

Филология: научные исследования

Правильная ссылка на статью:

Ершова И.В., Дьяченко А.М. — Жанрово-тематические особенности российской игровой видеожурналистики (на примере YouTube-каналов StopGame) // Филология: научные исследования. – 2023. – № 9. DOI:

10.7256/2454-0749.2023.9.40966 EDN: YWHBYJ URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=40966

Жанрово-тематические особенности российской игровой видеожурналистики (на примере YouTube-каналов StopGame)

Ершова Ирина Владимировна

кандидат филологических наук

доцент, кафедра преподавания русского языка в других языковых средах, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

603000, Россия, Нижегородская область, г. Нижний Новгород, ул. Большая Покровская, 37, оф. 223

✉ imilashevskaya@mail.ru



Дьяченко Анастасия Михайловна

бакалавр, кафедра журналистики, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

603000, Россия, Нижегородская область, г. Нижний Новгород, ул. Большая Покровская, 37, оф. 223

✉ dya4enko-nasty@yandex.ru



[Статья из рубрики "Интертекстуальность"](#)

DOI:

10.7256/2454-0749.2023.9.40966

EDN:

YWHBYJ

Дата направления статьи в редакцию:

11-06-2023

Аннотация: В данной работе предметом рассмотрения становится YouTube-контент российского игрового интернет-портала StopGame. Цель исследования – выявить жанрово-тематические особенности российской игровой видеожурналистики. Работа базируется на методе анализа, который применяется при исследовании контента StopGame с точки зрения тематики и жанра; типологическом подходе, позволяющем передать характерные черты разных групп видеоматериалов; сравнения, которое применялось для того, чтобы выделить наиболее популярные у зрителей жанры. В результате анализа было установлено, что наиболее полно представленные в

видеоформате жанры – это новость, обзор и прохождение, что объясняется их востребованностью у игровой аудитории, а также была выявлена и детально описана их специфика. Результаты проведенного исследования помогают структурировать тематические и жанровые особенности игровой журналистики на данном этапе ее развития. Эти данные полезны практикующим журналистам, желающим начать деятельность в сфере игровой журналистики, и студентам, обучающимся по направлению «Журналистика», изучающим развитие этого ответвления журналистской деятельности. Новизна исследования обеспечивается обращением к видеоформату игровой журналистики, находящемуся на этапе своего становления. Предпринятое исследование позволяет сделать вывод об уникальности игровой журналистики. Будучи молодым журналистским направлением, оно уверенно завоевывает все большую аудиторию как в России, так и за рубежом.

Ключевые слова:

игровая журналистика, видеоформат, жанровые особенности, тематические особенности, стилистические особенности, новость, обзор, прохождение, YouTube-контент, StopGame

Введение

Видеоигры, появившись как развлечение для взрослых, со временем обрели популярность и стали базой для целой индустрии. Количество игр увеличивается с каждым днем, появляется потребность в контенте, освещающем подобную тематику, что неизбежно приводит к появлению новой ветви журналистики — игровой журналистики. Игровая журналистика, как достаточно молодое ответвление журналистики, еще не сформировалась окончательно, поэтому сейчас можно наблюдать постоянную трансформацию ее форматов и жанров. Таким образом, актуальность темы исследования обусловлена возможностью рассмотреть игровую журналистику в процессе ее становления и развития.

Вопрос подвижности границ форматов и жанров, их изменчивости в цифровой среде является одним из ключевых вопросов современных журналистско-исследовательских исследований. А. Л. Коданина и А. О. Стурова в статье «"Игровая" журналистика как массово-коммуникационный феномен» ^[1] выделяют тенденции игровой журналистики, ярко выраженные в журнале «Навигатор игрового мира». В ходе исследования становится ясно, что игровые журналисты отдают предпочтение написанию рецензий, а также отмечается, что распространены такие жанры, как интервью и репортажи, но зачастую они встречаются только в видеожурналистике. Отдельно подчеркиваются особенности языка, используемого в материалах игровых журналистов, например ведение повествования от первого лица.

В. И. Тармаева в статье «Компьютерные игры и игровая журналистика» ^[2] более подробно изучает жанр обзора и приходит к выводу, что обзор в этой отрасли журналистики выступает в качестве интегрального, синтетического жанра технического искусства. Также отмечается, что, работая с этим жанром, журналист опирается на свою игровую активность и геймерские способности.

М. И. Козаченко в статье «Специфика структуры и контента игрового интернет-портала StopGame.ru» ^[3] отмечает изменения в структуре официального сайта StopGame: до

2005 г. он выполнял роль сборника чит-кодов (последовательность букв, цифр или нажатий клавиш, которая используется в компьютерных играх для получения положительного эффекта), игровых обоев и других игровых файлов. Первые обзоры появились лишь в 2005 г., а первые видеообзоры — в 2008.

А. С. Коровина и А. В. Муха в статье «Особенности жанра рецензии в игровом журнале» [4], а также В. И. Леонов в работе «Актуальность нового медиажанра стрим в современной игровой журналистике» [5] рассматривают жанр и формат игровой журналистики — рецензию и стрим соответственно, выделяя их характерную черту — эмоциональность подачи контента.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют работы А. А. Амзина [6], В. Е. Беленко [7], А. Л. Коданиной [1], П. Е. Архипова [8], А. С. Очкина [9], Е. О. Кудряшовой [10], Э. С. Муратовой [11], А. А. Уварова [12], Н. А. Зиновьевой [13], О. Е. Видной [14], Е. В. Галаниной [15], Говарда Д. Фишера [16]. Стоит отметить тяготение вышеперечисленных исследователей к изучению письменного формата игровой журналистики, что означает недостаточную степень научной разработанности данной темы относительно ее видеоформата, поэтому в данной статье будет проанализирован именно контент YouTube-каналов StopGame.

Эмпирическую базу исследования составляют 45 видеороликов на YouTube-канале StopGame (<https://www.youtube.com/@StopGameRu>) и 15 видеороликов на YouTube-канале StopGame Инфакт (<https://www.youtube.com/@StopGameNews>), опубликованных в период с января по май 2023 г. Игровой интернет-портал StopGame (<https://stopgame.ru/>) начал свою деятельность в 1999 г. как ресурс для различных медиафайлов, связанных с компьютерными играми, чем был похож на многочисленные подобные сайты начала 2000-х. Однако позднее StopGame начал выпускать более качественный контент, характерными чертами которого стали наличие анализа, логичность и фактическая достоверность, что выделяло его на фоне конкурентов, благодаря чему в наше время на данный ресурс подписано более 2 миллионов человек.

Исследовательская часть

Основной YouTube-канал StopGame содержит материалы разных жанров, разделенные на несколько рубрик. Прежде чем рассматривать конкретные рубрики и ролики, необходимо проанализировать структуру выпуска и особенности языка, т. к. они неизменны для всех материалов.

Материал обзора строится по стандартной схеме «вступление — основная часть — заключение». Проанализируем характер информации, встречающейся во вступлении:

1. История разработки игры, если в ней есть интересные или необычные факты.
2. Информация о серии игр, экскурс в историю конкретной вселенной.
3. Если игра открыто копирует другую или частично напоминает уже вышедшую известную игру, вступление обязательно будет построено вокруг этого факта.
4. Если журналист хорошо знаком с серией, это будет упомянуто во вступлении для акцентирования значимости опыта автора.

Безусловно, это лишь несколько возможных вариантов информации, которая часто встречается во вступлении к обзору, но по ним можно сделать вывод о том, что во

вступлении, как правило, представлена информация, полезная для понимания особенностей игры, при этом развлекающая зрителя.

Основная часть содержит описание геймплея (компонента игры, отвечающего за взаимодействие игры и игрока) и сюжета. Конечно, сюжет рассматривается фрагментарно и максимально кратко, чтобы не лишить игрока возможности самостоятельно познакомиться с игрой, а вот геймплей, темп развития событий, ощущения от прохождения описываются подробно, чтобы зритель смог сделать собственный вывод о качестве игры. Поскольку журналист, обозревающий игру, с ней обязательно ознакомился лично, он делится своим опытом и эмоциями от прохождения. В этой части также даются советы по прохождению, касающиеся того, какую последовательность действий лучше соблюдать, чтобы максимально легко двигаться по сюжету.

В заключении дается оценка игры по той же системе, что описана на официальном сайте StopGame (по шкале от 1 до 5: «мусор», «проходняк», «похвально», «изумительно», «наш выбор»). Иногда автор поясняет, будет ли сам еще возвращаться к игре или играть в нее стоило лишь для обзора. Также здесь может быть сравнение игры с ее предыдущими частями, если об этом не говорилось ранее.

При подготовке текста журналисты StopGame активно используют: 1) разговорную лексику, в том числе стилистически сниженную, и сленг; 2) эмоционально окрашенную лексику; 3) определенно-личные предложения; 4) мемы; 5) ссылки на кино, комиксы, музыку, книги. Такие черты не характерны для традиционной журналистики, но повсеместно встречаются в игровой сфере и делают подачу информации более развлекательной и неформальной, дружеской. Хотя информативная функция остается важной для этого жанра роликов, особенности текстовой подачи и структуры предлагаемых материалов позволяют зрителю смотреть выпуск исключительно для релаксации.

Перейдем к анализу контента StopGame по жанрам и темам. Обзоры — это преобладающий жанр у StopGame по количеству опубликованного на главном канале материала. Обзоры представлены в нескольких рубриках, различие которых выражено в обозреваемом объекте (одна игра, несколько игр, новинка, ретро-игра, игры определенного жанра и другие возможные категории).

Рубрика «Обзоры и превью» содержит самое большое число материалов, опубликованных за изученный период — 14 роликов, средний хронометраж которых составляет 19 минут, при этом самое длинное видео не превышает 26 минут, а короткое длится минимум 14 минут. Среднее количество просмотров для таких материалов — 460 тысяч; это число выше, чем у любой другой рубрики на канале. Подобными рекордно высокими значениями обладают и показатели комментариев и лайков у этого жанра — 1,3 тысячи и 28 тысяч соответственно. Рубрика популярна у зрителей, что выражается в активной обратной связи: в комментариях часто хвалят журналистов за работу, просят записать выпуск, посвященный конкретной игре, делятся своими впечатлениями об игре, а также реагируют на информацию, представленную в видео.

Основной объект рассмотрения рубрики «Обзор» — игровая новинка, следовательно, главное условие успеха ролика — чем более популярна и ожидаема игра среди потребителей, тем больше просмотров наберет видео. Еще один немаловажный критерий популярности материала у зрителей — насколько требовательна игра к техническим характеристикам компьютера. В связи с дороговизной хорошего ПК (персонального

компьютера), не каждый геймер может позволить себе установку любой новинки, иногда приходится довольствоваться журналистскими обзорами на самые «требовательные» с технической точки зрения игры.

Видеоматериал, набравший самое большое количество просмотров среди всех проанализированных роликов, относится к этой рубрике: это «Обзор Atomic Heart» с 1 миллионом просмотров. Что же привлекло такое количество зрителей в данном ролике?

1. Долгое ожидание игры, дата ее выхода откладывалась не один раз. При этом трейлер игры изобилует шутками, что вызывало интерес потребителей к финальному продукту.
2. Место действия в игре — аналогия СССР, что привлекает российскую аудиторию.
3. Требовательность игры к техническим параметрам ПК, вследствие чего далеко не каждый игрок сможет позволить себе эту игру.
4. Цена игры. Atomic heart доступна в трех версиях, самая дешевая из которых стоит 2500 рублей.
5. Недовольство потребителей постоянными изменениями в еще не вышедшей игре. Многие считали, что внесенные разработчиками изменения ухудшали игру, при этом интерес все равно подогревался, потому что люди хотели узнать, что же станет с игрой на заключительном этапе ее разработки.

Из этого списка причин популярности ролика видно, что на количество просмотров, а точнее кликов на видео, в большей степени влияет сам объект обзора. При этом язык журналиста, структура выпуска, языковые средства — все это работает на убеждение зрителя остаться и досмотреть ролик до конца. Качественный текст обеспечивает большое количество комментариев, т. к. с помощью них зритель реагирует на сказанное в ролике и часто хвалит журналистов за проделанную работу, и множество лайков, т. к. они являются основным способом показать свою оценку видео. К сожалению, YouTube убрал публичный показ дизлайков, поэтому у нас отсутствует возможность сравнить количество положительных и негативных оценок. Число просмотров остальных роликов в данной категории за изученный период практически одинаковое, поэтому выделять какой-либо ролик, основываясь на количестве просмотров, помимо «Обзора Atomic Heart», не представляется целесообразным.

Но, в отличие от ситуации с Atomic Heart, когда негативный опыт не привел к уменьшению показателей просмотров, потому что существовал ряд факторов, подогревающих интерес зрителя, ролик «Обзор Crime Boss: Rockay City» по популярности имеет обратный результат: он набрал около 300 тысяч просмотров, что является одним из самых низких показателей у обзоров за изученный период. Связано это с тем, что обозреваемая игра является копией ранее вышедшей серии Payday, о чем журналист не раз упоминает. Хотя у игры были и свои плюсы, например звездный состав актеров, оценку она получила невысокую («проходняк»), и несмотря на то, что у зрителей, посмотревших обзор, он вызвал много позитивных эмоций (о чем можно судить по комментариям) в связи со своим юмористическим наполнением, у остальных подписчиков канала не возникло желания смотреть видео, т. к. они изначально ожидали, что игра будет плохая.

Рубрика «Мобильный Уэс» состоит из обзоров мобильных игр, не обязательно хороших, т. к. неудачные тоже затрагиваются, а Мобильный Уэс — это псевдоним журналиста, автора материалов. За изученный период таких видеороликов вышло 2 —

продолжительностью 30 и 50 минут. Ролики в среднем собрали 650 комментариев и 16 тысяч лайков, это невысокие показатели. Среднее количество просмотров — 245 тысяч, достаточно маленькое число, которое связано с негативным отношением игрового сообщества к мобильным играм. Среди геймеров распространено мнение, что мобильные игры — «ненастоящие», а играют в них только дети, которые не могут позволить себе покупку компьютера. Также считается, что разработчики не делают хороших мобильных игр, т. к. телефон в качестве платформы слишком слаб. При всем этом у рубрики есть достаточное количество фанатов, о чем говорят многочисленные комментарии с просьбами не закрывать рубрику. У мобильных игр немного фанатов, но определенная аудитория остается преданной рубрике. Нечастые выпуски связаны как с недостатком информации, так и с их небольшой популярностью.

«Страшно, вырубай!» — рубрика, за выбранный период представленная всего одним видеороликом длиной в час. Здесь обзореваются игры жанра хоррор, т. е. ужасы. Ужасы — это жанр на любителя: кто-то любит пугаться, а другие не могут смотреть хоррор или играть в него, это и обуславливает среднюю популярность данной рубрики. Просматривая видео с 264 тысячами просмотров, 600 комментариями и 17 тысячами лайков, можно понять, что у рубрики все же есть свои фанаты, хотя она и непопулярна у массовой аудитории.

«Рефанд?!», что означает возврат денег за игру при неудачном опыте ее прохождения, — это рубрика, знакомящая зрителя с новыми инди-играми (компьютерные игры, созданные отдельным разработчиком или небольшим коллективом без финансовой поддержки издателя). Необходимость данной рубрики обусловлена тем, что новые игры больших компаний рассматриваются в рубрике «Обзоры», где контента хватает в среднем на 19-ти минутный ролик, а инди-игры, в свою очередь, не всегда достаточно зрелищные, полноценные, поэтому StopGame объединяет обзор 4–5 игр в одном видео и ставит перед собой цель — выявить, какие из них заслуживают внимания. Название рубрики связано с тем, что на сайте, где можно приобрести игры (store.steampowered.com), действует функция рефанда. Если игра не понравилась, в течение определенного срока можно ее вернуть и получить деньги обратно. В этой рубрике журналист помогает зрителю решить, стоит ли приобретать игру.

За изученный период в этой рубрике вышло 4 ролика, средняя продолжительность которых составляет 41 минуту. Такие ролики набирают в среднем 228 тысяч просмотров, 580 комментариев, 12 тысяч лайков. Ситуация с невысокими показателями по этим трем параметрам связана с небольшой популярностью рассматриваемых игр у зрителей. Здесь сильнее, чем в других категориях, выражено мнение автора материалов: из 27 игр, рассмотренных в 4 видео, вышедших за изученный период, он отправил в рефанд 10 игр, отмечая при этом, что это его субъективная оценка, но зрителю игра, возможно, понравится.

Спидран — это жанр, эксклюзивный для игровой журналистики, совмещающий черты прохождения и обзора. Он представлен в рубрике «Спидран в деталях». Спидран дает инструкцию, как пройти игру за максимально короткое время. Подобно прохождению, он выполняет информативную функцию и рассказывает зрителю, как пройти игру, и, подобно обзору, он анализирует конкретную игру. Материалы данной рубрики пользуются популярностью. Средняя продолжительность вышедших за изученный период 4-х роликов составляет 11 минут: такая длина удобна для зрителя, просмотр не отнимает много времени, при этом ролики информативны. О любви зрителей к данной рубрике также говорит среднее количество просмотров, которое достигает 380 тысяч, а средний показатель по комментариям и лайкам — 32 и 705 тысяч соответственно.

Помимо продолжительности ролика, зрителя также привлекает его повышенная информативность: многие игроки пробовали пройти игру путем спидрана хотя бы один раз, т. к., когда любимую игру прошел уже много раз, удовольствие от прохождения пропадает, и в этом случае можно придумать новые ограничения, например ограничение по времени. С другой стороны, аудитория, которая не собирается проходить игру подобным способом, часто заинтересована в таких материалах, потому что человеку свойственно получать удовольствие от наблюдения за идеальными действиями, чем спидран и является: он демонстрирует идеально отточенные действия, необходимые для минимизации времени прохождения игры.

Популярность отдельного видеоролика в этой рубрике зависит от того, сколько технических ошибок (уязвимостей) есть в игре. По этой причине ролик «Как пройти обе Forest за 10 минут [Спидран в деталях]» является рекордсменом по взаимодействиям в этой категории среди проанализированных — 1,3 тысячи комментариев и 43 тысячи лайков. Игра Forest 2 находится в раннем доступе, поэтому в ней огромное количество ошибок, а значит, и автор спидрана может этими ошибками воспользоваться. Это делает комментирование более комичным, что привлекает большое количество зрителей.

«Хардмод» — это рубрика, обзорающая не всю игру, а стиль ее прохождения при самой высокой сложности. Таким роликам свойственна аналитика, выражающаяся в педантичной детальности, что отмечают люди в комментариях. Иногда журналист не просто рассматривает одну игру, а сравнивает ее со второй, что добавляет больше аналитики в материал. Рассмотрев два ролика, вышедших в этой рубрике за время исследования, можно выделить 4 средних показателя: длина ролика в 43 минуты, 750 тысяч просмотров, 1,9 тысячи комментариев и 45 тысяч лайков. Эти показатели превышают те, что наблюдаются у других материалов, причиной чему служит эксклюзивность контента: игроки нечасто обращаются к высокой сложности игр, а журналист в своих работах помогает зрителям узнать об этом игровом опыте. Для потенциальных зрителей, желающих попробовать пройти игру на высокой сложности, автор дает советы по успешному выполнению этой трудной задачи.

«Разбор полетов» — это рубрика, построенная на взаимодействии с аудиторией, которая поддерживает StopGame деньгами. С помощью сайта boosty.to любой зритель может за деньги оформить подписку, тем самым помогая StopGame, а взамен получать дополнительный контент. Одна из опций такого дополнения — возможность выбрать одну из 5 игр для обзора в «Разборе полетов», раз в месяц игры меняются.

Материалы этой рубрики обладают чертами прохождения и беседы — аналитического жанра, имеющего диалогическую форму. «Разбор полетов» рассказывает о старых играх, о которых другие игровые журналисты уже не говорят, причем информация подается с точки зрения современного игрока, привыкшего к самым высококачественным с технологической точки зрения играм — в этом уникальность рубрики. Длится такой выпуск в среднем 1 час 20 минут, хронометраж длиннее ранее рассмотренных видеороликов, что связано с особенностью подачи материала журналистами, занимающимися этой рубрикой: над ней работают два журналиста, которые реагируют на действия в игре поочередно, ведя диалог. Такой подход очень успешен, и, несмотря на большой хронометраж, рубрика пользуется популярностью: 4 видео, вышедших за изученный период, в среднем набрали 512 тысяч просмотров, 1,4 тысячи комментариев и 21 тысячу лайков.

Материалы рубрики «Итоги народного голосования», на наш взгляд, имеют черты такого аналитического жанра журналистики, как рейтинг, т. к. в рубрике названы лучшие игры

в различных категориях. Поскольку видеоролики данной рубрики выходят один раз в год, за исследуемый период вышел только один подобный ролик.

В этом ролике представлены лучшие игры категорий «Экшн (жанр компьютерных игр, в котором делается упор на эксплуатацию физических возможностей игрока) от первого лица», «Хоррор», «Экшн от третьего лица», «Ролевая игра», «Тактика», «Стратегия», «Адвенчура» (приключение), «Гонка», «Дополнение», «Технологичная игра», «Арт-дизайн», «Сюжет», «Разочарование года», «Бывший эксклюзив», «PVP» (возможность игрокам атаковать друг друга в соответствии с правилами игры), «Кооператив» (возможность игроков играть вместе), «Горячая цыпочка», «West» (тематика дикого запада), «Инди-игра» (игра от независимого разработчика), «Кинематографичная игра», «Околоигровое кино», «Саундтрек», «Игра года». Ролик длиной в час 40 минут набрал 571 тысячу просмотров, 2 тысячи комментариев и 32 тысячи лайков. Каждая категория сопровождается мини-рецензией в среднем на 5 минут, а результатов в номинациях два: один от журналистов StopGame, второй от зрителей. В комментариях зрители указывают на одну из причин популярности этой рубрики: это возможность увидеть лица журналистов StopGame, которые обычно остаются за кадром.

Результаты исследования показывают, что среди жанров на основном YouTube-канале StopGame самым востребованным является обзор, или рецензия, причем чем более сложные для самостоятельного поиска данные лежат в основе обзора, тем большей популярностью он будет пользоваться. Другой вид обзоров, набирающий много просмотров, — обзор игр или частей игр, мало доступных для большинства игроков. Журналист описывает игры, затрагивая сюжет, рассказывает о плюсах и минусах геймплея и таким образом помогает зрителю сформировать мнение об игре. В условиях повышения цен на игровую продукцию у геймеров постепенно исчезает возможность приобретать все игровые новинки и проверять их качество самостоятельно, что приводит к значительному повышению спроса на такой контент.

Таблица 1. Жанровая специфика материалов основного YouTube-канала StopGame

Функция	Рубрика	Жанр/ формат	Количество выпусков в период с января по май 2023 г.
Оценка	«Обзоры и превью» «Мобильный Уэс» — обзор игр для мобильных устройств «Рефанд?!» — обзор инди-игр «Страшно, вырубай!» — обзор игр в жанре хоррор	Рецензия (обзор)	21
Инструкция	«Спидран в деталях» — скоростное прохождение «Хардмод» — прохождение с	Прохождение	6

	высокой сложностью		
Обсуждение	«Разбор полетов» — диалог 2-х игроков	Беседа	4
Ранжирование	«Итоги народного голосования» — итоги года, определение лучших игр в каждом игровом жанре	Рейтинг (новый аналитический жанр)	1
Сообщение	«Новости»	Заметка (новость, новость-анонс)	1
	Другое		12
		Итого:	45

Из изученных 45 материалов 33 распределены по рубрикам, упомянутым выше, остальные 12 являются одиночными видеороликами, обзорами игры по разным критериям. Как правило, они имеют черты уже проанализированных жанров. Например, видео «Как визуальные новеллы прокачают твой IQ» рассматривает визуальные новеллы (текстовые квесты), располагая их последовательно от самой легкой для прохождения до той, что требует определенных знаний, например языковых. Данное видео, на наш взгляд, имеет черты рейтинга. Хронометраж таких видео варьируется от получаса до полутора часов. Ролики набирают в среднем 353 тысячи просмотров, 1,1 тысячи комментариев и 21 тысячу лайков.

Среди проанализированных следует отметить видео «История серии The Elder Scrolls. Выпуск 3. Мрачная сказка» и объяснить его высокие показатели по просмотрам, а именно 798 тысяч. Истории серий — частая тематика на канале, такие выпуски стабильно пользуются успехом у зрителей и набирают большое количество просмотров. Во-первых, игроки часто интересуются историей той или иной игровой серии, но проводить анализ самим достаточно тяжело, поэтому работа журналиста в этой сфере щедро награждается просмотрами. Во-вторых, игра, рассматриваемая в данном выпуске, вышла в 2002 г., поэтому ролик вызывает ностальгию у зрителей, что увеличивает заинтересованность в видео.

Несмотря на то что большую часть материалов на главном канале составляют обзоры, одно видео за исследованный период является новостным выпуском. «Критика Diablo 4, нейросеть-сценарист Ubisoft, Marvel's Midnight Suns, анонс Counter-Strike 2...» — интересный эксперимент от StopGame, т. к. по своему формату этот новостной ролик должен был выйти на StopGame Инфакт, но в результате был опубликован именно на главном канале. Это должно было напомнить или рассказать зрителю о существовании новостного канала. Если на Инфакте среднее количество просмотров составляло 80 тысяч, то на основном канале оно дошло до 209 тысяч, что связано с более широкой аудиторией основного канала, которая в итоге эксперимента не перешла на новостной, т. к. количество просмотров там осталось неизменным.

На YouTube-канале StopGame Инфакт представлены новостные ролики, которые выходят с периодичностью раз в 1–2 дня. Средняя длина такого ролика — 8 минут, а состоит один выпуск из 6–10 новостей. В названии ролика заявлены главные и самые громкие новости игрового мира, а уже в описании перечисляются все темы выпуска. Например, ролик с названием «Diablo 4 без Плотвы, геймплей Aliens: Dark Descent, релиз Ash of Gods 2, детали Armored Core 6...» помимо уже названных содержит также следующие

новости: «Авторы Gord продемонстрировали свежий геймплей; java-стратегия Revival получила продолжение в виде полноценной ПК-игры Revival: Recolonization, пока только в раннем доступе; мужик с двустволкой разносит зомбаков в 8-минутной демонстрации Beneath; Dune: Spice Wars ожидает крупнейший и важнейший апдейт, а сама игра выйдет из раннего доступа во второй половине 2023-го; в EGS бесплатно раздают выживач Breathedge и Poker Club».

Показатели статистики просматриваемости и взаимодействия зрителя с роликами хорошие для игровой журналистики в целом, но количество просмотров очень маленькое для StopGame: средние значения для подобных роликов — 80 тысяч просмотров, 250 комментариев и 7,6 тысячи лайков. В изученных роликах эти три показателя в основном не уходили далеко от своего среднего значения, а редкие отклонения были связаны с популярностью игр, упоминающихся в выпуске, и с обложкой видео.

Например, на обложке ролика «Демка Unrecord, воскрешение Lawbreakers, анонс настольной Call of Duty, новый герой Apex Legends...» изображена героиня Элой из серии игр Horizon. Об этом персонаже у русской аудитории сложилось негативное мнение, оно связано с акцентом разработчиков на изображении женского тела таким, какое оно есть (особое внимание привлекли волосы, а точнее пушок на лице героини), и изображении женского характера сильным и независимым. В связи с таким отношением количество просмотров у этого ролика минимальное среди изученных — 6,9 тысячи просмотров.

А ролик «"Игра Престолов" в Crusader Kings 3, оценки Minecraft Legends, геймплей FF XVI, страйки от Nintendo...» стал самым популярным из анализируемых материалов с данного канала. Это может быть связано как с изображением скриншота из The Legend of Zelda на обложке, поскольку эта серия игр особенно любима игровым сообществом, так и с упоминанием в заголовке таких популярных названий, как «Игра престолов», Minecraft, Final Fantasy XVI.

Привлекательная обложка и интересные заголовки обеспечивают хорошие просмотры, но не гарантируют получения большого количества лайков или комментариев. Самыми высокими показателями в этих категориях обладает видеоролик «Геймплей Men of War II, обзоры Dead Island 2, Forza Motorsport, Park Beyond, Monster Hunter Now...» с 387 комментариями и 11 тысячами лайков. Возможная причина этого заключается в том, с каких новостей начинается выпуск. В данном случае рассказывается о судебном разбирательстве Nintendo с хакером, эта тема более привлекательна для игровой аудитории, чем другие новости, поэтому видео набирает много лайков, а также дает много причин для обсуждения, чем люди и занимаются в комментариях. Таким образом, низкие просмотры материалов этого жанра могут быть связаны со спецификой предоставляемой информации, с тем, какую именно аудиторию она будет привлекать.

Обозначим темы, которые чаще всего затрагиваются в новостных роликах StopGame: 1) выход новой игры, а также все, что с ней связано — оценки критиков, отзывы пользователей, предоставленные отрывки геймплея и т. д.; 2) внесение разработчиками каких-либо изменений в игры — исправления, доработки или дополнения; 3) выпуск новых игровых консолей, шлемов, джойстиков и т. д.; 4) всевозможные судебные разбирательства компаний с игроками. Эта информация определенно будет полезной для людей, зарабатывающих на играх (стримеров, работников игровой индустрии), она может стать интересной некоторым казуальным игрокам, но большинству простых геймеров, обращающихся к играм с целью отдыха после работы, эта информация не всегда необходима. Она не развлекает, не рассказывает, стоит покупать игру или нет, а

лишь сообщает о выходе новой игры, о котором пользователи могут узнать из магазина, или о выходе новой техники, которую в настоящее время не каждый может себе позволить.

Заключение

Подводя итоги исследования, отметим, что при изучении жанрово-тематических особенностей видеороликов, размещенных на YouTube-каналах StopGame и StopGame Инфакт, были проанализированы материалы, имеющие черты различных жанров: новости, обзоры, прохождения, беседы, рейтинги. Наиболее полно представленные жанры — это новости, обзоры и прохождения. Частое обращение авторов именно к этим жанрам объясняется их востребованностью у аудитории. Новости помогают узнать информацию об игровой сфере, которая в интернете зачастую представлена на английском языке, а StopGame предоставляет достоверную, качественную информацию на русском. Обзор помогает потребителю сформировать мнение об игре и решить, какие из новинок приобрести, а на какие не стоит обращать внимания. Прохождения показывают, как пройти игру, и помогают игроку, у которого не получается сделать это самостоятельно.

Анализ материалов, размещенных на основном канале StopGame, позволил выявить и сформулировать тематические особенности жанра «обзор»: видеообзоры посвящены истории разработки игры, истории серии игр, сообщают о сходстве игр, а также содержат упоминание опыта автора в игровой сфере.

Проведённый анализ также позволил описать тематические особенности жанра «новость» на канале StopGame Инфакт. Выпуски на этом канале сообщают о выходе новой игры или обновлений к ней, информируют о мнении критиков или пользователей, о судебных разбирательствах игроков с разработчиками, о новых электронных устройствах, связанных с игровой сферой.

В ходе исследования были выявлены стилистические особенности материалов: разговорная лексика, сленг, эмоционально-окрашенная лексика, частое использование определительно-личных предложений, сниженная лексика, ссылки на кино, мемы, комиксы, музыку, книги.

Игровая журналистика продолжает стремительно развиваться. Количество подписчиков отдельных ресурсов доходит до нескольких миллионов, что говорит о потребности общества в подобном контенте. Изучение современного состояния игровой медиаиндустрии позволяет сделать вывод о том, что компьютерные игры завоевывают все большую аудиторию, а распространение игровой деятельности в любительском сегменте стимулирует развитие киберспорта и рост его популярности. Так, в июне 2023 г. Международный олимпийский комитет проведет первую Олимпийскую неделю киберспорта, а в 2024 в Казани пройдут «Игры будущего», объединяющие видеоигры и традиционные виды спорта, такие, как футбол, баскетбол, хоккей и другие. Таким образом, популяризация видеоигр и игровой журналистики в обществе делает актуальным дальнейшее изучение ее особенностей.

Библиография

1. Коданина А. Л., Стурова А. О. «Игровая» журналистика как массово-коммуникационный феномен // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2020. № 6(31). С. 1–5.
2. Тармаева В. И. Компьютерные игры и игровая журналистика // Вестник

- Челябинского государственного университета. 2015. № 5 (360). С. 343–350.
3. Козаченко М. И. Специфика структуры и контента игрового интернет-портала Storgame.ru // Актуальные проблемы лингвистики: взгляд молодых исследователей. Пермь: ПГНИУ, 2022. С. 58–62.
 4. Коровина А. С., Муха А. В. Особенности жанра рецензии в игровом журнале // Журналистика в глобальном мире. Ростов-на-Дону: АкадемЛит (ИП Ковтун С.А.), 2022. С. 246–250.
 5. Леонов В. И. Актуальность нового медиажанра стрим в современной игровой журналистике // Мир современных медиа: новые возможности и перспективы. Москва: Издательство «Знание-М», 2022. С. 125–132.
 6. Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / Под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. 304 с.
 7. Беленко В. Е. Журналистика и видеоигры: векторы сближения // Трансформация медиасреды в XXI веке. М.: РГГУ, 2019. С. 320–326.
 8. Архипов П. Е. Проблемы и тенденции современной игровой журналистики // Приоритеты массмедиа и ценности профессии журналиста. Екатеринбург: УрФУ им. Б. Н. Ельцина, 2018. С. 9–11.
 9. Очкин А. С. Вариативность информационных жанров журналистики в сфере киберспорта // Вопросы устойчивого развития общества. 2022. № 8. С. 293–298.
 10. Кудряшова Е. О. Тенденции развития отечественной игровой журналистики // Литературоведение, лингвистика и коммуникативистика: направления и тенденции современных исследований. Уфа: БГУ, 2017. С. 123–124.
 11. Муратова Э. С. Функции и особенности игровых СМИ // Молодой ученый. 2021. № 3 (345). С. 254–256.
 12. Уваров А. А. История отечественной игровой журналистики // Молодежь и XXI век – 2021, в 6 тт. Том 3. Курск: ЮЗГУ, 2021. С. 298–302.
 13. Зиновьева Н. А. Игровые стримы и летсплеи: перспективы социологического анализа // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. Т. 13. Вып. 4. С. 460–475.
 14. Видная О. Е., Мирошник М. А. «Стрим» в журналистике: характерные особенности // Медиаисследования. 2020. № 7. С. 60–68.
 15. Галанина Е.В., Акчелов Е.О. Виртуальный мир видеоигры: культурфилософский анализ // Философская мысль. 2016. № 7. С. 97–111.
 16. Fisher H. D., Mohammed-Baksh S. Video Game Journalism and the Ideology of Anxiety: Implications for Effective Reporting in Niche Industries and Oligopolies // Journal of Media Ethics. 2020. No. 35. Pp. 45–59.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В последнее время все чаще появляются новые форматы журналистики, новые типы оценки реалити, собственно этому и посвящена рецензируемая работа. Как отмечает автор, «игровая журналистика, как достаточно молодое ответвление журналистики, еще не сформировалась окончательно, поэтому сейчас можно наблюдать постоянную трансформацию ее форматов и жанров». Таким образом, актуальность темы

исследования обусловлена возможностью рассмотреть игровую журналистику в процессе ее становления и развития. Проблема явно подходит для издания, она нова и требует серьезной разверстки. Текст работы интересен, информативен, объективен; концепция автора подробно представлена, причем аргументация точки зрения выверена, мотивирована. Стил ь работы, хотя и имеет описательно-системный характер, не исключает и грейд аналитики, что важно для научного проекта. Теоретико-методологическую основу статьи составляют работы А. А. Амзина, В. Е. Беленко, А. Л. Коданиной, П. Е. Архипова, А. С. Очкина, Е. О. Кудряшовой, Э. С. Муратовой, А. А. Уварова, Н. А. Зиновьевой, О. Е. Видной, Е. В. Галаниной, Говарда Д. Фишера». Отмечено, что «тяготение вышеперечисленных исследователей к изучению письменного формата игровой журналистики, что означает недостаточную степень научной разработанности данной темы относительно ее видеоформата, поэтому в данной статье будет проанализирован именно контент YouTube-каналов StopGame». Эмпирическую базу исследования составляют 45 видеороликов на YouTube-канале StopGame (<https://www.youtube.com/@StopGameRu>) и 15 видеороликов на YouTube-канале StopGame Инфакт (<https://www.youtube.com/@StopGameNews>), опубликованных в период с января по май 2023 г. Работу отличает наличие т.н. оценочно-рецептивного компонента, эта своеобразная реакция на исследуемый вопрос: «из этого списка причин популярности ролика видно, что на количество просмотров, а точнее кликов на видео, в большей степени влияет сам объект обзора. При этом язык журналиста, структура выпуска, языковые средства — все это работает на убеждение зрителя остаться и досмотреть ролик до конца. Качественный текст обеспечивает большое количество комментариев, т. к. с помощью них зритель реагирует на сказанное в ролике и часто хвалит журналистов за проделанную работу, и множество лайков, т. к. они являются основным способом показать свою оценку видео. К сожалению, YouTube убрал публичный показ дизлайков, поэтому у нас отсутствует возможность сравнить количество положительных и негативных оценок. Число просмотров остальных роликов в данной категории за изученный период практически одинаковое, поэтому выделять какой-либо ролик, основываясь на количестве просмотров, помимо «Обзора Atomic Heart», не представляется целесообразным», или «Хардмод» — это рубрика, обзоревающая не всю игру, а стиль ее прохождения при самой высокой сложности. Таким роликам свойственна аналитика, выражающаяся в педантичной детальности, что отмечают люди в комментариях. Иногда журналист не просто рассматривает одну игру, а сравнивает ее со второй, что добавляет больше аналитики в материал. Рассмотрев два ролика, вышедших в этой рубрике за время исследования, можно выделить 4 средних показателя: длина ролика в 43 минуты, 750 тысяч просмотров, 1,9 тысячи комментариев и 45 тысяч лайков. Эти показатели превышают те, что наблюдаются у других материалов, причиной чему служит эксклюзивность контента: игроки нечасто обращаются к высокой сложности игр, а журналист в своих работах помогает зрителям узнать об этом игровом опыте. Для потенциальных зрителей, желающих попробовать пройти игру на высокой сложности, автор дает советы по успешному выполнению этой трудной задачи» и т.д. Обобщение полученных данных скомпоновано в таблицу: Жанровая специфика материалов основного YouTube-канала StopGame. Отмечу, что в целом цель работы достигнута, задачи решены. Автору удалось установить жанрово-тематические особенности российской игровой видеожурналистики. В финальной части отмечено: «подводя итоги исследования, отметим, что при изучении жанрово-тематических особенностей видеороликов, размещенных на YouTube-каналах StopGame и StopGame Инфакт, были проанализированы материалы, имеющие черты различных жанров: новости, обзоры, прохождения, беседы, рейтинги. Наиболее полно представленные жанры — это новости, обзоры и прохождения. Частое обращение

авторов именно к этим жанрам объясняется их востребованностью у аудитории. Новости помогают узнать информацию об игровой сфере, которая в интернете зачастую представлена на английском языке, а StopGame предоставляет достоверную, качественную информацию на русском. Обзор помогает потребителю сформировать мнение об игре и решить, какие из новинок приобрести, а на какие не стоит обращать внимания. Прохождения показывают, как пройти игру, и помогают игроку, у которого не получается сделать это самостоятельно», «игровая журналистика продолжает стремительно развиваться. Количество подписчиков отдельных ресурсов доходит до нескольких миллионов, что говорит о потребности общества в подобном контенте. Изучение современного состояния игровой медиаиндустрии позволяет сделать вывод о том, что компьютерные игры завоевывают все большую аудиторию, а распространение игровой деятельности в любительском сегменте стимулирует развитие киберспорта и рост его популярности». Материал продуктивно использовать при изучении курсов по теории журналистики, ряда других дисциплин так или иначе связанных с этой нишей. Стиль работы соотносится с научным типом; термины и понятия вводятся в режиме унификации. Считаю, что статья «Жанрово-тематические особенности российской игровой видеожурналистики (на примере YouTube-каналов StopGame)» может быть рекомендована к публикации в журнале «Филология: научные исследования».