Научная статья УДК 070.1:79 + 004.032.6 + 7.01 + 004.77:070.11 + 316.75 DOI 10.15826/izv1.2023.29.1.006

РОЛЬ ЖУРНАЛИСТИКИ В ФОРМИРОВАНИИ ВИДЕОИГРОВОЙ КУЛЬТУРЫ В РОССИИ

Павел Евгеньевич Архипов

Уральский федеральный университет, Екатеринбург, Россия, pearkhipov@urfu.ru, https://orcid.org/0000-0001-9224-7681

А н н о т а ц и я. Статья посвящена игровой журналистике и ее роли в формировании видеоигровой культуры в России. На историческом материале раскрывается проблема неполноты информации на эту тему. Предлагается собственный вариант определения и описания этапов развития гейм-периодики в России с 1970-х гг. до наших дней. Намечаются ближайшие перспективы этого развития. Рассматривается влияние гейм-журналистики на игровую культуру.

Ключевые слова: видеоигра; СМИ; журнал; компьютерная игра; консоль; игровая культура; гейм-журналистика

THE ROLE OF JOURNALISM IN THE FORMATION OF VIDEO GAME CULTURE IN RUSSIA

Pavel E. Arkhipov

Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia, pearkhipov@urfu.ru, https://orcid.org/0000-0001-9224-7681

A b s t r a c t. The article is devoted to game journalism and its role in the formation of video game culture in Russia. The historical material reveals the problem of incompleteness of information on this topic. We propose our own version of the definition and description of the stages of development of game periodicals in Russia from the 1970s to the present day. The immediate prospects of this development are outlined. The influence of game journalism on game culture is considered.

K e y w o r d s: video game; media; magazine; computer game; console; game culture; game journalism

© Архипов П. Е., 2023

В изучении видеоигровых изданий существуют неточности и ощутима очевидная неполнота. Многие исследователи отечественной игровой журналистики начинают отсчет ее истории с появления журнала «Видео-Acc Dendy», тем самым игнорируя огромный пласт истории формирования видеоигровой культуры в России. В результате создается обманчивое впечатление о спонтанности возникновения видеоигровой журналистики, происхождении ее преимущественно из материалов рекламного характера. В качестве даты ее рождения авторы часто отмечают 1993 г., «когда после падения "железного занавеса", компания Steepler наладила поставки 8-битных игровых приставок NES под именем Dendy» [История игровых журналов из 90-х]. Тогда в рамках рекламной компании игрового устройства были созданы специализированные журналы и телепередачи. С этого момента начал вестись отсчет времени, в результате которого появилось представление о том, что «в 2020 году российской игровой журналистике исполнилось 27 лет» [Костин], «с появления игровой культуры в России прошло всего 30 лет» [Мойжес].

Целью нашей статьи является доказательство того, что видеоигровая журналистика в России начала зарождаться гораздо раньше, хоть и в непривычном формате, и, более того, смогла напрямую повлиять на формирование отечественной игровой культуры. В статье предложена отличная от стандартной периодизация развития отечественной видеоигровой журналистики, а также обозначена ее текущая и возможная роль в современной культуре гейминга.

Развитие видеоигровой индустрии как таковой принято делить на несколько этапов. Мы воспользуемся вариантом периодизации, предложенным У. Беляевой в исследовании 2021 г. «Видеоигры как технокультурный феномен: история становления и социокультурная значимость». Автор делит историю видеоигр на 3 этапа. Первый - с 1972 по 1983 г., когда видеоигры из побочного продукта программирования становятся заметным культурным феноменом: «...в 1972 г. <...> американский инженер и предприниматель H. Бушнелл основал компанию Atari, специализирующуюся на производстве и издании видеоигр» [Беляева]. Второй с 1983 по 1993 г., когда видеоигры переживают падение (крах Atari) и новый взлет (появление Nintendo): «После глубокого кризиса игровой индустрии в США ее возрождение начинается в Японии» [Там же]. И третий — с 1995 г. по настоящее время, когда игры перестают быть *игрушками*, обретают сюжет, нарратив, «принципиально улучшается визуальная составляющая игр, повышается интерактивность виртуального мира» [Там же]. Нам необходимо это разделение для того, чтобы проследить отклик игровой прессы на современные реалии. Переосмысление самих игр принесло переосмысление и игровой журналистики. Опираясь на предложенную периодизацию, мы можем отследить явление в динамике.

Развитие видеоигровой журналистики. Основные исторические этапы

Основы отечественной игровой журналистики закладывались на страницах научно-популярных российских журналов, таких как «Наука и жизнь», «Радио»

и «Техника молодежи». Правда, они не писали еще непосредственно о видеоиграх, но при этом всегда обращали внимание на новые технологические веяния. В их число попали и явления видеоигровой культуры, которая представляет собой сферу человеческой деятельности, связанную с разработкой видеоигр и игрой в них, а также определенный уровень погруженности в тему, умение разбираться в видеоиграх и осмыслять их влияние на себя и на общество. Как феномен современной популярной культуры видеоигры сегодня рассматриваются с исторической, культурной, философской, эстетической, этической и многих других точек зрения. Несмотря на очевидную рекламную направленность первых специализированных игровых СМИ, журналистика оказала значительное влияние на возможность массового игрока рассуждать о видеоиграх, осмыслять и анализировать их во всех этих аспектах, а также формировать запрос для разработчиков.

Самым первым из найденных нами русскоязычных материалов, в котором упоминаются видеоигры, является статья «Домашние телеигры», опубликованная в октябре 1977 г. журналом «Радио». В статье говорится не о конкретных видеоиграх, а о самом явлении в целом. «...Домашние телеигры. Такое название получили специальные приставки к телевизору, позволяющие создавать на его экране различные спортивные, военные и другие игры. Домашние телеигры, которым широкую дорогу открыло появление недорогих микросхем со средним и большим уровнем интеграции, стали внедряться вслед за телевизионными игровыми автоматами...». Как можно заметить, упор в материале сделан на технологическую сторону проблемы. В нем видеоигры рассматриваются как один из элементов технического прогресса. Акцента на культурологической сущности игр не сделано.

Это характерно для всех журналов тех лет, в которых упоминались видеоигры. Исключением мог служить разве что материал Р. Свореня «Два — ноль в пользу телевизора», опубликованный в апреле 1978 г. в журнале «Наука и жизнь». В нем автор описывал свои впечатления от игры в новую советскую консоль «Турнир». Для описания собственных эмоций он избрал репортажный формат повествования: «На экране сразу же появляется большой, начерченный тонкими линиями прямоугольник — это границы игровой площадки». Имитируя манеру спортивных комментаторов («Мяч снова в игре, он влетает на площадку в направлении проигравшего...»), Р. Сворень воссоздает для читателя одну из своих партий, тем самым разъясняя ему, чем по своей сути являются видеоигры — на тот момент явление малоизвестное.

Благодаря подобным материалам видеоигры начали популяризоваться. Однако высокая стоимость консолей и, соответственно, небольшое число их владельцев не позволяли играм стать массовым явлением. Тогда был избран другой подход: когда люди начали интересоваться видеоиграми, им было предложено самим их воссоздавать. Такие журналы, как «Моделист-конструктор» и «Техника — молодежи», стали публиковать сначала схемы, а после и исходные коды примитивных видеоигр. С распространением микрокалькуляторов (а после и первых 8-битных компьютеров) игры стали часто появляться в разделах о принципах

программирования. Например, в журнале «Техника молодежи» была отдельная рубрика «Клуб компьютерных игр». На их примере объясняли то, как и почему код работает. Это окончательно закрепило позиции видеоигр в научно-технических журналах 1980–1990-х гг.

Ярким явлением времени можно назвать статью Геннадия Кочеткова в журнале «Микропроцессорные средства и системы», появившуюся в третьем номере за 1985 г. Автор, посетивший США в составе делегации Академии наук СССР, описал популярные среди американской молодежи видеоигры: «Одна из наиболее распространенных игр, относящихся к разряду стратегических, — "Пэкмен". Ее герой — круглое желтое существо по прозвищу Пэк-мен, своеобразный компьютерный вариант колобка, который катается по лабиринту и поглощает разбросанные по нему случайным образом таблетки пищи» [Кочетков, с. 19]. Примечателен также материал из шестого номера журнала «Техника — молодежи» за 1989 г. В тексте «Компьютерный журнал — каким ему быть?» буквально предугадано скорое появление узкоспециализированной игровой прессы в России. Впрочем, описание польского игрового журнала «Байтек» наглядно демонстрирует, что игровая культура проникала в Россию из-за рубежа. «На развороте (16–17) обычно находится богато иллюстрированная карта наиновейшей игры, а на двух других — списки лучших игр, письма читателей, рецензии на различные игры» [Компьютерный журнал...]. Пример иллюстрирует, как будут выглядеть впоследствии такие журналы, как «Великий Dракон» и «Игромания», на которые уже в те годы ориентировался видеоигровой самиздат.

Как можно заметить, игровая культура на первом этапе развития индустрии видеоигр утвердилась в российских журналах. Зародилась она в 1970-х гг., когда широкая аудитория научно-технических изданий сначала узнала о существовании видеоигр, а после и начала их создавать.

И только к финалу второго этапа развития видеоигровой индустрии (1993) благодаря компании «Steepler» в России появилась японская консоль Family Computer под наименованием Dendy. Масштабная рекламная кампания, подготовившая запуск специализированного журнала и игровой телепередачи, буквально совершила революцию в мире игровой прессы. Мы склонны считать, что большую роль в ней сыграло именно телевидение и выпуск на экраны передачи «Денди — новую реальность» с Сергеем Супоневым в сентябре 1994 г. Ее популярность привела к появлению аналогичных передач. Телевизионный успех вывел видеоигровые СМИ на новый уровень с точки зрения их распространения. Тогда как «Видео-Acc Dendy», впервые вышедший в июле 1993 г., повлиял на развитие событий в несколько ином плане. Он первым призвал дифференцировать видеоигры в жанровом и технологическом отношении. И первым продемонстрировал их классификацию на русском языке. Говоря о классах, журнал предлагал разделять игры на «злые» и «добрые», т. е. предназначенные для игровых автоматов и для индивидуального использования. Почему они так назывались? Дело в том, что за каждую сессию на игровом автомате предлагалось платить и, соответственно, делать это чаще. При этом сложность проектов оставалась максимальной. В играх же на домашних устройствах платить за каждую сессию не требовалось и, соответственно, игры были значительно проще. С точки зрения жанров игры предлагалось делить на «боевики, приключенческие сюжетные игры, спортивные соревнования, лабиринты, аркадные, интеллектуальные» [Приглашаем заняться классификацией игр!]. Примечательно, что игрокам впервые предлагалось не просто играть, но и обсуждать видеоигры, их структуру, значение и типологию. Любопытно и то, что с 1993 г. данная жанровая классификация не устарела, подвергнувшись лишь детальным и терминологическим изменениям.

Таким образом, «если печатная гейм-журналистика в России зарождалась из переводов, то телевизионная — из рекламы» [Прокофьева, Белоусова]. И упомянутая выше передача «Денди — новая реальность» подтверждает это. К 1994 г. у отечественной аудитории не имелось достаточного количества информации о популярных за рубежом игровых устройствах, однако краткие рекламные ролики все же не способны были подробно рассказать об их преимуществах и замотивировать на покупку. Это впоследствии, с появлением у Dendy конкурентов на рынке, и привело к созданию целых телепередач, таких как «Джойстик», «От Марио до Соника» и т. д.

Первой знаковой нерекламной программой о видеоиграх, выходившей на отечественном телевидении, можно назвать «От винта». Она появилась на телеканале РТР 20 мая 1995 г. Двое ведущих в кадре — А. Зайцев и Б. Репетур рассказывали новости игровой индустрии, обозревали новинки и отпускали юмористические комментарии. С марта 1997 г. «От винта» стала выходить на НТВ, но была закрыта 25 октября 1998 г. Всего за это время вышло около 140 выпусков. Авторы перебрались на MTV с двумя новыми проектами, развивающими идеи «От винта» — «Виртуалити» и «Икона видеоигр». Популярность А. Зайцева и Б. Репетура принесла им культовый статус в отечественной игровой среде. Однако сильного развития непосредственно на телевидении идеи не получили, «и если программы о видеоиграх находили свою нишу <...>, то каналы о видеоиграх в России не прижились» [Прокофьева, Белоусова, с. 71]. Все последующие проекты о видеоиграх на телевидении либо провалились, либо не смогли собрать достаточной аудитории и закрылись спустя несколько выпусков, либо выходили лишь в отдельных регионах не в прайм-тайм. Так закончился второй этап формирования игровой индустрии. Благодаря игровой журналистике игроки смогли обоснованно рассуждать о видеоиграх и получили базовое представление о том, как устроена индустрия.

Следующим этапом стал анализ впечатлений от видеоигры, осознание и изучение ее сильных и слабых сторон, а также передача результата своего игрового опыта другим людям. И это потребовало в том числе единого понятийного аппарата. Его создание мы склонны считать главным достижением прессы дальнейших лет.

Наиболее знаковым изданием конца 1990-х и начала нулевых стала «Игромания». Первый номер журнала был выпущен в сентябре 1997 г. Несмотря на то, что PR-направленности у издания не было (материалы не касались игр, разработанных для конкретного устройства, а блоки с рекламой были отделены), по своей

структуре «Игромания» почти ничем не отличалась от «Видео-Acc Dendy» и других журналов второго этапа развития игровой индустрии. Журнал состоял из описания игр, кодов к ним и прохождений. Рубрикатор отсутствовал — его заменял список рассмотренных видеоигр. Однако уже к четвертому, январскому, номеру 1998 г. СМИ обрело свое лицо и характерный для игровых журналов набор рубрик, состоящий из анонсов («Ждем игру»), новостей («Вооружаемся») и т. д. Была введена также система оценок по 10-балльной шкале. Позднее эту практику и формат повторят все крупные издания, такие как «Страна игр» и «Навигатор игрового мира». С тех пор журнал начинает регулярно обновляться к первому номеру каждого следующего года. В итоге в первом, январском, номере 1999 г. система оценок модернизируется и разделяется на критерии «графика», «звук» и «играбельность».

Идея разделить видеоигру на отдельные составляющие легла в основу формирования понятийного аппарата, на основании которого игроки начали воспринимать игры в дальнейшем. Термин «играбельность», произошедший от английского «playability» и обозначивший качество игрового процесса и интерес к получаемому опыту игрока, не сохранился и к 2000 г. был преобразован в «геймплей» (заимствование). Однако однокоренное «реиграбельность», означавшее интерес к повторному прохождению, стало впоследствии одним из критериев оценки игры в приложении к «Игромании» — в «Лучших компьютерных играх» (ЛКИ). Превратившись в самостоятельный журнал, ЛКИ сохранил слово и ввел его в постоянный обиход. Тем самым игровая журналистика начала создавать новые смыслы, изучать индивидуальные особенности видеоигр и обращать внимание игроков на главную черту явления — интерактивность. Предоставляемые развивающимися играми возможности позволяли с интересом перепроходить их разными способами, получая новый опыт. Увлекательность этого процесса (количество возможностей) отдельно оценивалась журналами и игроками, разделяя тем самым дискурсы обсуждения видеоигр и других аудиовизуальных медиа. К примеру, ценность пересмотра фильма хоть и могла выделяться исследователями, но она никогда не становилась решающим фактором при оценке.

Вместе с уникальным игровым языком свой уникальный язык обретали и тематические СМИ. Доля блока рецензий, в которых игра рассматривалась по определенным критериям, осуществлялся детальный разбор ее составляющих и происходило выставление оценки, при этом резко выросла. Если в январском номере «Игромании» за 2000 г. рубрика «Вердикт» занимала около 5 % пространства (8 страниц из 157), то в январском номере за 2001 г. — уже 25% (40 страниц из 160). В дальнейшем процент лишь продолжал увеличиваться. Это актуально и для других изданий. Согласно исследованию А. Л. Коданиной в журнале «Навигатор игрового мира», на долю рецензий приходится от 76 до 85 % от общего количества опубликованных материалов [Коданина, Стурова]. Связана такая метаморфоза с тем, что информация о выходящих играх начинает появляться в распространяемых баннерах и буклетах, также ее можно найти в набирающем популярность интернете. Одновременно с этим видеоигр становится больше, но цена каждой по отдельности остается высокой, в связи с чем у игрока острее стоит вопрос выбора между несколькими вариантами.

К 2011 г. в качестве основных критериев оценки выступали «геймплей», «звук и музыка», «графика», «интерфейс и управление», а в качестве дополнительных (отсутствующих или присутствующих) — «реиграбельность», «классный сюжет», «оригинальность» и «легко освоить». Третий этап развития игровой индустрии, в котором игры обретают сложную структуру, подразумевал необходимость оценивания всех данных факторов. Аудитория журналов, оперировавших данными терминами, продолжила рассуждать о видеоиграх в тех же категориях.

Наследие игровых СМИ в данном плане сохранилось и в эпоху массовой цифровизации. Создание в сети множества тематических сообществ и форумов снизило популярность отдельных изданий. Доступ к информации стал открытым, о качестве видеоигры возможно было узнать из пользовательских отзывов, что снизило популярность сразу нескольких постоянных блоков журналов, таких как анонсы или рецензии. Постепенно СМИ начали отказываться от печатной версии и полностью перешли в сеть. Согласно статистике, у самых крупных видеоигровых порталов Playground, DTF и StopGame фиксируется 163, 101 и 39 млн посещений в год соответственно [Сторожук]. Эти цифры сопоставимы с блогерами-милионниками, такими как «БУЛДЖАТь» или Kuplinov Play, так что монополия на распространение информации о видеоиграх у игровых СМИ была утеряна.

Исходя из полученных данных, мы можем выделить основные этапы развития отечественной игровой журналистики:

- 1. Протоигровая журналистика, 1970-е 1993 г. Видеоигровая журналистика представлена рубриками и отдельными материалами в научно-технических журналах. Развивается самиздат. Появляется запрос на специализированные СМИ.
- 2. Рекламная игровая журналистика, 1993—1997 гг. Игровая журналистика служит продвижению товаров на рынке. Предпринимаются первые попытки осмысления видеоигр и их места в культуре.
- 3. Новостная игровая журналистика, 1997—2000 гг. Игровая журналистика стремится передать как можно больше новостей и анонсов из мира игр. Оставшееся место занимают гайды, чит-коды и прочая справочная информация.
- 4. Критическая игровая журналистика, 2000 г. наше время. Акцент смещается в сторону критических материалов о видеоиграх. Проблема выбора между несколькими интересующими играми замещает собой проблему недостатка информации об играх в целом.

Изначально СМИ стремились рассказать о сущности игр, заинтересовать аудиторию новым явлением. После популяризации видеоигр и превращения их в полноценный феномен культуры акцент переносится на рекламную и новостную составляющую материалов. Постепенно популярность набирают независимые игровые СМИ, замещая собой рекламные. Предпринимаются попытки классифицировать видеоигры, осмыслить их место в культуре. Зарождается и умирает игровая тележурналистика, чтобы позднее переродиться в формате YouTube-видео.

Растет качество и количество новых видеоигр. Объем выходящих игр превышает человеческую способность воспринимать информацию [Киризлеев]. Как следствие, развивается жанр игровой рецензии, до сих пор доминирующий над остальными. Авторы помогают выбрать между различными играми, аргументируя свое предложение. Видеоигры рассматриваются как целостный продукт, формируется уникальный стиль игровых материалов и собственный понятийный аппарат.

Как отмечает Р. П. Баканов, «...игровая журналистика XXI в. выполняет все функции, присущие журналистике в целом. Показывая общество через призму видеоигр, игровая пресса расширяет свою целевую аудиторию и становится интересной для всех, кто интересуется прогрессивными изменениями и инновациями» [Баканов, с. 169], однако мы видим, что неравномерность в реализации функций отечественной игровой журналистики остается. Изменяется лишь базовая функция, и если изначально в основу ложилась информационная, то позднее научнотехнические журналы сместили акцент на просветительскую (пытались через коды и схемы дать доступ к видеоиграм большему количеству людей). Первые специализированные СМИ выполняли рекламно-справочную функцию. Позже основными стали рекреативная, коммуникативная и аналитическая функции. Однако сегодня их столь же эффективно могут выполнять другие акторы, такие как блогеры, пользователи, агрегаторы рецензий и т. д.

Но место для игровой журналистики осталось, ведь следующий этап в развитии игровой индустрии формируется в реальном времени. Аналитики и исследователи, рассуждая о современных видеоиграх, приходят к сходным выводам. А именно отмечают, что современные видеоигры «достаточно часто позволяют себе прибегнуть к различным приемам искусства (литературы, живописи, кинематографа, музыки и пр.) с целью создания и формирования определенного настроения человека для более глубокого погружения в изучение и понимание важнейших вопросов современного социума» [Лескова]. Развиваются идеи о том, что «...на заре своего становления игры носили развлекательный характер, однако со временем им было суждено перерасти этот формат и заявить о себе как о более многогранном явлении. Можно смело говорить, что в современном мире они способствуют генерации новых социокультурных практик и расширению границ антропологической идентичности, становятся пространством экспликации нового понимания творчества, жизни, свободы, художественно-эстетических ценностей, политических и этических смыслов» [Беляева, с. 92]. Некоторые авторы заявляют, что «мы можем наблюдать, как компьютерные видеоигры, являющиеся видом интерактивного развлечения, стали плавно переходить из аттракциона в вид искусства» [Сальникова, с. 13].

Примеров подобного мнения о современных видеоиграх множество. Так, А. Ветушинский, один из главных идеологов Game Studies в России, отмечает, что, оборачивая идею в форму видеоигры, разработчик может раскрыть ее через интерактивность точнее, чем когда-либо было возможно. Он говорит, что «...автор, передавая свою идею, может усилить ее, отдельно показав, почему альтернативные версии, по его мнению, несостоятельны. Это и делает возможным авторское высказывание, очищенное от возможных, но неверных читательских интерпретаций» [Ветушинский].

В таких условиях современная игровая журналистика может усилить свою аналитическую функцию и даже развить идеологическую, тем самым перейдя на новый уровень, связанный с обучением аудитории не только пониманию видео-игр, но и с донесением до нее глубоких авторских идей, заложенных в отдельных проектах. Такой подход будет свидетельствовать об улучшении качества гейм-журналистики, что в дальнейшем положительно скажется на уровне видеоигровой культуры в целом.

Баканов Р. П., Сабирова Р. И. Игровая журналистика в современном российском медиапространстве: проблематика и функциональное разнообразие // Вестн. ВУиТ. 2018. № 2. С. 166–176.

Беляева У. П. Видеоигры как технокультурный феномен: история становления и социокультурная значимость // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. 2021. № 3. С. 91-104.

Bemyшинский A. Игродром. Что нужно знать о видеоиграх и игровой культуре // N+1 : интернет-издание. URL: https://nplus1.ru/blog/2021/07/30/igrodrom-game-studies (дата обращения: 26.11.2022).

История игровых журналов из 90-х // AMD.news : сайт. URL: https://amd.news/hightech-news/article/20092019-magazines90th/ (дата обращения: 20.12.2022).

 $\it Kupuзлеев A.$ Система оценок компьютерных игр // GamesIsArt.ru : caйт. URL: https://gamesisart.ru/theory_game_score.html (дата обращения: 15.10.2022).

Ko∂анина А. Л., Стурова А. О. «Игровая» журналистика как массово-коммуникационный феномен // Учен. зап. Новгород. гос. ун-та имени Ярослава Мудрого : электрон. журн. 2020. № 6(31). URL: https://portal.novsu.ru/file/1656882 (дата обращения: 13.11.2022).

Компьютерный журнал — каким ему быть? // Журналко: портал. URL: http://zhurnalko.net/=nauka-i-tehnika/tehnika-molodezhi/1989-06--num53# (дата обращения: 23.11.2022).

Костин С. История игровой журналистики в России // DTF: интернет-платформа. URL: https://dtf.ru/retro/124669-istoriya-igrovoy-zhurnalistiki-v-rossii (дата обращения: 18.12.2022).

Кочетков Γ . E. Компьютерные игры: свет и тени // Микропроцессорные средства и системы. 1985. № 3. С. 16–20.

Лескова И. В. Видеоигровая индустрия как объект и способ развития современной культуры // Мир науки. Социология, филология, культурология: электрон. журн. URL: https://sfk-mn.ru/PDF/42KLSK421.pdf?ysclid=lc3nll1bf2735803107 (дата обращения: 23.11.2022).

Мойжес Л. «У нас не происходит осмысления игр с точки зрения культуры»: интервью с Александром Ветушинским // DTF: интернет-платформа. URL: https://dtf.ru/read/730623-u-nas-ne-proishodit-osmysleniya-igr-s-tochki-zreniya-kultury-intervyu-s-aleksandrom-vetushinskim (дата обращения: 12.12.2022).

Приглашаем заняться классификацией игр! // Видео-Асс Dendy. 1993. № 1. С. 8–11.

Прокофьева В. Ю., Белоусова К. С. Гейм-культура на российском телеэкране: взлеты и падения игровой тележурналистики // Учен. зап. Комсомольского-на-Амуре гос. техн. ун-та. 2020. № 6. С. 69–73.

Сальникова Н. М. Индустрия компьютерных видеоигр как один из новейших сегментов рынка аудиовизуальной продукции в России // Вестн. ГУУ. 2014. № 5. С. 12–15.

Сторожик А. Где почитать об играх: топ-10 СМИ Рунета для геймеров // prnews.io: сайт. URL: https://research.prnews.io/342634-Gde-pochitat-ob-igrah-top10-SMI-Runeta-dlyagejmerov.html (дата обращения: 13.05.2022).

Статья поступила в редакцию 27.12.2022 г.