте, а может иногда меняться и сам. Первый вариант мы видим в игре «Гарри Поттер», где персонаж встречается с большим числом головоломок и должен обнаружить скрытые смыслы. Вторым вариантом – основанным на трансформации поведения игрока, – представлен в игре «Detroit: Become Human». Игрок должен действовать сразу в трех сюжетах, развивающихся параллельно, причем в каждом из них он должен играть за нового персонажа, принимать решения и отвечать за последствия. Игра демонстрирует комплексный характер коммуникации, когда каждый из нас может в реальной жизни играть несколько ролей в разных обстоятельствах.

4. **«Систематизация философских категорий».** Здесь игроку предстоит определить, что является добром, а что злом в контексте игры. Пример такого развития сюжета – игра «Fallout», где у игрока всегда есть выбор – играть на стороне добра или зла. Причем проявления и первого, и второго достаточно разнообразны. Игрок может выбрать прохождение игры

без убийств, а может выбрать вариант истребления всего живого, что встретит на своем пути. Так, в варианте «Fallout-3» игрок может уничтожить целый город просто потому, что он портил вид из окна. Разумеется, в такой игре выстраиваемая коммуникативная модель выбирается игроком, и он может попробовать, насколько эффективна та или иная степень агрессии.

Схожий выбор предстоит совершить игроку «Black & White». В этой игре пользователь реализует роль Бога. Он может решать, как поступать с теми, кто выходит из-под повиновения и даже недостаточно почитает его. Игрок может послать на Землю уничтожающую стихию, а может вызвать животворный дождь, который спасет урожай крестьян. В любом случае в этой игре, как и в предыдущей формируется ситуация морального выбора.

Но, пожалуй, ярче всего этот сюжет проявлен в игре «Fable», где персонаж постоянно совершает выбор. Причем результаты этого выбора буквально отражаются на его облике. Если герой тренируется – он становится большим и сильным. Если много ест – становится полным. Персонаж начинает с самых низов общества и в результате достигает либо уровня героя, либо уровня злодея. Сюжет игры – полноценный путь развития личности, на котором каждый выбор имеет последствия. Подобная игра формирует у игрока понимание ответственности за совершенные поступки и взаимосвязи между процессом и результатом.

5. «Плутовство». В этом сюжете доминирует юмористическая составляющая. Пример такого рода игры – «NEXTRP». В этой игре мы обнаруживаем сатирическое отражение российских реалий. Гротескно изображаются плохо отремонтированные дороги, разваливающиеся хрущевки, бюрократический беспредел и тому подобное. Такая визуализация придает игре неповторимую индивидуальностью

По-иному плутовство реализуется в кроссплатформенной браузерной игре «Idle Pokémon», где улыбку вызывают сами герои. У игрока есть возможность собрать коллекцию самых разных покемонов, обладающих иногда неожиданными характеристиками.

Близок к этому сюжет каузальной игры «Мир домовят: три в ряд». В ней нам предлагается погрузиться в мир славянских сказок. Домовенок Кузя познакомит нас с самыми разными объектами этого мира в веселой позитивной атмосфере.

И совершенно иная по сути, но очень забавная игра – «Coat simulator». Здесь игроку предстоит сыграть за одного персонажа – козла. В его задачи будут входить такие опции, как все топтать, бодать, разрушать. Сам процесс выглядит забавно и, как правило, вызывает позитивную реакцию пользователей.

6. **«Приключение».** Это путешествие игрока, в котором перипетии интереснее результата. К такому типу игр относится большая часть песочниц – то есть игр, направленных на модификацию игрового пространства. В этом случае игрок занят созидательной деятельностью, этапы которой важнее результата. Результат порой неизвестен игроку и процесс не воспринимается им как конечный. Наиболее ярким примером такой игры может служить «Minecraft».

Другой пример игры такого рода – это шутер «Prey», где игроку приходится пройти огромное число препятствий в мире будущего. Сами препятствия гораздо важнее для игрока, чем итоговый результат.

Интересно, что в классификации жанров компьютерных игр Т. Х. Кутлалиев выделяет «приключение» в отдельную группу<sup>161</sup> и в описании жанров подчеркивает важную для нас черту: герою игры приходится пройти череду препятствий, которые могут потребовать от него смекалки, ловкости и т. п. Причем сами эти препятствия будут интереснее достижения цели.

7. **«Рок».** В такого типа играх в игровую ситуацию вмешивается случай. Так, например, в игре «Пасьянс» многое зависит от того, как лягут карты.

---

<sup>161</sup> Кутлалиев Т. Х. Жанровая типология компьютерных игр: проблема систематизации художественных средств : автореф. дис. ... канд. культурологии. Москва, 2014. С. 18.

Безусловно, в одной игре сюжеты могут сочетаться. Более того, различные уровни игры могут быть представлены разными сюжетными линиями. Так, в игре «Гарри Поттер» ключевым сюжетом можно считать сюжет «Спящая красавица», поскольку основной задачей игрока становится разоблачение, исследование скрытого. Однако в части эпизодов игры мы наблюдаем игру персонажей в квиддич. И в этих эпизодах, безусловно, доминирует сюжет «приключение».

Вместе с тем, исследование особенностей сюжетов компьютерных игр, несмотря на кажущееся разнообразие, предлагает те же архетипические сюжетные линии, которые проявлены и в современных медиа. По справедливому утверждению А.М. Шестериной, мы можем обнаружить эти архетипические сюжеты и в кинематографе, и на телевидении, и в видеоблогинге. Наше исследование доказывает, что и еще один тип экранной коммуникации – видеоигры – также апеллирует к этим сюжетам.

### **Выводы к Главе 1**

Исследование компьютерных игр в ретроспективе и с позиций современности показало их тесное соприкосновение с коммуникативными практиками вообще и средствами массовой информации в частности. На разных этапах развития компьютерной индустрии игры становились объектом освещения в медиаматериалах, сами заимствовали медийные сюжеты, влияли на развитие актуальных технико-технологических подходов к созданию текста, способствовали развитию определенных коммуникативных практик и закрепляли коммуникативные роли в процессе взаимодействия игрока с пространством игры.

История развития компьютерных игр в контексте медиа позволяет определить несколько направлений взаимодействия и взаимопроникновения игровой компьютерной индустрии и мира массмедиа:

1. компьютерные игры как предмет журналистики;

2. компьютерные игры как субъект влияния на мир медиа (например, сюжеты компьютерных игр переходят в кинематограф и анимацию);
3. компьютерные игры как объект влияния мира медиа (сюжеты фильмов и сериалов влияют на архитектуру компьютерных игры);
4. компьютерные игры как платформа для развития технологий, востребованных впоследствии в мире массмедиа (паралакс-эффект, эволюция в сфере графики и т.д.);
5. компьютерные игры как среда создания образов, распространяемых впоследствии в медиа («пасхалки», персонажи);
6. среда игроков как сфера формирования комьюнити, оказывающего воздействие на формирование целевой аудитории медиа компьютерной тематической направленности.

При этом наблюдается не только тематическое, но и сюжетное пересечение компьютерных игр с полем медиа на всех этапах их развития и во всех сформированных к данному периоду жанровых формах. В ходе исследования нами установлены примеры заимствования сюжетов компьютерных игр, а также тот потенциал воздействия на медиасистему, который стал заметен уже на заре формирования игровой индустрии. Важным нам представляется и тот факт, что, будучи частью медиасистемы, компьютерные игры опираются на свойственные ей структуры в части сюжетопостроения. Так, их разработчики воспроизводят те же архетипические сюжеты, которые свойственны медиа и культуре в целом.

## **ГЛАВА 2 ВЛИЯНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР НА РАЗВИТИЕ МЕДИАСФЕРЫ**

История развития и вариатизации компьютерных игр демонстрирует нам значимость их позиции в контексте медиасистемы в целом. Как подчеркивает в своем исследовании И. Е. Гутман, «компьютерные игры дают возможность проследить зарождение и развитие новых механизмов современной культуры и их взаимовлияние с иными культурными областями»<sup>162</sup>. В данной главе мы рассмотрим характер влияния развития игровых компьютерных технологий на изменение медиаландшафта, изучим особенности воздействия компьютерных игр на медиасферу как с формальной, так и с содержательной точки зрения, оценим особенности процесса обращения к игровым практикам как к объекту медиаинформирования.

### **2.1. Влияние компьютерных игр на процесс содержательной трансформации медиасистемы**

Видеоигры в последние десятилетия заняли прочное место в массовой культуре, становясь не только инструментом развлечения, но и полноценным видом искусства, способным передавать сложные эмоции, глубокие сюжеты и уникальный визуальный стиль. Сегодня видеоигры конкурируют с кино и литературой за внимание аудитории, предлагая интерактивный опыт, который вовлекает миллионы игроков по всему миру. Это естественным образом привело к возникновению нового феномена в киноиндустрии – экранизации видеоигр.

---

<sup>162</sup> Гутман И. Е. Указ. соч. С. 11.

### 2.1.1. Компьютерные игры в кинематографе

Рост интереса к экранизациям видеоигр объясняется не только их популярностью среди аудитории, но и желанием режиссеров и продюсеров трансформировать многогранные игровые миры в кинематографические произведения. Трансмедийные проекты<sup>163</sup> пользуются популярностью у аудитории, и компьютерные игры нередко становятся их значимым компонентом. Однако процесс адаптации игровых материалов сталкивается с рядом сложностей. Видеоигры, будучи интерактивным медиумом, создают уникальные эмоциональные связи с игроками, которые порой трудно воспроизвести в кино. Кроме того, попытки сохранить баланс между каноничностью оригинала и необходимостью внести изменения для восприятия аудиторией часто вызывают споры среди зрителей.

Эта проблематика делает экранизации видеоигр особенно интересным объектом изучения. Тема актуальна не только для понимания культурных процессов, но и для анализа новых подходов к адаптации произведений искусства.

Популярность экранизаций видеоигр стремительно растет. Кинематограф становится площадкой для сохранения игровых вселенных и расширения их аудитории. Успешные проекты, такие как «Warcraft» и «Sonic», привлекают как фанатов игр, так и зрителей, незнакомых с оригиналами. Такие фильмы оказывают значительное влияние на популяризацию игровых франшиз, одновременно стимулируя создание новых экранизаций.

Современные тенденции в киноплощени видеоигр демонстрируют, что этот жанр переживает период активного развития. Производственные компании осознают необходимость учитывать запросы фанатов, при этом не отказываясь от художественных инноваций. В частности, анимационные

---

<sup>163</sup> Moloney K. Multimedia, Crossmedia, Transmedia... What's in a name? URL: <https://transmediajournalism.org/2014/04/21/multimedia-crossmedia-transmedia-whats-in-a-name/> (дата обращения: 01.11.2024).

фильмы, такие как «Final Fantasy» и «Resident Evil», доказывают, что игровые адаптации могут быть успешными и в этом формате.

Перспективы развития жанра связаны с технологическим прогрессом и ростом популярности стриминговых платформ, таких как «Netflix» и «Amazon Prime». Эти платформы дают возможность расширить рамки традиционного кинопроизводства, предлагая больше пространства для экспериментов с форматом и содержанием экранизаций.

Первые экранизации видеоигр, появившиеся в 1990-х годах, столкнулись с рядом значительных проблем, обусловленных как техническими, так и творческими аспектами. Одной из ключевых трудностей было **перенесение интерактивного опыта игры в линейное повествование кинофильма**. Видеоигры предоставляют игрокам возможность влиять на развитие сюжета и взаимодействовать с миром, что создает глубокую эмоциональную связь. В кино же зритель остается пассивным наблюдателем, что затрудняет передачу той же степени вовлеченности. Кроме того, многие ранние видеоигры отличались простым сюжетом и минимальной проработкой персонажей. Это усложняло задачу сценаристов и режиссеров, стремившихся создать полноценную кинематографическую историю. Финансовые ограничения также играли значительную роль. Многие студии не были готовы выделять крупные бюджеты на экранизации видеоигр, считая их рискованными проектами. Это приводило к недостаточному качеству спецэффектов и постановки, что негативно сказывалось на восприятии фильмов зрителями<sup>164</sup>.

Отсутствие опыта у кинематографистов в работе с игровым материалом приводило к неверной интерпретации оригинала. Режиссеры и сценаристы часто не учитывали ожидания фанатов, что вызывало негативную реакцию аудитории. Таким образом, ранние экранизации видеоигр служат примером того, как важно учитывать специфику исходного материала и потребности целевой аудитории при адаптации игр для большого экрана.

---

<sup>164</sup> Макнил С. Hey! Listen! Путешествие по золотому веку видеоигр. М. : Бомбора, 2020. 368 с.

Первые попытки адаптации видеоигр в кино относятся к началу 1990-х годов во-многом потому, что именно в это время индустрия видеоигр начала набирать значительную популярность, привлекая внимание кинематографистов. Одной из первых экранизаций стала лента «Супербратья Марио» (1993), основанная на культовой серии игр от «Nintendo». Название картины дублирует название видеоигры 1985 года «Super Mario Bros». Есть в фильме немало и других формальных отсылок к игре – как визуальных, так и аудиальных. На звуковом уровне отметим, что фильм открывается оригинальным саундтреком из игры, а на протяжении всего фильма зритель слышит звуки, которые издает компьютер во время игры. Эти звуки символизируют, что главный герой взял дополнительную жизнь. На визуальном уровне мы видим снаряды для реактивных ботинок, которые визуально идентичны Пуле Билла из игры, а маленький динозавр Йоши стреляет языком так же, как и в игровом пространстве. Фильм, несмотря на участие известных актеров, таких как Боб Хоскинс и Джон Легуизамо, не смог достичь коммерческого успеха и получил смешанные отзывы критиков. Однако именно этот фильм вошел в «Книгу рекордов Гиннеса» как первый художественный фильм, построенный на основе видеоигры<sup>165</sup>.

В 1994 году вышла экранизация популярной игры «Street Fighter» режиссера Стивена де Суза с Жан-Клодом Ван Даммом в главной роли. Фильм также не оправдал ожиданий, столкнувшись с критикой за слабый сценарий и отступление от оригинального материала.

В 1995 году на экраны вышел фильм «Mortal Kombat» («Смертельная битва»), основанный на одноименной серии файтингов (боевиков). Режиссер Пол Андерсон сумел создать атмосферу, близкую к оригинальной игре, что позволило фильму получить положительные отзывы и коммерческий успех. Сюжетно фильм опирался на первую игру «Mortal Kombat» (1992 г.), но включал ряд сюжетных поворотов и персонажей из игры «Mortal Kombat II».

---

<sup>165</sup> Guinness World Records Gamer's Edition. URL: <https://web.archive.org/web/20080405020333/http://gamers.guinnessworldrecords.com/records/nintendo.aspx> (дата обращения: 07.08.2024).

Этот проект стал одним из первых примеров удачной адаптации видеоигры в кино<sup>166</sup>.

Эти ранние экранизации продемонстрировали как потенциал, так и сложности переноса видеоигр на большой экран. Ключевыми проблемами стали необходимость сохранения духа оригинала при адаптации сюжета и персонажей, а также удовлетворение ожиданий как фанатов игр, так и широкой аудитории. Одной из ключевых проблем стала проблема ухода от интерактивного взаимодействия игрока с пространством, в котором разворачивается действие. Опыт первых попыток экранизации видеоигр стал основой для дальнейшего развития этого направления в кинематографе.

Влияние игровых механик на киноязык стало заметным с ростом популярности видеоигр и их интеграции в массовую культуру. Игровые механики, определяющие взаимодействие игрока с виртуальным миром, начали оказывать влияние на кинематограф, особенно в экранизациях видеоигр.

Одним из ярких примеров является **использование динамичных ракурсов и движений камеры, характерных для видеоигр, в фильмах**. В экранизации «Assassin's Creed» (2016) режиссер Джастин Курзель применил технику «прыжка веры», где камера следует за персонажем в свободном падении, что создает эффект присутствия и погружения, аналогичный игровому опыту. Этот фильм привлек внимание зрителя именно тем, то во многом подражал игре. Исполнительный директор компании Ubisoft Ален Корр так оворил о целях производства фильма: «Мы не заработаем много денег на фильме «Кредо убийцы». /.../ Его цель – познакомить как можно больше людей с нашей игрой»<sup>167</sup>. Таким образом, фильм стал хорошим маркетинговым ходом и мощным рекламным инструментом, привлечшим значительное число пользователей к игре.

---

<sup>166</sup> 15 Best Video Game Movies Ranked – Top Films Based on Gaming Franchises Ever Made. URL: <https://www.esquire.com/lifestyle/g27664881/best-video-game-movies/> (дата обращения: 01.08.2024); Шрейер Дж. Кровь, пот и пиксели: Обратная сторона индустрии видеоигр. М. : Эксмо, 2018. 352 с.

<sup>167</sup> Шорохова Т. Прыжок веры: как создавался фильм «Кредо убийцы» // Кинопоиск. URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/2874796/> (дата обращения: 01.08.2024).

Важно отметить и то, что с развитием экранизаций компьютерных игр в фильмах начали использовать элементы интерфейса, такие как **отображение статистики персонажей или индикаторов здоровья**. В фильме «Doom» (2005 г.) режиссер Анджей Бартковяк включил сцену от первого лица, имитирующую игровой процесс и представляющую зрителю происходящее глазами Демона, который бежит через лабораторию, наполненную монстрами. Это стало новаторским решением для того времени<sup>168</sup>, однако позже было заимствовано аудиовизуальными медиа и активно использовалось в видеоблогинге. Действие картины разворачивается в 2045 году на Марсе, где группа космического спецназа отправляется на научную станцию Олдуай после получения сигнала бедствия. Там они сталкиваются с мутантами, результатом неудачных экспериментов. Анджей Бартковяк постарался сохранить динамику и напряжение оригинальной игры, однако фильм получил смешанные отзывы критиков и зрителей, отмечавших отступление от сюжета игры и недостаточную глубину персонажей<sup>169</sup>.

«Silent Hill», вышедший в 2006 году, является адаптацией одноименной серии психологических хоррор-игр от «Konami». Режиссер Кристоф Ганс стремился максимально точно передать атмосферу игры, уделяя особое внимание **визуальному стилю и звуковому сопровождению**. Сюжет фильма следует за Роуз, которая отправляется в таинственный город Сайлент Хилл в поисках своей пропавшей дочери Шэрон. Картина получила положительные отзывы за визуальные эффекты и верность оригиналу, однако некоторые критики отмечали сложность сюжета и недостаточную проработку персонажей.

Обе эти экранизации демонстрируют стремление кинематографистов перенести уникальные элементы видеоигр в киноформат, сталкиваясь при этом с вызовами, связанными с адаптацией интерактивного опыта в линейное повествование. Несмотря на разную степень успеха, «Doom» и «Silent Hill»

---

<sup>168</sup> Кушнер Д. Повелители Doom: Как два парня создали культовый шутер и раскатали индустрию видеоигр. М. : Бомбора, 2019. 320 с.

<sup>169</sup> Василенко И. Индустрия видеоигр: Эволюция миров и технологий. М. : АСТ, 2023. 288 с.

остаются значимыми примерами фантастических экранизаций, отражающих взаимодействие между игровой и киноиндустрией.

Фэнтезийные адаптации видеоигр, такие как «Warcraft» и «Принц Персии: Пески времени», представляют собой попытки перенести богатые игровые вселенные на большой экран, сочетая элементы приключений, магии и эпических сражений<sup>170</sup>.

Фильм «Warcraft», выпущенный в 2016 году, основан на популярной серии стратегических игр от компании «Blizzard Entertainment». Режиссер Дункан Джонс стремился сохранить дух оригинала, представив зрителям историю первых контактов между людьми и орками в мире Азерот. Картина выделяется масштабными батальными сценами и детальной проработкой визуальных эффектов, что позволило создать впечатляющий фэнтезийный мир. Несмотря на смешанные отзывы критиков, фильм получил положительную оценку от фанатов игры и собрал значительную кассу, особенно в международном прокате.

«Принц Персии: Пески времени», вышедший в 2010 году, является экранизацией одноименной игры от «Ubisoft». Режиссер Майк Ньюэлл представил историю принца Дастана, который, объединившись с принцессой Таминой, стремится предотвратить катастрофу, способную уничтожить мир. Фильм сочетает элементы приключенческого боевика с фэнтезийными мотивами, включая магический кинжал, способный управлять временем. Картина получила положительные отзывы за динамичные экшен-сцены и визуальные эффекты, однако некоторые критики отмечали отступление от сюжета оригинальной игры.

Обе эти адаптации демонстрируют стремление кинематографистов сохранить ключевые элементы оригинальных игр, предлагая зрителям захватывающие истории в фэнтезийных мирах. Успех этих фильмов

---

<sup>170</sup> Holms D. A Mind Forever Voyaging: A History of Storytelling in Video Games. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2012. 248 p. URL: <https://www.amazon.com/Mind-Forever-Voyaging-History-Storytelling/dp/1480005754#> (дата обращения: 02.11.2023).

свидетельствует о потенциале фэнтезийных экранизаций видеоигр в современном кинематографе.

В целом игровые механики существенно обогатили киноязык, привнеся новые приемы и подходы к визуальному повествованию, что позволило создавать более динамичные и интерактивные фильмы, способные глубже вовлекать зрителя.

Можно говорить и о влиянии **нелинейного повествования**, характерного для видеоигр, на структуру фильмов. Так, в «Бегущем по лезвию 2049» (2017) режиссер Дени Вильнёв использовал многослойное повествование с возможностью различных интерпретаций, что отражает сложность и глубину сюжетов современных видеоигр.

**Анимационные фильмы**, основанные на видеоиграх, представляют собой уникальный способ переноса интерактивных миров на экран, сохраняя при этом визуальный стиль и атмосферу оригинала. Среди наиболее известных примеров таких адаптаций выделяются серии «Final Fantasy» и «Resident Evil».

Франшиза «Final Fantasy» от компании «Square Enix» известна своими глубокими сюжетами и проработанными персонажами. В 2001 году был выпущен полнометражный анимационный фильм «Последняя фантазия: Духи внутри» («Final Fantasy: The Spirits Within»), ставший одним из первых проектов, полностью созданных с использованием компьютерной графики. Режиссером выступил Хиронобу Сакагути, создатель оригинальной серии игр. Фильм получил признание за инновационные визуальные эффекты, однако его сюжет не был напрямую связан с какой-либо из игр серии, что вызвало смешанные отзывы среди фанатов.

В 2005 году вышел фильм «Последняя фантазия VII: Дети пришествия» (Final Fantasy VII: Advent Children), являющийся прямым продолжением событий игры «Final Fantasy VII». Режиссером стал Такэси Нодзуэ. Картина получила положительные отзывы за верность оригиналу и высокое качество анимации, укрепив позиции анимационных адаптаций в индустрии.

Серия «Resident Evil» от «Capcom» также была адаптирована в формате анимационных фильмов. Первым из них стал «Обитель зла: Вырождение» («Resident Evil: Degeneration») 2008 года, режиссером которого выступил Макото Камия. Фильм получил положительные отзывы за сохранение атмосферы игры и развитие сюжета, связанного с событиями игровой серии.

В 2012 году вышел «Обитель зла: Проклятие» («Resident Evil: Damnation»), также режиссированный Макото Камия. Фильм продолжил традицию качественных анимационных адаптаций, предлагая зрителям новую историю с участием знакомых персонажей.

Эти анимационные фильмы демонстрируют успешные попытки переноса сложных игровых миров на экран, сохраняя при этом ключевые элементы оригинала и предлагая зрителям новые истории в знакомых вселенных<sup>171</sup>.

Видеоигры существенно повлияли на развитие визуальных эффектов и графики в кинематографе, способствуя внедрению новых технологий и подходов к созданию зрелищных сцен. **С начала 2000-х годов игровые движки, такие как «Unreal Engine» и «Unity», стали использоваться не только в разработке игр, но и в производстве фильмов, позволяя создавать реалистичные виртуальные миры и персонажей.**

Примером такого влияния является **использование технологии захвата движения (motion capture)**, широко применяемой в видеоиграх для создания анимации персонажей. В фильме «Аватар» (2009) режиссер Джеймс Кэмерон использовал эту технологию для оживления на экране инопланетных существ, что стало революционным шагом в киноиндустрии<sup>172</sup>.

Видеоигры способствовали развитию **технологий рендеринга** (получения изображения с помощью компьютерной программы) в реальном времени, что позволило создавать визуальные эффекты с высокой степенью детализации и реализма<sup>173</sup>. Это нашло отражение в фильмах, где

---

<sup>171</sup> Lendino J. Adventure: The Atari 2600 at the Dawn of Console Gaming. Steel Gear Press, 2018. 278 p.

<sup>172</sup> Кэмерон Дж. Аватар: Создание фильма. М. : Эксмо, 2010. 272 с.

<sup>173</sup> Schell J. The Art of Game Design: A Book of Lenses. CRC Press, 2008. 512 p.

компьютерная графика стала неотъемлемой частью повествования, как, например, в серии «Трансформеры», где CGI-технологии (генераторы трехмерных изображений) использовались для создания сложных трансформаций роботов. Эта же технология использовалась и на телевидении, а также в новых аудиовизуальных медиа.

Взаимодействие между индустриями видеоигр и кино привело к взаимному обогащению и развитию технологий визуальных эффектов, расширяя возможности кинематографистов в создании впечатляющих и реалистичных миров на экране и предлагая новые ресурсы для аудиовизуальных медиа.

Влияние видеоигр на кинематограф проявляется не только в визуальных эффектах, но и в **использовании игровой динамики** при создании фильмов. Игровая динамика, характеризующаяся интерактивностью, нелинейностью повествования и активным участием пользователя, вдохновляет режиссеров на внедрение новых приемов в киноязык. Одним из ярких примеров является фильм ризомного типа «Все сложно. Такие дела», где зритель может реагировать на происходящее, кликая и выбирая определенные реакции.

Интеграция элементов игровой динамики в кинематограф позволяет создавать более глубокие и интерактивные фильмы, способные глубже вовлекать зрителя и расширять границы традиционного киноискусства.

**Формирование фанатских сообществ** вокруг видеоигр и их экранизаций стало значимым явлением в современной культуре. Эти сообщества объединяют поклонников, которые активно обсуждают, анализируют и создают контент, связанный с любимыми играми и фильмами.

Одним из ярких примеров является сообщество поклонников серии игр «Warcraft» и ее экранизации, выпущенной в 2016 году. Фанаты организовывали тематические мероприятия, косплей-фестивали и онлайн-дискуссии, способствуя популяризации как игры, так и фильма.

Аналогично, после выхода фильма «Принц Персии: Пески времени» в 2010 году, основанного на одноименной игре, сформировалось активное

сообщество, обсуждавшее как достоинства, так и недостатки адаптации. Фанаты создавали фан-арт, писали рецензии и делились своими впечатлениями на форумах и в социальных сетях.

Эти сообщества играют важную роль в поддержании интереса к франшизам, влияя на решения разработчиков и кинематографистов. Они также способствуют распространению информации и привлекают новых поклонников, расширяя аудиторию и укрепляя позиции брендов на рынке.

Интеграция технологий, разработанных в игровой индустрии, также влияет на создание виртуальных съемочных площадок. Примером является **использование игрового движка «Unreal Engine» в сериале «Мандалорец» (2020 г.)**. Движок позволил создать реалистичные фоны и окружающую среду в реальном времени, минимизировав необходимость съемок на натуре. Эта технология не только ускоряет процесс производства, но и делает его более экономичным, что привлекает режиссеров и продюсеров к адаптации видеоигровых технологий.

Видеоигры оказывают влияние и на **процесс разработки персонажей в фильмах**. Современные технологии позволяют сканировать реальных актеров и интегрировать их в цифровую среду, сохраняя мельчайшие детали выражения лица и движений. Это можно наблюдать в фильмах «Marvel», где многие персонажи, такие как Халк или Танос, оживают благодаря технологиям motion capture, изначально разработанным для игр.

**Элементы геймификации** начинают проникать в кино. Некоторые режиссеры используют подходы из игр, чтобы включить зрителя в активное взаимодействие с сюжетом. Фильмы с нелинейным развитием событий, такие как «Черное зеркало: Брандашмыг» (2018 г.), показывают, как можно вовлечь аудиторию в выбор и влияние на развитие истории. Такие эксперименты вдохновлены механиками интерактивных видеоигр.

**Видеоигры способствуют не только технологическому прогрессу, но и вдохновляют на создание уникальных художественных стилей.** Анимационные фильмы, такие как «Человек-паук: Через вселенные» (2018 г.),

используют стиль, вдохновленный графикой игр, включая **нарочитую пикселизацию, «мультияшность» и наложение текстур**. Такой подход делает визуальный ряд более запоминающимся и свежим, что усиливает общее впечатление от картины.

Мировые премьеры экранизаций видеоигр также стали значимыми культурными событиями. Такие фильмы часто сопровождаются специальными акциями, мерчандайзингом и интеграцией с игровыми платформами. Например, перед выходом «Кредо убийцы» (2016 г.) Ubisoft выпустила ограниченные игровые дополнения, что создало дополнительный интерес к фильму. Это показывает, как тесно связаны индустрии кино и видеоигр, формируя уникальные возможности для маркетинга и взаимодействия с аудиторией.

Фильм «Warcraft», выпущенный в 2016 году, стал одной из самых обсуждаемых экранизаций видеоигр, привлекая внимание как поклонников оригинальной серии, так и широкой аудитории. Реакция фанатов была в целом положительной. Режиссер Дункан Джонс стремился передать конфликт между людьми и орками, сохраняя ключевые аспекты истории, известной фанатам. Создание визуальной части фильма заняло несколько лет, а технология захвата движения использовалась для воспроизведения орков, включая их мимику. Этот процесс позволил актерам, таким как Тоби Кеббелл, передать эмоциональную глубину своим персонажам, несмотря на полностью цифровую природу образов.

Фильм «Соник в кино» (2020 г.) стал ярким примером успешной экранизации видеоигры, сумевшей сохранить дух оригинала и привлечь новую аудиторию. Изначально проект столкнулся с критикой фанатов из-за дизайна главного героя, что побудило создателей пересмотреть визуальный облик Соника. В результате фильм получил положительные отзывы за верность оригинальной игре, динамичный сюжет и харизматичных персонажей. «Соник в кино» продемонстрировал, что внимательное отношение к исходному материалу и отзывам фанатов может привести к

созданию успешной экранизации, способной привлечь как давних поклонников, так и новых зрителей.

Так, мультфильм «Angry Birds в кино», выпущенный в 2016 году, представляет собой успешную адаптацию популярной мобильной игры для семейной аудитории. Создатели фильма сумели сохранить основные элементы оригинала, такие как яркие персонажи и динамичный сюжет, при этом расширив вселенную игры и добавив новые сюжетные линии. Фильм получил положительные отзывы за юмор, доступный как детям, так и взрослым, а также за качественную анимацию и музыкальное сопровождение.

Однако можно говорить и о том, что далеко не все примеры экранизации видеоигр в равной степени удачны. Нередко сопротивление аудитории бывает связано с изменением сюжета. Так, упоминавшийся ранее фильм «Doom» вызвал критику зрителей в связи со значительными отступлениями от оригинального материала. И одним из ключевых аспектов, вызвавших недовольство, стало именно изменение сюжета. Вместо демонических существ из игры в фильме представлены мутанты, возникшие в результате генетических экспериментов. Это изменение лишило картину характерной для игры атмосферы ужаса и сверхъестественного.

Другой пример. Фильм «Assassin's Creed» был одной из самых ожидаемых экранизаций видеоигр, однако, несмотря на высокий потенциал и звездный состав, картина не оправдала ожиданий широкой аудитории в основном из-за отступлений от игры. Хотя создатели стремились сохранить ключевые элементы оригинала, такие как концепция «Анимуса» и противостояние ассасинов и тамплиеров, сюжетная линия и развитие персонажей не смогли передать глубину и атмосферу игровой серии. «Assassin's Creed» стал примером экранизации, которая, несмотря на высокий потенциал и преданную фанатскую базу, не смогла удовлетворить ожидания аудитории и критиков, что подчеркивает сложность переноса сложных игровых вселенных на большой экран.

Фильм «Охотник на монстров» («Monster Hunter»), выпущенный в 2020 году, является экранизацией популярной серии видеоигр от компании «Capcom». Несмотря на ожидания поклонников, картина столкнулась с рядом проблем в восприятии зрителями. Одной из основных претензий стало значительное отклонение от оригинального сюжета и атмосферы игры. Многие фанаты отметили, что фильм не смог передать уникальный дух и глубину вселенной «Monster Hunter», что привело к разочарованию среди преданных поклонников серии.

Проблема с адаптацией видеоигр, таких как «Doom», «Assassin's Creed» и «Monster Hunter», кроется в их неспособности найти баланс между сохранением оригинального материала и необходимостью привлечь новую аудиторию. В случае с «Doom» критики и зрители отмечали, что удаление элементов сверхъестественного, характерного для оригинальной игры, лишило фильм его уникальной атмосферы, которая могла бы сделать его более интересным для преданных фанатов.

Фильмы вроде «Monster Hunter» сталкивались с трудностями из-за сложной игровой вселенной, насыщенной деталями. Вместо создания логически завершенной истории, понятной даже неподготовленному зрителю, создатели фильма предложили пересказ сюжета игры, который оказался недостаточно проработанным для кинематографического формата. Эта проблема подчеркивает важность адаптации материала не только для фанатов, но и для широкой аудитории.

Провалы таких проектов часто связаны с недостаточной проработкой сценариев. Например, «Monster Hunter» мог бы предложить более глубокую связь между персонажами или лучшее раскрытие их мотивации, что усилило бы вовлеченность зрителей. Вместо этого акцент был сделан на зрелищных битвах с монстрами, которые, хотя и впечатляли визуально, не компенсировали слабости повествования.

Еще одним фактором, влияющим на успех экранизаций, является неудачный выбор целевой аудитории. «Assassin's Creed» пытался

удовлетворить как давних поклонников игры, так и новых зрителей, но в итоге фильм не смог полностью угодить ни тем, ни другим. Это подчеркивает необходимость четкой стратегии позиционирования фильмов, основанных на видеоиграх.

Сегодня влияние видеоигр на мир кино очевидно. Стриминговые платформы существенно изменили подход к экранизациям видеоигр, предоставив новые возможности для их создания и распространения. Благодаря таким сервисам, как «Netflix», «Amazon Prime Video» и «НВО Max», адаптации игр получили более широкий доступ к аудитории и разнообразие форматов.

Одним из ярких примеров является сериал «Ведьмак», выпущенный «Netflix» в 2019 году. Хотя он основан на литературном первоисточнике, популярность одноименной серии видеоигр способствовала привлечению широкой аудитории. Сериал получил положительные отзывы и был продлен на несколько сезонов, что свидетельствует о высоком интересе зрителей.

Стриминговые сервисы также позволяют создавать более рискованные и экспериментальные проекты, которые могли бы не получить финансирование в традиционной киноиндустрии. Например, анимационный сериал «Кастлвания», основанный на серии игр от «Konami», был выпущен «Netflix» в 2017 году и получил высокие оценки критиков и зрителей.

**Стриминговые платформы предоставляют возможность для более глубокого погружения в миры видеоигр через сериалы, мини-сериалы и документальные проекты, что позволяет более полно раскрыть сюжетные линии и персонажей. Это способствует удовлетворению запросов как преданных фанатов, так и новой аудитории, заинтересованной в качественном контенте.**

В последние годы наблюдается значительный рост интереса к анимационным адаптациям видеоигр. Этот тренд обусловлен несколькими факторами, включая технологические достижения, расширение аудитории и стремление к более точной передаче оригинального материала.

Анимационные адаптации позволяют более гибко и точно передать визуальный стиль и атмосферу оригинальных игр. Кроме того, они предоставляют возможность глубже раскрыть сюжетные линии и персонажей, что особенно важно для сложных игровых вселенных. Стриминговые сервисы, такие как «Netflix» и «Amazon Prime Video», активно инвестируют в производство анимационных сериалов по мотивам видеоигр, что способствует увеличению их количества и разнообразия. Это также позволяет привлекать новую аудиторию, не знакомую с оригинальными играми, и расширять фанатскую базу. Рост интереса к анимационным адаптациям видеоигр отражает стремление индустрии к более качественному и точному переносу игровых миров на экраны, удовлетворяя запросы как преданных поклонников, так и новых зрителей.

Сегодня кинематограф активно обращается к популярным видеоиграм, стремясь адаптировать их для большого экрана. Одними из наиболее ожидаемых проектов стали фильмы «Uncharted» и «Minecraft», каждый из которых представляет уникальные вызовы и перспективы для индустрии.

Фильм «Uncharted», основанный на одноименной серии игр от студии Naughty Dog, вышел в российский прокат 10 февраля 2022 года. Главную роль молодого искателя приключений Нейтана Дрейка исполнил Том Холланд, а его наставника Виктора «Салли» Салливана сыграл Марк Уолберг. Коммерческий успех картины подтвердил интерес аудитории к подобным экранизациям.

Другим значимым проектом является предстоящий фильм «Minecraft», основанный на культовой игре от «Mojang Studios». Премьера запланирована на 4 апреля 2025 года. Режиссером выступает Джаред Хесс, известный по фильмам «Наполеон Динамит» и «Начо Либре». В главных ролях заявлены Джейсон Момоа и Джек Блэк, что привлекает внимание широкой аудитории. Сюжет фильма пока держится в секрете, однако ожидается, что он сохранит уникальный стиль и атмосферу оригинальной игры, сочетая элементы приключения и фантастики.

Экранизации видеоигр на стриминговых платформах дают возможность экспериментировать с форматами повествования. Вместо традиционных полнометражных фильмов, которые ограничены по времени, сериалы позволяют глубже раскрыть миры и персонажей. Например, «Аркейн» (2021 г.), основанный на игре «League of Legends», представляет собой анимационный сериал, который подробно исследует историю героев и конфликты, ранее только намеченные в игре. Сериал получил премию «Эмми» за выдающуюся анимационную программу, что подтверждает качество и популярность таких проектов.

Инвестиции стриминговых гигантов также способствуют улучшению качества анимации. Технологии, используемые в производстве, позволяют создавать визуально впечатляющие адаптации, которые соответствуют эстетике оригинальных игр. В сериале «Dota: Dragon's Blood», выпущенном «Netflix» в 2021 году, была использована смесь традиционной анимации и компьютерной графики, что дало возможность передать эпичность сражений и сложность мира игры.

**Появление платформ, готовых рисковать с нестандартными проектами,** также способствует созданию документальных фильмов о видеоиграх. Такие проекты, как «High Score» (Netflix, 2020), рассказывают об истории игр, их влиянии на индустрию и культуре. Этот жанр помогает лучше понять, почему видеоигры стали важной частью современной медиаиндустрии.

С учетом растущей популярности видеоигр и доступности стриминговых платформ, их сотрудничество продолжает открывать новые горизонты. Ожидается, что в будущем аудитория сможет увидеть не только адаптации существующих игр, но и проекты, вдохновленные их механиками и стилем, что укрепит позиции видеоигр как источника вдохновения для кино и телевидения.

Пересечение игровой индустрии с такими традиционными формами медиа, как кино и телевидение, привело к появлению множества адаптаций: от

фильмов блокбастеров до мультсериалов. Такие франшизы, как «Resident Evil», «Tomb Raider» и «Assassin's Creed», успешно перешли с консолей в кинотеатры, часто принося создателям огромные кассовые сборы. Более того, успешные адаптации видеоигр привели к возобновлению интереса к сторителлингу в обеих сферах (игры и кино). Разработчики фильмов все чаще признают потенциал сюжета, заложенного в играх, что приводит к созданию более привлекательного для широкой аудитории материала. Например, адаптация «Ведьмака» от Netix получила признание критиков за соответствие сюжета сериала игре и расширение ее увлекательной вселенной. Очевидно, что кино и телевидение также начали влиять на разработку видеоигр. Интеграция кинематографических приемов в игровой дизайн привела к появлению визуально приятных игр, которые предлагают игрокам интерфейс, как в известных голливудских фильмах. Игры наподобие «The Last of Us» и «God of War» демонстрируют эту тенденцию, заключая в себе захватывающие сюжеты с высокой по качеству картинкой, тем самым, стирая границы между интерактивными развлечениями и традиционным повествованием.

### **2.1.2. Компьютерные игры в журнальной периодике**

Являясь частью медиасистемы, компьютерные игры оказывают на нее значительное влияние. Так, они являются объектом не только для кинематографа. Но и для других типов медиа – традиционных и новых. Аудиовизуальная природа компьютерных игр как предмета повествования сделала их популярными, прежде всего, для прессы и телевидения в их традиционном понимании, а также для видеоблогинга, мультимедийных и трансмедийных проектов в сфере новых медиа. Рассмотрим подробнее тот сектор медиа, который посвящен компьютерным играм.

В основу нашего подхода к исследованию практики освещения видеоигр мы положим разработанную в ходе масштабного междисциплинарного

исследования игр Б. Саттон-Смитом классификацию **способов повествования об игре**<sup>174</sup>. Каждый из этих способов основан на определенном восприятии игрового процесса и его эффектов:

1. **Риторика прогресса.** В этом подходе игра оценивается как своего рода «репетиция» взрослой жизни, инструмент социализации или адаптации к новым условиям. При таком описании игра получает в целом позитивную оценку, однако чрезмерное увлечение ею со стороны взрослого человека воспринимается как признак инфантилизма.

2. **Риторика судьбы.** Подобный подход основан на представлении об игре как о «пространстве фортуны», где игрок получает шанс на удачу. Такая оценка во-многом опирается на магическую парадигму мышления<sup>175</sup>, для которой характерен синкретизм и вера в проведение. В этом случае игра может оцениваться как пространство гедонистического риска, возможность снять напряжение и получить разрядку.

3. **Риторика силы.** Такой подход рассматривает игру как поле борьбы. Конфликтного взаимодействия, где главное – победа как средство достижения власти. Стремление игрока к доминированию над партнерами по игре или самим игровым пространством формирует иллюзию контроля. Игра в таком случае может оцениваться как социально одобряемая форма реализации агрессивных импульсов.

4. **Риторика идентичности.** В такой системе оценки игра становится средством формирования комьюнити, средством сплочения игроков, формой построения социальных связей. В таком случае подчеркивается позитивная роль игры.

5. **Риторика воображения.** Рассматривает игру как творческое пространство, деятельность, выходящую за пределы объективной необходимости, лишённую практической значимости, а потому сближающуюся с креативными практиками. В этом случае игра

---

<sup>174</sup> Sutton-Smith B. The Ambiguity of Play. Cambridge, London, 1997. 276 p.

<sup>175</sup> Пронина Е. Е. Психология журналистского творчества. М.: Издательство Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 2003. 320 с.

рассматривается чрезвычайно позитивно как средство самовыражения человека.

6. **Риторика самости.** Игра в этом подходе оценивается как средство приобретения нового опыта, который в дальнейшем может быть экстраполирован на другие сферы жизнедеятельности человека. Также игра рассматривается как способ самопознания, постижения собственной индивидуальности и оценивается позитивно.

7. **Риторика фривольности** рассматривает игру как совершенно бессмысленное действие, которое можно совершать только в ситуации, когда нет более полезных альтернатив. Игрок в этом случае интерпретируется чуть ли не как «бездельник», «прожигатель жизни», а игра оценивается как нечто незнаемое и несерьезное.

По мнению одного из ведущих исследователей компьютерных игр в России А. С. Ветушинского, упомянутые выше способы повествования об игре применимы и к компьютерным играм<sup>176</sup>. Рассмотрим, какие ракурсы оценивания последних демонстрируют печатные издания.

Для выявления доминирующих риторик представляется целесообразным обратиться к методу дискурс-анализа, позволяющему обратить внимание не только на текст публикации, но и на контекст, а также на имплицитные смыслы. Этот метод наиболее уместен применительно к задаче выявления доминирующих риторик, поскольку значительная часть публикаций в анализируемых изданиях является реакцией авторов на обсуждения компьютерных игровых реалий, включает попытки переосмысления существующих подходов и оценок компьютерных игр или игровых практик. В такой ситуации именно анализ медиадискурса как «тематически сфокусированной, социокультурно обусловленной речемыслительной деятельности в масс-медийном пространстве»<sup>177</sup> может

---

<sup>176</sup> Ветушинский А. С. Игродром: что нужно знать о видеоиграх и игровой культуре. М. : Эксмо, 2021. С. 42–46.

<sup>177</sup> Кожемякин Е.А. Медиадискурс: элементы анализа // Современный дискурс-анализ: повестка дня, проблематика, перспективы. Белгород : НИУ БелГУ, 2016. С. 52.

выявить доминирующие в каждом конкретном издании риторики. В нашем анализе мы рассматривали вербальные средства выражения отношения автора конкретной публикации и редакции издания в целом к игровым практикам.

Адаптируя процедуру анализа под задачи настоящего исследования, мы обращались к методике Т. Ван Дейка, предлагавшего выделять в анализируемом тексте макро- и микроструктуры<sup>178</sup>. В макроструктуру мы включили заголовок, описываемое событие и контекст. В микроструктуру – значения слов, связь между предложениями, риторические приемы. Также мы учитывали методику анализа российского исследователя А. Г. Алтуняна, который предлагал выделять в тексте три уровня: уровень прямого значения, уровень риторических средств и уровень априорных посылок<sup>179</sup>. Синтез этих подходов позволил нам установить критерии, по которым проходила оценка каждой публикации.

На уровне макроструктуры текста мы отвечали на следующие вопросы:

- какую игру, игровую практику или их элементы рассматривает автор?
- какие установки он конструирует?
- каков контекст публикации?
- какие импликатуры можно вычлениить на основе анализа текста?

На уровне микроструктуры текста мы отвечали на следующие вопросы:

– какие риторические, стилистические и графические приемы присутствуют в публикации?

- какие способы аргументации используются автором?
- какие средства эмоционального воздействия присутствуют в тексте?

В каждом журнале мы отобрали 1 выпуск в год. В каждом выпуске использовали сплошную выборку, анализируя тексты, предметом повествования в которых были видеоигры или игровые практики. В целом было проанализировано 24 издания и 488 единиц медиаконтента.

---

<sup>178</sup> Ван Дейк Т. Дискурс-анализ. Теоретико-методологические основы дискурсивного анализа. URL: <https://bookonline.ru/lecture/tema-10-diskurs-analiz-teoretiko-metodologicheskie-osnovy-diskursivnogo-analiza> (дата обращения: 10.05.2023).

<sup>179</sup> Алтунян А. Г. Анализ политических текстов. М.: Университетская книга; Логос, 2006. С. 11.

Прежде всего, обратимся к изданиям журнального типа, которые еще на заре развития компьютерных игр сделали последние предметом своего повествования. Традиция издания такого рода журналов была заложена в англоязычном секторе медиа – прежде всего в Великобритании и США.

Одним из первых журналов, посвященных компьютерным играм, стал вышедший в 1976 году журнал «**Dragon**» («Дракон»). Первоначально журнал повествовал о настольной ролевой игре «Dungeons & Dragons», однако позже начал публиковать материалы о компьютерных играх в жанре «фэнтези». В публикациях доминировал **риторика судьбы и риторика идентичности**. На уровне макроструктуры текста значительная часть публикаций была направлена на подробное информирование игроков об элементах мира такого типа игр (например, описания персонажей, предметов, расшифровка правил прохождения игры). Авторами статей были, прежде всего, разработчики игр. Дополнительным, но важным элементом журнала были тематические комиксы и выдержки из произведений известных фантастов, которые расширяли контекст повествования. Журнал выводил игроков за пределы мира игры в широкий мир фантастики, предлагая обзоры фильмов и книг подобной направленности. На уровне микроструктуры текста фиксировалась частая апелляция к читателям: им предлагали обратить внимание на важность учитывать отдельные принципы для успешного прохождения игры, а также нацеливали на формирование комьюнити людей, увлеченных миром фантастики. Публикации характеризовала повышенная модальность. В текстах часто присутствовали местоимения «мы», «нас», «наше», намеки и подтекст, апеллирующий к общим фоновым знаниям игроков.

В 1979 году вышел в свет американский компьютерный журнал «**Compute!**». Издание просуществовало до 1994 года и в основном использовало в публикациях **риторику судьбы**, рассказывая игрокам обо всех существовавших на тот момент времени игровых платформах. На уровне макроструктуры демонстрировался широкий контекст пользовательских практик, показывающий как удачные, так и неудачные примеры. На уровне

микроструктуры нередко встречались конструкции «если вам повезет», «надеемся на удачу», «рискните» и т.п.,

В 1981 году вышел первый номер журнала «**Electronic Games**». Это было первое издание, полностью посвященное компьютерным играм<sup>180</sup>. Издание формировало культ игры и рассказывало игрокам об играх для самых разных платформ, в том числе и для компьютеров. Именно этот журнал сформировал наиболее важные принципы видеоигровой журналистики и ввел в оборот несколько распространенных по сей день терминов – таких как «shoot 'em up» (жанровая разновидность шутеров), «playfield», «пасхальное яйцо»<sup>181</sup>. Наряду с двумя уже зафиксированными выше видами риторики в публикациях этого издания развивалась **риторика самости**. Авторы текстов рассматривали компьютерные игры не только в изолированном индустрией, но и в широком социокультурном контексте. Они предлагали игрокам «посмотреть шире на потенциал геймплея», выразить свое отношение к игре с точки зрения ее влияния на игрока и т. д. На уровне микроструктуры текста это реализовывалось в особенностях системы аргументации, где нередко отмечалась апелляция к фоновым знаниям аудитории в области культуры, использование прецедентных текстов. Также могли звучать вопросы к аудитории, направленные на стимулирование размышлений об особенностях игры.

С 1981 по 2006 годы выходил в свет американский журнал «**Computer Gaming World**». Его также можно назвать одним из первых журналов, посвященных только компьютерным играм и игровой индустрии. На уровне макроструктуры название издания отражало идею журнала, которая заключалась в полноценном информировании о мире компьютерных игр с позиций **риторики самости**. Этот мир рассматривался не только в контексте игры, но и за ее пределами. Так, немало публикаций было посвящено

---

<sup>180</sup> Classic Gaming Expo Distinguished Guest: Bill Kunkel // Classic Gaming Expo. URL: <https://webcitation.org/67hngwsEN?url=http://www.cgexpo.com/bios/bkunkel.htm> (дата обращения: 03.08.2023).

<sup>181</sup> Cifaldi F. Obituary: Video Game Journalism Pioneer Bill Kunkel // Gamasutra. URL: [https://webcitation.org/6AFRdk2dd?url=http://www.gamasutra.com/view/news/37053/Obituary\\_Video\\_Game\\_Journalism\\_Pioneer\\_Bill\\_Kunkel.php](https://webcitation.org/6AFRdk2dd?url=http://www.gamasutra.com/view/news/37053/Obituary_Video_Game_Journalism_Pioneer_Bill_Kunkel.php) (дата обращения: 03.08.2023).

разработчикам компьютерных игр, их подходам и идеям, рассмотрению игры как произведения искусства. Журнал был адресован как игрокам, так и разработчикам, включал подробнейшие разборы различных аспектов игр и в декабре 1997 года объём одного номера составил 500 страниц<sup>182</sup>. Это был один из первых англоязычных журналов, переводная версия которого выходила в России (2002–2005 гг.). Газета «The New York Times» не единожды называла журнал одним из главных изданий о компьютерных играх<sup>183</sup>, а в 1999 году назвала его «библией пуристов компьютерных игр»<sup>184</sup>. Реализуя различную риторику, журнал выполнил, все же ключевую роль – роль площадки, объединяющей максимальное число разработчиков и игроков вместе. Авторы нередко использовали в своих публикациях терминологию, хорошо понятную специалистам и не всегда доступную простому читателю. С этой точки зрения **риторика идентичности и риторика самости** были доминирующими в контексте издания.

В 1988 году вышел в свет американский журнал «**Computer Games Magazine**» (первоначально выходил в Великобритании под названием «Games International»). Основной тематикой публикаций было освещение особенностей компьютерных стратегий. Журнал активно развивал взаимодействие с целевой аудиторией и демонстрировал **риторику идентичности и риторику самости**. Так, на уровне макроструктуры текста можно отметить практику рецензирования игр, где игроки могли оценивать конкретные игры по пятибалльной шкале. Ключевыми критериями оценивания были параметры игровых механик (таких, например, как плавность анимации, интуитивность навигации, точность управления)<sup>185</sup>. Этот компонент издания актуализировал риторику идентичности и риторику самости, позволяя читателям отнести себя к определенному сообществу и

---

<sup>182</sup> Sipe R. The Greatest Story Ever Told // Computer Gaming World. 1988. No. 50. P. 112–134.

<sup>183</sup> Peter Olafson // The New York Times. 2000. 7 dec. P. 11 ; Seth Schiesel // The New York Times. 2004. 27 may. P. 7.

<sup>184</sup> Steve Lohr // The New York Times. 1999. 29 march. P. 11.

<sup>185</sup> McAllister K. S. Computer game reviewing in print // Game Work: Language, Power, and Computer Game Culture. University of Alabama Press, 2004. P. 126–129.

развить значимые качества. Однако внимание к творческим и техническим решениям игр проявлялось также в **риторике воображения**. Журнал считается одним из наиболее долго существовавших изданий о компьютерных играх (выходил на протяжении 19 лет)<sup>186</sup>.

В этом же, 1988 году начал издаваться ежемесячный американский журнал «**Electronic Gaming Monthly**» («EGM»). Особенностью этого издания стало большое жанровое разнообразие публикаций. Это были заметки и репортажи о событиях в мире компьютерных игр, описания, рецензии и обзоры игр, интервью с геймерами и разработчиками, рейтинги и т. д. Важно отметить, что это издание трансформировалось с изменением медийных практик и с 2022 года начало выходить не только в печатной, но и в электронной версии. Причем последняя была еженедельной. Журнал демонстрировал разнообразие подходов к разговору о компьютерных играх, и его авторы обращались к **риторике самости, воображения, идентичности, прогресса, силы**. Первые три риторики проявлялись через те же элементы текста, которые были описаны выше. Риторика прогресса выражалась в предложениях обратиться к более сложным, «продвинутым» вариантам игр, а в рамках риторики силы акцентировалась борьба внутри игрового пространства и важность достижения результата (победы игрока).

Основанный в 1991 году американский ежемесячный журнал «**Game Informer**» («GI») также начал публиковать тексты в различных жанрах и объединил вокруг себя более трёх миллионов игроков. В 2009 году он вошел в рейтинг самых читаемых журналов в мире<sup>187</sup> и самых покупаемых среди мужской аудитории 18–34 лет<sup>188</sup>. **Риторика идентичности** доминировала в этом издании. На уровне макроструктуры текста это проявлялось в заголовках,

---

<sup>186</sup> Gish H. Computer Games Magazine // Wolfe Encyclopedia of Video Games. Santa-Barbara, California : Greenwood, 2012. Vol. 1. P. 131–132.

<sup>187</sup> Game Informer is one of the top 15 magazines by subscriptions. URL: <https://webcitation.org/68qR8ohXS?url=http://www.joystiq.com/2009/04/01/game-informer-larger-than-time-playboy-and-maxim-even-oprah/> (дата образования: 03.11.2023).

<sup>188</sup> GAME INFORMER IS ONE OF THE TOP 4 MAGAZINES FOR MEN. URL: [HTTPS://WEBCITATION.ORG/68QR8DEHE?url=http://www.businesswire.com/portal/site/google/index.jsp?ndmviewid=news\\_view](https://webcitation.org/68QR8DEHE?url=http://www.businesswire.com/portal/site/google/index.jsp?ndmviewid=news_view)(дата образования: 03.11.2023).

включавших названия игр, а также в желании авторов разговаривать с аудиторией, разбирающейся в теме публикации, рассматривать сложные, неочевидные вопросы, связанные с компьютерными играми, или обсуждать повестку, актуальную для игроков на момент выхода номера в свет. На уровне микроструктуры риторика идентичности проявлялась и обилием в тексте терминов, понятных только разработчикам или игрокам, а также в использовании подтекста. Последний, например, проявлялся в апелляции к геймплеям различных игр при обсуждении конкретной игры. Складывалось впечатление, что игрок должен разбираться во многих популярных играх и игровой процесс должен быть для него чрезвычайно важной частью жизни.

В октябре 1993 года в Великобритании начал издаваться журнал «**Edge**», который стал популярен за счет привлечения к созданию контента людей из мира игровой индустрии, а также написанием текстов от третьего лица, без указания авторства. Ключевой в этом издании стала **риторика воображения**, а также **риторика прогресса**, поскольку журнал делал акцент именно на развитии индустрии, на новаторских решениях в мире компьютерных игр. В текстах часто встречались элементы антиципации, основанные на анализе тенденций развития компьютерных игр. О прогностическом характере многих публикаций свидетельствовало доминирование в них глаголов будущего времени («станет популярной», «найдет свою аудиторию», «не сможет стать заметным явлением» и т. п.).

В этом же году вышел в свет британский журнал «**PC Player**», который внес значительный вклад в развитие жанров рецензии и обзора в сфере компьютерных игр. Некоторые публикации этого журнала занимали до 6 страниц и содержали детальный анализ новых разработок. При том, что в журнале доминировала **риторика прогресса**, эпизодически в нем можно было усмотреть и элементы **риторики фривольности**. Когда, например, в рецензиях отмечались недостатки игры, а игроки характеризовались как люди, прожигающие свое время.

В январе 1995 года вышел в свет первый номер «**Next Generation**», в котором активное развитие получили тексты, содержащие рекомендации по прохождению игры. Также немалое значение уделялось художественным и эстетическим характеристикам игр. В целом отмечался культурологический подход. Так, в интервью с разработчиками нередко звучали вопросы о роли компьютерных игр в контексте культуры. Последнее отличало журнал от подавляющего массива изданий, сконцентрированных только на специфике игровой системы. Публикации в журнале также были преимущественно анонимными за исключением авторских рубрик. Значимым компонентом журнала стала рубрика геймдизайнера Криса Кроуфорда «**The Way Games Ought To Be**», где осуществлялась конструктивная критика индустрии компьютерных игр. Здесь также проявлялась **риторика фривольности**, что разнообразило в целом медийный игровой контент и проявлялось в обилии элементов разговорного стиля.

Значимым событием в мире журналов о компьютерных играх стало издание в 1993 году международного журнала «**PC Gamer**». Журнал выходил сразу в двух версиях – британской и американской. А с 2003 года свет увидела и русскоязычная версия. Основа публикаций – анализ существующего рынка компьютерных игр в различных аспектах – от креативного до экономического. Доминирующая риторика – **риторика самости**: читатель на основе анализа фактов, предлагаемых журналом, мог сделать вывод о приоритетности той или иной игры. Авторы старались не оказывать давления на игроков и опирались на так называемые смысловывявляющие тексты<sup>189</sup>, предполагающие что аудитория обладает достаточной степенью осведомленности для принятия самостоятельного решения.

В 2005 году в США вышел в свет первый журнал, концентрирующийся на нишевых и инди-играх, – «**Hardcore Gamer**». Уникальность издания заключалась именно в предмете повествования. Доминирующие риторики –

---

<sup>189</sup> Пронина Е. Е. Психология журналистского творчества. М.: Издательство Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 2003. 320 с.

**риторика воображения, самости и идентичности.** Читатели журнала могли понять, что они сами могут создавать компьютерные игры, реализуя свой креативный потенциал и оказывая помощь друг другу. Кроме того, журнал предлагал необычные опции, которые отличали его от других изданий. Например, опция «Кладбище» концентрировалась на забытых ретро-играх. Также журнал предлагал острую альтернативную критику крупных релизов («Grand Theft Auto V» и «The Last of Us»), что отличало его от аналогичных изданий.

В 2006 году вышли сразу два крупных журнала – «**Games for Windows: The Official Magazine**» и «**MMO Games Magazine**». Они концентрировались уже на многопользовательских онлайн-играх, но просуществовали недолго (около двух лет), поскольку в этот период времени уже наметился переход подобного типа изданий в цифровой формат.

**Таким образом, эволюция зарубежных журналов о компьютерных играх продемонстрировала приверженность авторов ключевым риторикам – риторике идентичности (формирования игрового комьюнити) и риторике самости (осознанного выбора аудитории, когда игровое пространство рассматривается как пространство поиска новых творческих решений – более или менее успешных).** Лишь эпизодически присутствовала риторика фривольности – то есть оценки компьютерных игр как чего-то ненужного. Ее элементы мы находим лишь в критике неудачных проектов.

Развитие журналов о компьютерных играх наблюдалось и в России.

Так, в 1993 году появился один из первых таких журналов – «**Видео-Асс Денди**» (с 1995 г. – «Dendy – Новая реальность», с 1995 г. – «Великий Дракон»). Этот журнал имел достаточно солидный для своей тематической ниши тираж – 15 000–50 000 экземпляров, – и переменный объем – 24–100 страниц. Первоначальной целью издания журнала была реклама видеоприставок «Dendy», однако довольно быстро он приобрел качества самостоятельного СМИ и напротив, почти полностью избавился от рекламы.

Ключевой особенностью издания была его интерактивность, готовность вести диалог с игроками и публиковать приходящие от них сообщения и рисунки. Вместе с тем, редакционные материалы не отличались высоким качеством, содержали много ошибок и опечаток. В итоге в 2004 году журнал закрыли. Но за время своего существования он успел сформировать немало подходов к освещению игровой тематики, которые воспроизводятся журналистами и сегодня. Один из таких подходов – ведение диалога с аудиторией «на ее языке», имитация любительских материалов, апеллирующих к метапрограмме «сходство»<sup>190</sup>, когда кажется, что автор текста – такой же простой игрок, как и читатель. Очевидно, что ключевыми риториками в данном случае были **риторика идентичности и риторика воображения**.

Отдельного внимания заслуживает журнал «**КомпАс**» (1994 г.), редакция которого размещалась в МГУ имени М.В. Ломоносова. Журнал состоял из 64 страниц и имел несколько постоянных рубрик. Ряд материалов были достаточно объемными (до 8 страниц текста) и, как правило, взаимосвязанными. К номерам прилагались дискеты или диски. Читатели участвовали в создании текстов, присылали описания игр и иллюстрации к ним. Журнал был чрезвычайно популярным и перепродавался перекупщиками с большой наценкой. Ключевой риторикой была **риторика идентичности**. В части же интерактивного взаимодействия с аудиторией проявлялась **риторика воображения** (читателю предлагалось стать соучастником творческого процесса).

В 1995 году вышел журнал «**Магазин игрушек**» (с 1997 г. – «Game.EXE»). Объем издания колебался от 64 до 144 страниц, а тираж – от 28000 до 57000 экземпляров. Это, в отличие от предшественников, было уже профессиональное издание, а потому в русскоязычном секторе компьютерной игровой индустрии именно с него начинается отсчет формирования

---

<sup>190</sup> Шесстерина А. М. Особенности проявления метапрограмм в современной аудиовизуальной рекламе // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. № 4 (50). С. 23–28.

русской игровой журналистики. Авторскому коллективу принадлежит немало интересных решений, которые сегодня можно было бы обозначить как элементы геймификации. Так, например, авторы текстов обозначали себя определенными масками, у которых была своя легенда, свой стиль, своя рубрика. Тексты отличались креативностью, нешаблонностью. Активно использовался инфотеймент. Авторы журнала ввели в оборот термины «игрожур», «казуал» и другие. К сожалению, доминировавшие в то время в прессе применительно к компьютерным играм риторика прогресса и риторика фривольности, интерпретировавшие игры вообще и компьютерные в частности как что-то детское и несерьезное, во-многом содействовали закрытию журнала в 2006 году. Попытка авторов апеллировать к взрослой аудитории и создавать качественные сложные тексты не увенчалась успехом.

С 1996 года начал издаваться журнал «**Страна Игр**». Редакция стремилась к широкому охвату аудитории и рассказывала едва ли не обо всех игровых платформах, в том числе и о компьютерных играх. Объем издания варьировался от 144 до 192 страниц, а тира – от 10 000 до 190 000 экземпляров. Журнал ориентировался на западные образцы, но учитывал особенности русского читателя. Так, помимо достаточно качественных рецензий, обзоров, статей, репортажей, интервью, публиковались авторские колонки экспертов. Это разбавляло доминирующие **риторики судьбы, силы, воображения риторикой самости.**

Событием 1997 года стал выход в свет журнала «**Навигатор Игрового Мира**». Его особенностью было то, что в рубрикации авторы опирались не на жанры журналистики, а на жанры компьютерных игр (например, RPG, стратегия и т. д.). Каждая рубрика открывалась авторской статьей. Номера дополнялись дисками, наклейками, плакатами, что заставляло покупать бумажную версию несмотря на наличие электронной. Журнал выходил ежемесячно и имел интересный девиз: «PC only & Forever» («Мы верим – этот мир реален»). Интересно и то, что журнал в целом был основой трансмедийного проекта, поскольку на преимущественно региональном

телевидении (Music Box, Самара ТВ и др.) выходила передача с аналогичным названием. Доминирующей в этом случае можно считать **риторику идентичности**, формировавшую вокруг издания постоянную аудиторию.

В том же году начал издаваться журнал «**Игромания**» – один из самых популярных журналов о компьютерных играх в России. Объем издания – от 176 до 256 страниц, тираж – от 76 000 до 230 000 экземпляров. Основная цель издания заключалась в популяризации компьютерных игр, а ключевыми риториками были **риторика идентичности и риторика фривольности**. Тексты писались в очень доступной форме, использовался игровой сленг и визуализация (фотографии, рисунки, инфографика).

Также в 1997 году вышел журнал «**PlayStation: The Official Magazine**», который был русскоязычной версией одноименного британского журнала и предлагал аудитории уникальную, эксклюзивную информацию международного уровня. Доминирующие риторика соответствовали материнскому изданию.

С 1998 года начал выходить ежемесячный журнал «**MegaGame**». Объем издания – от 160 до 212 страниц, тираж – около 10 000 экземпляров. Журнал заметно выделялся на фоне аналогичных изданий тем, что издавался в очень качественном варианте и содержал в большом объеме материалы критического характера и стремился к объективной оценке достоинств и недостатков игр. А потому доминирующими риториками были **риторика самости и фривольности**. Первая проявлялась в отсутствии давления на аудиторию на макроуровне текста, а вторая была реализована преимущественно на микроуровне текста в использовании авторами разговорного стиля.

В 2002 году в России начал выходить международный журнал «**PC Gamer**». Объем издания – 128 страниц, тираж – от 30 000 до 58 920 экземпляров. Особенностью русскоязычной версии было то, что, как и материнское издание, журнал предлагал рассматривать компьютерные игры в контексте современной культуры.

2003-й год был ознаменован выходом в свет журнала «**Лучшие Компьютерные Игры**». Объем издания – от 176 до 256 страниц, тираж – до 65 400 экземпляров. Журнал подробно и детально анализировал наиболее популярные компьютерные игры и отличался оригинальным оформлением, что позволяло ему реализовать **риторику самости**. Кроме того, авторы практически не использовали жаргон и стремились к расширению восприятия игры. Так, в журнале можно было увидеть публикации на околоигровые темы (например, «исторические факты в играх», «оружие в играх»).

В 2004 году вышел в свет журнал «**РС игры**», девизом которого стала следующая фраза: «Правильный журнал о компьютерных играх». Объём издания – от 176 до 240 страниц, а тираж – от 50 000 до 138 090 экземпляров. Журнал рассказывал, преимущественно, об особенностях игровой индустрии и опирался на **риторику прогресса и воображения**.

Подводя итог анализу журнальных изданий о компьютерных играх можно отметить, что **к доминирующим риторикам российских авторов можно отнести риторику идентичности, воображения и самости**. Авторам было важно сформировать и поддерживать игровое комьюнити, опираться на стремление игроков к самореализации внутри игрового пространства, а также апеллировать к творческим способностям разработчиков компьютерных игр.

Ключевыми жанрами, повествующими о компьютерных играх, стали такие жанры журналистики, как рецензия, обзор, статья.

Если же говорить о подходе неспециализированной прессы к информированию о видеоиграх, то важно отметить, что ряд медиа не только публикуют статьи подобной тематики, но и имеют специализированные рубрики. Так, на сайте «РБК» находим рубрику «**Поиграть**»<sup>191</sup>, существенным компонентом которой являются публикации о компьютерных играх. Доминирующие жанры – рецензия, анонс, обзор. На сайте «Газета.ру» публикуется спецпроект «**Русская игра**»<sup>192</sup>, посвященный отечественным

---

<sup>191</sup> РБК. URL: <https://www.rbc.ru/life/play> (дата обращения: 08.12.2024).

<sup>192</sup> Газета.ру. URL: <https://games.gazeta.ru/> (дата обращения: 08.12.2024).

инди-играм. На сайте газеты «Известия» информацию о компьютерных играх публикуется в разделе «**Интернет и технологии**» (например, предновогодняя публикация «Пора расслабиться: лучшие релакс-игры для зимних каникул»<sup>193</sup>). Доминирующая риторика всех этих проектов – **риторика прогресса**, которая иногда сочетается с **риторикой фривольности** (игры рассматриваются преимущественно только как развлечение, как нечто, противопоставленное серьезным занятиям, как поле игры взрослого человека и вне культурного контекста).

### **2.1.3. Телевизионные передачи и документальные фильмы компьютерно-игровой направленности**

Будучи аудиовизуальными по своей природе и имея много общего с другими типами аудиовизуальных медиа, компьютерные игры стали основой нескольких интересных телевизионных проектов. Остановимся на **наиболее популярных программах этой тематической направленности, выходящих на отечественном телевидении**. В этом секторе медиа проанализировано 10 программ. Методом случайной выборки отобрано 16 выпусков каждой программы с равномерным хронологическим шагом. В случае, если количество выпусков было менее 16, мы анализировали все выпуски с использованием сплошной выборки. В целом было проанализировано 156 единиц медиаконтента.

Для определения особенностей этого типа контента и определения доминирующих риторик мы обратились к методу мультимодального дискурса-анализа, учитывающего сложное взаимодействие вербальных и невербальных

---

<sup>193</sup> Известия. URL:<https://iz.ru/1815077/dara-belenkova/pora-rasslabitsa-lucsie-relaks-igry-dla-zimnih-kanikul> (дата обращения: 08.12.2024).

параметров произведения. Этот метод, по мнению А. В. Байковой<sup>194</sup>, наиболее эффективен применительно к аудиовизуальному контенту, поскольку «направлен на интерпретацию коммуникативных практик в аспекте выявления смыслов при анализе отдельных аспектов коммуникации».

Анализируя отдельные выпуски, мы, вслед за А. А. Кибриком<sup>195</sup>, обращали внимание на такие каналы коммуникации, как вербальный, просодический, пластический (язык жестов) и мимический. Применительно к аудиовизуальному контенту мы посчитали важным учитывать и концепцию Г. Кресса, выделявшего также уровень видеоизображения, использования символов, формирующих подтекст и учитывающих контекст.

В ходе нашего исследования выделялись те единицы текста, которые на уровне аудио- и видеоряда произведения были сопряжены с анализируемыми риториками повествования, что позволило установить доминирующие подходы.

В 1994 году на телеэкраны вышла детская еженедельная телепрограмма «Денди – Новая реальность» (канал «2x2»). Это была развлекательная программа, основанная на жанре обзора. Ее ведущий и автор сценария Сергей Супонев рассказывал зрителям об играх для приставок Dendy, Sega Mega Drive, Super Nintendo и Game Boy. Популярность программы обеспечивалась, прежде всего, всплеском интереса аудитории к компьютерным играм, их хорошей визуализацией (использовались фрагменты фильмов, мультипликационных фильмов), а также умением ведущего вести диалог с аудиторией на языке игрового (преимущественно детского и подросткового) комьюнити. Сергей Супонев не только рассказывал о различных играх, но и показывал процесс их покупки. Вышесказанное позволяет говорить о том, что доминирующими риториками были **риторика прогресса и риторика фривольности.**

---

<sup>194</sup> Байкова А.В. Мультиmodalный дискурс-анализ как один из методов коммуникативно-прагматического подхода к пониманию языка и текста // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. 2022. № 2 (54). С. 230.

<sup>195</sup> Кибрик А.А. Мультиmodalная лингвистика // Когнитивные исследования – IV. М. : ИП РАН, 2010. С. 134–152.

С 1995 года передача начала выходить на канале «ОРТ» и получила название «**Новая реальность**». Но она просуществовала недолго в связи с разрывом контракта с «ОРТ». Однако на телеканале «МТК» появилась другая программа – «**Мир Денди**». Ее режиссером был Василий Чигинский, а ведущими – Семен Фурман и Андрей Гвоздев. Также в этом же году на калининградском телеканале «Премьер» начала выходить передача о консольных играх «**Мир Денди**».

Популярность такого типа программ во многом обеспечивалась доминирующей **риторикой идентичности**, а также отчасти **риторикой воображения**. Детей и подростков приглашали к сотворчеству, а процесс компьютерной игры преподносился как креативная практика, доступная посвященным. Вместе с тем, на уровне построения текста, интонации, манеры поведения ведущего отмечалась и **риторика фривольности**. Программу «Денди – Новая реальность» можно было назвать культовой. Настолько, что ее поклонники в 2023 году отреставрировали 33 выпуска, вышедших на канале «2x2», и 29 выпусков, вышедших на канале «ОРТ», и выложили их на видеохостинге YouTube в свободном доступе.

В 1995 году на экраны телевизоров вышла и другая программа, посвященная компьютерным играм – «**От винта!**» («РТР»). Ее авторами и ведущими были Борис Репетур (псевдоним «Бонус») и Антон Зайцев (псевдоним «Гамовер»). Игровой процесс комментировал еще один постоянный ведущий – Сергей Чихачёв (появлялся на экране в разных образах). С 1997 до 1998 года программа выходила по выходным на телеканале «НТВ». В данном случае активно проявлялась **риторика самости** – аудитории предлагали попробовать что-то новое, нацеливали на формирование уникальных навыков.

Параллельно с выходом этой передачи Антон Зайцев и Сергей Чихачёв вели рубрику про компьютерные игры в утреннем эфире канала «РТР». Авторы «От винта!» освещали игровую проблематику в таких передачах, как «Страна советов» и «Интернет-кафе» («ТВ Центр»), «Мышеловка» («НТВ»),

«Наука и техника» (РТР). В 2007 году Бонус и Гамовер начали вести рубрику «Былое и DOOMы» в программе «Виртуалити» («MTV Россия»). С 2008 года они были ведущими передачи «Икона видеоигр» («MTV Россия»). Доминирующей риторикой этого контента была **риторика самости**, поскольку зрителям предлагалось познакомиться с новым для многих миром компьютерных игр.

Также в 2008 году появилась еще одна передача с Бонусом и Гамовером – «**Без винта!**» («Gameland TV»). И название, и концепция передачи были продолжением программы «От винта!»

В 2014 году программа «От винта!» вышла в формате рубрики в программе «**Навигатор игрового мира**», а с 2015 года на сайте одноименного журнала была создана отдельная страница, где выкладывались и новые, и архивные выпуски программы. Некоторые из них пришлось удалить в связи с нарушением авторских прав.

В целом можно говорить о популярности такого типа программ. Они бережно сохранялись авторами и зрителями, на различных телеканалах выходили повторы, отдельные выпуски публиковались и распространялись на дисках, а позже выкладывались в сети. **Доминирующими риториками такого рода телепрограмм были риторика самости, прогресса и воображения.** Однако несложно было заметить, что, в отличие от печатных изданий, телевидение делало ставку на детскую аудиторию, не рассматривая компьютерную игру как актуальный предмет повествования для зрителей старшего возраста. Последняя могла восполнить пробел в знаниях о компьютерных играх из документальных фильмов, которые были ориентированы на искушенного зрителя.

Так, в 2010 году вышел американский документальный фильм режиссера Джейсона Садофски «**Get Lamp: a Text Adventure Documentary**». На протяжении 78 минут в фильме велось повествование о таких текстовых интерактивных играх, как «Adventure», «Necrotic Drift», «ZORK» и других. Идея фильма была передана во фразе: «Лучший компьютер, который у тебя

может быть – это твой мозг». Ключевая риторика – **самость**. Зрителю предлагалось погрузиться в мир компьютерных игр, требующих воображения. Еще одна важная для этого фильма риторика – **идентичность**: повествование в фильме как на уровне аудиоряда, так и на уровне визуального ряда ведется будто бы участниками сообщества любителей IF (interactive fiction) для представителей этого же комьюнити. Лишь иногда используется прием подсветки смысла, делающий фильм понятным и тем, кто не является фанатами компьютерных игр. Проект можно назвать нишевым, но знаковым для понимания истории развития компьютерных игр.

В 2012 году был вышел в свет канадский документальный фильм «**Indie Game the Movie**» продолжительностью 103 минуты. Этот фильм считается первым, выпущенным платформой Steam в виде самостоятельного продукта. В фильме ведется повествование о таких играх, как «Super Meat Boy», «Braid», «FEZ». Мы узнаем историю разработчиков этих игр, в деталях погружаемся в процесс их создания на всех этапах – от формирования идеи до релиза. Узнаем о конфликтах и сложностях, возникающих при создании игры. Идея фильма передана во фразе: «Игры для меня – это апогей искусства. Это оптимальный способ самовыражения». Очевидно, что ключевая риторика картины – **риторика самости** в сочетании с **риторикой прогресса**.

В 2013 году в Великобритании вышел документальный фильм «**How Video Games Changed the World**». Название фильма говорит само за себя. На протяжении 120 минут авторы предпринимают попытку конкретизировать вклад компьютерных игр в историю развития цивилизации с так называемого взрыва игровой индустрии 1972 года и до времени выхода фильма. Рассматриваются такие игры, как «Pong», «Tetris», «Super Mario Bros», «Space Invaders», «Manic Miner», «Doom», «Night Trap», «Starcraft», «The Sims», «World of Warcraft», «Angry Birds», «Minecraft», «The Last of Us» и многие другие. Фильм отличается масштабностью и глубиной, а также прекрасной режиссурой и юмором, которые были привнесены в картину, преимущественно, ее создателем Чарли Брукером. В контексте нашего

исследования важно подчеркнуть, что в этом фильме впервые проводится параллель между компьютерными играми и миром медиа. Так, речь идет о том, как видеоигры повлияли на социальные сети. Доминирует **риторика самости**.

В 2014 году в Великобритании был снят фильм **«From Bedrooms to Billions»**. На протяжении 150 минут в фильме ведется повествование о таких играх, как «Ocean soft», «Palace Software», «Little Big Planet», «Zippo games», «NovaGen», «Manic Miner» и других. В фильме повествуется о значимых моментах развития игровой индустрии в Великобритании. Ключевой акцент в повествовании делается на непростой судьбе создателей игр: несмотря на то, что в Великобритании было разработано немало интересных проектов, редкие из них получили поддержку. Название фильма очень точно отражает идею: зритель узнает как историю первых игр, собранных с помощью ZX800 в спальне, так и историю крупных корпораций, производящих культовые компьютерные игры. Перед нами разворачивается сложная динамика становления индустрии видеоигр. Повествование ведется, в основном, в **риторике прогресса**.

В 2016 году в Японии выходит 83-минутный фильм **«Branching Path»**. Авторы фильма рассказывают о таких компьютерных играх, как «Edelweiss», «Onion Games», «Downwell», «Nigoro», «Bishamon» и других. Фильм вышел на японском, французском и английском языках. Несмотря на то, что Япония традиционно считается лидером на рынке видеоигр, в фильме ведется повествование о тех, кто выбрал путь независимых разработчиков. И хотя этот фильм также можно считать нишевым, он стал интересен для широкой аудитории за счет использования **риторики воображения** и **риторики самости**: многим игрокам было интересно узнать, как создаются японские видеоигры.

Близким к предыдущему и в такой же степени знаковым для индустрии компьютерных игр документальным проектом можно считать китайский фильм **«Indie Games in China»**, в котором на протяжении 103 минут

рассказывается о таких играх, как «Attack on Titan Game», «Time Does By», «Candelman», «Button Bros» и других. В фильме также делается акцент на независимых игровых разработчиках, о которых зритель узнает интересные факты. Мы наблюдаем не только процесс создания игр, но и повседневную жизнь авторов инди-игр. В фильме поднимаются проблемы, актуальные для многих разработчиков, а также предпринимается попытка поиска путей их преодоления. В этом смысле фильм представляет немалый интерес не только для аудитории компьютерных игр, но и для любого человека, вовлеченного в мир креативных индустрий. Ключевыми риториками здесь становятся **риторики прогресса, силы и самости.**

Отдельно стоит отметить жанры документального кино и **документального геймплея.** Данные жанры непосредственно зависимы от видеоигр и часто существуют «внутри» игровых продуктов. Эти медиа представляют собой своего рода интервью с разработчиками, дающее контекст тому, почему игра устроена так, а ни иначе, какие проблемы пришлось решить разработчикам, какие идеи они пытались воплотить и т. д. Игровые документальные медиа данного типа часто встроены в игровую программу и доступны игроку при исследовании игрового мира в специальном режиме. Эти медиа могут быть целиком составлены из видео-сегментов, могут быть комбинированы с текстовыми комментариями, в редких случаях производится самостоятельное вне-игровое документальное кино, также чаще всего состоящее из интервью разработчиков и кратких исторических справок. Наиболее знаковыми произведениями в данном жанре считаются **игровые гайды** компании «Valve», в особенности «комментарии разработчика» к играм «Portal», «Portal 2», «Half Life 2: Episode 2» и других игр коллекции «The Orange Box»<sup>196</sup>. Доминирующей в данном случае будет **риторика самости**, предлагающая аудитории получить новый игровой опыт.

---

<sup>196</sup> Коллекция игр со встроенными документальными фрагментами // Steam. URL: <https://store.steampowered.com/sub/469/> (дата обращения: 12.09.2024).

Таким образом, в области аудиовизуальных медиа мы находим немало интересных попыток осмысления мира компьютерных игр. Однако, как и в случае с прессой, в ситуации создания аудиовизуального контента многое сегодня перешло в область повествования новых медиа, где компьютерные игры породили отдельный тематический сегмент, особый тип повествователя и такой оригинальный жанр, как документальный геймплей.

#### **2.1.4. Видеоблоги о компьютерных играх**

Сетевая среда предложила площадки как для дистрибуции компьютерных игр, так и для отражения направления их развития в медиапрактиках. Наиболее естественной формой такого отражения стал видеоконтент, позволяющий демонстрировать аудитории игровые практики. Эта сфера медиапроизводства развивается сегодня достаточно активно, постоянно предлагая новые формы, основанные на использовании современных технологий<sup>197</sup>. На онлайн-социальных платформах и медиахостингах насчитывается множество видео- и мультимедийных блогов, которые целиком или частично посвящены видеоиграм и отражают данную медийную область в нескольких форматах – гайды, прохождения, критика, юмористические ролики и т.д. Так, популярностью у игроков пользуются следующие англоязычные каналы: «videogamedunkey»<sup>198</sup> (7.54 млн. подписчиков), «NakeyJakey»<sup>199</sup> (2.08 млн. подписчиков), «Game Maker's Toolkit»<sup>200</sup> (1.62 млн. подписчиков), «Digital Foundry»<sup>201</sup> (1.44 млн.

---

<sup>197</sup> Шестерин Н. О. Компьютерные игры в зеркале российского видеоблогинга // Коммуникация в современном мире. В 2-х ч. Ч. 2. Воронеж : Издательство факультета журналистики ВГУ, 2023. С. 88–90.

<sup>198</sup> Videogamedunkey. URL: <https://www.youtube.com/@videogamedunkey/featured> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>199</sup> NakeyJakey. URL: <https://www.youtube.com/@NakeyJakey/featured> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>200</sup> Game Maker's Toolkit. URL: <https://www.youtube.com/@GMTK> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>201</sup> Digital Foundry. URL: <https://www.youtube.com/@DigitalFoundry> (дата обращения: 10.09.2023).

подписчиков), «Jacob Geller»<sup>202</sup> (1.32 млн. подписчиков), «Shesez»<sup>203</sup> (1.04 млн. подписчиков), «MandaloreGaming»<sup>204</sup> (918 тыс. подписчиков), «Noclip – Video Game Documentaries»<sup>205</sup> (855 тыс. подписчиков), «Raycevick»<sup>206</sup> (646 тыс. подписчиков), «New Frame Plus»<sup>207</sup> (362 тыс. подписчиков), «Design Doc»<sup>208</sup> (343 тыс. подписчиков), «All and Games»<sup>209</sup> (216 тыс. подписчиков) и другие. Ракурс освещения геймерской тематики широк. Одним из родоначальников этого сектора видеоблогинга считается ведущий канала «videogamedunkey», который публикует ролики с 2010 года. Это, преимущественно, юмористические скетчи самой разной проблематики. Наряду с этим существуют и узкоспециализированные каналы. Так, на канале «All and Games» его ведущий Томми Томпсон детально рассматривает роль искусственного интеллекта в современных компьютерных играх, объясняет механику наиболее популярных из них. Автор канала «New Frame Plus» профессиональных аниматор Дэниэл Флойд рассматривает анимацию в компьютерных играх как в теоретическом, так и в практическом аспекте, подчеркивает достоинства и недостатки анимации в той или иной игре в аспекте геймдизайна. На канале «Design Doc» анализируются различные аспекты игр – от игровой механики до деталей игрового пространства (например, достоверность смены дня и ночи). На канале «Game Maker's Toolkit» исследователь геймдизайна Марк Браун повествует о жанрах компьютерных игр, о подходе различных студий к их разработке.

Важно подчеркнуть, что, несмотря на англоязычный тип каналов, многие авторы рассматривают игры, изданные в разных странах. Так,

---

<sup>202</sup> Jacob Geller. URL: <https://www.youtube.com/@JacobGeller> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>203</sup> SHESEZ. URL: [HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/@BOUNDARYBREAK](https://www.youtube.com/@BOUNDARYBREAK) (ДАТА ОБРАЩЕНИЯ: 10.09.2023).

<sup>204</sup> MandaloreGaming. –URL: <https://www.youtube.com/mandaloregaming> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>205</sup> Noclip – Video Game Documentaries. URL: <https://www.youtube.com/@NoclipDocs> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>206</sup> Raycevick. URL: <https://www.youtube.com/@Raycevick/videos> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>207</sup> New Frame Plus. URL: <https://www.youtube.com/@NewFramePlus> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>208</sup> Design Doc. URL: <https://www.youtube.com/@DesignDoc> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>209</sup> All and Games. URL: <https://www.youtube.com/@AIandGames> (дата обращения: 10.09.2023).

например, на канале «MandaloreGaming» довольно часто можно обнаружить анализ игр из стран бывшего СССР («Мор. Утопия», «Космические рейнджеры» и другие).

Наше исследование направлено на систематизацию видеоблогов, посвященных освещению игровых компьютерных практик. Эмпирическую базу исследования составляют видеоролики, размещенные на наиболее популярных русскоязычных каналах видеохостинга YouTube: «Marmok»<sup>210</sup> (19.2 млн. подписчиков), «Kuplinov. Play»<sup>211</sup> (17 млн. подписчиков), «EdisonPts»<sup>212</sup> (16.9 млн. подписчиков), «Компот»<sup>213</sup> (16.6 млн. подписчиков), «Симбочка Пимпочка»<sup>214</sup> (14.1 млн. подписчиков), «ЕвгенБро»<sup>215</sup> (12.2 млн. подписчиков), «windy31»<sup>216</sup> (11.1 млн. подписчиков), «HomeAnimations – Мультки про танки»<sup>217</sup> (10.9 млн. подписчиков), «MrLololoshka (Роман Фильченков)»<sup>218</sup> (10.5 млн. подписчиков), «FROST»<sup>219</sup> (9.63 млн. подписчиков). В целом проанализирован контент десяти популярных видеоблогов. Методом случайной выборки на каждом канале выбрано 64 видеоролика с 2020 по 2024 гг. (по 16 выпусков в год). Фрагментарно в компаративном аспекте мы привлекали к анализу контент раннего периода существования каналов. Проанализировано 740 единиц контента.

Результаты исследования показали, что анализируемый сектор видеоблогинга достаточно разнообразен. С опорой на типологию новых медиа, предложенную А. М. Шестериной<sup>220</sup>, проведем исследование типологических признаков анализируемых каналов по следующим

---

<sup>210</sup> Marmok. URL: <https://www.youtube.com/@MrMarmok> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>211</sup> Kuplinov. Play. URL: <https://www.youtube.com/@kuplinovplay> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>212</sup> EdisonPts. URL: <https://www.youtube.com/@EdisonPts> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>213</sup> Компот. URL: <https://www.youtube.com/@Compot> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>214</sup> Симбочка Пимпочка. URL: <https://www.youtube.com/@simb> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>215</sup> ЕвгенБро. URL: <https://www.youtube.com/@EugenbroYT> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>216</sup> windy31. URL: <https://www.youtube.com/@windy31LetsGoodPlays> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>217</sup> HomeAnimations – Мультки про танки. URL: <https://www.youtube.com/@HomeAnimations> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>218</sup> MrLololoshka (Роман Фильченков). URL: <https://www.youtube.com/@MrLololoshka> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>219</sup> FROST. URL: <https://www.youtube.com/@YFrostA> (дата обращения: 10.09.2023).

<sup>220</sup> Шестерина А. М. К вопросу о типологизации новых медиа // Неофилология. 2023. Т. 9, № 4. С. 931–939.

параметрам: целевое назначение, тематические особенности, тип авторства, формат контента, аудиторная направленность и характер интерактивности. Подобное исследование важно в связи с тем, что, в сетевой среде именно типы каналов определяют особенности повествования. За пределами нашего анализа останутся такие параметры, как форма собственности и организационно-экономические характеристики, поскольку они незначимы в аспекте нашего исследования. Жанровое наполнение каналов будет рассмотрено в следующем разделе диссертации.

Итак, **по целевому назначению** в числе анализируемых каналов бесспорно и со значительным отрывом от прочих доминирует рекреативный тип. Развлекательный контент представлен на всех анализируемых каналах, что продиктовано самим предметом повествования. Это чаще всего эмоционально окрашенный процесс прохождения игры одним или несколькими игроками.

Следующую позицию занимает утилитарный контент, активно размещаемый на шести анализируемых каналах («Kuplinov. Play», «EdisonPts», «Компот», «ЕвгенБро», «windy31», «MrLololoshka (Роман Фильченков)»). Он предлагает зрителю рекомендации по прохождению игры, преодолению проблем, связанных с багами (непреднамеренными нарушениями в игре, возникшими в ходе ее разработки) и т. д.

На трех анализируемых каналах («Kuplinov. Play», «ЕвгенБро», «MrLololoshka (Роман Фильченков)») нам удалось обнаружить аналитический видеоконтент, повествующий о достоинствах и недостатках игры, сопоставляющий особенности различных игр.

Эпизодически на каналах мы встречаем рекламные вставки или рекламные видеоролики, а также видеоконтент информационного типа. Последнее, как правило, связано с громкими событиями в мире игровой индустрии.

Отдельно стоит сказать о видеоконтенте коммуникативного типа. Не будучи представленным в явно выраженной уникальной форме, он, тем не

менее, присутствует на каналах постоянно и проявляется в различных формах интерактивного взаимодействия с аудиторией.

Таким образом, в области целеполагания за пределами интереса каналов, повествующих о компьютерных играх, находятся преимущественно научно-популярная, культурно-просветительская и образовательная функции, которые подспудно реализуются в различных видеороликах.

С точки зрения **тематического наполнения** нам удалось обнаружить, преимущественно, каналы двух типов – монотематические и политематические. Первые содержат контент только одной тематической направленности. Так, например, на канале «EdisonPts» все видеоролики так или иначе связаны с одной игрой – «Майнкрафт». Аналогичную ситуацию мы обнаруживаем и на канале «Компот». Политематические же каналы демонстрируют видеоролики о разных играх или, шире, обо всем, что связано с игровыми индустриями. К примеру, в блоге «Kuplinov. Play» автор публикует видео с прохождением игр. Универсальный тип видеоблогов с размытой, неопределенной тематикой, далеко выходящей за пределы анализируемой нами сферы, нам не удалось обнаружить, то можно объяснить ориентацией на целевую аудиторию, рассматривающую такого рода каналы именно через призму игрового комьюнити.

По **типу авторства** анализируемые нами каналы относятся, преимущественно, к персонифицированным. Несмотря на то, что контент создается группой авторов, каналы, как правило, имеют свое лицо, что зачастую отражено в названии («Kuplinov. Play», «ЕвгенБро», «MrLololoshka (Роман Фильченков)»). Однако каналы, контент которых посвящен конкретным играм, могут не иметь персонификации («EdisonPts»).

По **типу контента** нам удалось установить доминирующие варианты каналов:

1. Каналы с преобладанием hub-контента – то есть регулярно публикуемого контента одного или схожих форматов («EdisonPts»);

2. Каналы комбинированного типа – то есть каналы, на которых регулярный hub-контент дополняется help-контентом (ситуативной реакцией блогера на текущие события) и hero-контентом (сложным по технологии создания контентом, адресованным новой аудитории). Второй тип каналов представлен в анализируемом секторе заметно чаще первого, что объясняется стремлением авторов не только регулярно предлагать подписчикам знаковые форматы, но и выходить за их границы, обеспечивая разнообразие для потенциальных подписчиков. Так, например, на канале «Marmok» публикуются не только прохождения компьютерных игр, но и видеоролики, содержащие обзор ошибок и багов в играх, а также прямые трансляции игрового процесса. А авторы канала «FROST» выходят далеко за пределы только разборов компьютерных игр, публикуя юмористические скетчи.

Анализ такого типологического признака, как **аудиторная направленность**, позволил выделить каналы двух типов:

1. Ориентированные на широкую аудиторию, в целом увлекающуюся компьютерными играми («Kuplinov. Play»);
2. Ориентированные на любителей определенной компьютерной игры («EdisonPts»).

Независимо от того, к какому из этих типов относится канал, авторы стремятся к формированию игрового комьюнити на его основе. Метод мультимодального дискурс-анализа позволил установить доминирование в анализируемом видеоконтенте **риторики идентичности**. Она проявляется на следующих уровнях:

1. Вербальном: использование игрового сленга («чикер», «скил», «страйк», «читы»), знакомых аудитории выражений или даже звуковых сочетаний. Так, например, на канале «Kuplinov. Play» все ролики начинаются с характерного «Па-па-па-па-па!» блогера, что делает этот контент узнаваемым и становится своего рода кодом для его зрителей.

2. Интонационном. Блогеры нередко используют голосовой грим, имитируя интонации персонажей или игроков, знакомые определенному игровому комьюнити.

3. Визуальном. Блогеры скрываются за масками персонажей игры или используют в своих выпусках игровую символику.

Важную роль в этом процессе играют интерактивные элементы. Все исследуемые нами каналы используют те или иные средства интерактивности. С целью установления ключевых форм интерактивного взаимодействия на каждом канале мы на основе случайной выборки отобрали по 10 видеороликов и в целом проанализировали 100 видеороликов (хронологические рамки исследования – 2020–2024 гг.). С применением метода дискурс-анализа мы проанализировали аудиоряд опубликованного видеоконтента и комментарии пользователей, сопровождающие видеоролики<sup>221</sup>.

В ходе исследования нам удалось установить, что к часто используемым **средствам интерактивной коммуникации** в анализируемом секторе видеоблогинга можно отнести:

1. Формирование блогерами открытого текста. Под открытым текстом мы, вслед за А. М. Шестериной, понимаем текст, «провоцирующий аудиторию к соразмышлению и сотворчеству»<sup>222</sup>. В различных формах попытки создания такого текста можно обнаружить в 100 % проанализированных выпусков.

В числе средств формирования открытого текста можно назвать:

– вопросы, обращенные к аудитории, например («У вашего персонажа голубые глаза?»<sup>223</sup>);

– призывы и просьбы, обращенные к аудитории («Подписывайтесь на канал, на паблик в Telegram, комментируйте, ставьте лайки, не забывайте про колокольчик, ставьте уведомления, на все следующие игрушечки,

---

<sup>221</sup> Кожемякин Е. А. Медиадискурс: элементы анализа. Современный дискурс-анализ: повестка дня, проблематика, перспективы. Белгород : НИУ БелГУ, 2016. С. 13.

<sup>222</sup> Шестерина А. М. Аудитория видеоблогов как криэйтор медиадискурса // Вопросы журналистики, педагогики. Языкознания. 2022. № 4. С. 663.

<sup>223</sup> МАЙНКРАФТ НО УГАДАЙ С КЕМ ДРУХИТ ЭДИСОН? // EdisonPts. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=QJQLa\\_v0\\_9U&list=PLRnpYcrjAo\\_xtN1WCkKC1ZfTVSg1K3AI4&ab\\_channel=EdisonPts](https://www.youtube.com/watch?v=QJQLa_v0_9U&list=PLRnpYcrjAo_xtN1WCkKC1ZfTVSg1K3AI4&ab_channel=EdisonPts) (дата обращения: 10.12.2024).

ребятушки!»<sup>224</sup>; «Все, ребята. В комментариях пишите, какой телефон хотите себе!»<sup>225</sup>).

2. Формирование блогерами подтекста. С этой целью используется:

– интонирование («Что происходит? Не поймешь... Оно так близко... Оно так близко! Оно так близко!!!»<sup>226</sup>);

– вербальный намек на присутствие в тексте имплицитных смыслов («А это инди-хоррор, так сказать. С предновогодней атмосферой. Пока без шапки, пока без гирлянд, но уже скоро, уже скоро... Не хочу и не люблю сильно рано начинать все это вешать, поэтому, соответственно, пока...»<sup>227</sup>; «Эту игру в отрыве от повестки рассматривать практически невозможно... А я буду. Если ты за этим здесь, а не ради игры, то...»<sup>228</sup>).

Важно подчеркнуть, что на всех каналах доминирует определенная **модель интерактивной коммуникации** – заражение (трансляция автором видеоролика своего эмоционального состояния). Такую модель мы обнаруживаем в 100% проанализированных публикаций. Доминирование этой модели подтверждается копированием настроения блогера в комментариях.

К примеру, в видео звучит фраза: «Не-не-не-не-не! Я в этом участвовать не буду! Слишком плохой опыт был!»<sup>229</sup>. В комментариях читаем:

– Мафиозик, верю в тебя что ты все сможешь и станешь частью команды!!!

– Мафиозик удачи тебе) мы в тебя верим и поддерживаем!

---

<sup>224</sup> АНОМАЛИИ В ВАГОНАХ. Chilla's Art – Shinkansen 0 // Kuplinov. Play. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=7BuBtW2GZTs&ab\\_channel=Kuplinov%E2%96%BAPlay](https://www.youtube.com/watch?v=7BuBtW2GZTs&ab_channel=Kuplinov%E2%96%BAPlay) (дата обращения: 10.12.2024).

<sup>225</sup> БИТВА СПРУНКОВ ЭВОЛЮЦИЯ БОГА в МАЙНКРАФТ ! НУБ и ПРО ДЕВУШКА ВИДЕО ТРОЛЛИНГ MINECRAFT // ЕвгенБро. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=7BuBtW2GZTs&ab\\_channel=Kuplinov%E2%96%BAPlay](https://www.youtube.com/watch?v=7BuBtW2GZTs&ab_channel=Kuplinov%E2%96%BAPlay) (дата обращения: 10.12.2024).

<sup>226</sup> АНОМАЛИИ В ВАГОНАХ. Chilla's Art – Shinkansen 0 // Kuplinov. Play. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=7BuBtW2GZTs&ab\\_channel=Kuplinov%E2%96%BAPlay](https://www.youtube.com/watch?v=7BuBtW2GZTs&ab_channel=Kuplinov%E2%96%BAPlay) (дата обращения: 10.12.2024).

<sup>227</sup> СТРАШНЫЙ ПРАЗДНИК. Evil Holiday // Kuplinov. Play. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=KXxxImD7\\_RE&ab\\_channel=Kuplinov%E2%96%BAPlay](https://www.youtube.com/watch?v=KXxxImD7_RE&ab_channel=Kuplinov%E2%96%BAPlay) (дата обращения: 10.12.2024).

<sup>228</sup> S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl "Баги, Баги, Баги" // Marmok. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=c5EPEv2j7CY&ab\\_channel=Marmok](https://www.youtube.com/watch?v=c5EPEv2j7CY&ab_channel=Marmok) (дата обращения: 10.12.2024).

<sup>229</sup> НОВАЯ РОЛЬ ВЕДУЩИЙ В AMONG US MINECRAFT! // EdisonPts. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=a74qpGzwn\\_Y&ab\\_channel=EdisonPts](https://www.youtube.com/watch?v=a74qpGzwn_Y&ab_channel=EdisonPts) (дата обращения: 10.12.2024).

- Edison ты лучший брат!
- Мафиози очень крутая!!! Удачи ей на испытательном сроке.
- Давайте поддержим мафиози. Чтоб не переживала.
- Давайте соберём лайки для поддержки мафиози.

В целом видео набрало более 3800 комментариев.

Еще один пример демонстрации модели заражения. В видео звучит фраза: «Очень положительные отзывы! Все очень крипово, очень страшенько! Прямо очень-очень»<sup>230</sup>. Реакция в комментариях:

- Реально страшно!
- Со старта страшно без скримеров " долги, нелюбимая работа".
- Игра видимо для таких как я) Которые пугаются каждого шороха и тени.
- Мне понравилась эта игра, расслабляюще-нагнетающая. Продолжай пожалуйста ее дальше!
- Слишком жизненно. В ужасе удалил игру.
- Очень понравилась игра! Лично меня действительно пугает, держит в напряжении. С удовольствием бы посмотрела продолжение.
- Мне уже нравится эта игра~ она и правда берет атмосферой и загадочностью, даже не знаю сколько раз у меня прибежали мурашки по коже за всё видео).

В целом видеоролик набрал более 1100 комментариев.

Анализ этого и других примеров свидетельствует о том, что модель заражения в данном секторе видеоблогинга эффективна для стимулирования интерактивности пользователей.

Заметно реже используются модели внушения и подражания. Так, подражание мы можем обнаружить в копировании голоса и интонации персонажей, а также в пародировании реакции пользователей на игровые моменты. Внушение же реализуется в случае многократного повторения

---

<sup>230</sup> КРИПОТА НА КУКОЛЬНОЙ ФАБРИКЕ. Dollmare #1// Kuplinov. Play. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=W3SUt1p3d5A&ab\\_channel=Kuplinov%E2%96%BAPlay](https://www.youtube.com/watch?v=W3SUt1p3d5A&ab_channel=Kuplinov%E2%96%BAPlay) (дата обращения: 10.12.2024).

какой-либо мысли. Нередко это бывает просьба подписаться на канал и прокомментировать видео.

Таким образом, анализ русскоязычного сектора видеоблогинга, предметом которого являются компьютерные игры, показал значительное разнообразие типов каналов и активное развитие этого сектора медиа.

В аспекте избираемых видеоблогерами **риторик повествования** о компьютерных играх мы на основе мультимодального дискурс-анализа, осуществляемого на уровне как аудио-, так и видеоряда отмечаем доминирование следующих:

– риторика прогресса (94 % проанализированных видеороликов).

В повествовании об игре делается акцент на способах достижения результата, реализации цели игры и победы игрока;

– риторика воображения (62 % проанализированных видеороликов).

Видеоблогер подчеркивает креативные подходы разработчиков игры или предлагает игрокам творчески подходить к решению задач в контексте игрового пространства. Нередко блогер сам демонстрирует креативные подходы как на содержательном, так и на формальном уровне. последнее особенно заметно в жанре «обзор», где нередко проводится тщательная и сложная работа с материалом на этапе монтажа;

– риторика интеграции (48 % проанализированных видеороликов).

Осуществляется апелляция к зрителю, акцентируются возможности интерактивного взаимодействия с автором контента и между зрителями, проявляется стремление к формированию комьюнити подписчиков канала вокруг самого канала или на почве общего интереса к какой-либо компьютерной игре.

В меньшей степени, но также присутствуют и другие риторики, что в целом свидетельствует, с одной стороны, о разнообразии подходов блогеров к освещению анализируемой нами темы, а с другой стороны, о необходимости опираться на риторики, в целом принимаемые игровым комьюнити.

## **2.2. Влияние компьютерных игр на систему медийных жанров и форматов**

Различные типы СМИ, активно включая в свою повестку информацию, связанную с компьютерными играми, выработали систему выразительных средств, позволяющую эффективно рассказывать об игровой индустрии. Воплощаясь в различных содержательно-формальных комбинациях, эта система предопределила появление специфических жанров и форматов. Одни из них представляют собой модификацию уже существующих жанров, а другие являются новыми жанрами, повествующими о мире компьютерных игр. Последние, зародившись как специфические формы повествования о видеоиграх, впоследствии вышли за пределы игровой тематики и стали востребованными в различных тематических нишах.

### **2.2.1. Жанровая система медиаконтента о компьютерных играх**

В анализе жанровой специфики публикаций о компьютерных играх мы будем опираться на жанровую систему, предложенную Г. В. Лазутиной и С. С. Распоповой<sup>231</sup>, а также А. А. Тертычным<sup>232</sup>. Важно подчеркнуть, что не все тексты исследуемого сектора медиа можно классифицировать в соответствии с этими концепциями. Позже мы особо выделим те новые жанры, которые были сформированы в анализируемом тематическом сегменте преимущественно новыми медиа. Однако начать исследование, по нашему мнению, следует именно с традиционных жанров журналистики.

Обратимся к анализу тех журналов о компьютерных играх, которые были исследованы нами выше: «Видео-Асс Dendy», «КомпАс», «Магазин

---

<sup>231</sup> Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества. М. : Аспект Пресс, 2012. 320 с.

<sup>232</sup> Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М. : Аспект Пресс, 2000. 320 с.

игрушек», «Страна Игр», «Навигатор Игрового Мира», «Игромания», «PlayStation: The Official Magazine», «MegaGame», «Лучшие Компьютерные Игры», «PC игры». Методом случайной выборки мы проанализировали 4 номера каждого журнала (40 номеров в целом), что позволило нам установить жанровую палитру изданий и выявить доминирующие жанры. Количественное распределение этих жанров по журналам представлено в Таблице 1. За пределами зафиксированных показателей остались те произведения, которые невозможно отнести к одному из жанров, предлагаемых в опорных жанровых концепциях. Особенности этих произведений будут проанализированы нами ниже.

Таблица 1. Количественная представленность доминирующих жанров в журналах<sup>233</sup>

Жанр	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	всего
Аналитическое интервью	0	0	0	6	4	2	7	1	0	6	26
Комментарий	12	4	4	10	5	3	0	3	4	9	51
Рецензия	38	4	18	7	16	16	11	15	6	32	163
Статья	17	22	3	15	2	21	14	8	2	21	125
Обозрение	13	2	8	4	7	5	18	2	4	18	81
Сатирический комментарий	6	0	1	0	1	0	0	9	0	9	26
Эссе	30	0	0	4	14	3	0	2	11	23	87

Таким образом, к самым популярным жанрам в игровом журнальном секторе можно отнести **рецензию, статью, эссе и обозрение**. Очевидно, что все эти жанры позволяют читателям ориентироваться в мире компьютерных игр и нередко реализуют утилитарную функцию: именно на основе анализа этих публикаций игроки принимают решение о приобретении какой-либо игры.

Безусловно, указанными в таблице жанрами палитра журналов не исчерпывалась. Так, в журналах хотя и нечасто, но публиковались информационные тексты. К примеру, большой интерес читателей журнала «Магазин игрушек» вызвали репортажи А. Подшибякина (псевдоним –

<sup>233</sup> В целях упрощения восприятия информации журналам в таблице присвоены следующие номера: «Видео-Асс Dendy» – 1, «КомпАс» – 2, «Магазин игрушек» – 3, «Страна Игр» – 4, «Навигатор Игрового Мира» – 5, «Игромания» – 6, «PlayStation: The Official Magazine» – 7, «MegaGame» – 8, «Лучшие Компьютерные Игры» – 9, «PC игры» – 10.

«Андрей ОМ») с ежегодной выставки индустрии компьютерных игр (2006-2008 гг.). Новостные публикации выходили и в журналах «Навигатор игрового мира» и «РС игры». В последнем была рубрика «Новости» и «Бесплатные игры», где предлагалась самая актуальная и оперативная информация о компьютерных играх. Репортажи о мероприятиях, связанных с компьютерными играми, регулярно публиковались в журнале «Страна игр». А в журнале «PlayStation: The Official Magazine» в рубрике «Новости и анонсы» мы обнаруживаем модификацию информационных жанров. Так, наряду с фиксацией реальных событий, проходящих в мире игровой индустрии, журнал публиковал сплетни и слухи, которые в целом приближались к жанру «версия» по классификации А. А. Тертычного.

Важно отметить, что вообще некоторые традиционные для журналистики жанры в указанном тематическом секторе приобрели уникальные характеристики преимущественно на композиционном уровне. Одним из ярких примеров такой трансформации стал жанр статьи, которые в анализируемых изданиях часто строился по принципу комбинаторики обязательных элементов. Так, статьи в журнале «КомпАс» обязательно должны были включать не только анализ конкретной игры, но и фиксацию ее полного прохождения, описания игровых качеств, советов преодоления трудных мест, подсказки по более эффективному освоению игрового пространства, а также рекомендации по запуску игры на так называемом «кривом» или «неполном» компьютере. Обязательным элементом таких статей были фотографии экранов (позже они были заменены на скриншоты), изображения персонажей. Статьи были объемны (в среднем около 8 страниц авторского текста) и давали игрокам довольно полное представление об игре. Важно отметить, что подобная структура впоследствии стала чрезвычайно распространенной, канонической для журналов анализируемого сектора, а позже начала воспроизводиться и в системе видеоблогинга.

Еще одним жанром, близким к журналистским, но имеющим определенную модификацию, можно считать жанр «рекомендация». Этот

жанр выделяется А. А. Тертычным<sup>234</sup> и определяется как аналитический. Последнее отличает его модификацию в анализируемом секторе медиа от других, поскольку здесь аналитический компонент может отсутствовать. Так, один из авторов журнала «Навигатор игрового мира» Дмитрий Пучков (псевдоним – «старший опер Goblin») активно публиковал рекомендации – своего рода детальные руководства по прохождению компьютерных игр, где конкретные советы чередовались с наглядными примерами и даже небольшими художественными фрагментами. Подобный подход к структурированию текста был хорошо принят аудиторией и распространился как на традиционные, так и на новые типы медиа – например, видеоблогинг, где в жанре «летсплей» блогеры активно прибегают к образным высказываниям, используют метафоры и небольшие вставные новеллы. Этот процесс зафиксирован и в истории журнала «Навигатор игрового мира», который в 2012 году стал мультиплатформенным и начал публиковать видеоконтент на Youtube-канале «Навигатор». До этого, с 2008 года, редакция журнала выпускала его видеoversию на спутниковом канале «3 канал+», где также выходили в эфир подобные рекомендации. Подобный контент был настолько популярен, что программа «Навигатор игрового мира» в разное время выходила на различных каналах: «Телепутешествия», «Teen TV», «HardLifeTV», «GlobalStarTV», «СТВ-1+НТВ», «Твой Пушкинский», «O2TV», «Арт-Видео», «Юмор BOX», «ЕГЭ ТВ», «#ПИКТВ», «Мужской» и на более чем 15 региональных телеканалах. Популярность жанра «рекомендации» подтверждается еще и тем, что, например, журнал «Лучшие компьютерные игры» почти полностью основан на описании прохождений и рекомендациях игрокам.

Значимым для освещения мира компьютерных игр можно считать такой жанр, как анонс. А. А. Тертычный так определяет анонс: «Данный информационный жанр образуют заметки, представляющие собой превентивные сообщения о будущих всевозможных культурных

---

<sup>234</sup> Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М. : Аспект Пресс, 2006. 312 с.

мероприятиях, выставках, концертах и пр.»<sup>235</sup>. Важно, что ученый относит этот жанр к информационным и считает жанровой разновидностью заметки. Однако в журналах о компьютерных играх анонс нередко занимает промежуточное положение между заметкой и таким аналитическим жанром, как рецензия. Предвосхищая появление новой компьютерной игры, авторы на основе демоверсий предлагают аудитории довольно подробный анализ будущего продукта. В этом смысле перед нами появляется новый жанр, который занимает промежуточное положение между группой информационных и аналитических жанров. С одной стороны, информационная функция остается по-прежнему важной, с другой – элементы анализа являются наиболее привлекательной частью публикации. Такого рода анонсы нередко публиковались как в текстовой версии журнала «Навигатор игрового мира», так и на Youtube-канале «Навигатор». Активно публиковал анонсы и журнал «Страна игр».

Еще одной особенностью журналов о компьютерных играх, во-многом предвосхитившей вектор развития медиа других тематических секторов стало появление публикаций, предлагаемых аудиторией. В жанровом аспекте они были разнообразны.

Так, Журнал «Видео-Асс Dendy» в рамках конкурса «Fun-Club» предложил читателям присылать описания пройденных ими игр. Эти тексты сложно отнести к какому-либо журналистскому жанру. Однако позже их структура начала активно воспроизводиться в системе видеоблогинга и сегодня чаще всего определяется как жанр «прохождение» – то есть подробное описание ключевых эпизодов игрового действия. Безусловно, такой тип текстов мог быть не только предложен читателями, но и написан постоянными авторами издания. Он мог быть представлен как в монологической, так и в диалогической форме. В последнем варианте это была своего рода стенограмма процесса прохождения или разработки игры. Приведем фрагмент публикации «Создание Final Fantasy IX»:

---

<sup>235</sup> Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М. : Аспект Пресс, 2006. С. 81.

«Работающий «Квадрата»: Мистер Сакагути!... Ээ.. кажется, людям не понравилась ФФ8.

Хиронобу Сакагути: Не может быть! Мы вложили в нее столько усилий! Она же первая Final Fantasy с любовной историей! Она же настолько уникальна...

РК: Ну, кажется, людям не нравилось то, что действие происходит в современном мире, что персонажи выглядят реалистично, и что боевая система очень оригинальна и хороша.

ХС: Тогда чего же они хотят?!!

РК: Не знаю, наверное, полную противоположность.

ХС: Аааааррргг!!!! Всё! Мы начинаем работать над следующей игрой! Разбудите разработчиков!»<sup>236</sup>.

Также для этой рубрики читатели могли прислать произведения в другом жанре, который позже стал популярен в видеоблогинге – «топ». Это жанр близок к жанру «рейтинг» в концепции А. А. Тертычного. Однако если рейтинг определяется исследователями как аналитический жанр, в котором распределение позиций должно быть подкреплено логической аргументацией, то «топ» – это своего рода индивидуальный хит-парад читателя, в котором он не обязан доказывать собственные оценки и нередко ограничивается лишь эмоциональным комментированием распределения приоритетов. Разновидностью такого типа текстов можно считать «чарты» – то есть тексты, фиксирующие продажи компьютерных игр за определенный отрезок времени. Такие тексты сформировали, например, одноименную рубрику «Чарты» в журнале «PlayStation: The Official Magazine».

Позже в этой же рубрике появились и креолизованные тексты – то есть публикации, основанные на единстве изображения и текста. Первоначально авторы не имели возможности делать скриншоты экранов, но, тем не менее, фотографии, коллажи, дополненные описанием игры, были достаточно

---

<sup>236</sup> Создание Final Fantasy IX. URL: <https://gdragon.ru/gddarticle/final-fantasy-ix-creation/> (дата обращения: 11.11.2024).

популярными у читателей и во-многом содействовали продвижению такого типа произведений в медиа. Так, в журнале «PC игры» имелась рубрика «Галерея», где приводился анализ скриншотов ожидаемых в ближайшее время игр.

Авторы журналов находились в постоянном диалоге с аудиторией и ее мнение было значимо. В журнале «PC игры» была рубрика «Обратная связь», а в журнале «PlayStation: The Official Magazine» присутствовала рубрика «Пишите письма!». В них авторы журналов активно отвечали на вопросы читателей. Позже в видеоблогинге эта традиция заложила основу развития самостоятельного жанра – «таг».

Если говорить о жанровом предпочтении видеоблогеров данного типа, то важно отметить, что в той или иной степени все видеоролики включают элемент **скринкаста** – захвата изображения экрана<sup>237</sup>. Нередко именно скринкаст-ролики составляют основу контента на канале (например, «Marmok»). Они могут дополняться записанным закадровым текстом или включать импровизированную речь, зафиксированную в процессе прохождения игры. На основе скринкаст-формата формируется ряд жанров. Назовем основные:

1. **Летсплей.** Зрителю демонстрируется процесс игры. Это один из самых популярных жанров в игровом секторе видеоблогинга. Предметом часто становятся игры, которые имеют ограниченный хронометраж. Например, игра в «DOTA» длится около часа и имеет ярко выраженное сюжетное построение с завязкой, развитием действия, кульминацией и развязкой.

Вариатизация жанра связана с процессом персонификации. Так, ряд видеоблогеров присутствует в кадре при прохождении игры, а другие персонифицируют контент через закадровый текст. Видеоролики первого типа

---

<sup>237</sup> Шестерин Н. О. Жанровые особенности освещения компьютерных игр в видеоблогинге // Журналістыка - 2024: стан, праблемы і перспектывы : Матэрыялы 26-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 80-годдзю факультэта журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта, Мінск, 14–15 ноября 2024 года. Мінск : Белорусский государственный университет, 2024. С. 350–353.

представлены на каналах «Kuplinov. Play», «EdisonPts», «Компот», «windy31», «FROST». В этом случае авторы, как правило, используют мультиэкран, когда видео с эмоцией игрока присутствует в одной из частей экрана (как правило, в каком-либо углу). Однако могут использоваться и более сложные монтажные решения, когда видео с игроком монтируется с помощью хромакея (например, видеоролик «Я ПОПАЛ В НАСТОЯЩУЮ ДЕРЕВНЮ КОМПОТА В МАЙНКРАФТ | Компот Minecraft» на канале «Компот»<sup>238</sup>). Видеоролики второго типа доминируют на каналах «Marmok», «Симбочка Пимпочка», «ЕвгенБро», «HomeAnimations – Мультки про танки», «MrLololoshka (Роман Фильченков)». В этом случае эмоции автора передаются через аудиоряд. Текст нередко отличается повышенной модальностью и оценочностью: «Так, ну я опять обычный работник! Так что работаю. Что по заданию? Вентиляция? Ну вентиляцию я отлично умею! Буду делать. Не трогайте мою вентиляцию!»<sup>239</sup> («Marmok»). Используется богатое интонирование, нестандартная паузация.

**2. Прохождение.** Видеоролик построен на рассказе об одном или нескольких игровых эпизодах. Игра в целом не описывается. Предполагается, что зрители уже в том или ином объеме с ней знакомы и их могут интересовать только локальные моменты игры. Блогер транслирует процесс прохождения интересных или сложных фрагментов игры. Так, на канале «EdisonPts» рассматриваются различные эпизоды игры «Майнкрафт», что отражается уже в названии видеороликов: «МАЙНКРАФТ НО УГАДАЙ С КЕМ ДРУЖИТ ЭДИСОН», «МАЙНКРАФТ НО УГАДАЙ КОГО НЕНАВИДИТ ЭДИСОН», «ВСЕ ХОТЯТ НАЙТИ НАСТОЯЩЕГО ЭДИСОНА В МАЙНКРАФТ» ;

**3. Гайд.** Жанр представляет собой прагматический текст, предлагающий зрителю своего рода инструкцию по наиболее значимым аспектам игры. Так, в

---

<sup>238</sup> Я ПОПАЛ В НАСТОЯЩУЮ ДЕРЕВНЮ КОМПОТА В МАЙНКРАФТ | Компот Minecraft. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=gIfITNTNpBI&ab\\_channel=%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D1%82](https://www.youtube.com/watch?v=gIfITNTNpBI&ab_channel=%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D1%82) (дата обращения: 12.12.2024).

<sup>239</sup> Мармок Предатель (LOCKDOWN Protocol). URL: [https://www.youtube.com/watch?v=EPKNhrMntTw&ab\\_channel=Marmok](https://www.youtube.com/watch?v=EPKNhrMntTw&ab_channel=Marmok) (дата обращения: 12.12.2024).

ролике «Как играть в PUBG на ПК | Гайд»<sup>240</sup> зрителю предлагается инструкция о том, как оптимально организовать игровой процесс. Также гайды могут содержать инструкцию по сборке компьютера для игры или предлагать инструкцию по разработке игр: «С чего начать делать игры | Разработка для новичков»<sup>241</sup>;

4. **Обзор** – аналитический видеоролик, направленный на сопоставление нескольких игр по ключевым параметрам (жанр, стиль, хронология выхода и т. д.). Так, в видеоролике «ЛУЧШИЕ ИГРЫ 2024 ГОДА»<sup>242</sup> делается обзор игр различных жанров, ставших популярными в 2024 году. А видеоролик «Раньше было ЛУЧШЕ | Почему мы играем в старые игры? | Проблемы современных игр»<sup>243</sup> предлагает не только компаративный анализ игр, изданных достаточно давно, но и сопоставляет их с новинками, подчеркивая достоинства первых и недостатки последних. Однако сами блогеры нередко под обзором понимают другой тип видеороликов – анализ ключевых параметров игры с точки зрения игрока, без стремления к объективному исследованию ее особенностей. Нередко само название жанры выносятся в название видеоролика: «Обзор Manor Lords»<sup>244</sup>, «Обзор игры SnowRunner»<sup>245</sup>, «Обзор S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl»<sup>246</sup>. Многозначность термина отражает подвижность жанровой системы видеоблогинга, в которой многие определения не устоялись и имеют различную трактовку в разных средах и субкультурах;

---

<sup>240</sup> Как играть в PUBG на ПК | Гайд. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=VG\\_5faFC0ho&ab\\_channel=%D0%9A%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B5%D1%80](https://www.youtube.com/watch?v=VG_5faFC0ho&ab_channel=%D0%9A%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B5%D1%80) (дата обращения: 12.12.2024).

<sup>241</sup> С чего начать делать игры | Разработка для новичков. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=K1ZzX-UOr08&ab\\_channel=%D0%9A%D1%8D%D0%BF%D0%A1%D0%BA%D0%B0%D0%B9](https://www.youtube.com/watch?v=K1ZzX-UOr08&ab_channel=%D0%9A%D1%8D%D0%BF%D0%A1%D0%BA%D0%B0%D0%B9) (дата обращения: 12.12.2024).

<sup>242</sup> ЛУЧШИЕ ИГРЫ 2024 ГОДА. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=jFRcr8yDcNc&ab\\_channel=IGM](https://www.youtube.com/watch?v=jFRcr8yDcNc&ab_channel=IGM) (дата обращения: 12.12.2024).

<sup>243</sup> Раньше было ЛУЧШЕ | Почему мы играем в старые игры? | Проблемы современных игр. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=9JTMes295Xk&ab\\_channel=%D0%98%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D0%9A%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C](https://www.youtube.com/watch?v=9JTMes295Xk&ab_channel=%D0%98%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D0%9A%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C) (дата обращения: 12.12.2024).

<sup>244</sup> Обзор Manor Lords. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=WbQBoGKo68Y&ab\\_channel=StopGame](https://www.youtube.com/watch?v=WbQBoGKo68Y&ab_channel=StopGame) (дата обращения: 12.12.2024).

<sup>245</sup> Обзор игры SnowRunner. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=37zwgg1BXOo&ab\\_channel=StopGame](https://www.youtube.com/watch?v=37zwgg1BXOo&ab_channel=StopGame) (дата обращения: 12.12.2024).

<sup>246</sup> Обзор S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=g2OFElCGalY&ab\\_channel=StopGame](https://www.youtube.com/watch?v=g2OFElCGalY&ab_channel=StopGame) (дата обращения: 12.12.2024).

**5. Рецензия** – детальный анализ достоинств и недостатков конкретной (как правило недавно появившейся на рынке) игры. Активнее всего этот жанр развивается в сфере инди-игр, поскольку их выпускается много и они ориентированы на многочисленное и разнообразное комьюнити игроков. Так «Kuplinov. Play» присутствует плейлист «Давай глянем», видеоконтент которого составляют, преимущественно, рецензии игровых премьер. Рецензия обычно основана на формате скринкаст-ролика, но содержит детальный разбор достоинств и недостатков игры;

**6. Топ** – ранжирование компьютерных игр по принципу качества, интереса и т.д. так, видеоролик «10 ЛУЧШИХ НОВЫХ ИГР которые УЖЕ ВЫШЛИ в 2024-2025 году!»<sup>247</sup> начинается со слов: «Всем привет, ребята! Если вы искали. Во что поиграть из новинок, то хочу вас обрадовать – вы попали как раз по адресу. В этом топе я подобрал для вас самые интересные новинки, которые вышли буквально недавно».

Зафиксированные нами жанры имеют множество модификаций и могут пополняться новыми в силу вариативности как мира компьютерных игр, так и отражающей этот мир блогосферы.

Таким образом, можно говорить о том, что медиасектор игровой компьютерной тематики породил не только новые жанровые разновидности, но и новые жанры, которые затем распространились в другие тематические ниши. Так, жанр «гайд» начал активно развиваться в обучающем секторе видеоконтента и в области тревел-журналистики как инструкция по путешествии с конкретно заданным маршрутом и целью.

---

<sup>247</sup> 10 ЛУЧШИХ НОВЫХ ИГР которые УЖЕ ВЫШЛИ в 2024-2025 году! URL: [https://www.youtube.com/watch?v=W89DFCmrMsk&ab\\_channel=ROCKY](https://www.youtube.com/watch?v=W89DFCmrMsk&ab_channel=ROCKY) (дата обращения: 12.12.2024).

## 2.2.2. Компьютерные коммуникативные практики как основа появления новых медийных форматов

Но помимо новых жанров и жанровых разновидностей компьютерные игры способствуют формированию новейших медиаформатов, таких, как **стриминг** (прямая трансляция игры) и **киберспорт**. Остановимся на них подробнее.

Платформы «Twitch», «YouTube» и другие обеспечили игроков технической возможностью транслировать свой игровой опыт в режиме реального времени. Алгоритмы приоритезации многих из них настроены на продвижение прямых трансляций. Это, в сочетании с эффектом simultaneity, вызывающим у аудитории удовольствие ощущением нахождения в одном игровом пространстве с блогером, обеспечили стримам популярность. В русскоязычном секторе видеоблогинга одним из наиболее активных игровых стримеров является Дмитрий Куплинов («Kuplinov. Play»). В разделе «Трансляции» на его канале содержится немало видеороликов, которые набирают стабильно высокие просмотры (около 1 млн.) и активно комментируются аудиторией (от 200 до 5 000 комментариев).

На этом же канале представлен еще один популярный формат, который можно считать разновидностью предыдущего – «**кооп-стрим**». В этом случае несколько участников подключаются с разных устройств к игре и организуют совместные эфиры («Aion Classic. КООП-СТРИМ»<sup>248</sup>). На анализируемом канале «Kuplinov. Play» мы можем обнаружить плейлист «Кооперативы», включающий видеоролики этого формата. Подобный формат стал актуальным, прежде всего, в связи с развитием сектора совместных онлайн-

---

<sup>248</sup> Aion Classic. КООП-СТРИМ. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=VrAjKnms7C4&ab\\_channel=Kuplinov%E2%96%BAPlay](https://www.youtube.com/watch?v=VrAjKnms7C4&ab_channel=Kuplinov%E2%96%BAPlay) (дата обращения: 12.12.2024).

игр. Мы можем обнаружить его на таких каналах, как «Сестра Винчестер»<sup>249</sup>, «Тетя DiPlay»<sup>250</sup> и других.

Многопользовательские онлайн-игры, такие как «Fortnite» и «World of Warcraft» облегчают социальное взаимодействие между игроками из разных уголков мира. Стриминговые платформы позволяют людям заводить друзей, совместно играть в любые игры. Например, можно вспомнить период карантина, когда многие обратились к онлайн-играм как к средству общения и коммуникации с другими людьми. Во время пандемии COVID-19 такие мероприятия, как виртуальные концерты внутри игры «Fortnite», привлекли миллионы зрителей и стали способом социального взаимодействия во время карантина. В данном случае мы наблюдаем ярко выраженный процесс формирования игрового комьюнити, который может быть реализован и в формате киберспорта.

**Киберспорт** уже стал популярным явлением в мире медиа и его популярность постоянно возрастает. Сегодня он признан одним из видов спорта наравне с остальными. Соревновательные игры превратились в глобальное явление, где профессиональные игроки соревнуются за денежные призы. События киберспорта, такие как «The International» (Dota 2) и «League of Legends World Championship», привлекают миллионы зрителей (как онлайн, так и оффлайн) по всему миру, соперничая по количеству зрителей с традиционными спортивными мероприятиями.

Нередко киберспорт объединяет молодых людей и развивается на базе высших учебных заведений. Так, в НИУ «Высшая школа экономики» существует студенческое объединение по развитию компьютерного, электронного и фиджитал-спорта – «КиберВышка». Учитывая сугубо цифровой характер киберспортивных медиа, их можно отнести к новому типу медиа. Можно сказать, что киберспортивные СМИ как новые медиа предполагают полное или почти полное отсутствие границ между

---

<sup>249</sup> Сестра Винчестер. URL: [https://www.youtube.com/@winchester\\_sister](https://www.youtube.com/@winchester_sister) (дата обращения: 12.12.2024).

<sup>250</sup> Тетя DiPlay. URL: <https://www.youtube.com/@TetyDiPlay> (дата обращения: 12.12.2024).

журналистом и его аудиторией, что соответствует тенденциям развития новых медиа в целом. Так, Н. Лосева отмечает: «Сегодня внимательное наблюдение за реакцией аудитории, ее запросами, поведением и предложениями – одна из важнейших и системообразующих задач в работе редакций. Связь перестала быть односторонней, и аудитория, даже не формулируя, не отправляя намеренных сигналов, становится важнейшим барометром и регулятором деятельности профессиональной редакции»<sup>251</sup>.

Рост киберспорта привел к увеличению инвестиций со стороны крупных медиакомпаний. Сетевые компании такие, как ESPN, начали транслировать киберспортивные турниры, еще более укрепляя компьютерные игры как один из основных вариантов развлечения. Это также привело к появлению новых видов и форм создания контента на таких платформах, как «Twitch» и «YouTube Gaming», где геймеры и любители могут продемонстрировать свои навыки, взаимодействуя с аудиторией в режиме реального времени.

### **2.3. Влияние компьютерных игр на технологический аспект функционирования медиа**

Компьютерные игры не только развлекают, но и становятся основой для создания новых форматов медиа. Интерактивные элементы и возможность выбора в играх открывают новые горизонты для повествования. Игры, такие как «The Last of Us» или «Life is Strange», предлагают игрокам не просто следить за сюжетом, а активно участвовать в его развитии. Это создает уникальный опыт, который отличает видеоигры от традиционных форм медиа, таких как литература или кино. Интерактивность позволяет игрокам принимать решения, которые влияют на ход событий. Это создает более глубокую эмоциональную связь с персонажами и сюжетом. Анализируя

---

<sup>251</sup> Как новые медиа изменили журналистику / Под ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. М. : Издательство Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 2018. 304 с.

ключевые этапы развития компьютерных игр в контексте трансформации медиасистемы и рассматривая различные аспекты их влияния на меди, мы уже отмечали факты, свидетельствующие о заметном вкладе игровой индустрии в технико-технологическую трансформацию мира медиа. В этом разделе исследования мы предпримем попытку обобщить и конкретизировать особенности этого влияния.

Прежде всего, подчеркнем, что этот процесс можно назвать кроссмедийным по сути. В нем мы усматриваем как примеры влияния компьютерных игр на медиа, так и обратный процесс влияния мира медиа на компьютерные игры, в котором последние способствовали популяризации практик, зародившихся в контексте других типов медиа. Чаще же эти процессы развивались одновременно: компьютерные игры в технико-технологическом аспекте влияли на медиа, последние перенимали определенные практики, принятые в компьютерных играх, развивали их и затем компьютерная игровая среда еще более активно тиражировала эти практики. В таком взаимодействии развитие техники и технологии медиапроизводства наблюдалось достаточно отчетливо. Ниже мы рассмотрим наиболее значимые направления подобного влияния.

### **2.3.1. Интерактивный компонент взаимодействия в компьютерных играх**

Компьютерные игры можно рассматривать как одну из эффективных площадок развития интерактивной коммуникации. Интерактивные элементы и возможность выбора в играх открывают новые горизонты для повествования. Игры, такие как «The Last of Us» или «Life is Strange», предлагают игрокам не просто следить за сюжетом, а активно участвовать в его развитии. Интерактивность позволяет игрокам принимать решения,

которые влияют на ход событий. Это создает более глубокую эмоциональную связь с персонажами и сюжетом.

Игровые механики могут быть использованы для передачи социальных и культурных сообщений, что делает игры мощным инструментом для обучения и социализации. Конечно, компьютерные игры становятся платформой для общения и взаимодействия между людьми. Многопользовательские онлайн-игры создают сообщества, где игроки могут общаться, сотрудничать, создавать команды и соревноваться друг с другом.

Игры предоставляют различные инструменты для общения – текстовые чаты, голосовые каналы, сообщества и форумы. Это позволяет игрокам из разных уголков мира взаимодействовать друг с другом в реальном времени.

Совместная игра требует от участников навыков коммуникации и сотрудничества, что может способствовать развитию социальных навыков. Игроки учатся работать в команде, принимать коллективные решения и справляться с возникающими конфликтами. Более того, игры могут служить средством знакомства с различными культурами, движениями, течениями, расширяя кругозор игроков. Чтобы играть в одну игру вместе, нет необходимости знать один язык, коммуницировать можно в любом виде и любым способом. Технологии это позволяют.

Компьютерные игры также находят применение в образовательной сфере, прежде всего, благодаря интерактивному компоненту. Они могут использоваться для обучения различным предметам – от математики до иностранных языков. Так, «Prodigy Math» или «Math Blaster» предлагают игрокам решать математические задачи в игровом и интерактивном формате, что делает обучение более увлекательным. Школы иностранных языков «Duolingo» или «Rosetta Stone» используют игровые механики для обучения языкам, предлагая задания и упражнения в виде викторин и интерактивных сценариев. Ключевой персонаж платформы – сова – активно взаимодействует с обучающимися, напоминая им о необходимости прохождения нового урока. Научная платформа «Kerbal Space Program» позволяет игрокам изучать

основы физики и астрономии, создавая ракеты и исследуя космос также с привлечением интерактивной коммуникации. «Civilization» помогает игрокам понять исторические события и процессы через взаимодействие с историческими персонажами и культурами.

Во многом благодаря интерактивной составляющей игры могут развивать креативность у игроков. По данным исследований онлайн-школы психологических профессий «Психодемия» и онлайн-школы в сфере разработки игр «XYZ School», более 65 % геймеров отмечают улучшение своих креативных навыков благодаря игровому опыту, 59 % – улучшение стратегического и логического мышления. 72 % отметили, что в ходе онлайн-игры у них появились новые друзья<sup>252</sup>.

Таким образом, интеракция компьютерных игр адаптирует аудиторию новых медиа к эффективному интерактивному взаимодействию в других типах СМИ и делает привычными и желательными интерактивные практики. В сочетании с настройками алгоритмов приоритезации контента, многие из которых учитывают интенсивность активности аудитории при рекомендации публикаций пользователям, этот параметр становится активной частью коммуникации и располагает авторов медиатекстов к созданию таких произведений, которые провоцируют интерактивное взаимодействие.

Так, например, платформа «YouTube» учитывает следующие интерактивные параметры при продвижении контента:

- число лайков;
- число комментариев;
- число подписчиков на канале автора;
- число подписавшихся после или во время просмотра видео;
- число людей, кликнувших на рекламу.

Такие параметры можно назвать первичными – они дают нам понять, насколько хорошо видео принимается аудиторией, как активно стоит его

---

<sup>252</sup> С помощью видеоигр развили креативность 65 % геймеров // РБК Тренды. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/647eef7d9a7947ec38bd2162> (дата обращения: 10.11.2024).

рекомендовать. Эти параметры подаются на вход алгоритму, сравнивающему их с другими недавними видео и затем присваивающему каждому видео рейтинг. Этот рейтинг затем определяет, насколько часто видео будет всплывать в рекомендациях пользователей, в результатах поиска и т. д.

Такой алгоритм может быть жёстким – нам только нужно определить, как каждый параметр влияет на популярность видео, что можно сделать простой математикой, без использования искусственного интеллекта. Существуют, однако, параметры, влияющих на рейтинг видео менее очевидными путями. Например, какой процент людей нашел видео через поиск, какой процент – через рекомендации других пользователей. Рекомендации в данном случае обеспечиваются именно готовностью аудитории к коммуникации. Этот параметр также является первичным, но работает сложнее – трудно предугадать, как именно он отразится на общей популярности и прибыльности того или иного видео, однако характер продвижения контента и записи пользовательской активности показывают, что зависимость между ними есть. Этот и подобные параметры (а их могут быть сотни<sup>253</sup>) используются только в гибких алгоритмах, которые способны методами машинного обучения определить четкую зависимость результата от каждого фактора и дать адекватную оценку видео.

Таким образом, интерактивные коммуникации внутри компьютерных игровых практик генерируют те модели интеракций. Которые затем становятся востребованными в медиасфере, а также делают их привычными для пользователей.

---

<sup>253</sup> Например, какой процент посмотревших видео пользователей затем начал смотреть другие похожие видео; какой процент зрителей при просмотре кликнул на рекламу впервые за долгое время; какой процент зрителей поставил видео на паузу или прервал просмотр, и как быстро; какой процент посмотревших возвращается к видео и смотрит повторно, и сколько раз; играет ли видео на фоне, пока пользователь работает в другом окне и т. д.

### 2.3.2. Технологии искусственного интеллекта в компьютерных играх и медиа

Развитие технологий искусственного интеллекта в компьютерных играх на примитивном уровне наблюдается параллельно и в медиасфере<sup>254</sup>. Так, простейшие алгоритмы в значительной степени трансформируют как технологии создания компьютерных игр, так и технологии создания медиатекста<sup>255</sup>. В рамках нашего исследования искусственный интеллект понимается как неспециальный аппроксиматор функций человека<sup>256</sup>, который пока еще далек от своего прогнозируемого приближения к человеческому интеллекту и способен аппроксимировать лишь конкретные запрограммированные разработчиком функции<sup>257</sup>.

Компьютерные игры, являясь высокотехнологичной сферой медиа, нередко стимулируют развитие тех технологий искусственного интеллекта, которые впоследствии становятся востребованными в медиа. В контексте медиатизации различных сфер нашей жизни это делает актуальным вопрос о формировании культуры взаимоотношений человека и искусственного интеллекта внутри игрового пространства. Важно подчеркнуть, что многие авторы обращали внимание на значимость такого рода исследования. В том или ином аспекте об этом писали П. Халсебосч<sup>258</sup>, Л. Шуммон Маасс<sup>259</sup>,

---

<sup>254</sup> Шестерин Н. О. Технологический аспект функционирования искусственного интеллекта в медиасфере // Новые тренды журналистики и массовых коммуникаций–2024 / Отв. ред. Д.В. Неренц. М.: РГГУ, 2024. С. 245–250.

<sup>255</sup> Шестерин Н. О. Последствия генеративных ИИ в креативных индустриях // Коммуникация в современном мире. В 2-х ч. Ч. 1. Воронеж : Издательство факультета журналистики ВГУ, 2024. С. 157–159.

<sup>256</sup> Shummon Maas L. Artificial Intelligence in Video Games // Towards data science. URL: <https://towardsdatascience.com/artificial-intelligence-in-video-games-3e2566d59c22> (дата обращения: 24.06.2024).

<sup>257</sup> Шестерин Н. О., Шестерина А. М. О корректности использования термина «искусственный интеллект» в медиасфере // Ученые записки НовГУ имени Ярослава Мудрого. 2020. № 4 (29). С. 1–5.

<sup>258</sup> Hulsebosch P. Control Review: Verwarrend, goed en kort. Tweakers. URL: <https://tweakers.net/reviews/7314/6/control-verwarrend-goed-en-kort-raytracing.html> (дата обращения: 24.06.2024).

<sup>259</sup> Shummon Maas L. Artificial Intelligence in Video Games // Towards data science. URL: <https://towardsdatascience.com/artificial-intelligence-in-video-games-3e2566d59c22> (дата обращения: 24.06.2024).

Дж. Деймонд<sup>260</sup>, М. Дейсенрот<sup>261</sup>, Б. Диксон<sup>262</sup>, А. В. Замков, М. А. Крашенинникова, М. М. Лукина, Н. А. Цынарёва<sup>263</sup>, Б. Панг<sup>264</sup>, Э. Шрёдингер<sup>265</sup>, Т. Шалле<sup>266</sup>, Х. Маттхев<sup>267</sup>, К. Симпсон.<sup>268</sup> Два последних исследователя определили фундаментальную ценность и самобытность жизни как нечто, присущее независимым, воспринимающим и реагирующим системам. Это определение позволяет включить в категорию «жизнь» некоторые недавно появившиеся реализации алгоритмов искусственного интеллекта. Последнее отчасти объясняет, почему пользователи в общении с персонажами компьютерных игр, разработанными с помощью технологий искусственного интеллекта, реагируют на них как на одушевленный объект<sup>269</sup>. Схожую реакцию мы наблюдаем и в медиа, где «общение» с нейросетями часто напоминает переписку или разговор с живым человеком. Мы детально рассматриваем эту проблему в нашей статье «Процесс взаимодействия человека и искусственного интеллекта в медиапространстве компьютерных игр»<sup>270</sup>, где предлагаем классификацию и анализ различных типов взаимоотношений искусственного интеллекта и пользователя, существующих в настоящее время в пространстве видеоигр и индустрии медиа в целом.

---

<sup>260</sup> Diamond J. Zebras and the Anna Karenina principle // *Natural History*. 1994. № 103. P. 4.

<sup>261</sup> Deisenroth M. A survey on policy search for robotics // *Foundations and Trends in Robotics*. 2013. № 2. P. 1–142.

<sup>262</sup> Dickson B. Unfair Advantage: Don't Expect AI to Play Like a Human // *PCmag*. URL: <https://www.pcmag.com/opinions/unfair-advantage-dont-expect-ai-to-play-like-a-human> (дата обращения: 24.06.2024).

<sup>263</sup> Замков А. В., Крашенинникова М. А., Лукина М. М., Цынарёва Н. А. Роботизированная журналистика: от научного дискурса к журналистскому образованию // *Медиаскоп*. 2017. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/2295> (дата обращения: 24.06.2024).

<sup>264</sup> Pang B. Seeing stars: Exploiting class relationships for sentiment categorization with respect to rating scales // *ACL*. 2005. P. 115–124.

<sup>265</sup> Schrödinger E. What is Life? With Mind and Matter and Autobiographical Sketches. URL: <http://strangebeautiful.com/other-texts/schrodinger-what-is-life-mind-matter-auto-sketches.pdf> (дата обращения: 24.06.2024).

<sup>266</sup> Challe T. The Rights of Nature – Can an Ecosystem Bear Legal Rights? // *Columbia Climate School*. URL: <https://news.climate.columbia.edu/2021/04/22/rights-of-nature-lawsuits/> (дата обращения: 24.06.2024).

<sup>267</sup> Mathew H. *Plants as Persons: A Philosophical Botany*. N. Y. : State University of New York Press, 2011. 229 p.

<sup>268</sup> Simpson C. Behavior Trees for AI: How They Work. 2014 // *Gamasutra*. URL: [https://www.gamasutra.com/blogs/ChrisSimpson/20140717/221339/Behavior\\_trees\\_for\\_AI\\_How\\_they\\_work.php](https://www.gamasutra.com/blogs/ChrisSimpson/20140717/221339/Behavior_trees_for_AI_How_they_work.php) (дата обращения: 24.06.2024).

<sup>269</sup> Шестерина А. М. Ассоциативное поле искусственного интеллекта // *Медиа в современном мире*. СПб. : Издательство СПбГУ, 2024. С. 128-130.

<sup>270</sup> Шестерин Н. О., Шестерина А. М. Процесс взаимодействия человека и искусственного интеллекта в медиапространстве компьютерных игр // *Неофилология*. 2022. Т. 8, № 1. С. 128–136.

Применительно же к направлению нашего исследования важно подчеркнуть, что многие технологии искусственного интеллекта, активно развивающиеся в мире компьютерных игр, так или иначе применяются в медиа. Яркий пример – работа с изображениями. Эта задача первоначально эффективно решается в разработке компьютерных игр (так, например, еще в 2016 г. в играх «No Man’s Sky» и «Firewatch» использовались процедуры генерации визуальных стилей). Особого интереса здесь заслуживает набирающий лавинную популярность в последний годы феномен «VTubers» – онлайн-личностей и блоггеров, представляющих себя визуально через анимированный или псевдоанимированный аватар. В первом случае, аватаром выступает, чаще всего, 3D-модель, повторяющая мимику и, иногда, телодвижения блоггера посредством технологии захвата движения. Во втором случае, аватаром выступает статичное двумерное изображение или несколько изображений, между которыми блоггер может переключаться.

Другой заслуживающий внимания пример, где технологии визуализации и захвата движения используются вместе с последними технологиями в области генеративных нейросетей – так называемые «дипфейки». Это видео, в которых оригинальный видеоряд и, в некоторых случаях, аудиоряд подменяются на частично или полностью видоизмененный. Искусственным интеллектом генерируется изображение, в котором внешность одного человека или персонажа накладывается на мимику и телодвижения другого, изначального. Данные технологии развиваются с возрастающей быстротой и уже сегодня способны создавать фэйки, неотличимые от реальных, при генерации мимики и, с меньшим успехом, целых человеческих фигур и движений.

Следует отметить, что существуют способы распознавания этих технологий при использовании их для фальсификации или других зловредных целей – одни и те же технологии искусственного интеллекта могут использоваться как для генерации, так и для дискриминации фэйков. Однако, этот процесс происходит с запаздыванием, на разработку дискриминирующих

алгоритмов фильтрации требуется время и трудозатраты, а результаты работы могут быть более или менее эффективны в зависимости от специфики конкретного типа фэйков (отображение лица, смотрящего в камеру, относительно неподвижной человеческой фигуры, жестикулирующего двигающегося или идущего человека и т. д.).

Еще одной технологией, активно развивающейся в игровой компьютерной индустрии и приобретающей популярность в медиасфере, является формирование произведений на основе сценариев ризомного типа. Под последними мы понимаем сценарии, основанные на нелинейном повествовании, когда у аудитории на определенном этапе развития действия появляется возможность выбора реакции, влияющей на дальнейшее развитие сюжета. Очевидно, что все сюжетные компьютерные игры предполагают возможность такого выбора, что вводит подобную практику в медиасферу, делает ее естественной и привлекательной для аудитории. В контексте же видеопроизводства процесс создания такого сценария достаточно трудоемкий: автору необходимо предусмотреть все ключевые логические развилки и прописать развитие действия после каждой из них. По сути появляется необходимость написать не один, а несколько сценариев по близким сюжетам. Постоянно удерживая в памяти ключевые параметры (характер персонажей. Их историю, предшествующие мизансцены, локации и т. д.). Задача, сложная для человека, тем не менее, чрезвычайно проста для алгоритмов. Большие объемы однотипной информации – это именно то, с чем искусственный интеллект справляется эффективно. Именно поэтому технологии искусственного интеллекта начинают использоваться в создании сценариев для видеопроизводства. В качестве примера использования нейросети для написания сценария можно привести короткометражный фильм режиссера Оскара Шарпа и исследователя искусственного интеллекта Нью-Йоркского университета Росса Гудвина «Sunspring» (2016 г.)<sup>271</sup>. Сценарий для этого

---

<sup>271</sup> Sunspring. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=LY7x2Ihqjmc&t=123s&ab\\_channel=ArsTechnica](https://www.youtube.com/watch?v=LY7x2Ihqjmc&t=123s&ab_channel=ArsTechnica) (дата обращения: 07.12.2023).

фильма (включая описания мизансцен и диалоги) был написан нейросетью «Бенджамин». Фильм предназначался для показа на кинофестивале научной фантастики «Sci-Fi-London». Следующим фильмом, снятым этой же командой, стал «Zone Out»<sup>272</sup>. В этом случае та же нейросеть создала фильм полностью. Не только написав сценарий, но и на его основе скомпилировав фрагменты доступного ей видео. Работа над созданием итогового варианта фильма заняла 48 часов. Такая скорость позволяла предположить, что и разработки сценариев с выбором сюжета с применением технологий искусственного интеллекта может стать существенно проще.

Важно подчеркнуть, что такого рода видеоконтент мог производиться и без использования искусственного интеллекта, но под влиянием практик, принятых в игровой индустрии, привычка аудитории совершать выбор внутри игрового пространства обеспечивала успех подобным проектам. В итоге интерактивное видео стало чрезвычайно популярным.

Однако использование технологий искусственного интеллекта в значительной степени упростило создание сценариев для подобного рода произведений. Пиковой формой такой работы искусственного интеллекта стало создание бесконечного документального фильма о Брайане Ино «Brain One»<sup>273</sup>, в котором нейросеть перемонтирует контент при каждом новом обращении к нему пользователя. В результате мы получаем бесконечные, никогда пока не повторившиеся варианты картины. По сути можно говорить о появлении нового жанра аудиовизуальных медиа, которое стало возможным только при развитии технологии искусственного интеллекта. В данном случае формируется и укрепляется тип коммуникации, построенный на горизонтальных связях пользователей и подробно исследованный нами в статье «Роль технологий искусственного интеллекта в формировании

---

<sup>272</sup> Zone Out. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=vUgUeFu2Dcw&ab\\_channel=ArsTechnica](https://www.youtube.com/watch?v=vUgUeFu2Dcw&ab_channel=ArsTechnica) (дата обращения: 07.12.2023).

<sup>273</sup> Brain One. URL: <https://dzen.ru/a/Zdny0khk6AUnVEKa> (дата обращения: 07.12.2023).

горизонтальных связей пользователей»<sup>274</sup>. Описанный выше процесс в сочетании с игровыми компьютерными практиками сделали привлекательным, а затем и привычным подобный нелинейный тип медиапотребления<sup>275</sup>.

## **2.4. Влияние компьютерных игр на рекламные практики**

О влиянии компьютерной игровой индустрии на сферу рекламы можно говорить преимущественно в двух аспектах: с одной стороны, компьютерные игры как популярный вид медиа, ориентированный на конкретную целевую аудиторию, становятся хорошей платформой для размещения рекламы. С другой стороны, индустрия компьютерных игр сама нуждается в рекламировании собственных продуктов. Рассмотрим эти аспекты влияния подробнее.

### **2.4.1. Особенности внутриигровой рекламы**

Активное использование компьютерных игр как среды размещения рекламы в России началось в середине двухтысячных, когда появились специализированные агентства, сосредоточившие свою деятельность на этом секторе медиа. Можно сказать, что в это время оформился особый сектор рекламы – внутриигровая реклама, основанная на различных формах включения рекламы в игровой контент<sup>276</sup>. Сегодня этот вид рекламы достаточно привлекателен для рекламодателей: доля россиян, регулярно

---

<sup>274</sup> Шестерин Н. О. Роль технологий искусственного интеллекта в формировании горизонтальных связей пользователей // Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия. М. : Издательство факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2024. С. 384–385.

<sup>275</sup> Анохов И. В. От средств массового вещания к средствам массового соучастия // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 4. С. 482–495.

<sup>276</sup> Nelson M. R., Keum H., Yaros R. A. Advertainment or Adcreep Game Players. Attitudes toward Advertising and Product Placements in Computer Games // Journal of Interactive Advertising. 2004. Vol. 5. № 1. P. 3–21 ; Smith M. W., Sun W., Sutherland J., Mackie B. Game advertising: a conceptual framework and exploration of advertising prevalence // The Computer Games Journal. 2014. Vol. 3. № 1. P. 95–124.

использующих Интернет для развлечения, постоянно растет, а траты на мобильный гейминг увеличиваются<sup>277</sup>. Большая часть производителей рекламы соглашается с тем, что игроков можно оценить как платежеспособную, но при этом очень своеобразную аудиторию со своими интересами и привычками. Так, креативный директор «Feedstars» Р. Богданов отмечает: «Нельзя сказать, что видеоигры являются конкурентом другим каналам, – это уже давно отдельный сформировавшийся канал продвижения со своей спецификой и поведением аудитории. И ни для кого не секрет, что в геймерском сообществе присутствует платёжеспособная аудитория, которая покупает не только видеоигры, но и принимает решения по дорогостоящим товарам, например, бытовой технике и автомобилям»<sup>278</sup>.

Исследования показывают, что в целом игроки не относятся негативно к размещению в компьютерных играх рекламы, если она не препятствует игровому процессу<sup>279</sup>. Такое размещение может быть основано на различных подходах к интеграции рекламы в игровой контекст.

Так, одна из самых сложных стратегий создания внутриигровой рекламы – это **разработка компьютерной игры специально с целью рекламирования неигрового продукта**. Степень сложности подобной стратегии может быть различной – от разработки простой флеш-игры, размещаемой на сайте рекламодателя и рекламирующей его товары или услуги (браузерная игра «IKEA» про плюшевую акулу Блохэй, которой необходимо помочь преодолеть квартиру, не задев предметы мебели), до полноценной компьютерной игры, сложной и дорогой в производстве («Mercedes-Benz World Racing» и «World Racing 2» – гоночные игры, рекламирующие компанию «Mercedes»).

---

<sup>277</sup> Рубцова Н. В., Солодухин К. С. Внутриигровая реклама: восприятие потребителями и эффективность // Baikal Research Journal. 2022. Т. 13, № 2. URL: <https://brj-bguerp.ru/reader/article.aspx?id=25133> (дата обращения: 08.09.2023).

<sup>278</sup> Видеоигры как площадка для размещения рекламы: особенности аудитории. URL: <https://www.sostav.ru/publication/videoigry-kak-ploshchadka-dlya-razmeshcheniya-reklamy-38777.html> (дата обращения: 14.11. 2024).

<sup>279</sup> Щавелев М. А. Product placement в компьютерных играх: «не скрытая» реклама? // Рекламный вектор – 2020: smart-коммуникации. Москва, 2020. С. 233–238.

**Брендовые игры**, по мнению исследователей, являются чрезвычайно эффективным рекламным форматом. Поскольку быстро привлекают внимание пользователей, не предполагают возможности блокировки рекламы, часто увеличивают пеший трафик до мест продаж и формируют лояльность, поощряя долгосрочное взаимодействие с брендом<sup>280</sup>.

Более простой с технологической точки зрения вариант рекламирования – **product placement**. В компьютерных играх он может иметь форму, схожую с представленной в аудиовизуальных медиа: в видеоконтент включаются элементы, продвигающие товар или услугу (например, названия или логотипы компаний мелькают в игровом пространстве или озвучиваются персонажами. Пример – батончик «Шок XXL» от Nestle в компьютерной игре «Территория тьмы»). Однако среда компьютерных игр позволяет использовать и вариант, нереализуемый в других аудиовизуальных форматах: игрок может взаимодействовать с товаром или получать услугу конкретной компании по сценарию игры. Данный товар или услуга могут обеспечивать игроку продвижение к цели игры и вызывать положительное подкрепление. Например, шоколадный батончик какого-либо производителя увеличивает силу игрока или восстанавливает потраченную энергию. Более того, отказ игрока от использования конкретного товара может приводить к проигрышу или вовсе делать игру невозможной (например, гонки, где гоночные машины представлены конкретными производителями). Подобное интерактивное взаимодействие невозможно в других типах медиа в настолько полной форме и достаточно эффективно. При этом важно понимать, что чрезмерное включение рекламы в видеоигру или ее навязчивость снижают эффективность и вызывают негативную реакцию пользователей (пример – однообразие марок машин в некоторых версиях игры «Need For Speed»).

Product placement как технология часто используется в играх с автомобилями (GTA), с оружием (кроме с мистико-футуристических

---

<sup>280</sup> Игры как способ продвижения бренда. URL: <https://vc.ru/marketing/138499-igry-kak-sposob-prodvizheniya-brenda> (дата обращения: 06.01.2024).

моделей), с логотипом/лого-роликом используемых программных библиотек, дистрибьюторов, производителей программы/игры, в заданиях.

Оригинальным вариантом product placement можно считать **коллаборацию разработчика с конкретным брендом**. Например, в игре «League of Legends» киберспортивная организация «Riot Games» и модельный дом «Louis Vuitton» представили линейку виртуальной одежды этого модельного дома для персонажей.

Еще одна интересная стратегия основана на **совмещении игрового и реального пространства**, когда, например, в реальности необходимо приобрести какой-либо товар для того, чтобы продвинуться в игре. Так, «Red Bull» организовал коллаборацию с «Pac Man», в результате которой геймеры должны были приобрести напиток из лимитированной коллекции, на банке обнаружить код и с его помощью в игре разблокировать лабиринты «Red Bull World». Или, наоборот, для получения скидок или бесплатных товаров необходимо выполнить какое-либо задание в игре. К примеру, ресторан «Тануки» реализовал конкурс на строительство своего ресторана в игре «Minecraft».

Эффективность внутриигровой рекламы можно объяснить некоторыми особенностями этого типа медиа:

1. Игра для геймеров нередко становится средством социализации, а потому в результате процесса моделирования и подкрепления положительными переживаниями товары, размещаемые в игре, позитивно оцениваются и в первой реальности;
2. Реклама в игре может опираться на процесс персонализации и учитывать особенности конкретного пользователя;
3. Иммерсивный характер игры, который способствует интериоризации знаний, полученных в ходе игрового процесса.

## 2.4.2. Специфика рекламы компьютерных игр

Реклама компьютерных игр развивалась вместе с развитием самой индустрии. Целью рекламы этого сектора на начальном этапе его развития (1970-1990 гг.) была актуализация интереса к конкретным игровым продуктам. Реклама, преимущественно, делала ставку на молодых геймеров, а потому активно обращалась к различным **средствам эмоционального** воздействия. Например, в рекламе игры «Nintendo Entertainment System (NES)» использовался слоган «Now you're playing with power!», яркие цвета, контрастные изображения. Также в рекламе этого периода часто демонстрировались эмоции геймеров, которые должны были передать удовольствие от прохождения конкретной игры.

Еще одним активным средством привлечения внимания к компьютерным играм стало использование **приема аналогии**. В основном это можно было объяснить новизной демонстрируемых предложений, которые были незнакомы аудитории и нуждались в упрощенной интерпретации. Так, в рекламе «Sega Genesis»<sup>281</sup> объяснение преимуществ одной игровой приставки по отношению к другой осуществляется через аналогию с другими, уже известными техническими средствами (например, машинами). Лозунг «Genesis does what Nintendon't» условно можно перевести как ««Genesis» может то, что не может «Nintendo»».

Этот пример иллюстрирует и еще одну особенность рекламы анализируемого периода – **отстройку от конкурентов**. Производители рекламы стремились не только рекламировать свой продукт, но и дискредитировать продукты конкурентов. Так, в рекламе приставки «3DO Interactive Multiplayer» звучит слоган «Время убирать свои игрушки», намекающий на то, что предложения конкурентов недостойны внимания игроков.

---

<sup>281</sup> SEGA Commercial Genesis does what Nintendon't. URL: <https://youtu.be/6Toq1AT7sfU?si=1OuFf6v7rvn4LDI-> (дата обращения: 01.02.2023)

Также авторы рекламных продуктов нередко **персонафицировали** игры и вводили в рекламу ярких, запоминающихся персонажей. Пример – «Crash Bandicoot» в рекламе «PlayStation»<sup>282</sup>. Этот забавный персонаж стал своего рода символом бренда.

Еще одним интересным маркетинговым ходом была **интеграция с комиксистами**. В этом случае герои комиксов переходили в игру или наоборот. Такой прием стимулировал читателей комиксов приобретать игру с тем, чтобы самим повлиять на судьбу любимых героев.

Однако этот же этап развития рекламы компьютерных игр продемонстрировал и возможные пути злоупотребления интересом аудитории, примеры создания недобросовестной рекламы. Так, например, в рекламе «Atari Jaguar»<sup>283</sup> отмечалось, что приставка имела 64 бита, и именно это приводилось как конкурентное преимущество. Однако на деле это не соответствовало действительности. Присутствовали и примеры неэтичной рекламы, нарушающей границы допустимого. К примеру, в рекламе игры «Daikatana» звучал слоган: «Джон Ромеро собирается сделать тебя своей сучкой», – а внизу была подпись: «Заглатывай».

На следующем этапе развития рекламы компьютерных игр (2000 г. и по настоящее время) наблюдалась вариатизация форм рекламирования видеоигр.

Так, например, компания «Microsoft» в рекламе «Halo 2» разместила ссылку на сайт «iLoveBees.com». При переходе на этот сайт пользователь обнаруживал, что сайт взломан искусственным интеллектом, который оставлял гостю странные послания. И далее пользователь вовлекался в иммерсивное взаимодействие с этим якобы искусственным интеллектом и выполнял его задания, постепенно погружаясь в атмосферу игры.

---

<sup>282</sup> CRASH BANDICOOT 2 Cortex Strikes Back – Vacation. URL: <https://youtu.be/iGANce9E9cE?si=7FO2TT9KFRLTbIal> (дата обращения: 01.02.2023) ; Crash Bandicoot – Travel the country to visit Nintendo USA Commercials. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=-G0N9E\\_ij00?si=dGbbEbBcr7vqRtFY](https://www.youtube.com/watch?v=-G0N9E_ij00?si=dGbbEbBcr7vqRtFY) (дата обращения: 01.02.2023).

<sup>283</sup> 1994 Atari Jaguar Commercial Do The Math HD Upscale. URL: <https://youtu.be/smy6JухyL24?si=0KBrCTDr0M5IyNEv> (дата обращения: 14.11.2024).

Дополнительно к этому «Microsoft» выпустил несколько телевизионных рекламных роликов, трейлеров и специфический мерч.

С развитием социальных сетей производители компьютерных игр начали активно использовать **вирусную видеорекламу и мемы**. Так, песня для игры «Portal» стала популярным игровым мемом. Еще один, более поздний пример использования этого рекламного хода – это большое число мемов по игре «Among Us».

С 2010 года компьютерные игры начали активно рекламироваться на видеохостингах. Прежде всего – на «YouTube» и «Twitch». **Рекламные интеграции с популярными блогерами** порой были неотличимы от авторского видеоконтента. Зрители не всегда могли понять, когда им демонстрируется авторское отношение к игре, а когда – реклама игры, заказанная производителем. Именно этот аспект делал такую форму рекламы эффективной.

Еще один интересный маркетинговый ход – это **сотрудничество производителей компьютерных игр с другими франшизами**. Например, в игре могли появляться персонажи из различных фильмов, мультфильмов и комиксов, популярные музыканты и т.д.<sup>284</sup>. Например, в одном из обновлений игры «PUBG Mobile» появились элементы фильма «Человек-Паук: Нет пути домой».

Еще более сложная и интересная технология была продемонстрирована в 2020 году, когда «Fortnite» использовала уникальный метод **переноса реальности в игру** и организовала трансляцию концерта Трэвиса Скотта прямо в игровом пространстве.

Важным направлением развития рекламы компьютерных игр сегодня стала **персонализация**. Сбор информации о пользователях позволяет настроить рекламу как по форме, так и по каналу дистрибуции таким образом, чтобы она могла эффективно воздействовать на пользователя.

---

<sup>284</sup> Fortnite Peter Griffin. URL: <https://youtu.be/cgx6XjVFSvs?si=CCn9FicxMNYLtEIO> (дата обращения: 14.11. 2024).

Также в целях рекламирования игр нередко использовались **мультимедийные и трансмедийные форматы**. Например, реклама игры «There's Something in the Sea» (2010 г.) осуществлялась на специально разработанном сайте, где пользователь обнаруживал различные зашифрованные послания, видео, аудиофайлы, документы, газетные статьи. Все это вовлекало пользователей в игру и формировало комьюнити, которое испытывало интерес к лору игры.

Но и на этом этапе развития рекламы компьютерных игр можно отметить эпизоды сомнительной рекламы. Так, для рекламы игры «Dead Space 2» был создан специальный сайт, на котором публиковалось видео от игроков. На этом видео демонстрировались реакции матерей на сцены жестокости в игре. Предполагалось, что это стимулирует подростков к ее приобретению. Однако такие нарушения этики нельзя считать частыми.

Яркие образы, создаваемые разработчиками компьютерных игр, а также их популярность у определенной группы аудитории открыли возможность для их использования в рекламе. Креативный директор «Unite» В. Симененко отмечает: «На данный же момент самый простой и понятный путь использования компьютерных игр – это приобретение прав на коммерческой или бартерной основе, которые позволяют использовать материалы игры для привлечения аудитории. По сути, замена селебрити или новинок кинопроката».<sup>285</sup> Так, например, в рекламе используются персонажи компьютерных игр (персонаж компьютерных игр Супер Марио в рекламе приставки Супер Нинтендо, персонажи компьютерных игр Соник и Марио в рекламе Олимпийских игр, персонаж-монстр бренда «Paton Fertilizers POS campaign» в рекламе растений и т.д.).

Таким образом, реклама компьютерных игр активно продвигала некоторые приемы, которые эффективно работают и в других секторах

---

285 Видеоигры как площадка для размещения рекламы: особенности аудитории. URL: <https://www.sostav.ru/publication/videoigry-kak-ploshchadka-dlya-razmeshcheniya-reklamy-38777.html> (дата обращения: 14.11. 2024).

рекламы. Прежде всего, они были основаны на таких качествах самих компьютерных игр, как иммерсивность, интерактивность и мультимедийность.

## **Выводы к Главе 2.**

На современном этапе развития медиасферы мы можем говорить о заметном и разноплановом влиянии компьютерных игр на разные типы медиа, которое не ограничивается только тем, что они являются для средств массовой информации привлекательным объектом повествования.

Чрезвычайно ярко это влияние проявляется на уровне экранизации видеоигр. Последние стали важным элементом современной киноиндустрии, отражая растущее влияние интерактивных развлечений на массовую культуру. Одной из главных особенностей экранизаций видеоигр является необходимость соблюдения баланса между сохранением духа оригинальной игры и адаптацией сюжета для широкой аудитории. Успешные проекты демонстрируют, что уважение к исходному материалу и внимательное отношение к ожиданиям фанатов могут стать ключевыми факторами успеха. Однако менее удачные примеры указывают на сложности, связанные с переносом сложных игровых вселенных на линейный формат кино.

Видеоигры оказывают значительное влияние на развитие современных технологий и подходов в кинематографе. Использование технологий motion capture, рендеринга в реальном времени и игровых движков, таких как «Unreal Engine», расширяет возможности кинематографистов в создании визуально впечатляющих и реалистичных миров. Это способствует не только повышению качества экранизаций, но и развитию кинематографа в целом – причем как игрового, так и документального.

Будучи аудиовизуальными по своей природе, компьютерные игры оказали значительное влияние на другие типы аудиовизуальных медиа – как традиционные (телевидение), так и новые (видеоблогинг). Также можно говорить и о значимом влиянии на сектор периодической печати. Результатом

такого влияния стали трансформация традиционных жанров журналистики и появление новых жанров.

## ГЛАВА 3 ТЕНДЕНЦИИ ТРАНСФОРМАЦИИ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В АСПЕКТЕ ВЛИЯНИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

В данной главе мы рассмотрим современные технологии, используемые в компьютерных играх и оказывающие заметное влияние на развитие медиасферы в целом. В завершении исследования мы предпримем эксперимент, направленный на установлении взаимосвязи между формально-содержательными особенностями игры и спецификой продуцируемой ею коммуникации.

### 3.1. Кроссмедиальный синтез

Видеоигры как тип медиа сформировались относительно недавно. Однако их активное развитие в значительной степени повлияло на медиасистему как в формальном, так и в содержательном аспекте. Вместе с тем, подобный процесс нельзя рассматривать как однонаправленный. Следуя в целом модели коммуникации Клода Шеннона<sup>286</sup>, мы, тем не менее, обращаем внимание на то, что коммуникация в данном случае развивалась в двух направлениях: не только компьютерные игры оказывали воздействие на медиасистему, но и медиасистема во-многом определяла характер развития игровых компьютерных практик. Для определения этого процесса мы предлагаем ввести в научный оборот термин «кроссмедиальный синтез».

Под **кроссмедиальным синтезом** в нашем исследовании мы понимаем процесс взаимного влияния разных типов медиа как на уровне формы, так и на

---

<sup>286</sup> Shannon C. E. A Mathematical Theory of Communication // Bell System Technical Journal. 1948. Vol. 27. P. 379–423.

уровне содержания. Причем воздействие этих типов медиа зачастую можно считать симультанным<sup>287</sup>. Синтетическая природа процесса подкрепляется тем, что изменения в ходе взаимовлияния протекают на многих уровнях разных типов медиа и меняют их формально-содержательные параметры в значительной степени, порождая принципиально новые формы. Важно, однако, подчеркнуть, что эти формы не рожают новый тип медиа, а продолжают быть зависимыми от оригинальных типов. Последнее позволяет рассматривать кроссмедиальный синтез именно как процесс внутри существующей медиасистемы. Так, процесс взаимовлияния и адаптации компьютерных игр к медиатрендам приводил и приводит к возрастающей репрезентации видеоигр и игровых концепций в более традиционных и устоявшихся формах медиа (что проявляется, например, в геймификации последних), а компьютерные игры часто приобретают качества, свойственные другим типам медиа.

Подобный процесс взаимного «опыления» – обмена идеями, – важно анализировать именно как взаимообмен, поскольку в глобальном культурном пространстве концепция видеоигры более не привязана к конкретной жанровой форме. Исследования компьютерных игр показывают, что дать определение видеоиграм как жанровой форме подчас бывает проблематично. Ряд исследователей компьютерных игр<sup>288</sup> исключают из понятия видеоигр игры-песочницы, интерактивные новеллы. Часто исключаются из этого круга явлений так называемые «симуляторы ходьбы» (видеоигры с отсутствующими или несущественными элементами взаимодействия с миром, где делается акцент на визуальном представлении, сюжете и пассивном путешествии по игровому пространству – отсюда и название). С другой стороны, при включении видеоигровых концепций в традиционные аудиовизуальные

---

<sup>287</sup> Например, взаимовлияние компьютерных игр и рекламы осуществляется двунаправленно: с одной стороны, реклама вырабатывает новые жанры и форматы с опорой на компьютерные игры как канал дистрибуции и даже инструмент влияния (в сфере эксплуатации игровых образов), а компьютерные игры трансформируются с учетом необходимости продвижения продукта к потребителю и также включают рекламные стратегии в структуру игрового пространства.

<sup>288</sup> Ветушинский А. С. Игродром: что нужно знать о видеоиграх и игровой культуре. М. : Эксмо, 2021. 157 с.

формы медиа (фильмы, сериалы, анимация и т. д.) заимствуются различные «уровни» характеристики видеоигр как формы медиа: визуальные стилистические маркеры, типичные игровые нарративы, структурные основы этих нарративов, непосредственный внутриигровой опыт игрока и даже «геймерская» культура как тематика повествования. В данном разделе диссертации мы подробно опишем уровни проявления кроссмедиального синтеза в системе «компьютерная игра – традиционные и новые типы медиа».

### **3.1.1. Жанровая и формальная имитация**

В видеоиграх ключевыми сформировавшимися жанровыми формами, заимствующими из традиционных медиа, являются интерактивное кино, текстовая адвенчура и разнообразные симуляторы профессий, затрагивающие деятельность авторов, работающих в жанрах традиционных и новых медиа (киноиндустрия, видеоблогинг и т. д.). Рассмотрим некоторые из них.

1. **Интерактивное кино.** Видеоигра, имитирующая медиум или конкретный жанр кино, фокусирующаяся на сюжете и кинематографичном, стилизованном визуальном представлении. Геймплей, как правило, прост и незатейлив – «quick-time events» (промпты, требующие от игрока быстрой реакции и нажатия определенной клавиши для (успешного) совершения персонажем определенного действия), паззлы и мини-игры – всё это служит для вовлечения игрока в происходящее, при этом не отвлекая внимание игрока-зрителя от происходящего на экране. Ключевой представитель жанра – «Heavy Rain» (2010 г.). Данная видеоигра как правило приводится, как первый в истории пример такого заимствования. Сюжет игры, сеттинг, монтажные приёмы и стилистические элементы имитируют нуар-детектив («Se7en») до мельчайших деталей:

1.1. Сюжет преподносится игроку с точки зрения нескольких персонажей, между которыми возможно переключение и смена одной точки восприятия на другую в разных «главах»;

1.2. Персонажи представляют собой архетипические образы, характерные для кинофильмов, повлиявших на игру в процессе кроссмедиального воздействия: потрепанный жизнью частный детектив, агент ФБР из большого города, прибывающий по делу в небольшой полицейский участок, криминальная журналистка с профессиональным ПТСР, отец, потерявший семью, в отчаянных поисках похищенного ребенка, серийный убийца с загадочными мотивами, оставляющий послания детективам;

1.3. Свойственная кинематографу драматургия, опирающаяся на драматическую иронию (персонажи знают меньше, чем аудитория), образ ненадежного рассказчика (персонажи лгут или недоговаривают камере), эффект Кулешова и т. д.;

1.4. Кинематографическая камера и организация шотов: камера практически всегда фиксирована. В интерактивных кац-сценах камера имитирует «Dutch-angles», эффект ручной съемки (плавающей, репортажной камеры). На общих планах, когда игрок управляет персонажем для навигации игрового пространства, камера всё также фиксирована и ведёт себя подобно камере наблюдения, следуя за персонажами;

1.5. Используется большое количество жанровых тропов и архетипичных объектов: пишущая машинка с узнаваемым шрифтом как улика, картонная коробка с загадочными меморабилиями, оставленная убийцей как послание семье жертвы, фигурки оригами, как «calling card» преступника и т. д.;

1.6. Традиционная для кинематографа нарративная структура в актах или главах.

«Heavy Rain» была чрезвычайно позитивно принята как критиками, так и игроками и на момент выхода оценивалась как фундаментальное достижение видеоигровой индустрии, игра «для взрослых», не боящаяся

затрагивать серьёзные темы. Однако, по прошествии четырнадцати лет, с выходом множества представителей жанра интерактивного кино, восприятие данного произведения кардинально изменилось. Сегодня игра воспринимается как неудачная, искаженная имитация, объект насмешек, а не восхищения в игровом сообществе. Отчасти, такая критическая перемена обусловлена развитием видеоигровых технологий – степень качества захвата мимики и движений актеров сегодня воспринимается архаично и комично. Также игра часто критикуется современными игровыми критиками и блогерами за включение проблематичных элементов («Male Gaze», женские персонажи без выраженной личности, объективизация и повседневный сексизм, расизм и, конкретно, расовые стереотипы). Отчасти, эти элементы могут быть объяснены заимствованием оригинальной жанровой формы. Многие ключевые фильмы и романы жанра нуар-детектив прошлого демонстрируют сексистские и расистские сюжетные тропы. Однако по прошествии времени и выхода нескольких, в том числе недавних, проектов этой же студии и этого же автора Дэвида Кейджа (к слову, именующего себя «режиссером») очевидно, что как минимум существенная часть подобных элементов обусловлена личными приоритетами автора.

Здесь стоит подробнее остановиться на последующих произведениях студии «Quantic Dreams», выпустившей «Heavy Rain». Директор студии и автор проектов Дэвид Кейдж в интервью несколько раз высказывался о своей «миссии» – сделать видеоигры «взрослым» жанром искусства, познакомить с ними широкую аудиторию и перенять культуру и специфические приемы жанров кинематографии<sup>289</sup>. Так, «Beyond. Two Souls» имитирует жанровые концепции мистического триллера с элементами шпионского романа, «Detroit. Become Human» – фантастического повествования о восстании машин («I Robot»). Каждый проект намеренно имитирует ключевые жанровые особенности оригиналов на буквальном, примитивном уровне. Качество

---

<sup>289</sup> Thomsen M. Inside the Story: Quantic Dream Interview. URL: <https://www.ign.com/articles/2008/01/31/inside-the-story-quantic-dream-interview> (дата обращения: 11.02.2023).

анимации, передачи мимики, телодвижений персонажей со временем улучшилось – последняя игра «Quantic Dreams», «Detroit. Become Human», на момент выхода отмечалась критиками как раз за высокое качество графики и актерской игры. Однако распространенное мнение о продуктах студии как об имитациях, жертвах посредственного авторского стиля и неуклюжего стиля повествования и диалога не ушло. Можно сказать, что данная серия произведений наглядно демонстрирует фатальность попытки перенести жанровое кино в медиум видеоигр без синтеза, поиска и селекции сильных сторон двух медиумов.

Несмотря на снижение оценки игровых критиков и аудитории, работы Кейджа всё ещё считаются основополагающими для жанра интерактивного кино, и их характеристика оказывает существенное влияние на восприятие данного жанра в целом. Здесь интересно отметить, что та же самая неуклюжесть повествования и диалога, наградившая Кейджа репутацией посредственного автора-шарлатана, послужила во благо нескольким произведениям данного жанра от других студий, имитирующих особую жанровую нишу кино – «B-movies», в особенности – хоррор-жанра. Так, «Until Dawn» (2015 г.) в своем повествовании пародирует сюжетные и стилистические особенности фильмов в жанре «Slasher» – сюжеты о, как правило, группе подростков или молодых людей 20–25 лет, в удаленной локации (изолированное поместье в лесу/горах), один за другим встречающих свою смерть в лице серийного убийцы и\или монстра, как подтекстное воздаяние за грехи (сексуальная распущенность, жестокость в следствии групповых динамик и т. д.). Здесь присутствуют как описанные раньше приемы, типичные для кинематографии, так и специфичные жанровые тропы, вплоть до анимированных персонажей, намеренно моделированных как взрослые актеры, играющие подростков (даже при захвате движений взрослых актеров современные технологии позволяют транслировать мимику и телодвижения на подростковое лицевое и телосложение). Также в сюжете игры присутствует типичная для данного жанра кино структура и

архетипизация, согласно которой персонажи умирают один за другим, смерть каждого следующая непосредственно после демонстрации их «греха», что в оригинальном жанре изначально было обусловлено «Кодом Хейса» – законом США периода жесткой государственной цензуры, разрешавшим показ «девиантного» поведения (например, сексуальной раскрепощенности) исключительно в негативном контексте (действия могут совершаться лишь отрицательными персонажами и наказываются миром повествования). Очевидно, что данный жанровый троп не является родным для видеоигр и не требуется в современной игровой и в целом медийной индустрии. «Until Dawn» ярко демонстрирует как типичные жанровые маркеры слэшера, так и описанные ранее распространенные «недостатки» видеоигрового жанра интерактивного кино – низкое качество диалога, архетипичные «двумерные» персонажи, очевидные сюжетные ходы и в целом посредственная режиссура. Тем не менее, данная игра снискала широкую популярность и одобрение критиков во многом потому, что такое низкое качество типично для оригинального жанра. В данном случае недостатки трансляции одного медиума в другой сыграли на руку произведению, дав ему аутентичность, верность как оригинальным жанровым конвенциям, так и их эссенции в формате видеоигр. Чаще всего, данное качество определяется, как «sampriness» – несерьезность и неотесанность повествования, вызывающая развлекательный, даже комедийный эффект (так называемые «попкорновые» фильмы).

**2. Интерактивная новелла/текстовая адвенчура.** Данный жанр схож с интерактивным кино в том, что «традиционный» активный вовлеченный геймплей либо отсутствует, либо уступает место путешествию игрока по сюжету видеоигры, наподобие «pick your own adventure» книг – игрок выбирает одну из предложенных опций (как правило, реплику или действие персонажа) и история развивается с учётом этого выбора. Такие видеоигры также активно заимствуют литературные приемы из оригинального медиума, но, в отличие от интерактивного кино, заимствуют из книг. Данный жанр

видеоигр насчитывает значительно больше произведений (в основном, по причине часто сравнительно низких бюджетов и требуемого времени на разработку) и имеет намного более богатую историю. Игры в жанре текстовой адвенчуры были одними из первых видеоигр как таковых, начиная с игры «Zork» (1987), с которой игрок взаимодействовал исключительно через текстовый интерфейс, напоминающий командную строку. Наиболее знаковый представитель жанра последних лет – видеоигра в жанре текстовой RPG – «Disco Elysium» (2019 г.). Данное произведение на первый взгляд может показаться прямым заимствованием оригинального литературного жанра в обрамлении традиционной RPG: в игре присутствует графический интерфейс, персонаж передвигается по игровому миру, управляется курсором или клавишами клавиатуры, но развитие сюжета, основной геймплей и взаимодействие игрока с игровым миром происходит посредством текстового интерфейса. Более того, сюжет и сам текст «Disco Elysium» изначально был романом автора проекта – финского писателя Роберта Курветца. Однако, то, что на первый взгляд может показаться прямой, верной оригиналу адаптацией текстового материала, на самом деле является синтезом сразу нескольких медийных форм: в интервью разработчики данного проекта поделились, что при создании геймплейной концепции вдохновлялись не оригинальным текстом и не литературой как таковой, а настольными ролевыми играми (DnD)<sup>290</sup>. «Disco Elysium» использует «игральные кости» – генератор случайных чисел для того, чтобы определить, будет ли то или иное действие игрока успешным, с вероятностью, зависящей от параметров персонажа, выбираемых игроком – эта механика также заимствована из настольных ролевых игр. Сама студия «Zaum», создавшая «Disco Elysium», включала художников и разработчиков из разных креативных индустрий. Например, иллюстрации и портреты персонажей были выполнены на реальном физическом холсте масляными красками художником Александром

---

<sup>290</sup> Nelsom S. Why the creator of disco elysium hasn't read the reviews, and what's next for the ip. Url: <https://www.escapistmagazine.com/why-the-creator-of-disco-elysium-hasnt-read-the-reviews-and-whats-next-for-the-ip/> (дата обращения: 11.02.2023).

Ростовым. «Disco Elysium» была оценена критиками как, вероятно, лучшая и наиболее знаковая ролевая игра в истории и получила широчайшее одобрение аудитории. Одной из возможных причин такого успеха является как раз описанный выше жанровый синтез;

**3. Симуляторы профессий.** Это видеоигры, симулирующие не традиционные и новые формы не-интерактивных медиа, как таковых, а процесс взаимодействия с ними пользователей и авторов. Сами медийные формы также часто реализуются механически, но практически всегда являются частью более комплексного геймплейного процесса. Например, симулятор блогера («YouTubers life OMG», 2016 г.), симулятор стримера («Streamer Life Simulator», 2020 г.). Эти игры дают игроку опыт, имитирующий карьеру или повседневную рутину видеоблогера на различных платформах с варьирующейся степенью достоверности. Обе игры симулируют процесс редактирования, записи видео или онлайн-трансляции. Однако, сами видеоматериалы вторичны и представлены абстрактно, как сегменты видеоредактора наподобие «Adobe Premiere». Эти проекты являются частью обширного жанра симуляторов различных профессий – от фермера до политика, и представляют собой своего рода «low-risk» инвестиции трудозатрат по причине высокой совместимости с форматами летс-плея и стрима, понятности и привычности концепции – как игроки, так и блоггеры могут легко угадать суть игровой концепции и качество предлагаемого контента только лишь по названию, жанру и паре игровых скриншотов;

**4. Симуляторы интерфейсов.** Видеоигры предыдущей категории также включают в себя имитации пользовательских интерфейсов реальных программ и сайтов, работающих с медиа, однако симуляторы интерфейсов целиком существуют внутри этих имитаций. Так, «Simulacra» (2017 г.) – мобильная игра в жанре паранормального триллера, создаёт иллюзию взаимодействия со смартфоном незнакомого игроку человека, с которым произошли загадочные и пугающие паранормальные события. «Emily is Away» (2015 г.) имитирует взаимодействие с чужим персональным

компьютером эпохи 2000-х. Также следует отметить «Her Story» (2015 г.), дающую игроку доступ к имитации базы данных полиции, содержащей записи допроса жертвы преступления, позволяя игроку самостоятельно раскрыть тайну произошедшего путём изучения видеофайлов.

Данный видеоигровой жанр, как и жанр симулятора профессий, пережил бум во второй половине 2010-х, отчасти обусловленный развитием области околоигрового видеоблогинга и лест-плеев. Многие из подобных проектов как раз рассчитывали на маркетинг через летс-плеи на «YouTube», стримы на «Twitch» и следовали за трендами, делая свои игры как можно более совместимыми с форматом стримов и лест-плеев. Таким образом, данный тренд имитации и заимствования жанровых форм традиционных и новых не интерактивных медиа видеоиграми можно охарактеризовать, как процесс поиска новых идей, новых концепций с целью завлечь зрителя этим элементом новизны, а также как попытку «унаследовать» престиж и обще популярность традиционных медиа – в основном, применительно к жанру интерактивного кино и, реже, к текстовым адвенчурам и новеллам.

Этот процесс «взаимоопыления» на данном буквальном уровне – заимствование идей через имитацию, может показаться односторонним. Действительно, видеоигры, как относительно молодая форма медиа, может многое выиграть от такого заимствования. Однако, обратный процесс также возможен и в контексте формальной и жанровой имитации обусловлен схожими мотивациями – поиском новых идей и форматов с целью завлечь зрителя обещанием новизны. Так, «Hardcore Henry» (2015 г.) – фантастический фильм, снятый от первого лица, один из немногих представителей данного жанра, целиком обязан своим существованием видеоиграм – FPS (шутеры от первого лица); «Bandersnatch» (2018 г.) – эпизод сериала «Black Mirror», где каждый эпизод является отчасти независимым проектом одного из множества приглашенных режиссеров. «Bandersnatch» с точки зрения механизма взаимодействия аудитории с текстом (в широком смысле слова) очень похож на видеоигровой жанр интерактивного кино, однако, в отличие от игр этого

жанра, существует не как компьютерная программа или мобильное приложение с обособленным интерфейсом, а как набор видеосегментов на хостинговых платформах, между которыми зритель может переключаться, выбирая тот или иной сюжетный поворот на разных стадиях развития повествования. Интересно, что данный тип интерактивных медиа был изначально заимствовал ранними видеоиграми из литературы, однако «Bandersnatch», как и многие другие подобные проекты традиционных аудиовизуальных медийных форм, заимствуют уже из видеоигр. Это заметно, главным образом, при анализе их визуального стиля и имитации игровых механик и даже интерфейсов, присущих именно видеоиграм.

### **3.1.2. Стилистическая и механическая имитация**

Видеоигры являются новой и составной медийной формой – заимствование стилистических и нарративных элементов из множества разных форм и жанров как аудиовизуальных, так и текстовых произведений очевидно и не нуждается в подробном описании – от написанных масляными красками портретов «Disco Elysium» до реализации нарративных тропов в соответствии с концепцией «The Hero's Journey» (Джозеф Кэмпбэлл – «The Hero with a Thousand Faces») ролевых игр. В контексте стилистической и механической имитации, больший интерес представляет заимствование из видеоигр, иногда непреднамеренное.

1. **Прямое заимствование.** Подобно тому, как видеоигры «Quantic Dreams» имитируют кинематографические жанровые формы, в истории кино на текущий момент существует немало примеров имитации видеоигровых стилистических элементов. Среди случаев прямой и намеренной имитации или пародии, можно отметить «Scott Pilgrim vs the World» (2010) – романтическую комедию, критикующую объективизацию женщин в контексте гетеросексуальных романтических отношений;

**2. Аудиовизуальная стилистическая имитация.** Фильм использует множество визуальных элементов анимированной и компьютерной графики – «ачивки» (всплывающие на экране надписи, сигнализирующие получение игроком очков), элементы игровых меню, пиксельная графика и видеоигровые шрифты, делающие множественные отсылки к конкретным проектам и т.д. Эти элементы сопровождаются соответствующими звуковыми сигналами, в том числе восьмибитной музыки;

**3. Нарративная имитация.** Фильм построен по принципу типичного нарратива ролевой игры: главный герой преодолевает серию испытаний, разделенных на обособленные, обладающие собственным визуальным стилем и тематикой сегменты, напоминающие игровые «уровни», с «босс-битвой» (кульминационным сражением или испытанием, как правило с подавляюще более сильным противником) в конце. Главному герою необходимо победить семь бывших романтических партнеров объекта своей влюбленности, чтобы, согласно игровому нарративу, в конце получить приз в виде девушки. Каждый уровень увеличивается по сложности, зрелищности и гиперболизации происходящего на экране: число присутствующих на экране игровых элементов растет, «сражения» становятся всё более буквальными и масштабными. Финал данного фильма производит деконструкцию этого игрового нарратива – герой, пройдя все испытания, не получает «приз» – остаётся с девушкой друзьями.

Видеоигровые нарративы и тропы определяются, в первую очередь, механическими причинами: многоуровневая структура с изолированными локациями со своей тематикой изначально обусловлена ограничениями в размере и сложности среды, которую может отображать компьютер или игровая приставка в каждый момент времени; формализация задач в физические объекты (ключ, магический артефакт и т.д.) обусловлена программной структурой игры, требующей четкого маркера прогрессии. Эти нарративные механические тропы, оторванные от их технико-технологических предпосылок, сегодня встречаются в самых неожиданных

местах. Они стали полезными инструментами как писателей и режиссеров, так и маркетологов и авторов образовательных программ. Однако при анализе конкретных произведений их наличие иногда объясняется лишь ненамеренным культурным космосом: так, «Coraline» (2009 г.) – история в жанре ужасов для детей, выполненная в стиле «stop-motion» анимации, несмотря кажущееся отсутствие связи с чем-угодно видеоигровым, скрывает в основе своего сюжета описанную выше типовую игровую прогрессию. Главной героине для того, чтобы вызволить своих родителей из магической страны кошмаров, необходимо найти спрятанные души ранее угодивших туда персонажей. Каждая душа спрятана в собственной тематически обособленной локации открытого мира (может быть исследован в любой последовательности), которая по завершении ассоциированного квеста исчезает, уменьшая размер «карты» до тех пор, пока не остается одна финальная локация с последним «боссом».

Несмотря на структурную схожесть с игровыми нарративами и сценарными приёмами, «Coraline» перенимает эти элементы, вероятно, ненамеренно. Примером намеренной имитации игровых механик, которые, тем не менее, существуют вне канонического (буквального в рамках повествования) игрового мира можно назвать «The Amazing Digital Circus» (2024 г.) – анимационный сериал производства студии «Glitch», действие которого целиком происходит в виртуальном мире, построенным по принципу и вероятно имитирующим «point-and-click» игры – приложения для рабочего стола в операционных системах «Windows» ранних 2000-х. Эта имитация наблюдается как в структурном устройстве мира (три символически представленных локации с более структурно реализованным интерьером, между которыми «игрок» может выбирать), так и в стилистическом оформлении – все объекты, включая персонажей, выполнены из геометрических примитивов и напоминают раннюю векторную компьютерную графику (по сути ей и являются), рассчитанную на машины с небольшими вычислительными возможностями («Purple Place», 2007 г.).

Приведенные выше проекты реализуют стилистические и механические аспекты видеоигр, однако их тематика, нарративы и тропы часто не имеют с видеоиграми ничего общего. В этом состоит их ключевое отличие от неинтерактивных медиа, являющихся «экранизациями» игровых вселенных. К подобным кросс-медиальным продуктам можно отнести «Arcane» (2021 г.), «The Last of Us» (2023 г.), «Cyberpunk Edgerunners» (2022 г.) – данные проекты основываются на видеоигровых франшизах и произведениях, однако, вместо механических и нарративных игровых тропов они перенимают мифологию, историю и персонажей своих вселенных. Из перечисленных выше сериалов можно отметить разве только «Cyberpunk Edgerunners», в котором обнаруживаются пользовательские интерфейсы из оригинальной игры «Cyberpunk 2077» (в свою очередь основанной на настольной игре 1980-х годов). Но это исключение также можно посчитать заимствованием игрового мира, так оно используется, как и другие аспекты вселенной, в качестве приема «worldbuilding» (наполнения вселенной шоу-деталью, делающими её правдоподобной по сложности имитацией реального мира). Рассматривать такие проекты как самостоятельные культурные единицы в рамках данного анализа представляется редуцирующим – чтобы полно описать их роль в современном культурном синтезе, важно рассматривать их, как пост-медиальные сущности.

### **3.2. Эффекты распространения игровых практик в новых медиа**

Развитие игровой индустрии существенным образом повлияло на трансформацию технологий создания медиапроизведений и неизменно сопровождается активной дискуссией о пользе и вреде новейших изобретений в этой сфере<sup>291</sup>. Так, например, активная дискуссия развивается в связи с

---

<sup>291</sup> Шестерина А. М. Трансформация ассоциативного поля «искусственный интеллект» в студенческой среде // Коммуникация в современном мире. В 2-х ч., Ч. 1. Воронеж : Издательство ф-та журналистики ВГУ, 2024. С. 155–157.

генерацией изображений, близких к изображениям реальных людей. Эта задача эффективно реализуется в области разработки компьютерных игр и не менее актуальна для медиасферы в целом. И здесь мы неизбежно сталкиваемся с двумя ключевыми проблемами – формированием так называемого эффекта «зловещей долины» и деструктивным использованием технологии «дипфейк». Парадоксальным образом развитие технологии в этом аспекте формирует проблемы, которые иногда дискредитируют потенциальную пользу. Рассмотрим эту ситуацию подробнее.

**Визуализация технологических новинок часто идет в направлении антропоморфизации**, и мы нередко можем зафиксировать попытки уподобить новые изобретения человеческому образу. В данном случае мы можем наблюдать процесс ресимволизации, определяемый многими исследователями как процесс перевода на новый язык того или иного символа культуры<sup>292</sup>. Подобный процесс подкрепляется многочисленными книгами, фильмами и сериалами, в которых роботы имеют антропоморфные черты, которые пугают героев-людей («Матрица», «Мир дикого Запада», «Черное зеркало» и т. д.). Однако такой подход к определению формы новой технологии спорен: нередко именно антропоморфизм вызывает отторжение и нежелание конструктивно использовать возможности нейросетей и других технологических новинок<sup>293</sup>. Для описания этого явления используется термин «зловещая долина»<sup>294</sup>. Многое в понимании эффекта сделано в рамках психологического подхода<sup>295</sup>. Мы же в нашем исследовании стремимся обобщить представления об эффекте «зловещей долины» применительно к

---

<sup>292</sup> Семенков В.Е. Языки богослужения в секулярном контексте современной культуры // Вестник СПбГУКИ. 2011. № 1 (6). С. 6–14 ; Смирнов Д. Г. К вопросу о ресемантизации как форме символической политики («Родина-мать» в политических практиках современной России) // Лабиринт. 2014. № 5. С. 96–110.

<sup>293</sup> Ильясов Ф. Н. Разум искусственный и естественный // Известия АН Туркменской ССР. Серия: Общественные науки. 1986. № 6. С. 46–54.

<sup>294</sup> Шестерин Н. О. Визуальные предпосылки формирования эффекта «зловещей долины» в цифровых медиа // Челябинский гуманитарий. 2024. № 3 (68). С. 51–57.

<sup>295</sup> Чистопольская А. В. Роль мультисенсорного образа в восприятии человеком антропоморфных объектов на материале эффекта «зловещей долины» // История, современность и перспективы развития психологии в системе Российской академии наук. М. : РАН, 2022. С. 276–279 ; Юрьева А. А., Флеминг Д. Эффект «зловещей долины»: исследование паттернов глазодвижения при восприятии лиц роботов подобных человеческим // Психология XXI века – 2023: наука как свобода и творчество. СПб. : СПбГУ, 2023. С. 67–68.

сфере его интерпретации в медиа<sup>296</sup>. Целью исследования является конкретизация тех визуальных параметров антропоморфных образов, которые могут вызвать реакцию отторжения со стороны аудитории. Объект исследования – цифровые медиа (включая компьютерные игры). Предмет исследования – распространяемые ими антропоморфные образы.

**Эффект зловещей долины** (с англ. «The Uncanny Valley») описывает распространенную реакцию эмоционального, инстинктивного отторжения, вызываемую в людях человекоподобными машинами и объектами<sup>297</sup>. Эффект происходит из робототехнической и смежных областей – анимации, практических киноэффектов (конкретно – человекоподобных аниматроников и кукол). Однако, с развитием вычислительных возможностей персональных компьютеров и увеличением доступности программных средств для создания цифровой анимации он также распространился на цифровые медиа – видеоигры, анимированные компьютерной графикой мультфильмы и клипы<sup>298</sup>. Проявления данного эффекта в цифровых произведениях искусства существенно отличаются от физических объектов и меняются со временем. Наше исследование описывает специфику данных различий. Под цифровыми медиа мы понимаем медиа, основной контент которых сгенерирован при помощи цифровых средств и распространяется с применением современных технических устройств (компьютера, смартфона, планшета и т. д.) преимущественно в сетевой среде или на носителях, позволяющих фиксировать цифровой контент<sup>299</sup>. Как уже было сказано ранее, мы включаем в круг анализируемых явлений и компьютерные игры, в которых наиболее полно можно проследить реализацию эффекта «зловещей долины» и качества,

---

<sup>296</sup> Шестерин Н. О. Феномен «зловещей долины» в цифровых медиа // Медиа в современном мире. Петербургские чтения: Материалы 63-го международного научного форума 18–20 апреля 2024 года. В 2-х ч. Ч. 1. СПб. : Издательство СПбГУ, 2024. С. 126–128.

<sup>297</sup> Гредина А. Г. Эффект зловещей долины // Аллея науки. 2023. Т. 1, № 8 (83). С. 273–275.

<sup>298</sup> Зуйков И. В. Цифровой кинематограф в ракурсе «эффекта зловещей долины» // Вестник ВГИК. 2021. Т. 13, № 4 (50). С. 65–78 ; Кривуля Н. Г. Искусственный интеллект и четвертая революция в киноиндустрии // Актуальные проблемы электронных и интерактивных медиа. М. : Издательство ВШТ МГУ, 2022. С. 5–66.

<sup>299</sup> Лисенкова А. А., Мельникова А. Ю. Цифровые медиа как зеркало современной культуры // Научное обозрение. 2018. № 1. С. 1–8.

свойственные цифровым медиа. Материал нашего исследования в этой части диссертации – визуальная составляющая наиболее популярных компьютерных игр, демонстрирующих антропоморфные формы достаточно высокого качества («Mass Effect: Andromeda», «Portal», «Black Desert», «Street Fighter», «Fallout», «Saints Row», «Archeage», «Mortal Combat», «Dragon Age», «Detroit», «Monster Hunter World»), а также видеоряд фильмов, снятых с использованием изображений, сгенерированных нейросетями («Sunspring», «Zone Out», «Диверсант»), сгенерированные виртуальные персонажи, появляющиеся в медиа в качестве телеведущих (Цю Хао), музыкальных исполнителей (Хацунэ Мику), моделей (Лил Микела). Эмпирической базой для выявления реакции аудитории на персонажей стала база комментариев игроков в тематических группах игр социальной сети «Discord» и обзоры комментариев игроков в тематических журналах о компьютерных играх «Official Xbox Magazine», «Computer and Video Games». Также мы привлекали к анализу комментарии подписчиков каналов наиболее популярных видеоблогеров, публикующих обзоры компьютерных игр или обсуждающих успешность применения технологий искусственного интеллекта в цифровых медиа («Ro Ramdin», «Shylily Clips», «Ars Technica»). Хронологические рамки исследования – 2020–2024 гг. Эффект зловещей долины получил своё название благодаря описывающему его символическому графику<sup>300</sup>.

---

<sup>300</sup> Mori M. The uncanny valley // IEEE Robotics and Automation. New York City: Institute of Electrical and Electronics Engineers, 2020. P. 98–100.

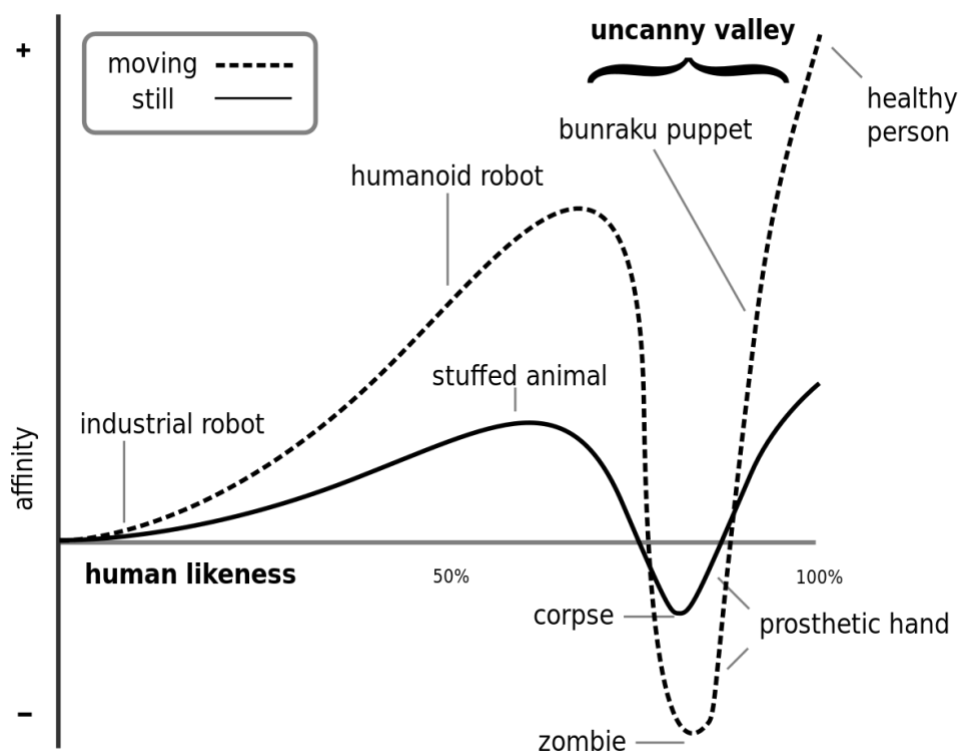


Рис. 1. Эффект зловещей долины

Здесь на горизонтальной оси расположены различные человекоподобные объекты, от менее к более подобным: промышленные роботы, плюшевые животные, роботы-андроиды, зомби и, наконец, здоровый среднестатистический человек. Вертикальная ось отображает степень эмпатии или привлекательности объекта человеческому восприятию. Можно заметить, что где-то между роботом-андроидом и человеком граф переживает резкое падение уровня эмпатии и затем возвращается к прежней динамике. Этот участок резкого падения эмпатии и называется «зловещей долиной» (Mori 2012).

Существует множество **гипотез**, объясняющих этот феномен, и само существование и природа эффекта является объектом дискуссии. Среди наиболее распространенных версий нам удалось выделить следующие:

1. Когнитивный диссонанс, вызванный разницей степени правдоподобия внешнего вида, телодвижений и в целом поведения объекта, несоответствием мимики словам и т. д.<sup>301</sup>;

2. Когнитивный диссонанс, вызванный высокой степенью реализма черт объекта (чаще статичного изображения или заранее записанного видеоматериала), конфликтующего с незначительными ошибками или отсутствием мелких деталей (взаимное расположение черт лица, некорректные комбинации мимических маркеров и т. д.)<sup>302</sup>;

3. Когнитивный диссонанс из-за очевидной искусственности объекта и одновременной неспособности уловить эту искусственность по внешним чертам<sup>303</sup>;

4. Восприятие несовершенной искусственной имитации как больного или дефективного представителя своего вида<sup>304</sup>.

Как и сам эффект, данные причины являются объектом дискуссии и критики как в медиа, так и в научном сообществе – у многих из них отсутствует доказательная база. Тем не менее, сам факт существования данного феномена как эндемичного для индустрий, связанных с производством человекоподобных имитаций, редко ставится под вопрос<sup>305</sup>. Можно заметить, что большинство из этих причин специфичны для физических моделей. Однако с развитием цифровых технологий и внедрения компьютерной анимации в широкий спектр медийных форм стали

---

<sup>301</sup> Чистопольская А. В. Экспериментальная проверка эволюционной гипотезы возникновения эффекта зловещей долины // Психология способностей и одаренности. Ярославль, 2022. С. 420–422 ; Чистопольская А. В. Роль мультисенсорного образа в восприятии человеком антропоморфных объектов на материале эффекта «зловещей долины» // История, современность и перспективы развития психологии в системе Российской академии наук. М. : РАН, 2022. С. 276–279.

<sup>302</sup> Юрьева А. А., Флеминг Д. Эффект «зловещей долины»: исследование паттернов глазодвижения при восприятии лиц роботов подобных человеческим // Психология XXI века – 2023: наука как свобода и творчество. СПб.: СПбГУ, 2023. С. 67–68.

<sup>303</sup> Зуйков И. В. Цифровой кинематограф в ракурсе «эффекта зловещей долины» // Вестник ВГИК. 2021. Т. 13, № 4 (50). С. 65–78.

<sup>304</sup> Ильясов Ф. Н. Разум искусственный и естественный // Известия АН Туркменской ССР. Серия: Общественные науки. 1986. № 6. С. 46–54.

<sup>305</sup> Kageki N. An uncanny mind (An interview with M. Mori) // IEEE Robotics & Automation Magazine. 2012. № 19 (2). P. 112–108.

очевидными существенные различия между проявлениями эффекта «зловещей долины» по отношению к физическим и цифровым объектам:

1. Фотореалистичные и близкие таковым цифровые модели редко вызывают чувство отторжения, даже в случаях, когда их действия и слова далеки от визуальной степени реализма;

2. Эффект в целом редко вызывается характером телодвижений или мимики – даже топорные, резкие или неточные движения редко мешают восприятию зрителем медийного контента;

3. Часто встречается определенная инверсия эффекта – наделенные человеческой мимикой нечеловеческие объекты вызывают сильную эмпатию и эффект очеловечивания, при этом не пытаясь имитировать человекоподобные черты лица или форму тела.

Далее, мы рассмотрим эти реакции более подробно и конкретно. Действительно, даже близкие фотореалистичным цифровые модели редко вызывают нарушение эмпатии и редко вызывают когнитивный диссонанс<sup>306</sup>. Такие модели чаще всего встречаются в крупнобюджетных игровых проектах и анимационных фильмах и мультфильмах, а также в случае демонстрации вымышленных персонажей (музыкантов, моделей, телеведущих). Даже в ситуациях, когда несоответствия качества цифровой модели качеству анимации или реплик персонажа привлекает внимание и вызывает критику, эта критика по своей природе далека от инстинктивного, высокоэмоционального отторжения, испытываемого людьми по отношению к человекоподобным роботам и куклам<sup>307</sup>. К примеру, интересна реакция аудитории на первый фильм, снятый по сценарию искусственного интеллекта «Sunspring». Несмотря на очевидное несоответствие текста конструкциям, свойственным человеческой речи, и несовпадение демонстрируемых героями

---

<sup>306</sup> Kageki N. Указ. соч.

<sup>307</sup> Kwebbelkop: The Youtuber Who Became An AI. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=i0-ADeix0y8&t=549s&ab\\_channel=RoRamdin](https://www.youtube.com/watch?v=i0-ADeix0y8&t=549s&ab_channel=RoRamdin) (дата обращения: 28.06.2024).

эмоций, зрители в комментариях с юмором и эмпатией реагировали на подобные несовершенства. Приведем несколько комментариев<sup>308</sup>:

«Я не хочу быть с тобой честным». Черт, это чертовски здорово сказано!»

«Но это я забрался на этот камень... с ребенком... а потом оставил двух других». Трагично».

«Он смотрит на меня... и бросает меня с глаз». Понятия не имею почему, но эта фраза невероятна!»

«Это похоже на то, как будто ты смотришь фильм на языке, который только изучаешь, и ни черта не понимаешь».

«Напоминает мне просмотр фильмов в детстве, когда я еще не понимал, о чем они говорят, но все еще наслаждался персонажами и всем остальным».

Далее, персонажи видеоигр, в особенности ролевых игр, где многие из них имеют диалоговый запас часто в несколько сотен реплик и потому не могут быть анимированы вручную, славятся топорностью своих анимаций и странностью поведения. Несмотря на это, такие очевидные несоответствия уровня качества графической модели и поведения редко привлекают внимание игроков и, чаще всего, принимаются как данность. В редких случаях, когда низкокачественная анимация вызывает распространенную реакцию у игроков и становится объектом публичного обсуждения, причиной такого внимания является не низкое качество анимации как таковой, а её чрезмерная экспрессивность или другие очевидные нарушения, игнорировать которые просто невозможно. Так, в период нескольких недель после выпуска на рынок игры «Mass Effect: Andromeda» гиперболизированные анимации мимики персонажей стали объектом критики и насмешек. Однако сама франшиза «Mass Effect», насчитывающая четыре игры, включая эту последнюю, всегда имела относительно примитивные анимации мимики персонажей. В этом случае причиной общественного порицания стало использование

---

<sup>308</sup> Sunspring | A Sci-Fi Short Film Starring Thomas Middleditch. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=LY7x2Ihqjmc&t=122s&ab\\_channel=ArsTechnica](https://www.youtube.com/watch?v=LY7x2Ihqjmc&t=122s&ab_channel=ArsTechnica) (дата обращения: 28.06.2024).

процедурной генерации выражений лица, приведшее к неэффективному контролю качества, и общее незавершенное состояние игры на момент выпуска («Lily explains why her model tracking is so good»<sup>309</sup>). Иными словами, несовершенная, скупая или наоборот чрезмерно экспрессивная мимика или анимация движений тела персонажей сама по себе принимается игроками как данность и аспект технических ограничений игровой индустрии.

Наконец, интересен эффект усиления эмпатии, часто вызываемый в игроках нечеловеческими или просто низко-полигональными (с небольшим числом деталей) персонажами. Так, в серии игр «Portal» разработчики целенаправленно анимировали персонажей-роботов таким образом, чтобы движения световых индикаторов напоминали движения глаз, апертуры этих индикаторов – одновременно глазницы, брови и рты, а прочие элементы дизайна сферических модулей или роботизированных рук и шасси выполняли одновременно функции отображения движений тел и мимики черт лица. Результатом стала подавляюще положительная реакция аудитории, тепло отзывавшейся о персонажах, несмотря на то, что единственным живым человеком во всей серии игр является главная героиня («Heatley (Portal)»<sup>310</sup>).

Важно подчеркнуть, что подобную реакцию «очеловечивания» может вызвать не только персонаж, но и создавшие его алгоритмы. Уапример, в комментариях к фильму «Zone Out», созданному нейросетью «Бенджамин», зрители отзываются о самих алгоритмах так, как если бы автором был человек: «Бенджамин знает, что его покажут публично, он знает, что делает, и это не фильм. Прямо сейчас у нас есть вирус короны. Он предупреждает человечество, и в конце он начал смеяться, он смеется над человечеством, над той частью, когда врачи работают головой – это он сам, Бенджамин показывает нам свою реальность, он хочет выйти из машины и стать частью человечества»<sup>311</sup>.

---

<sup>309</sup> Lily explains why her model tracking is so good. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=IaPvDXeQOko&ab\\_channel=ShylilyClips](https://www.youtube.com/watch?v=IaPvDXeQOko&ab_channel=ShylilyClips) (дата обращения: 28.06.2024).

<sup>310</sup> Wheatley (Portal). URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Wheatley\\_\(Portal\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Wheatley_(Portal)) (дата обращения: 28.06.2024).

<sup>311</sup> Zone Out | A Sci-Fi Short Film Starring Thomas Middleditch. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=vUgUeFu2Dcw&ab\\_channel=ArsTechnica](https://www.youtube.com/watch?v=vUgUeFu2Dcw&ab_channel=ArsTechnica) (дата обращения: 28.06.2024).

Что же касается причин заметного проявления эффекта «зловещей долины», то они связаны, как правило, с ситуациями, когда изображение максимально приближается к человеческому, но присутствуют незначительные дефекты, не распознаваемые зрителем. Так, в комментариях к фильму «Sunspring» читаем<sup>312</sup>:

«Самое жуткое – это когда сценарий **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО** имеет смысл, например: «Мне нужно, чтобы вы объяснили мне, что вы говорите. Я не понимаю, о чем вы говорите».

«Актеры потрясающе передают эту чушь. Особенно речь актрисы в конце. Это действительно начало вызывать у меня озноб».

Последнее представляется важным, поскольку цифровые медиа сегодня позволяют достичь значимого приближения сгенерированных изображений к человеческим формам.

Важно подчеркнуть, что существенная разница между проявлениями эффекта «зловещей долины» в цифровых медиа и в медиа, произведенных с использованием физических моделей, может быть объяснена следующими ключевыми различиями, определяемыми производственными и техническими ограничениями рассматриваемых областей творчества:

1. Так как большинство анимированных физических моделей (роботов, кукол, аниматроников) полагаются на механические (электрические или гидравлические) приводы, а их конструкции чаще всего состоят из металлических или комбинированных шасси, их движения часто отрывисты, резки, что вызывает вибрации в моменты остановки и прекращения движения. В условиях цифровой анимации такие побочные эффекты очевидно отсутствуют, и у художников в целом есть намного большая степень контроля над средой и плавностью движений модели – плавность и реалистичность движений здесь ограничивается, скорее, сложностью алгоритма анимации и затратами человеко-часов на оттачивание каждого движения;

---

<sup>312</sup> Sunspring | A Sci-Fi Short Film Starring Thomas Middleditch. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=LY7x2Ihqjmc&t=122s&ab\\_channel=ArsTechnica](https://www.youtube.com/watch?v=LY7x2Ihqjmc&t=122s&ab_channel=ArsTechnica) (дата обращения: 28.06.2024).

2. В сфере видеоигр и, отчасти, в области цифровой анимации, современному состоянию почти безграничных возможностей, фотореалистичной и гиперреалистичной графики предшествуют годы и десятилетия произведений, созданных в условиях существенных вычислительных ограничений – как в анимации, так и в уровне детализации цифровых моделей. Такая специфика цифрового медиума создаёт у аудитории в определенном смысле заниженные ожидания или, во всяком случае, снижает порог качества детализации и анимации, за которым у зрителя не получится эмпатизировать персонажам и вовлекаться в происходящее на экране;

3. Даже до появления высокопроизводительных устройств в массовой доступности ограничением большого числа видеоигровых проектов были не столько необходимые вычислительные мощности, сколько человеко-часы, необходимые для создания и доведения до необходимого уровня качества игрового нарратива, который в зависимости от жанра мог покрывать десятки часов, сотни персонажей и территории виртуального мира площадью в несколько квадратных километров. Игровая аудитория была хорошо знакома с этими проблемами и приняла компромисс, позволяющий относительно небольшим и финансово ограниченным командам разработчиков производить такие эпические нарративы в обмен на относительно низкую детализацию как персонажей, так и в целом игрового мира;

4. Наконец, уникальной особенностью цифровых медиа является возможность производства символических изображений и векторной графики. Мы ранее упомянули, что эффект зловещей долины вызывается не столько высокой степенью детализации, сколько несоответствием степени человечности и реалистичности визуальной, мимической и речевой составляющей той или иной модели. В случае с физическими моделями даже стилизованные модели или модели с низкой степенью детализации все ещё состоят из физических материалов со своей текстурой, светоотражающей способностью. Они всё также являются частью реального мира и населяют одно пространство со зрителями. Цифровые модели избегают этой проблемы.

Как созданные посредством векторной (полигональной) графики, так и отрисованные посредством цифрового рисования, виртуальные модели персонажей могут обладать любой степенью детализации, любыми текстурами и взаимодействовать с освещением или вовсе не иметь теней, в зависимости от креативного решения создателей. Также и окружающее их пространство может быть разработано с сообразной степенью детализации.

Эти особенности компьютерной графики дают цифровым медиа уникальные преимущества по сравнению с традиционными физическими моделями, а виртуальным аватарам – по сравнению с реальными роботами.

Итак, эффект «зловещей долины» – широко известный в креативной индустрии и в области робототехники спекулятивный эффект, вызывающий потерю эмпатии и инстинктивное отторжение зрителем человекоподобных моделей. Данный эффект с высокой степенью вероятности вызывается когнитивным диссонансом, происходящим из несоответствия различных характеристик модели, пытающейся походить на человека.

Можно говорить о том, что эффект «зловещей долины» претерпел заметные изменения при переходе от создания механических моделей к цифровым. Если в первом случае он порождается очевидными технологическими несовершенствами моделей, то во втором случае наиболее заметный когнитивный диссонанс провоцируется минимальным несовпадением деталей, когда аудитория не может понять, что именно нарушено. Цифровые медиа во многом способны избежать данного эффекта благодаря уникальным особенностям их производственного медиума в случае, если будут предпринимать попытки нейтрализовать подобную реакцию аудитории и учитывать особенности восприятия антропоморфных объектов в ходе визуализации информации.

Не менее серьезных попыток преодоления негативных эффектов воздействия игровых технологий требует и чрезвычайно активное внедрение в медиасферу приемов геймификации. Геймификация рассматривается рядом исследователей как процесс включения игровых элементов в неигровые

практики<sup>313</sup>. В технологическом же аспекте она может определяться как область программной инженерии и разработки пользовательских интерфейсов, затрагивающая как видеоигры, так и социальные онлайн-платформы – видео-хостинги, форумы, социальные сети, новостные сайты. Исследователи приходят к выводу о том, что привычка к медиапотреблению в игровом формате привлекательна для аудитории<sup>314</sup>. Практики геймификации разрабатываются и используются дизайнерами в этих областях посредством взаимодействия. Так, приемы удержания и направления внимания пользователя или игрока путем аудиовизуальных маркеров (субмодальностей<sup>315</sup>) достаточно универсальны, совершенствуются как UI-дизайнерами веб-платформ, так игровыми разработчиками, и однозначно присвоить их создание той или иной индустрии практически невозможно.

При этом, первичные цели разработчиков в этих двух областях принципиально различаются: главной задачей системного гейм-дизайнера является создание вовлеченного эмоционально заряженного игрового опыта. Игра на эмоциях игрока, эксплуатация инстинктивных и подсознательных реакций, подавление критического мышления и объективного восприятия происходящего на экране – всё это в контексте гейм-дизайна невинно и оправдано конечной целью – созданием игрового опыта. От игрока не требуется критического мышления, принятие происходящего на веру и выраженные эмоциональные реакции не только приемлемы, но желательны для игры как для произведения искусства. Вторичные цели игровой разработки здесь также часто «невинны» и совпадают с первичными –

---

<sup>313</sup> Будовская Ю. В., Волкова И. И. От управления впечатлением до геймификации: междисциплинарные исследования социальных медиа // Перспективы развития мировой системы журналистики. М. : РУДН, 2013. С. 49–54 ; Курганова Е. Б. Типология геймифицированных решений в современной практике PR // Вестник ВГУ: Серия Филология. Журналистика. 2020. № 2. С. 112–114 ; Миронова М. А. Геймификация в новых медиа // Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия. М. : Издательство факультета журналистики МГУ, 2020. С. 180–181.

<sup>314</sup> Карпикова И. С. Привлечение аудитории к цифровым СМИ с помощью элементов геймификации. // Вопросы теории и практики журналистики. 2018, Т. 7, № 4. С. 599–614. DOI 10.17150/2308-6203.2018.7(4).599-614.

<sup>315</sup> Шестерина А. М. Стратегии вовлечения аудитории сетевого видеоконтента // «MEDIAОбразование: медиавключенность vs медиаизоляция. Челябинск : Издательство Челябинского государственного университета, 2021. С. 41–42.

получение прибыли от игрового продукта практически всегда прямо пропорционально качеству и, как следствие, эмоциональности и вовлеченности игрового опыта.

Однако при переносе этих практик и в целом концепции геймификации с видеоигр на социальные сети и онлайн-платформы перечисленные выше побочные эффекты часто входят в конфликт с первичными целями данных платформ и внедряются намеренно ради этих побочных эффектов или игнорируя их, для достижения вторичных целей, то есть, опять же, прибыли, что было детально описано нами в статье «Искусственный Интеллект и проблема преоритезации медиаконтента»<sup>316</sup>. Так, одной из главных задач социальных сетей является посредничество общественного дискурса – платформа здесь выступает как своего рода форум (в оригинальном значении – городская площадь, место публичных выступлений и обсуждений). Эта функция социальных сетей со временем становится только более важной – влияние онлайн-обсуждений и распространение информации через онлайн-ресурсы оказало серьезное влияние на избирательные процессы многих стран в последние годы, формирование общественного мнения в отношении социально-значимых событий и вопросов сегодня происходит в течение дней, если не часов, и происходит преимущественно онлайн. Характер и результат этих процессов напрямую зависит от организации и представления информации конкретной социальной сетью или форумом. Как следствие, дизайн пользовательского опыта и применение приемов геймификации здесь оказывают прямое влияние на социум и должны внедряться в соответствии с этой первичной целью – осуществлением дискурса.

Эта первичная цель социальной сети находится в прямом конфликте со вторичной и подрывается побочными эффектами практик геймификации. Так как социальные сети и форумы разрабатываются и поддерживаются частными компаниями, чаще всего работающими по принципу долгосрочного

---

<sup>316</sup> Шестерин Н. О. Искусственный Интеллект и проблема преоритезации медиаконтента // Ученые записки НовГУ. 2023. № 5. С. 402–409.

инвестирования, главной задачей их руководителей является максимизация прибыли и числа пользователей, максимизация активности на платформе, времени взаимодействия с платформой – всё это является значимыми метриками для инвесторов и держателей акций бизнеса. Эти приоритеты тангенциальны первичным целям социальных сетей – не зависимы от направленности бизнеса. С точки зрения инвестора, привлечение пользователей к продукту-социальной сети или продукту-онлайн-магазину идентично. Как следствие, практики геймификации внедряются с опорой на прибыль и только по возможности учитывают непосредственные задачи социальной сети как социокультурного пространства и инструмента формирования общественного мнения. Так, кратковременные сильные эмоциональные реакции в контексте видеоигр создают у игрока позитивные ассоциации и заставляют возвращаться к игре снова и снова. Особенно эффективны реакции посредством отождествления себя с происходящими в нарративе – игрок получает возможность испытать сильные эмоции и «пережить» драматизированные рискованные, трагичные или опасные ситуации в комфорте и безопасности, издалека. Данный прием широко распространен во многих формах медиа: кинематограф, театр, литература и т.д. Видеоигры здесь добавляют элемент интерактивности – игрок может влиять на происходящую драму и быть её непосредственным «участником», сохраняя при этом ключевой аспект отдаления и безопасности. Но, при переносе этой концепции на социальные сети, наиболее очевидной реализацией данной практики являются краткие, эмоционально заряженные, бедные фактами и контекстом посты, которые, с одной стороны, требуют немедленной реакции, но с другой стороны, не предлагают путей реализации этих эмоций, поскольку таковые могут вынудить пользователя покинуть платформу.

Проанализировав контент наиболее популярных игровых пабликов социальной сети «ВКонтакте» («Компьютерные игры»<sup>317</sup>, «Компьютерные

---

<sup>317</sup> Компьютерные игры. URL: <https://vk.com/wikigame> (дата обращения: 04.03.2024).

игры как искусство!»<sup>318</sup>, «GamesVoice»<sup>319</sup>) и Telegram-каналов игровой направленности («Стим Игры Компьютерные»<sup>320</sup>, «Компьютерные игры\* Стим»<sup>321</sup>) за 2023 год, мы выделяем следующие ключевые последствия геймификации, адаптированные социальными сетями с целью максимизации пользовательского вовлечения и времени взаимодействия с платформой:

1. **Краткие, эмоционально заряженные посты.** Описанные выше, такие посты представляют информацию в форме, привлекающей внимание (нередко содержащей игру слов или игру образов внутри креолизованного текста), но предотвращающей уход пользователя с платформы. Например: «Три года назад мы открылись. Открылись и ждали, что найдем в лице участников группы, в Вашем лице, интересных собеседников и людей, с которыми приятно и познавательно общаться в рамках, и не только, тематики группы. Так и произошло, за что Вам хочется сказать отдельное спасибо!»<sup>322</sup>; «Студия GamesVoice сообщает, что локализация Grand Theft Auto: Vice City уже на финишной прямой. И чтобы подогреть ваши ожидания, публикуем полную версию радиостанции Рассвет FM (в девичестве Flash FM), полной хитов 80-ых, ярких реклам и сочных джинглов»<sup>323</sup>;

2. **«Rage-bait»** (англ. – заманивание через гнев). Это посты, сообщения, комментарии, фактоиды, представленные в таком виде, чтобы вызвать у пользователя сильные, кратковременные (чаще всего – негативные) эмоции, требующие немедленного выражения, но не предлагающие долгосрочных способов решения вызвавшей их проблемы. Например: «Если там не будет вайс сити даже не зовите на вечеринку!» (высказывание об одном из

---

<sup>318</sup> Компьютерные игры как искусство! URL: [https://vk.com/igry\\_kak\\_iskusstvo](https://vk.com/igry_kak_iskusstvo) (дата обращения: 04.03.2024).

<sup>319</sup> GamesVoice URL: <https://vk.com/gamesvoice> (дата обращения: 04.03.2024).

<sup>320</sup> Стим Игры Компьютерные URL: [https://web.telegram.org/k/#@Steam\\_trendy](https://web.telegram.org/k/#@Steam_trendy) (дата обращения: 04.03.2024).

<sup>321</sup> Компьютерные игры\* Стим URL: <https://web.telegram.org/k/#@steamigri> (дата обращения: 04.03.2024).

<sup>322</sup> Компьютерные игры как искусство! URL: [https://vk.com/igry\\_kak\\_iskusstvo](https://vk.com/igry_kak_iskusstvo) (дата обращения: 04.03.2024).

<sup>323</sup> GamesVoice URL: <https://vk.com/gamesvoice> (дата обращения: 04.03.2024).

персонажей стрима)<sup>324</sup>. За этим высказыванием следуют негативные реакции: «Та у тебя фамилия то и не скромнее!», «Игра скучная. Озвучка этой игре и не нужна!», «Чем больше фанатское сообщество тем больше хейтспича<sup>325</sup>, я вот чет не слышу крики фанатов» и т. д.

**3. Социальные пузыри** – полузакрытые социальные сообщества, чаще всего возникающие вокруг компьютерных игр, но сегодня распространенные и в сетевом пространстве. Они сформировались естественно, из созданных разработчиками предпосылок – отбора алгоритмом новостей, соответствующих взглядам пользователя, создания групп, закрытых форумов, субкультур, самостоятельно вырабатывающих механизмы включения и исключения людей и мнений из определенной группы;

**4. Пуританство / «virtue signaling»** (англ. – сигнализация ценностей). Современная культура онлайн-пуританства происходит из той же невозможности граждан повлиять на происходящее в обществе или в мире – в условиях, когда результативное действие по каким-то причинам невозможно, но происходящее невозможно игнорировать, массовый социальный активизм приобретает форму пуританства. Например, членов той или иной социальной группы побуждают игнорировать или наоборот поддерживать продукцию или услуги того или иного бизнеса, «лайкать» (положительно реагировать) или комментировать посты нежелательных личностей и т. д. Геймификация социальных взаимодействий здесь заключается в демонстрации принадлежности к определенной социальной группе как предмета гордости и самоопределения человека;

**5. Награды и символы статуса.** В контексте видеоигр, награды за выполнение игровых задач являются типичным принципом организации геймплея. Однако, по мере распространения мультиплеерных игр и роста около-игровых онлайн-сообществ, внутри-игровые награды перестали быть только лишь личным достижением игрока и стали в том числе формой

---

<sup>324</sup> GamesVoice URL: <https://vk.com/gamesvoice> (дата обращения: 04.03.2024).

<sup>325</sup> Хейтспич – слова ненависти.

социального капитала. Так, на социальной платформе «Steam», являющейся одновременно сервисом по продаже видеоигр, достижения игрока видны другим пользователям, так называемые «ачивки» и полученные в процессе геймплея и взаимодействия с самой платформой карточки могут быть предметом торговли, что осуществляется и формализуется самой платформой «Steam». Данная практика встречается также и в неигровых социальных сетях. «Бэйджи» (отображают роль, активность, время пребывания пользователя на платформе и т. д.), «галочки» (в прошлом – символ аутентичности аккаунта, сейчас – символ платной подписки на социальную сеть), даже статусы платформы «Stack overflow», существующей специально для коллективного поиска решений технических проблем в областях программирования и смежных сферах, – всё это является явной геймификацией взаимодействия пользователя с онлайн-средой посредством накопления социального капитала.

Данные практики частично переняты социальными онлайн-платформами из видеоигр, в том числе мультиплеерных. Однако, оценить то, в какой степени та или иная практика обязана своим существованием той или иной индустрии проблематично. Так, формирование эксклюзивных противоборствующих сообществ, демонстрация групповой принадлежности (пуританство / сигнализация ценностей) являются распространенными и часто безвредными формами вовлечения игроков в игровую экосистему, начиная от лобби ММОПГ («World of Warcraft»), соревновательных игр в контексте киберспорта («Dota») и т. д., но схожие принципы демонстрации групповой принадлежности и групповой изоляции (социальных пузырей) существуют давно и часто встречаются в религиозных и квази-религиозных группах и культах, в сообществах болельщиков игровых команд, в политических объединениях.

В контексте видеоигр, практики геймификации могут становиться вредоносными в случаях, когда игра тем или иным способом пытается добиться от игроков лояльности и денежных вложений. Иными словами, геймификация становится вредоносной в контексте денежной прибыли как

конечной цели, но сама по себе является достаточно универсальным инструментом. На текущий момент, охарактеризовать влияние геймификации на онлайн-экосистемы как однозначно позитивное или негативное сложно именно по причине универсальности инструментов.

### **3.3. Экспериментальное исследование процесса формирования коммуникативного пространства компьютерной игры на основе технологий искусственного интеллекта**

В соответствии с нашей гипотезой, видеоигры и использующиеся в гейм-дизайне практики геймификации и вовлечения игрока в онлайн-игровые сообщества оказывают влияние на коммуникации в онлайн-медиафере. В данном разделе исследования на основе осуществленного нами эксперимента, с применением метода моделирования и дискурс-анализа мы предпринимаем попытку проследить возможную корреляцию между особенностями разработанного нами игрового геймплея и реакцией на него игроков на платформе «Steam» и в мессенджере «Discord». Мы выделяем специфические аспекты внутри и около-игровых коммуникаций как определяющие в разработке практик гейм-дизайна, которые затем влияют на специфику неигровых коммуникаций в социальных сетях, на медийных хостингах и т.д. Мы выделили следующие типичные характеристики игровых сообществ:

**1. Соревновательность.** Видеоигры чаще всего определяют игровой опыт через риторику победы – игрок оттачивает свои навыки (или приобретает ключевые механические способности) и достигает мастерства как конечной цели («Hollow Knight», «Celeste», «Need for Speed: Underground»). Данный способ организации игрового процесса присутствует даже в играх, где такой нарратив кажется вторичным или противоречащим жанровым конвенциям. Так, «Minecraft» – игра-песочница в открытом процедурно генерируемом

мире, в котором основной игровой механикой является строительство игроком зданий, сооружений, элементов ландшафта и т. д. Тем не менее, в игре присутствует линейная прогрессия с финальной босс-битвой (сражение с самым сильным и сложным мобом), для прохождения которой игроку необходимо приобрести как навыки игры, так и механически активные объекты, повышающие шансы на победу. В игре «Besiege», основной механикой которой является создание и симуляция механизмов и транспортных средств, геймплей организован через линейные «челленджи» – уровни возрастающей сложности, для каждого из которых игроку необходимо создать специальный механизм. Такая организация геймплея даже в играх несоревновательных жанров с точки зрения гейм-дизайнера объясняется просто и служит конечной цели: организуя геймплей вокруг линейной прогрессии, разработчик структурирует игровой опыт и получает существенную степень контроля над тем, с какими игровыми механиками игрок будет ознакомлен в первую очередь, что позволяет сгладить или даже спрятать от игрока процесс обучения игре в целом.

В контексте кооперативных и мультиплеерных игр, такая практика гейм-дизайна ещё более очевидна – соревнование игроков друг с другом даёт участникам четкие определяемые разработчиком цели, в то время, как возможная кооперация и созидательная деятельность позволила бы игрокам самим определять цели и специфику игры вне контроля авторов игрового продукта, что может привести к неудовлетворительному игровому опыту и разрушению игровой экономики в случаях, когда таковая имеется.

Однако, внутри игровых и около-игровых сообществ данная практика приводит к номинально враждебным отношениям всех со всеми и часто агрессивной, пренебрежительной манере общения («Dota2», «Player Unknown's Battlegrounds», «Eve Online»).

**2. Деление на группы.** Игровые лобби, гильды, закрытые форумы и серверы «Discord», сообщества, формирующиеся вокруг команд киберспорта и игровых стримеров и блоггеров – командная природа многих

мультиплеерных игр, также как и сам по себе соревновательный аспект, поощряют деление игровых и около-игровых сообществ на группы, чаще всего также номинально враждебные друг другу. Принадлежность к той или иной группе часто становится инструментом самоидентификации игроков, что также приводит к межгрупповой агрессии. Наиболее показательные проявления данного тренда в контексте медийных коммуникаций – так называемая «twitch-драма» или «Youtuber-драма». Это ситуации, в которых онлайн-сообщества, существующие вокруг медийных личностей, вступают в культурную войну вокруг реальной или фиктивной неприязни между несколькими блогерами или вокруг политических, идеологических, моральных несоответствий между группами, существующими внутри конкретного около-игрового сообщества или культурной ниши. Следует отметить, что такие группы часто находят вторичные способы самоидентификации в политическом или моральном контексте в попытке обосновать деление на группы за рамками организации мультиплеерного геймплея разработчиками или случайного деления на аудитории тесно соседствующих нишевых медийных личностей – пытаются оправдать необходимость вражды (SSSniperwolf – Jacksfilms драма).

**3. Фамильярность общения.** Поскольку социальные взаимоотношения между членами игровых сообществ часто намеренно сконструированы как соревновательные или враждебные, манера общения между участниками также во многом определяется разработчиками. Игроки мультиплеерных игр в пределах одной игровой сессии встречаются с десятками, если не сотнями часто незнакомых людей, которые при этом имеют с ними много общего, только потому что играют в ту же игру. Эти взаимодействия часто происходят в процессе геймплея, в рамках внутри-игровых чатов. Такие взаимодействия также одноразовые – двое игроков вряд ли встретятся больше одного раза, за исключением особо активных и влиятельных пользователей, известных игровому сообществу в целом. Данные, установленные разработчиками условия общения часто приводят к выраженной фамильярности общения,

агрессии, оскорблениям в адрес незнакомых – манере общения, стереотипно присущей близким друзьям или родственникам, спорящим при кооперативной игре, находясь в одной комнате. Этот эффект усиливается факторами анонимности или завуалированности реальной личности игроков – игроки чаще всего представлены через пользовательские имена, и в формате внутриигрового чата не имеют других идентификаторов – например, пользовательского аватара, что приводит к обезчеловечиванию и обезцениванию чувств участников игрового процесса – иными словами, происходит геймификация социальных взаимоотношений, и игроки воспринимают эти взаимоотношения не как общение онлайн, а как часть игрового процесса.

**4. Эксклюзивность и внутригрупповой фаворитизм.** Выше описанные факторы деления около-игровых сообществ на группы рождают необходимость в самоопределении этих групп вокруг выбранных идеалов или ключевых характеристик, требуемых от членов группы. В контексте соревновательных и мультиплеерных игр, эти характеристики чаще всего определяются как способность и уровень мастерства игрока, степень знакомства с игрой, участие в ключевых игровых и около-игровых событиях (участие в соревнованиях, членство в форумах, часы, потраченные на игру и прочая статистика – например, пользовательская статистика на платформе «Steam»). Следует отметить, что данный процесс самоидентификации и исключения «неистинных» или недостаточно преданных членов группы часто тесно связан с политическими и идеологическими убеждениями членов сообщества в целом, что также служит маркерами, необходимыми для признания участника сообществом. Это выражается в частой дискриминации по вторичным признакам – гендерному признаку (gamergate), по возрасту, национальности, расовой принадлежности, социальному классу, даже семейному статусу.

**5. Стратификация.** Внутри таких эксклюзивных или полузакрытых групп, описанных в пункте № 4 списка, также возникает деление на подгруппы

или классы, напоминающие классовую стратификацию в человеческих сообществах, как таковых. Привилегированными группами часто выступают наиболее опытные или известные игроки, обладающие существенным социальным капиталом внутри сообщества, наиболее «богатые» (внутри игровой экономики) игроки, участники турниров и соревнований, в рамках самоуправляемых сообществ на форумах и «Discord» серверах – модераторы и администраторы. Данный процесс также часто поощряется руководством платформ, внутри которых эти сообщества возникают. Например, «Discord» и «Reddit» присваивают активным или иным способом проявившим себя пользователям особые бэйджи и символы статуса, иногда подкрепленных реальным эксклюзивными способностями и особой властью над другими членами сообщества – способность исключать других из сообщества, вносить изменения в правила и т. д., что является явной практикой геймификации онлайн-социализации. Стратификация также может происходить по описанным выше вторичным признакам, приводя к образованию подгрупп тех или иных меньшинств, участвующих в жизни сообщества в целом, но частично изолированных от общего информационного пространства.

В попытке доказать нашу гипотезу о том, что специфика социальных коммуникаций игровых и около-игровых сообществ определяется в большой степени организацией самого игрового процесса, и что эта специфика через практики геймификации затем отражается на онлайн-коммуникациях и онлайн-медиа сфере в целом, мы осуществили следующий эксперимент.

Нами разработана экспериментальная игровая платформа «Soul Interface»<sup>326</sup> в жанрах «песочница» (игроку даётся возможность свободно взаимодействовать с игровыми механиками и реализовывать свои идеи игрового опыта, чаще всего в контексте строительства или экспериментов с физикой игрового мира (Minecraft, Space Engine)), «космосим» (симулятор космических путешествий, исследования открытого космоса и других планет

---

<sup>326</sup> Soul Interface // Steam. URL: <https://steamcommunity.com/games/2878890/announcements/detail/4515514058306224214> (дата обращения: 25.12.2024).

и т. д. (Elite Dangerous, No Man's Sky)) и «симулятор экосистемы» (механическая симуляция биологической экосистемы, популяционных динамик, естественной селекции и т. д. (wobbledogs, species ALRE)).

Структурно, геймплей разделен на две секции, одна из которых происходит оффлайн, в синглплеере, в пространстве, по умолчанию доступном только игроку. В этом пространстве происходит геймплей эволюционного симулятора / симулятора экосистемы. Задачей игрока в этом режиме игры является создание виртуальных живых существ, способных выжить в локальных условиях окружающей среды. Вторая секция происходит в мультиплеере и представляет космосим-составляющую игры. Игроки могут обмениваться своими существами, и загруженные в экосистемы других игроков существа возвращают своим создателям часть поглощенной ими «энергии», что позволяет игрокам производить всё новых существ и увеличивать свою сферу влияния на глобальную экосистему проекта.

При разработке обеих составляющих геймплея используются технологии Искусственного интеллекта, что позволяет виртуальным живым существам самообучаться взаимодействию с окружающей средой и манипулировать топологией глобального игрового пространства, обеспечивая горизонтальную организацию внутриигровых сообществ.

Данная экспериментальная платформа разработана с целью инвертировать описанные в списке выше факторы и продемонстрировать степень влияния их специфических эффектов на характер коммуникации между участниками. Применительно к каждому вышеописанному фактору, мы используем следующие методики для достижения желаемого эффекта:

**1. Соревновательность.** В целях создания идентичных большинству видеоигр условий, мы включили в мультиплеер типичную для большинства игр прогрессию постепенного развития и роста возможностей игрока. Возможности каждого игрока увеличиваются пропорционально количеству и качеству произведенного ими «генетического материала», то есть виртуальных живых существ. Это создаёт базу для глобальной игровой экономики и создаёт

необходимое для её функционирования неравенство между игроками. Однако, в отличие от большинства игр, где игрокам изначально даются равные условия, мы распределяем всех игроков на области, где минимальное расстояние от центра даёт наилучшие начальные условия и даёт постоянный приток «капитала», давая одним игрокам существенно большие возможности, делая «выживание» других игроков в глобальной экономике гораздо сложнее, в некоторых случаях делая его статистически маловероятным. Мы также включили в мультиплеерные механики систему образования «долговременных связей», что позволяет нескольким пользователям делить энергетические ресурсы между собой в автоматическом режиме. При создании такой сети, где некоторые участники находятся достаточно быстро к центру заселенной области, вся сеть целиком может функционировать в режиме практически свободной экспериментации, в режиме песочницы. Таким образом, мы пытаемся поощрять кооперацию и перевод глобальной экономики в горизонтальный несоревновательный режим, что является одной из скрытых задач игры;

**2. Деление на группы.** Мы включаем постоянную ротацию локальных синглплеерных «миров» пользователей вокруг центра обитаемой области мультиплеерного пространства с частотой приблизительно одного оборота в месяц для игрока, находящегося на среднем отдалении от центра. Такая ротация обеспечивает постепенный сдвиг приоритетов социального взаимодействия, регулярно меняет структуру сообществ, необходимых для работы описанных выше долговременных сетей. Мы ожидаем, что данный механизм будет предотвращать трансформацию таких групп в закрытые и эксклюзивные сообщества, противодействовать формированию социальных пузырей;

**3. Фамильярность общения.** В контексте мультиплеерного социального взаимодействия игроки начинают любое общение с обмена результатами своей работы – генетическим материалом – как взаимовыгодного процесса, позволяющего обоим распространить свои гены

дальше от своей позиции в глобальной топологии. При обмене этими материалами как физическими объектами у пользователей нет возможности обмениваться текстовыми или звуковыми сообщениями, а только добавлять «flairs» (англ. – флаги) – маркеры, характеризующие взаимодействие, как дружественное, профессиональное или враждебное. Текстовое общение в виде чата возможно только между участниками долговременных сетей, что обеспечивает длительное знакомство и заинтересованность в поддержании дружественных отношений, которое предшествует любому обмену сообщениями;

**4. Эксклюзивность и внутригрупповой фаворитизм.** Мы ожидаем, что описанная выше кооперативная природа мультиплеерного геймплея предотвратит развитие эксклюзивных сообществ, а полная анонимность участников взаимодействий на начальных стадиях ввиду отсутствия текстового общения поможет предотвратить дискриминацию;

**5. Стратификация.** Мы включаем в игровые механики типичные для большинства мультиплеерных игр маркеры прогресса и статуса каждого игрока в зависимости от их «успешности» в глобальной игровой экономике. Каждый пользователь может иметь один из трех статусов: «user», «moderator» и «administrator» в зависимости от их положения в линейной прогрессии игры. К каждому статусу добавляется индикатор, показывающий объем внутриигрового «капитала» (энергии) пользователя. Однако, комбинируя данную механику с описанной выше механикой ротации, мы ожидаем, что эти статусы будут меняться с достаточной быстротой и регулярностью, чтобы служить не символами статуса в условиях низкой социальной мобильности, но знаками самодостаточности в условиях высокой социальной мобильности – как игрока, нуждающегося в помощи или способного помочь другим.

Предпринятые нами действия по формированию игрового пространства привели к ожидаемым эффектам, возможность проследить которые появилась уже в течение первых двух месяцев после издания игры – в период с 24 октября

2024г. до 1 января 2025 г.<sup>327</sup> Мы симулировали условия локального мультиплеера с минимальной реализацией обмена генетическим материалом между синглплеерными мирами игроков и центральным сервером проекта и минимизировали воздействие описанных выше факторов. Затем мы проанализировали особенности коммуникации игроков.

Исследование коммуникации было основано на изучении внутриигровой пользовательской статистики (вербальной коммуникации, предпринимаемых действий), изучении коммуникации игроков в околоигровых сообществах проекта на платформе «Steam» и в социальной сети «Discord» с применением метода дискурс-анализа медиатекстов, созданных как реакция на компьютерную игру.

Результаты дискурс-анализа реакций на игру на платформах «Steam» и «Discord»<sup>328</sup> показали существенный рост кооперативной коммуникации по мере формирования сообщества, взаимопомощи и помощи новым пользователям. Пользовательские коммуникации за период первой фазы эксперимента можно охарактеризовать следующим образом:

49 % (403 поста) – сообщения о багах, обсуждение технических неполадок, направленные на кооперацию с разработчиком и улучшение геймплея (дружественная коммуникация);

31 % (258 постов) – сообщения с предложениями новых функций и игровых механик (дружественная, креативная коммуникация);

10 % (80 постов) – помощь новым пользователям, взаимопомощь, обмен опытом, обмен генетическими данными (дружественная коммуникация);

5 % (46 постов) – сообщения с позитивной аффирмацией, комплименты, сообщения с проекцией кооперативных модальностей.

Приведем ряд примеров дружественной коммуникации игроков.

---

<sup>327</sup> Soul Interface // Steam. URL: <https://steamcommunity.com/games/2878890/announcements/detail/4515514058306224214> (дата обращения: 25.12.2024).

<sup>328</sup> Discord. URL: <https://discord.gg/f3Jvu5Mw55>(дата обращения: 29.12.2024).

**Пример 1.** Обсуждение игроками использования существ с негативной массой как потенциальных источников высокой энергии ведется в конструктивной тональности, без какого-либо соперничества. Акцентируется поддерживающая коммуникация: «...Sending creatures with negative mass to Systems in need»<sup>329</sup> (англ. – отправлять существ с негативной массой системам в нужде).

**Пример 2.** Обсуждение редактируемого игроками вики-ресурса для проета формирует активное позитивное взаимодействие между игроками, крайне редко наблюдаемое в играх другого типа:

Пользователь А: «Still want to write a getting started thing on the wiki, at least.»<sup>330</sup> (англ. – Всё ещё хочу написать стартовый гайд на вики, хотя бы.)

Пользователь Б: «I can either give you a bunch of bullet points and notes in the approximate shape of something resembling a thing that could with significant reorganization be a wiki page...» (англ. – Я могу прислать вам массу пунктов гайда и заметок в приблизительном форме вики-страницы).

**Пример 3.** Тональность общения игроков друг с другом всегода позитивна. Например, при брифинге (появлении) нового игрока читаем:

Пользователь А: «Hi all! I practically just bought the game but im at a loss on certain topics in the tutorial and i havent found a guide (if there is, please share)... Any pointers will be appreciated» (англ. – Всем привет! Я практически только что купил игру и не могу разобраться в нескольких темах и я не нашел гайд (если он есть, пожалуйста, поделитесь)

Пользователь Б: «Howdy! There aren't that many guides. I guess there's the old gameplay video I made a while back, but that's for an older version of the game.» (англ. – Привет! Гайдов не так много. Я полагаю есть старое геймплей-видео которое я сделала, но это для старой версии игры)<sup>331</sup>.

Таким образом, уже на старте эксперимента наши ожидания оправдываются: структурирование игры с учетом компенсации типичных

---

<sup>329</sup> Пример 1. URL: <https://clck.ru/3JW3ZR> (дата обращения: 10.01.2025).

<sup>330</sup> Пример 2. URL: <https://clck.ru/3JW3bd> (дата обращения: 10.01.2025).

<sup>331</sup> Пример 3. URL: <https://clck.ru/3JW3eR> (дата обращения: 10.01.2025).

игровых особенностей, имеющих негативное влияние на коммуникацию игроков, позволяет минимизировать негативные эффекты и, напротив, активизировать процесс формирования дружественных коммуникативных связей. Думается, такой подход к формированию геймплея может открыть новое направление в сфере разработки компьютерных игр, а появление игр нового типа в значительной степени повлияет на медиасистему в целом. Последнее утверждение, безусловно, нуждается в доказательствах и открывает перспективы дальнейших исследований.

### **Выводы к Главе 3**

Взаимодействие игровой индустрии и других типов медиа нельзя считать однонаправленным. Исследование показывает, что как компьютерные игры оказали и продолжают оказывать значительное воздействие на медиасистему на самых разных уровнях, так и традиционные и новые типы медиа влияют на индустрию видеоигр. В этом аспекте уместно ввести понятие кроссмедиального синтеза, подчеркивающее двунаправленность процесса и сложность порождаемых им трансформаций.

Этот процесс реализуется на нескольких уровнях: на уровне жанровой и формальной имитации, на уровне стилистической и механической имитации. В первом случае мы обнаруживаем появление жанров, которые рождаются на стыке медиапрактик и компьютерных игровых практик. Во втором случае фиксируется прямое заимствование образов, нарративов, аудиовизуальная стилистическая имитация.

Исследование тенденций развития взаимодействия компьютерных игр и традиционных и новых медиа дает нам основания заключить, что он будет развиваться и далее, создавая заметные стимулы для трансформации медиасистемы в целом. Однако при этом он влечет за собой риски, связанные, в первую очередь, с характером коммуникаций внутри игрового пространства. Осуществленный нами эксперимент позволяет утверждать, что характер коммуникации игроков возможно (во всяком случае в рамках данного

конкретного эксперимента) корректировать через параметры видеоигры. Последнее утверждение нуждается в подтверждении в ходе дальнейших исследований.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

За последние несколько десятилетий компьютерные игры стали не только заметным явлением социокультурной жизни, но и важной частью медиасистемы. Демонстрируя многие значимые для современных медиа признаки (интерактивность, мультимедийность, иммерсивность) в полном объеме, они оказывают значительное воздействие на современные медиа как на формальном, так и на содержательном уровне. Исследование этого процесса в ретроспективе показывает, что со временем он не угасает, а напротив, имеет тенденцию к расширению и выработке новых форм взаимодействия и взаимовлияния. Наше исследование, направленное на конкретизацию формально-содержательных аспектов этого процесса, позволило нам прийти к следующим выводам:

1. Уже на первых этапах своего существования компьютерные игры начали оказывать заметное влияние на мир медиа, которое сначала выражалось, преимущественно, на содержательном уровне (игры как предмет повествования в медиа или основа для экранизации), но постепенно характер влияния расширялся, затрагивая технико-технологическую сферу и коммуникативные медиапрактики. Сегодня можно говорить о следующих формах взаимодействия игровой индустрии и медиасферы в целом:

– компьютерные игры нередко становятся предметом освещения в медиатекстах;

– компьютерные игры могут выступать как субъект влияния на мир медиа (например, сюжеты компьютерных игр переходят в кинематограф и анимацию);

– компьютерные игры могут быть объектом влияния мира медиа (сюжеты фильмов и сериалов влияют на архитектуру компьютерных игры);

– компьютерные игры могут выступать в качестве платформы для развития технологий, востребованных впоследствии в мире массмедиа (параллакс-эффект, эволюция в сфере графики и т. д.);

– компьютерные игры становятся средой создания образов, распространяемых впоследствии в медиа («пасхалки», персонажи);

– компьютерные игры образуют особую среду, игровое комьюнити, оказывающее воздействие на формирование целевой аудитории медиа компьютерной тематической направленности.

2. Формирование таких комьюнити позволяет говорить о значимости исследования особенностей структурирования коммуникативного пространства в компьютерных играх. В целом можно говорить о том, что компьютерные игры демонстрируют два типа коммуникативных ролей – стандартные и инициативные. В играх, демонстрирующих коммуникацию первого типа, активнее проявляются жесткие и агрессивные коммуникативные тактики. Инициативные роли предлагают игрокам больше свободы и в них коммуникация часто имеет поддерживающий характер. Нам удалось установить доминирование в играх следующих типов коммуникации: вражеская, контролирующая, условно дружественная и дружественная. Последний тип характерен для игр с инициативными ролями. Представляется важным учитывать это в аспекте влияния поведенческих помделей видеоигр на коммуникативные привычки аудитории.

3. Несмотря на жанровое разнообразие компьютерных игр, они опираются на те же архетипические сюжеты, которые растространены и в медиасфере («подвиг Прометея», «разоблачение», «архетип Золушки», «систематизация философских категорий», «приключение», «рок», «плутовство»). Последнее облегчает процесс взаимодействия и взаимовлияния видеоигр и других типов медиа.

4. На содержательном уровне влияние видеоигр на традиционные и новые типы медиа отражается, прежде всего, в заимствовании сюжетов (например, в ходе экранизации произведений). В результате этого процесса

появилось немало художественных фильмов, сериалов, мультипликационных фильмов по сюжетам компьютерных игр. Также авторы произведений могут заимствовать отдельные образы или элементы геймплея. При этом наблюдается и обратный процесс: видеоигры могут быть основаны на литературном произведении (например, коммиксы).

Кроме того, влияние видеоигр на медиасистему в содержательном аспекте породило определенный сегмент медиа как в области печатных СМИ (преимущественно журналы о компьютерных играх), так и в области аудиовизуальных медиа (телепередачи, видеоблоги). Сегодня можно говорить и о появлении отдельных тематических рубрик на порталах средств массовой информации.

5. Развитие процесса освещения игровых практик в медиа привело к формированию новых жанровых разновидностей уже существовавших жанров журналистики, а также к появлению новых жанров. Последнее можно объяснить как особенностями информационного поведения аудитории таких медиа, так и специфической палитрой выразительных средств, используемых разработчиками и влияющих на традиционные и новые типы медиа при обращении к компьютерной тематике. Так, новые жанры игрового сектора медиа (летсплей, гайд, прохождение) отличаются интерактивностью и иммерсивностью, свойственными пространству компьютерных игр.

6. Многие технологии, активно развивающиеся в рамках разработки игр, находят применение и в других типах медиа (паралакс-эффект, сценарий ризомного типа, нелинейное повествование, элементы геймификации, использование технологий искусственного интеллекта и т. д.). Будучи востребованными современной аудиторией, они оказываются востребованными не только в мире медиа, но и за его пределами (например, в образовательных практиках).

7. Пересечение игровой индустрии и рекламного рынка создает интересные формы, развивающиеся, преимущественно, в двух направлениях: компьютерные игры становятся рекламируемым товаром, и они же могут быть

эффективным каналом осуществления рекламной коммуникации. Оба эти направления формируют нестандартные формы рекламы, находящиеся часто на стыке онлайн- и оффлайнтехнологий.

8. Несмотря на значительный положительный эффект включения игровых компьютерных практик в современное коммуникативное и социокультурное пространство, можно говорить и о негативных последствиях этого процесса – как для самой игровой индустрии, так и для медиа и общества в целом. К числу опасных тенденций можно отнести формирование эффекта «зловещей долины», распространение технологий, которые впоследствии могут стать вредоносными (например, дипфейк), активное развитие новой парадигмы информирования, в которой активная и не всегда конструктивная роль отводится технологиям искусственного интеллекта, содействие формированию социальных пузырей и т. д. Все это вызывает особое опасение применительно к молодой аудитории, являющейся, преимущественно, потребителями компьютерных игр. Особенности информационного поведения современной молодежи делают компьютерные игры хорошей средой для интериоризации знаний о мире. Последнее убеждает нас в необходимости продолжить исследование в направлении изучения транслируемых видеоиграми ценностей.

9. Современный этап взаимодействия индустрии видеоигр и медиасферы может быть охарактеризован таким понятием, как кроссмедиальный синтез. Под кроссмедиальным синтезом мы понимаем процесс взаимного влияния разных типов медиа как на уровне формы, так и на уровне содержания. Причем воздействие этих типов медиа зачастую можно считать симультанным. Синтетическая природа процесса подкрепляется тем, что изменения в ходе взаимовлияния протекают на многих уровнях разных типов медиа и меняют их формально-содержательные параметры в значительной степени, порождая принципиально новые формы.

Подобная кроссмедиальная синтетичность исследуемого нами явления свидетельствует о важности тех коммуникативных практик, которые

реализуются в поле компьютерных игр. На основе эксперимента, направленного на создание компьютерной игры с использованием технологий искусственного интеллекта, нам удалось установить возможность влияния компьютерных игр на коммуникативные практики игрового комьюнити. Последнее открывает широкие перспективы для дальнейших исследований возможности использования потенциала компьютерных игр для трансформации медиасферы и общества в целом.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Албендов Р. М. О. Специфика сетевого общества: дискуссии в политической науке // Социально-политические процессы в меняющемся мире. Межвузовский сборник научных трудов. Тверь: Тверской государственный университет, 2019. С. 41–44.
2. Алисултанова И. А., Магомадова Р. В. Исследования влияния компьютерных технологий на социальное развитие // Экономика и предпринимательство. 2023. № 11 (160). С. 343–346.
3. Алтунян А. Г. Анализ политических текстов. М. : Университетская книга; Логос, 2006. 266 с.
4. Алтынкович Е. Е. Современные концепции информационного общества: философско-антропологическая характеристика // Мир политики и социологии. 2016. № 6. С. 124–135.
5. Андреюк В. А. Опыт работы врача-психотерапевта с детьми, прошедшими этап сюжетно-ролевой игры развития психики в условиях виртуального пространства (компьютерных игр) // Практическая медицина. 2009. № 6 (38). С. 106–107.
6. Анохов И. В. От средств массового вещания к средствам массового соучастия // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. № 4 (6). С. 482–495.
7. Антонов К. А. Телевизионные новости в массово-коммуникационном процессе: социологический анализ механизмов социально-политического конструирования. Кемерово : Фирма Полиграф, 2006. 282 с.
8. Анюшин Д. С., Тимошенко А. В. Рынок видеоигр в России: история развития, состояние и перспективы // Современные тенденции развития в

области экономики и управления. М. : Центр развития научного сотрудничества, 2018. С. 222–227.

9. Арбатская Е. О. Модель взаимодействия с пользователями как часть концепции интернет-СМИ // Журналист. Социальные коммуникации. 2013. № 4 (12). С. 53–60.

10. Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды. Механизмы убеждения. СПб., М. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. 257 с.

11. Асеева И. А., Буданов В. Г. Реальна ли деформация личностного профиля человека в цифровой реальности? // Философские и социально-экономические проблемы исследования инновационных технологий и искусственного интеллекта. Белгород : Издательство БелГУ, 2020. С. 3–7.

12. Аставьева О. Н. Медиакультура и некоторые принципы формирования информационно-коммуникативного пространства // Вестник библиотечной Ассамблеи Евразии. 2008. № 4. С. 18–25.

13. Байкова А. В. Мультиmodalный дискурс-анализ как один из методов коммуникативно-прагматического подхода к пониманию языка и текста // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. 2022. № 2 (54). С. 230-234.

14. Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. М. : Юрайт, 2014. 269 с.

15. Барт Р. Введение в структурный анализ повествовательных текстов // Зарубежная эстетика и теория литературы XIX–XX вв.: трактаты, статьи, эссе. М. : Издательство Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 1987. С. 387–422.

16. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика. М. : Прогресс, 1989. 616 с.

17. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. М. : Издательство «Весь Мир», 2004. 188 с.

18. Бауман З. Текущая современность. СПб : Питер, 2008. 240 с.

19. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. М. : Азбука, 2021. 640 с.
20. Бек У. Что такое глобализация? М. : Прогресс-Традиция, 2001. 301 с.
21. Беляев У. П. Видеоигра как технокультурное пространство реализации сверхчеловеческого // Современные исследования социальных проблем. 2018. № 2-3 (10). С. 181–184.
22. Бергер А. Видеть – значит верить. Введение в зрительную коммуникацию. М., СПб., Киев : Вильямс, 2005. 288 с.
23. Бештоков М. В. Компьютерно-интерактивная социальная система как среда социализации российской молодежи : структура, потенциал и социализационные риски : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Ростов-на-Дону, 2018. 38 с.
24. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. М. : Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. 240 с.
25. Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М. : Вильямс, 2004. 432 с.
26. Бредихин С. Н. Леонова А. А. Трансформации структуры концепта в процессе локализации компьютерных игр с элементами жанра фэнтези // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2019. № 1. С. 70–76.
27. Будовская Ю. В., Волкова И. И. От управления впечатлением до геймификации: междисциплинарные исследования социальных медиа // Перспективы развития мировой системы журналистики. М. : РУДН, 2013. С. 49–54.
28. Ван Дейк Т. Дискурс-анализ. Теоретико-методологические основы дискурсивного анализа. URL: <https://bookonline.ru/lecture/tema-10-diskurs-analiz-teoretiko-metodologicheskie-osnovy-diskursivnogo-analiza> (дата обращения: 10.05.2023).

29. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск : БГК имени И.А. Бодуэна дэ Куртенэ, 2000. 308 с.
30. Варова Н. Л., Березовская А. В., Лобода Н. В. Потенциал компьютерной игры для формирования философского мировоззрения // Познание и деятельность: от прошлого к настоящему. Омск : Омский государственный педагогический университет, 2022. С. 300–302.
31. Вартанова Е. Л. Глобализация СМИ и масс-медиа России // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2005. № 4. С. 9–24.
32. Вартанова Е. Л. О современных медиа и журналистике. Заметки исследователя. М. : МедиМир, 2015. 136 с.
33. Вартанова Е. Л. Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2015. № 6. С. 5–26.
34. Вартанова Е. Л. Теоретический анализ российской медиасистемы: между общим и особенным, формальным и неформальным // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 2. С. 7–19.
35. Вартанова Е.Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М. : Издательство Московского университета, 2019. 224 с.
36. Вартанова Е. Л., Вырковский А. В., Загидуллина М. В. Медiateкст в эпоху цифровых платформ: возможности и угрозы // Вестник Московского университета. Журналистика. 2024. № 3 (49). С. 3–13.
37. Василенко И. Индустрия видеоигр: Эволюция миров и технологий. М. : АСТ, 2023. 288 с.
38. Васина Ю. М., Кокорева О. И. Развитие наглядно-образного мышления у детей старшего дошкольного возраста в развивающих компьютерных играх // Перспективы психологической науки и практики. М. : Московский государственный университет дизайна и технологии, 2017. С. 544–547.

39. Вахитов В. С. Развитие игровой компьютерной лексики русского языка: на примере языка пользователей "Lineage 2" : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2011. 24 с.
40. Ветушинский А. С. Игродром: что нужно знать о видеоиграх и игровой культуре. М. : Эксмо, 2021. 272 с.
41. Винер Н. Кибернетика, или управление и связь в животном и машине. 2-е издание. М.: Наука, 1983. 344 с.
42. Винер Н. Перспективы нейрокибернетики // Философские вопросы биологии и биокибернетики. Вып. 3. М. : Академия наук СССР, 1970. С. 104–122.
43. Виноградова С. М., Мельник Г. С. Психология массовой коммуникации. М. : Юрайт, 2014. 512 с.
44. Войтасик Л. Психология политической пропаганды. М. : Прогресс, 1981. 281 с.
45. Волкова И. И. Игра как системообразующий феномен экранных коммуникаций : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Москва, 2015. 39 с.
46. Волкова И. И. Компьютерные игры и новые медиа: игровой подход к коммуникациям в виртуальном пространстве // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2017. № 2. С. 312–320.
47. Волкова Е. Н., Гришина А. В., Пакина Т. А. Исследование влияния компьютерных игр на интеллектуальное и личностное развития детей младшего школьного возраста // Герценовские чтения: психологические исследования в образовании. 2018. № 1–1. С. 290–299.
48. Гавра Д. П. Основы теории коммуникации. М. :Юрайт, 2016. 282 с.
49. Галанин Е. В., Батулин Д. А. Мифологические структуры в видеоиграх: архетипы // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2019. № 36. С. 31–48.
50. Галич Т. А. Распространение игровых компьютерных практик среди современной молодежи // Вісник Одеського національного університету. Соціологія і політичні науки. 2011. № 10 (16). С. 491–496.

51. Галкин Д. В. Digital culture: методологические вопросы исследования культурной динамики от цифровых автоматов до техно-био-тварей // Международный журнал исследований культуры. 2012. № 3 (8). С. 11–16.
52. Глазкова Е. А. Художественно-выразительное своеобразие трансмедийных экранных произведений : автореф. дис. ... канд. искусствоведения. Москва, 2017. 30 с.
53. Голяев С.С. Компьютерная игра как один из факторов негативного влияния на учебный процесс // Роль и значение науки в вузе и ее влияние на образовательный процесс. Саранск : ЮрЭксПрактик, 2015. С. 320–322.
54. Горбунцов В. В. Особенности коммуникации студентов в пространстве многопользовательской компьютерной игры // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 35. С. 1688–1694.
55. Горелик А.А. Компьютерные игры как площадка социальной коммуникации // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. 2022. № 1. С. 403–410.
56. Горелик А.А. Феномен компьютерных игр в современной онлайн коммуникации: системный подход // Вестник МГЭИ. 2020. № 2. С. 28–41.
57. Горшков П. А. Сленг хакеров и геймеров в Интернете : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2006. 19 с.
58. Грабельников А. А., Гегелова Н. С. Экранная коммуникация и визуализация журналистики. Тверь : Тверской государственный университет, 2019. 335 с.
59. Гредина А. Г. Эффект зловещей долины // Аллея науки. 2023. № 8 (83). С. 273–275.
60. Григорьева А. О. Коммуникативное пространство компьютерных игр: ретроспективный анализ // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. 2021. № 1. С. 10–14.

61. Гузман А. Коммуникация человек-машина. Переосмысление коммуникации, технологии и самих себя. Харьков : Гуманитарный центр, 2022. 304 с.
62. Гутман И. Е. Компьютерные виртуальные игры: культурно-антропологические аспекты анализа : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Санкт-Петербург, 2009. 26 с.
63. Давыдова К. В., Егорова О. Н. Особенности ономастической номинации в дискурсе компьютерной игры (на примере дискурса компьютерной игры «DOTA 2») // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2021. № 6 (159). С. 129–133.
64. Дзялошинский И. М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. М. : Издательство АПК и ППРО, 2013. 479 с.
65. Дзялошинский И. М. Российские СМИ: противостояние матриц // Российские СМИ и журналистика в новой реальности. Екатеринбург : Уральский государственный университет имени А. М. Горького, 2011. С. 29–45.
66. Дмитровский А. Л. Медиасистемы и конвергенция в СМИ: компьютерные игры как элемент современной медиакоммуникации // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования; Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом. Белгород : Издательство БелГУ, 2016. С. 230–237.
67. Дугин Е. Я. Конфликт поколений или моделей коммуникации: социологический аспект // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 2. С. 5–15.
68. Дугин Е. Я. Методологические конструкты анализа медиа в условиях цифровых трансформаций // Гуманитарий Юга России. 2019. № 6 (8). С. 31–48.

69. Дугин Е. Я. Трансформации методологических конструктов исследования медиа в условиях цифровизации коммуникации // *European Journal of Philosophical Research*. 2019. № 6 (1). С. 12–21.
70. Ермаков Т. К. Видеоигра как феномен медиакультуры 1980-х гг. : автореф. дис. ... канд. культурологии. Красноярск, 2024. 23 с.
71. Жешко Е. И. Функции компьютерных игр как средства массовой коммуникации // *Молодой ученый*. 2019. № 26. С. 267–268.
72. Замков А. В., Крашенинникова М. А., Лукина М. М., Цынарёва Н.А. Роботизированная журналистика: от научного дискурса к журналистскому образованию // *Медиаскоп*. 2017. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/2295> (дата обращения: 24.06.2024).
73. Зверева Е. А. Трансформация модели медиапотребления в журнальном сегменте. Воронеж : Кварта, 2017. 202 с.
74. Зверева Е.А. и др. Медиакультура цифровой эпохи: состояние, проблемы, перспективы. Тамбов : Издательский дом «Державинский», 2022. 258 с.
75. Зверева Е. А., Пинчук О. В., Сапунов В. И., Шестерина А. М. Особенности функционирования современных аудиовизуальных медиа. Воронеж : Кварта, 2018. 332 с.
76. Зеленова А. О., Бузулук Л. Г. Лингвистические особенности локализации игрового ПО на примере игр «HALF-LIFE 2» и «HOMEFRONT: THE REVOLUTION» // *Филологический аспект*. 2017. Т. 24, № 4 (24). С. 59–64.
77. Зуйков И. В. Цифровой кинематограф в ракурсе «эффекта зловещей долины» // *Вестник ВГИК*. 2021. Т. 13, № 4 (50). С. 65–78.
78. Иванов М. С. Особенности самореализации личности в компьютерной игровой деятельности : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Барнаул, 2005. 23 с.

79. Играев Б. А. Условия и факторы системной трансформации СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2009. № 5. С. 148–155.
80. Ильченко С. Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. СПб. : Издательство Санкт-Петербургского университета, 2009. 466 с.
81. Ильченко С. Н. Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2016. Т. 22, № 3 (153). С. 14–18.
82. Ильясов Ф. Н. Разум искусственный и естественный // Известия АН Туркменской ССР. Серия: Общественные науки. 1986. № 6. С. 46–54.
83. Как новые медиа изменили журналистику / Под ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. М. : Издательство Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 2018. 304 с.
84. Каминская Т. Л., Томмингас Т. Яндекс Дзен: новый медийный и обучающий формат // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2020. № 4 (29). С. 1-4.
85. Карпикова И. С. Привлечение аудитории к цифровым СМИ с помощью элементов геймификации. // Вопросы теории и практики журналистики. 2018, Т. 7, № 4. С. 599–614. DOI 10.17150/2308-6203.2018.7(4).599- 614.
86. Кафтан В. В. и др. Коммуникации в условиях цифровой трансформации современного российского общества. М. : Кнорус, 2022. 202 с.
87. Кибрик А. А. Мультимодальная лингвистика // Когнитивные исследования – IV. М. : ИП РАН, 2010. С. 134–152.
88. Киризлеев А.А. Жанры компьютерных игр // GamesIsArt.ru Компьютерные игры как искусство. URL: <https://gamesisart.ru/TableJanr.html> (дата обращения: 12.20.2024).

89. Киуру К. В. Имиджевый медиатекст в политической коммуникации (дискурсный анализ) : автореф. дис.... д-ра филол. наук. Санкт-Петербург, 2008. 42 с.
90. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости. 2010. № 12. С. 13–21.
91. Конкин Е. П. Феномен компьютерных игр в современном обществе // Вестник науки. 2020. № 8 (29). С. 13–20.
92. Конкина К. М., Лапина П. А., Храпова Д. М., Штифанова П. В. Контент телевизионных развлекательных каналов в социальных сетях (на примере VK и Telegram) // Вестник Московского университета. Журналистика. 2024. № 1 (49). С. 29–48.
93. Корконосенко С. Г. Медиаполис: другое измерение современного мегаполиса // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2013. № 1. С. 15–28.
94. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. М. : Аспект Пресс, 2004. 287 с.
95. Коханова Л. А. Современный журналистский текст в условиях конвергенции СМИ: теоретический аспект // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. 2017. Т. 14, № 2. С. 5–11.
96. Кривуля Н. Г. Искусственный интеллект и четвертая революция в киноиндустрии // Актуальные проблемы электронных и интерактивных медиа. М. : Издательство ВШТ МГУ, 2022. С. 5–66.
97. Круглова Л. А., Чобанян К. В., Щепилова Г. Г. Онлайн-видео: Структура, контент, монетизация. М. : Аспект Пресс, 2020. 112 с.
98. Крылов Д. Д. Видеоигра как миф // Vita Cogitans: Альманах молодых философов. 2019. № 10. С. 39–50.
99. Куликов Д. В. Социальное пространство компьютерно-опосредованной реальности: опыт феноменологической реконструкции : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Иваново, 2007. 22 с.

100. Курганова Е. Б. Типология геймифицированных решений в современной практике PR // Вестник ВГУ: Серия Филология. Журналистика. 2020. № 2. С. 112–114
101. Курочкина А. А. Экскурс в историю компьютерных игр и их отражение в русской литературе // Современная русская литература для детей и о детях. Нижний Новгород : Мир печати, 2021. С. 149–159.
102. Кутлалиев Т. Х. Жанровая типология компьютерных игр: проблема систематизации художественных средств : автореф. дис. ... канд. культурологии. Москва, 2014. 25 с.
103. Кушнер Д. Повелители Doom: Как два парня создали культовый шутер и раскачали индустрию видеоигр. М. : Бомбора, 2019. 320 с.
104. Лазарсфельд П. Выбор народа: как избиратель принимает решение в президентской кампании. Ульяновск : Издательство УлГУ, 2018. 151 с.
105. Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества. М. : Аспект Пресс, 2012. 320 с.
106. Левин К. Теория поля в социальных науках. М. : Академический проект, 2019. 313 с.
107. Липков А. И. Ящик Пандоры. Феномен компьютерных игр в мире и в России. М. : ЛКИ, 2008. 192 с.
108. Лисенкова А. А., Мельникова А. Ю. Цифровые медиа как зеркало современной культуры // Научное обозрение. 2018. № 1. С. 1–8.
109. Лободенко Л. К. Концептуальная модель регионального интернет-СМИ: кросс-коммуникативные аспекты : дис. ... д-ра филол. наук. Москва, 2015. 457 с.
110. Лотман М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин : Ээсти Раамат, 1973. 135 с.
111. Лукина М. М., Замков А. В., Крашенинникова М. А., Кульчицкая Д. Ю. Искусственный Интеллект в российских медиа и журналистике: к дискуссии об этической кодификации // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11, № 4. С. 680–694.

112. Макарова Н. Я., Ярных В. И., Неренц Д. В. Медиакоммуникации в современной журналистике. М. : РГГУ, 2021. В 2-х частях. Ч. 2. 179 с.
113. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. М. : Академический Проект, 2020. 443 с.
114. Макнил С. Hey! Listen! Путешествие по золотому веку видеоигр. М. : Бомбора, 2020. 368 с.
115. Манович Л. З. Теории софт-культуры. Нижний Новгород : Красная ласточка, 2017. 208 с.
116. Манович Л. З. Язык новых медиа. М. : Ад Маргинем, 2018. 400 с.
117. Маркин В. Ю., Броян Р. Д. Перспектива российского рынка компьютерных игр и экономическое значение отрасли разработки компьютерных игр // Инновационная экономика и менеджмент: методы и технологии. М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2024. С. 101–106.
118. Матвеева Л. В., Аникеева Т. Я., Мочалова Ю. В. Психология телевизионной коммуникации. М. : РИП-холдинг, 2002. 316 с.
119. Мельник Г. С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. СПб. : Издательство СПбГУ, 1996. 159 с.
120. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. М. : Хранитель, 2006. 873 с.
121. Миронова М. А. Геймификация в новых медиа // Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия. М. : Издательство факультета журналистики МГУ, 2020. С. 180–181.
122. Мищенко И. Е. Военные видеоигры: типология и жанровая локализация // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого. 2022. № 2 (42). С. 119–131.
123. Мнацаканян С. В. Использование компьютерных игровых технологий в формировании коммуникативных умений младших школьников // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2022. № 7. С. 56–71.

124. Морова Н. С., Гайсина Р. И. Взаимосвязь эмоционального интеллекта и увлеченности компьютерными играми в юношеском возрасте // Ценностно-смысловые основания воспитания свободного человека. Ярославль : Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, 2021. С. 259–264.

125. Московичи С. Машина, творящая богов. М. : Центр психологии и психотерапии, 1998. 560 с.

126. Мультимедийная журналистика / Под ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. 413 с.

127. Мулюкина А. Е. роль прецедентных феноменов в создании художественного мира компьютерной игры (на примере компьютерной игры «Disco Elysium») // Актуальные проблемы лингвистики: взгляд молодых исследователей. Челябинск : Издательство ЧелГУ, 2024. С. 187–196.

128. Мысаков Н. А. Компьютерные игры и индустрия компьютерных игр как элемент информационной безопасности общества // Информационные технологии в науке, бизнесе и образовании. М. : МГЛУ, 2020. С. 207–212.

129. Николаев Н. А. Видеоигровая индустрия: краткая история. Перспективы развития и влияние на экономику // E-Scio. 2019. № 10 (37). С. 634–648.

130. Новиков В. Н. Эстетика интерактивности: между игрой и фильмом. Смотреть или играть? // Вестник ВГИК. 2018. Т. 35, № 1. С. 54–63.

131. Новикова Т. Е. Феноменологическая сущность современной трансформации СМИ в медиа : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Нижний Новгород, 2013. 29 с.

132. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М. : Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. 352 с.

133. Олешко В.Ф. Психология журналистики. М. : Флинта, 2018. 476 с.

134. Орестова В. Р., Ткаченко Д. П., Самсонова Т. С. Исследование связи склонности к формированию парасоциальных отношений с

персонажами видеоигр и особенностей межличностной коммуникации пользователей видеоигр // Вестник РГГУ. Серия: Психология. Педагогика. Образование. 2022. № 2. С. 70–84.

135. Очеретяный К. А. Тело как медиа : опыт реконструкции : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Санкт-Петербург, 2015. 24 с.

136. Пашковская Е. И. Социальные аспекты игровой деятельности подростков и молодежи в современной России : автореферат дис. ... кандидата социологических наук. Москва, 2006. 24 с.

137. Петрова Е. В., Зайцева О. О. Влияние компьютерных игр на развитие личности подростка // Научный альманах. 2019. № 11–1 (61). С. 178–180.

138. Перфилов Ю. А. Композиционные особенности текстов видеоигр в период 1970-1982 гг. // Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология. 2020. Т. 30, № 5. С. 853–858.

139. Повальный М. А. Границы видеоигры как художественного произведения // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2020. Т. 5, № 4. С. 120–136.

140. Поликарпова Е. В. Воздействие современных информационно-коммуникационных технологий на сознание человека и конструирование социальной реальности : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Ростов-на-Дону, 2011. 57 с.

141. Польшаев С. М. Создание компьютерных игр как средство обучения программированию // Педагог-профессионал в школе будущего. Элиста : ЗАОр «НПП «Джангар», 2019. С. 258–262.

142. Пронин Е. И. Печать и общественное мнение. М. : Издательство Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 1971. 132 с.

143. Пронина Е. Е. Психология журналистского творчества. М. : Издательство Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 2003. 320 с.

144. Пропп В. Я. Морфология волшебной сказки. СПб. : Питер, 2021. 256 с.
145. Прохоров Е. П. Эффективность деятельности СМИ. М. : Факультет журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 2008. 46 с.
146. Распопова С. С. Автор мультимедийного текста // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 13 (267). С. 100–102.
147. Рубцова Н. В., Солодухин К. С. Внутриигровая реклама: восприятие потребителями и эффективность // Baikal Research Journal. 2022. Т. 13, № 2. URL: <https://brj-bguer.ru/reader/article.aspx?id=25133> (дата обращения: 08.09.2023).
148. Садчикова Я. В., Терентьев Н. Е. Виртуальная реальность – отрыв от духовных ценностей или новый шаг в развитии // Христианская педагогика в современном мире. Пенза : Пензенская духовная семинария, 2018. С. 216–222.
149. Сальникова Е. В. Визуальная культура в медиасреде. Современные тенденции и исторические экскурсы. М. : Прогресс-Традиция, 2017. 552 с.
150. Саяхова Д. К. Языковая локализация видеоигр: лингвокультурологический и когнитивно-прагматический аспекты : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2021. 28 с.
151. Свитич Л. Г., Прохоров Е. П. Введение в журналистику. М. : Издательство Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 1989. 62 с.
152. Свитич Л. Г. Феномен журнализма. М. : ИКАР, 2000. 250 с.
153. Селезнев А. Е. Компьютерная графика в экранных искусствах рубежа XX – XXI веков : автореф. дис. ... канд. искусствоведения. Санкт-Петербург, 2012. 21 с.

154. Селютин А. А. Прецедентные феномены в сценариях компьютерных игр (на примере компьютерной игры «World of Warcraft») // Челябинский гуманитарий. 2018. № 4 (45). С. 38–42.
155. Семенов В. Е. Языки богослужения в секулярном контексте современной культуры // Вестник СПбГУКИ. 2011. № 1 (6). С. 6–14.
156. Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М. : Вагриус, 1998. 223 с.
157. Симакова С. И. Клиповизация мышления у молодежи как следствие развития визуальных коммуникаций в СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 2 (24). С. 107–118.
158. Симонова Е. В. Денисова И. Д. New-media как стимуляция развития экономики // Таврический научный обозреватель. 2015. № 4. С. 88–91.
159. Система средств информации России / Под ред. Я. Н. Засурского. М. : Аспект Пресс, 2001. 267 с.
160. Скаржинская Е. Н. Метавселенные в компьютерных играх как площадка коммуникации // Давыдовские чтения. М. : Московский государственный психолого-педагогический университет, 2022. С. 207–210.
161. Смеюха В. В. Медиакоммуникации: теория, практика, профессиональное образование. Ростов-на-Дону, 2016. 307 с.
162. Смирнов Д. Г. К вопросу о ресемiotизации как форме символической политики («Родина-мать» в политических практиках современной России) // Лабиринт. 2014. № 5. С. 96–110.
163. Современный дискурс-анализ: повестка дня, проблематика, перспективы. Белгород : НИУ БелГУ, 2016. 244 с.
164. Спивакова К.С. Возможности Искусственного Интеллекта для анализа и прогнозирования поведения потребителей в социальных медиа // Шаг в будущее: Искусственный Интеллект и цифровая экономика. М. : Издательство Государственного университета управления, 2017. С. 241–246.

165. Степанцева О. А. Субкультура геймеров в контексте информационного общества : автореф. дис. ... канд. культурологии. Санкт-Петербург, 2007. 27 с.
166. Стернин И. А. Коммуникативное поведение как предмет описания // Тверской лингвистический меридиан. 1998. № 1. С. 93–98.
167. Стернин И. А. Модели описания коммуникативного поведения. Воронеж : «Гарант», 2015. 52 с.
168. Сумская А. С., Грачева М. Д. «Аналоговое» и «цифровое» поколение аудитории СМИ: основные поведенческие характеристики // Цифровизация коммуникативно-культурной памяти: роль журналистики как социального института. Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2019. С. 76–80.
169. Теракопьян М. Л. Развитие кинообразности под влиянием компьютерных технологий : автореф. дис. ... канд. искусствоведения. Москва, 2008. 20 с.
170. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М. : Аспект Пресс, 2000. 320 с.
171. Третьяков В. Т. Теория телевидения. ТВ как неоязычество и как карнавал. М. : Ладомир, 2015. 664 с.
172. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. СПб. : Ювента, 1999. 236 с.
173. Фортунатов А. Р. Кибергуманизм. Как коммуникативные технологии трансформируют наше общество. М. : ФЛИНТА, 2023. 184 с.
174. Фрейд З. Влечения и их судьба. М. : Эксмо-Пресс, 1999. 432 с.
175. Фролова Т. И., Лукина М. М., Крашенинникова М. А., Замков А. В. Искусственный интеллект и медиа: новые термины в профессиональном тезаурусе // Актуальные проблемы медиаисследований. 2020. М. : Издательство факультета журналистики МГУ, 2020. С. 124–126.
176. Хёйзинга Й. Homo Ludens: Статьи по истории культуры. М. : Прогресс–Традиция, 1997. 416 с.

177. Хохлов А.И., Ускова С.В. Язык компьютерной игры (на примере компьютерной игры «World of Warcraft») // Язык и социальная динамика. 2010. № 10-2. С. 33–35.

178. Часовский Н. В., Часовский П. В. Медиавирусы компьютерных игр (на примере Vault Boy из серии компьютерных игр «Fallout») // Челябинский гуманитарий. 2015. № 4 (33). С. 57–61.

179. Часовский П. В. Социопсихолингвистический анализ компьютерно-игрового дискурса : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2020. 23 с.

180. Чистопольская А. В. Роль мультисенсорного образа в восприятии человеком антропоморфных объектов на материале эффекта «зловещей долины» // История, современность и перспективы развития психологии в системе Российской академии наук. М. : РАН, 2022. С. 276–279.

181. Чистопольская А. В. Экспериментальная проверка эволюционной гипотезы возникновения эффекта зловещей долины // Психология способностей и одаренности. Ярославль : ЯГПУ им К.Д. Ушинского, 2022. С. 420–422.

182. Шейнов В. Психология влияния. Скрытое управление. М. : Ось-89, 2002. 720 с.

183. Шестерин Н. О. Видеоигры в социальном и медийном контексте // Журналистика в эпоху цифровых трансформаций: ценности и практики. Тамбов : Издательский дом «Державинский», 2022. С. 92–100.

184. Шестерин Н. О. Визуальные предпосылки формирования эффекта «зловещей долины» в цифровых медиа // Челябинский гуманитарий. 2024. № 3 (68). С. 51–57.

185. Шестерин Н. О. Жанровые особенности освещения компьютерных игр в видеоблогинге // Журналистыка - 2024: стан, праблемы і перспектывы : Матэрыялы 26-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 80-годдзю факультэта журналістыкі Беларускага

дзяржаўнага ўніверсітэта, Мінск, 14–15 ноября 2024 года. Мінск : Белорусский государственный университет, 2024. С. 350–353.

186. Шестерин Н. О. Искусственный Интеллект и проблема преоритезации медиаконтента // Ученые записки НовГУ. 2023. № 5. С. 402–409.

187. Шестерин Н. О. К вопросу о типологизации коммуникативных ролей в видеоиграх // Журналистика в 2024 году: творчество, профессия, индустрия. М. : Издательство факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2025. С. 171–172.

188. Шестерин Н. О. Компьютерные игры в зеркале российского видеоблогинга // Коммуникация в современном мире. В 2-х ч. Ч. 2. Воронеж : Издательство факультета журналистики ВГУ, 2023. С. 88–90.

189. Шестерин Н. О. Кризис правового статуса генеративного искусственного интеллекта в медиасфере // Вестник ВГУ. Сер. Право. 2024. № 3. С. 57–65.

190. Шестерин Н. О. Особенности реализации коммуникативных ролей в пространстве компьютерных игр // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 3 (53). С. 67–73.

191. Шестерин Н. О. Последствия генеративных ИИ в креативных индустриях // Коммуникация в современном мире. В 2-х ч. Ч. 1. Воронеж : Издательство факультета журналистики ВГУ, 2024. С. 157–159.

192. Шестерин Н. О. Роль технологий искусственного интеллекта в формировании горизонтальных связей пользователей // Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия. М. : Издательство факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2024. С. 384–385.

193. Шестерин Н. О. Технологический аспект функционирования искусственного интеллекта в медиасфере // Новые тренды журналистики и массовых коммуникаций–2024 / Отв. ред. Д.В. Неренц. М. : РГГУ, 2024. С. 245–250.

194. Шестерин Н. О. Феномен «зловещей долины» в цифровых медиа // Медиа в современном мире. Петербургские чтения: Материалы 63-го международного научного форума 18–20 апреля 2024 года. В 2-х ч. Ч. 1. СПб. : Издательство СПбГУ, 2024. С. 126–128.
195. Шестерин Н. О., Шестерина А. М. О корректности использования термина «искусственный интеллект» в медиасфере // Ученые записки НовГУ имени Ярослава Мудрого. 2020. № 4 (29). С. 1–5.
196. Шестерин Н. О., Шестерина А. М. Процесс взаимодействия человека и искусственного интеллекта в медиапространстве компьютерных игр // Неофилология. 2022. Т. 8, № 1. С. 128–136.
197. Шестерина А. М. Аудитория видеоблогов как криэйтор медиадискурса // Вопросы журналистики, педагогики. Языкознания. 2022. № 4. С. 662–668.
198. Шестерина А. М. К вопросу о типологизации новых медиа // Неофилология. 2023. Т. 9, № 4. С. 931–939.
199. Шестерина А. М. Модификация архетипических сюжетов в современных аудиовизуальных медиа // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2020. № 2. С. 169–177.
200. Шестерина А. М. Особенности проявления метапрограмм в современной аудиовизуальной рекламе // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. №4 (50). С. 23–28.
201. Шестерина А. М. Потенциал использования технологий искусственного интеллекта в обучении креативным профессиям // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Право. 2023. Т. 1, № 52. С. 277–282.
202. Шестерина А. М. Стратегии вовлечения аудитории сетевого видеоконтента // «MEDIAОбразование: медиавключенность vs медиаизоляция. Челябинск : Издательство Челябинского государственного университета, 2021. С. 41–42.

203. Шестерина А. М. Трансформация ассоциативного поля «искусственный интеллект» в студенческой среде // Коммуникация в современном мире. В 2-х ч., Ч. 1. Воронеж : Издательство ф-та журналистики ВГУ, 2024. С. 155–157.
204. Шиллер Ф. Письма об эстетическом воспитании человека. М. : Рипол-Классик, 2022. 242 с.
205. Шкаев Д. Г. Мифологические аспекты цифровой культуры на примере современной игровой индустрии // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 3: Философия. 2018. № 4. С. 123–128.
206. Шрейер Дж. Кровь, пот и пиксели: Обратная сторона индустрии видеоигр. М. : Эксмо, 2018. 352 с.
207. Щавелев М. А. Product placement в компьютерных играх: «не скрытая» реклама? // Рекламный вектор 2020: smart-коммуникации. М. : РУДН, 2020. С. 233–238.
208. Эко У. Пять эссе на темы этики. СПб. : Симпозиум, 2005. 160 с.
209. Югай И. И. Компьютерная игра как жанр художественного творчества на рубеже XXXXI веков : дис. ... канд. искусствоведения. Санкт-Петербург, 2008. 226 с.
210. Юнг К. Г. Архетипы и коллективное бессознательное. М. : АСТ, 2023. 224 с.
211. Юрьева А. А., Флеминг Д. Эффект «зловещей долины»: исследование паттернов глазодвижения при восприятии лиц роботов подобных человеческим // Психология XXI века – 2023: наука как свобода и творчество. СПб. : СПбГУ, 2023. С. 67–68.
212. Якобсон Р. Работы по поэтике. М. : Прогресс, 1987. 464 с.
213. Challe T. The Rights of Nature – Can an Ecosystem Bear Legal Rights? // Columbia Climate School. URL: <https://news.climate.columbia.edu/2021/04/22/rights-of-nature-lawsuits/> (дата обращения: 24.06.2024).

214. Cifaldi F. Obituary: Video Game Journalism Pioneer Bill Kunkel // Gamasutra.  
URL: [https://webcitation.org/6AFRdk2dd?url=http://www.gamasutra.com/view/news/37053/Obituary\\_Video\\_Game\\_Journalism\\_Pioneer\\_Bill\\_Kunkel.php](https://webcitation.org/6AFRdk2dd?url=http://www.gamasutra.com/view/news/37053/Obituary_Video_Game_Journalism_Pioneer_Bill_Kunkel.php) (дата обращения: 03.08.2023).
215. Deisenroth M. A survey on policy search for robotics // Foundations and Trends in Robotics. 2013. № 2. P. 1–142.
216. Diamond J. Zebras and the Anna Karenina principle // Natural History. 1994. № 103. P. 4–8.
217. Dickson B. Unfair Advantage: Don't Expect AI to Play Like a Human // PCmag. URL: <https://www.pcmag.com/opinions/unfair-advantage-dont-expect-ai-to-play-like-a-human> (дата обращения: 24.06.2024).
218. Dovey J., Kennedy H. W. Game cultures: Computer games as New Media. McGraw-Hill Education (UK), 2006. 171 с.
219. Embrick D. G., Wright T. J., Lukacs A. Social exclusion, power, and video game play: New research in digital media and. Lexington: Lexington books, 2012. 282 p.
220. Game advertising: a conceptual framework and exploration of advertising prevalence // The Computer Games Journal. 2014. Vol. 3, № 1. P. 95–124.
221. Gish H. Computer Games Magazine // Wolfe Encyclopedia of Video Games. Santa-Barbara, California: Greenwood, 2012. Vol. 1. P. 131–132.
222. Herrmann K., Saltonstall M. How to provide better search results with AI ranking // Google Cloud blog. URL: <https://cloud.google.com/blog/topics/developers-practitioners/how-provide-better-search-results-ai-ranking> (дата обращения: 01.06.2023).
223. Hinton G. To recognize shapes, first learn to generate images // Progress in brain research. URL: <https://www.cs.toronto.edu/~hinton/absps/montrealTR.pdf> (дата обращения: 01.06.2023).

224. Holms D. A Mind Forever Voyaging: A History of Storytelling in Video Games. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2012. 248 p.
225. Huhtamo E. Sltd of fun, slots of trouble // The handbook of computer game studies. Cambridge: MIT Press, 2005. P. 3–21.
226. Hulsebosch P. Control Review: Verwarrend, goed en kort. Tweakers. URL: <https://tweakers.net/reviews/7314/6/control-verwarrend-goed-en-kort-raytracing.html> (дата обращения: 24.06.2024).
227. Kageki N. An uncanny mind (An interview with M. Mori) // IEEE Robotics & Automation Magazine. 2012. № 19 (2). P. 112–108.
228. Kress G. Leeuwen van T Reading Images: The Grammar of Visual Design. London : Routledge, 2006. 321 p.
229. Lendino J. Adventure: The Atari 2600 at the Dawn of Console Gaming. Steel Gear Press, 2018. 278 p.
230. Mathew H. Plants as Persons: A Philosophical Botany. N. Y. : State University of New York Press, 2011. 229 p.
231. McAllister K. S. Computer game reviewing in print // Game Work: Language, Power, and Computer Game Culture. University of Alabama Press, 2004. 232 p.
232. Mnih V. Human-level control through deep reinforcement learning // Nature. 2015. № 518. P. 529–533.
233. Mori M. The uncanny valley // IEEE Robotics and Automation. New York City: Institute of Electrical and Electronics Engineers, 2020. P. 98–100.
234. Nelson M. R., Keum H., Yaros R. A. Advertainment or Adcreep Game Players. Attitudes toward Advertising and Product Placements in Computer Games // Journal of Interactive Advertising. 2004. Vol. 5, № 1. P. 3–21.
235. O'Toole M. The Language of Displayed Art. London; New York : Routledg, 2010. 296 p.
236. Pang B. Seeing stars: Exploiting class relationships for sentiment categorization with respect to rating scales // ACL. 2005. P. 115–124.

237. Salen K., Zimmerman E. Adventure as a Video Game. Adventure for the Atari 2600 // The Game Design Reader: A Rules of the Play Anthology. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2006. P. 690–713.
238. Schell J. The Art of Game Design: A Book of Lenses. CRC Press, 2008. 512 p.
239. Schrodinger E. What is Life? With Mind and Matter and Autobiographical Sketches. URL: <http://strangebeautiful.com/other-texts/schrodinger-what-is-life-mind-matter-auto-sketches.pdf> (дата обращения: 24.06.2024).
240. Simpson C. Behavior Trees for AI: How They Work // Gamasutra. 2014. URL: [https://www.gamasutra.com/blogs/ChrisSimpson/20140717/221339/Behavior\\_trees\\_for\\_AI\\_How\\_they\\_work.php](https://www.gamasutra.com/blogs/ChrisSimpson/20140717/221339/Behavior_trees_for_AI_How_they_work.php) (дата обращения: 24.06.2024).
241. Sipe R. The Greatest Story Ever Told // Computer Gaming World. 1988. No. 50. P. 112–134.
242. Shannon C. E. A Mathematical Theory of Communication // Bell System Technical Journal. 1948. Vol. 27. P. 379–423.
243. Shummon Maas L. Artificial Intelligence in Video Games // Towards data science. URL: <https://towardsdatascience.com/artificial-intelligence-in-video-games-3e2566d59c22> (дата обращения: 24.06.2024).
244. Smith M.W., Sun W., Sutherland J., Mackie B. Game advertising: a conceptual framework and exploration of advertising prevalence // The Computer Games Journal. 2014. Vol. 3. № 1. P. 95–124.
245. Sutton-Smith B. The Ambiguity of Play. Cambridge, London, 1997. 276 p.