



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»

<https://vfn-journal.ru>

2025, Том 5, № 3 / 2025, Vol. 5, Iss. 3 <https://vfn-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)

УДК 070.1

<sup>1</sup> Чумаченко Н.А.

<sup>1</sup> Санкт-Петербургский государственный университет

## Игровая журналистика: понятие, история, жанровый состав

**Аннотация:** статья посвящена феномену игровой журналистики и критике видеоигр в российской практике. Для достижения целей работы проводится обзор литературы по тематике игровой журналистики в России и за рубежом. Для контекстуализации определенных трендов и установок в игровой журналистике сопоставляются факты из ее истории. Проводится подробный анализ аудитории игровой журналистики, на основе которого приводится новая классификация игроков с точки зрения их статуса как аудитории игровой журналистики с уникальными потребностями и выделяются те подтипы, которые более или менее склонны обращаться к материалам в жанре игровой критики. Выделяется и очерчивается понятие «игровая критика». Подробно описывается жанровый состав игровой журналистики. Самые актуальные для исследования жанры рассмотрены более подробно, приведены их определения. Установлена позиция жанра обзора, рецензии или ревью в иерархии аналитических и информационных жанров внутри игровой журналистики. С применением междисциплинарной литературы в области PR и теории журналистики создается концепция и проблематика современной игровой критики. Приводятся и анализируются подходы к игровой критики с точки зрения исследователей в области дисциплины game studies. На основании анализа целей, главных функций, дробления целевой аудитории и фактов из истории игровой журналистики делается ряд выводов об особом значении в данном сегменте медийного пространства критики видеоигр как сегмента современного российского и международного арт-медиадискурса, а также о существующих тенденциях и трендах в ней и альтернативные подходы к ее организации.

**Ключевые слова:** игровая журналистика, медиакритика, видеоигра, интерактивные медиа, жанр, интернет

**Для цитирования:** Чумаченко Н.А. Игровая журналистика: понятие, история, жанровый состав // Вестник филологических наук. 2025. Том 5. № 3. С. 124 – 131.

Поступила в редакцию: 26 февраля 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 09 марта 2025 г.; Принята к публикации: 26 марта 2025 г.

<sup>1</sup> Chumachenko N.A.

<sup>1</sup> Saint Petersburg State University

## Games journalism: definition, history, genre composition

**Abstract:** in the provided article we gave a justification to games journalism and games critique as phenomena. To achieve that, we reviewed the literature on the subject of games journalism both in Russia and abroad. We provided factoids from games journalism's history to contextualize certain patterns and trends. Target audience of game's journalism is thoroughly analyzed, after which we created a new classification of plates as potential audiences of game's journalism and some of them are singled out as more or less likely to engage with gaming critique. The nomination of "gaming critique" is given and defined. Genre structure of games journalism is described thoroughly. The most relevant genres for study are defined. We determined the positioning of the review genre among

*other informational and analytical ones. Using theory of journalism and PR structure and issues of games journalism are identified. Game critique concepts from the perspective of game studies are introduced and analyzed. Based on our analysis of the goals, functions, history and audience of games journalism we came to a conclusion of the importance of games criticism in the area.*

**Keywords:** games journalism, media critique, videogame, interactive media, genre, internet

**For citation:** Chumachenko N.A. Games journalism: definition, history, genre composition. Philological Sciences Bulletin. 2025. 5 (3). P. 124 – 131.

*The article was submitted: February 26, 2025; Approved after reviewing: March 09, 2025; Accepted for publication: March 26, 2025.*

## Введение

Актуальность исследований видеоигр и игровой журналистики продолжает расти в связи с растущим общественным спросом как на сами игры, так и информацию о них. Будучи относительно новым явлением, видеоигры постоянно расширяют свой функционал, их скорое технологическое развитие и рост популярности стали причинами контекстуализации игр как инструмента идеологической борьбы и закрепили их в центре социологической «культурной войны», поэтому видеоигры оказались в зоне внимания сразу нескольких технических и гуманитарных дисциплин. Кроме того, видеоигры как медиафеномен требуют качественного информационного сопровождения, которое является задачей игровой журналистики.

Игровая журналистика заняла свое место в современном российском медиапространстве более тридцати лет назад. Ее внезапное появление и быстрое развитие связаны с эволюцией рынка видеоигр на территории бывшего СССР. Немногочисленные исследователи, изучающие феномен игровой журналистики, рассматривают этот медийный пласт в целом, не останавливаясь на частных его характеристиках. На наш взгляд, существует необходимость внести уточнения в описание данного феномена, основываясь на особенностях соответствующего информационного поля.

Цель данного исследования: определить цели игровой журналистики, аудиторию, жанровую систему и контент не только игровой журналистики в целом, но и критики видеоигр, опираясь на теоретическое описание феномена и его историю.

## Материалы и методы исследований

Для достижения поставленной цели были проанализированы концепции российских и зарубежных филологов, социологов и специалистов в области game studies, опубликованные с 2002 по 2020 г. Также учитывалось экспертное мнение журналистов, публикующихся на российском игровом сайте DTF.

Использование словосочетания «игровая журналистика» для обозначения, интересующего нас явления, оспаривается. Предлагаются альтернативные варианты, такие как «журналистика видеоигр» или «гейм-журналистика». Мы настаиваем на использовании номинации «игровая журналистика», так как авторы материалов о видеоиграх и их читатели ассоциируют исследуемую нами область массмедиа именно с этим словосочетанием.

В исследованиях игровой журналистики часто встречаются расхождения в трактовке терминов. Обратимся к определению, которые предлагают Р.П. Баканов и Р.И. Сабирова – «Игровая журналистика – это вид журналистики, нацеленный на описание и обсуждение видеоигр. Ее основу, как правило, составляет цикл материалов "анонс, превью, реview, прохождение". Игровая журналистика имеет свою специфическую аудиторию, называемую фанатами видеоигр (геймерами)» [1].

Преимущества предлагаемой дефиниции в том, что при ее создании использовались, учитывались базовые характеристики ИЖ: цели, жанровая система и целевая аудитория игровой журналистики. Но наш материал заставляет внести некоторые уточнения.

К тому же, в данной работе внимание будет уделяться критике видеоигр как ключевому сегменту игровой журналистики, поэтому сразу оговоримся, для нас понятия «игровая журналистика» и «игровая критика» не тождественны. Игровая критика, представленная в игровой журналистике в виде жанров рецензии, обзора или реview – это ключевое и основополагающее явление в игровой журналистике, ее часть, которую мы подробнее рассмотрим при описании жанрового состава ИЖ. Номинации «игровая критика» и «критика видеоигр» в нашем понимании обозначают практику, в ходе которой игровой журналист, рецензент, создает критический материал – рецензию на видеоигру, или же результат этой практики – непосредственно публикацию в жанре реview или обзора.

Игровая журналистика объединяет СМИ, предоставляющим специальную информацию для нишевой аудитории, что дает нам право отнести эти издания к классу специализированных [3]. Специализация является первой причиной, по которой ИЖ полагается на продажецентричные концепции в подходе к PR, что определяется рынком нишевой, специфической, дополнительной информации [4].

Для более точного определения места, которое занимают игровая журналистика и критика в российском медиапространстве, стоит выделить еще несколько отличительных особенностей. К этим особенностям относятся: сочетание развлекательной, просветительской и рекламной функций, при явном преобладании последних двух; ярко выраженная антропоцентричность; параллельное использование информационных, аналитических и PR-жанров. Эти характеристики объединяют дискурс видеоигр в игровой журналистике с арт-медиадискурсом [5].

### Результаты и обсуждения

Задачи игровой журналистики неоднократно менялись за историю ее существования. Американский торговый журнал «Play Meter» (1972-2018) стал первым изданием, публикующим обзоры видеоигр. Однако, первые критические материалы в журнале не стали полномерным аналитическим списанием интерактивного художественного высказывания, коим является видеоигра [6]. Первые в истории игровой журналистики критические материалы были призваны помочь хозяевам аркадных залов в выборе наиболее прибыльных машин для своих заведений. Тем не менее, многие отличительные особенности современного жанра видеоигрового обзора: например, десятибалльная шкала оценивания, впервые появились именно в Play Meter [7]. Отсюда можно сделать вывод, что установочной целью игровой критики является продвижение цифрового медиапродукта, представленного в формате игры.

На определение курса развития игровой критики в последние 30 лет влияет целевая аудитория. В первых исследованиях игровой журналистики, которые ставили перед собой задачу определить целевую или потенциальную аудиторию игровой журналистики, к ней зачастую относили всех представителей субкультуры геймеров. Однако, такое определение опровергается статистическими данными. Согласно подсчетам аналитического центра НАФИ, в 2022 году около 60% населения России старше 18 лет периодически играют в видеоигры [8]. Эта цифра несопоставима с аудиторией игровых изданий. Веб-сайт DTF, который является самым популярным в России СМИ о видеоиграх, ежемесячно посещают 9,2 млн. уникальных пользователей. Это значение намного ниже предполагаемого количества российских геймеров, даже несмотря на то, что аудитория ресурса увеличивается за счет освещения явлений популярной культуры, не связанных с видеоиграми, таких как анимация, кинематограф, комиксы и т.д.

В такой ситуации целесообразно попытаться поделить данную группу на подгруппы, основываясь, с одной стороны, на признаках релевантных для теории журналистики, а с другой – на их особенностях как представителей субкультуры.

Геймеров как носителей видеоигрового хобби можно разделить на подгруппы на следующих основаниях:

- предпочтаемая платформа;
- наиболее привлекательные жанры видеоигр;
- время, регулярно затрачиваемое на хобби;
- предпочтение в соревновательных, кооперативных или одиночных играх.

Геймеры как аудитория игровой журналистики могут дифференцироваться по следующим параметрам:

- потребность в актуальной информации о функционировании игровой индустрии;
- общая осведомленность в специфической тематике игровой журналистики;
- необходимость прочтения/просмотра критических материалов о видеоиграх для совершения информированной покупки;
- уровень технической грамотности.

По этим критериям геймеров можно разделить на три основные категории. Для обозначения этих групп мы будем использовать фразы из лексикона самих игроков, которые используют и игровые журналисты для обращения к аудитории. Первая – хардкорные геймеры. Игроки этой группы интересуются культурой видеоигр в различных проявлениях, имеют высокий уровень технической грамотности, интересуются новостями игровой индустрии, разбираются в игровых студиях и знают многих творцов по именам. Как правило, хардкорный геймер будет играть на нескольких игровых платформах – в большинстве случаев одной из них будет персональный компьютер – три или более часов в день. Предпочтение игровых жанров среди хардкорных геймеров обусловлено лишь вкусом индивида. Так как он активно интересуется новинками игровой индустрии и выискивает информацию о них, он будет знакомиться с широким спектром проектов. При этом он будет полагаться на игровую критику для принятия решения о покупке, так как не имеет возможности опробовать все предлагаемые его вниманию проекты из-за их количества. Велика вероятность,

что у него высокий ранг в одной или более соревновательных видеоиграх. Часто такой геймер будет иметь другие увлечения, связанные с играми, в том числе играми вторичной медиальности: коллекционными карточными играми, настольными играми и т.д. [9].

Вторая группа – казуальные геймеры. Как и хардкорные геймеры, казуальные геймеры интересуются новостями видеоигр, но только в контексте анонсов новых проектов, часто только от крупных компаний. Они не имеют глубоких познаний о игровой индустрии, но знают некоторые факты. Как правило казуальный геймер будет использовать домашнюю консоль для игры. В день он тратит на игры 3 часа или меньше. Казуальные геймеры отдают предпочтение жанрам: шутер от первого лица; приключение от третьего лица; приключение в открытом мире; интерактивное кино. В большинстве случаев они избегают: стратегий в реальном времени; 4X стратегий; пошаговых РПГ; симуляторов. Казуальный геймер может проводить значительное количество времени в соревновательных играх, но зачастую его сессия будет проходить с друзьями (в одиночку – крайне редко) и состоять из казуальных матчей (не на рейтинг). Он будет опираться на маркетинг и упоминания в СМИ, чтобы узнавать о выходе новых игр, вследствие чего большая часть проектов, с которыми он будет знакомиться, будет относиться к AAA классу. Казуальный геймер полагается на игровую критику, в частности на систему оценок и их агрегаторы, чтобы сформировать мнение о предстоящей покупке. Он может быть заинтересован в других проявлениях популярной культуры (зачастую они не будут напрямую связаны с суперсубкультурой гиков, например – кинематограф) [10].

Третья категория – гиперказуальные геймеры. Эта группа игроков по большей части не заинтересована в проявлениях игровой культуры и деятельности игровой индустрии. Гиперказуальные геймеры играют почти эксклюзивно на мобильных устройствах в игры жанров, доминирующих на планшетах и смартфонах: три в ряд, tower defence, idle game и т.д. Большинство этих игр не имеют соревновательного компонента. Игровая сессия такого игрока обычно длится час или менее [11]. Гиперказуальные геймеры не являются аудиторией игровой журналистики, так как не имеют потребности в информации об индустрии или новинках мира видеоигр. По этой причине и потребности в игровой критике у них нет. Более того, многие игровые веб-сайты в целом отказываются от освещения мобильных игр, которые входят в сферу интереса гиперказуального геймера.

Можно выделить также несколько более малочисленных типов, таких как ретро-геймеры и киберспортивцы. Хоть игровая журналистика и соответствует их запросам в той или иной мере, эти типы занимают куда более узкую нишу и, что немаловажно, не имеют потребности в игровой критике.

Именно существование категории гиперказуальных геймеров вызывает большую разницу между числом предполагаемой аудитории игровой критики (субкультура геймеров в полном объеме) и ее действительным количеством, так как по данным вышеупомянутого исследования 74% всех российских геймеров используют мобильные устройства как одну из платформ, на которых они играют.

Хардкорные и казуальные геймеры, из которых состоит большинство игровой журналистики – это две отличные друг от друга категории индивидов с уникальными информационными потребностями, на основе которых сформирована игровая критика. Следовательно, жанровая система видеоигр формируется прежде всего под влиянием запросов аудитории.

Проанализировав задачи и целевую аудиторию игровой журналистики, мы можем предложить следующее определение изучаемому феномену: игровая журналистика – это сегмент журналистики, удовлетворяющий потребности хардкорных и казуальных геймеров в информации об игровой индустрии. Позднее мы дополним данную дефиницию, основываясь на анализе системы жанров игровой журналистики.

Упомянутое в начале определение игровой журналистики предполагает, что проекты, освещаемые игровыми журналистами, проходят определенный «жизненный цикл», представленный определенной последовательностью публикаций различных жанров: анонс; превью; обзор; прохождение.

Анонс представляет собой информационный жанр, в котором существование предстоящей игры впервые представлено как публично признанный факт. Жанр игрового анонса представляет собой оповещение о существовании и скором выходе игры с краткой информацией, которой с изданием поделился ее разработчик. Часто такой материал сопровождается трейлером проекта или несколько изображений, так как визуальная составляющая видеоигр является важным основанием для их оценивания, даже предварительного, как упоминалось ранее. Анонс встречается не только в игровой журналистике – напротив, этот жанр является устоявшимся в медиадискурсе.

Обзор (также именуемый ревью или рецензией) – это основополагающий жанр игровой журналистики и ее главная форма критики интерактивных произведений. Исследователи по-разному называют этот жанр: рецензия, ревью и т.д. Однако, так как критика видеоигры является отзывом не только о художественном произведении, но и о техническом продукте, мы будем продолжать называть этот жанр обзором [12].

Превью – жанр схожий с очерком или кратким отзывом о предстоящем продукте. Превью презентует первые впечатления журналиста от версии игры, которая может быть далека от официального релиза, но разработчик посчитал ее состояние достаточно удовлетворительным, чтобы показать прессе демоверсию или вертикальный срез. Основное отличие превью от обзора заключается в том, что любые замечания или похвалы, которые критик высказывает в сторону проекта, могут устареть к моменту, когда произведение доберется до игроков. По этой причине превью, хоть и несет в себе признаки критического жанра, представляет собой скорее PR-жанр, так как его основная задача – поддерживать интерес к ранее анонсированной игре и убедить читателя продолжать следить за обновлениями сайта или покупать новые выпуски журнала, чтобы не пропустить информацию о предстоящей игре.

Обзор – это основополагающий жанр игровой журналистики и ее главная форма критики интерактивных произведений. Исследователи по-разному называют этот жанр: рецензия, ревью и т.д. Однако, так как критика видеоигры является отзывом не только о художественном произведении, но и о техническом продукте, мы будем продолжать называть этот жанр обзором [12].

Эти жанры являются релевантными для игровой журналистики. Однако авторы изданий о видеоиграх также используют информационные и аналитические жанры, такие как новость, интервью, комментарий и др. В дальнейшем, мы уделим особое внимание жанру обзора как основополагающего и формообразующего не только для игровой критики, но и для игровой журналистики в целом.

Пока внесем дополнение нами выше определение: Игровая журналистика – это сегмент журналистики, обслуживающий информационные потребности хардкорных и казуальных геймеров с использованием как традиционных журналистских жанров, так и уникальных критических.

С расширением потенциальной аудитории игровой журналистики, которое произошло по причине постепенного роста доступности геймерского хобби и его переход из аркадных залов в дома участников сформированной субкультуры, целевая аудитория игровой журналистики развивалась преимущественно за счет игроков [13], как было сказано выше. В процессе модернизации жанр обзора сохранился в своем первоначальном виде: авторы игровых рецензий приоритизировали описание визуальной составляющей игры и степень, с которой игровой процесс (далее – геймплей) развлекает пользователя. Разница в том, что целью игровой журналистики стало обсуждение и описание видеоигр во всех их проявлениях. Что привело к тому, что диапазон игровой журналистики расширился до всех основных журналистских жанров [1]. Критический жанр обзора можно считать основополагающим. Что позволяет сделать вывод о том, что целью игровой критики на данном этапе является информирование аудитории о качестве продукта игровой индустрии или о ценности интерактивного произведения в формате видеоигры.

Другая цель игровой критики формулируется с учетом специфики видеоигры как художественного высказывания, а именно, ее свойства использовать интерактивные, механические, моделирующие и симуляционные компоненты в качестве собственных элементов драматургии, создания художественного образа, кинематографии, вызова в аудитории эмоционального и эстетического переживания [14]. Для платформы, не являющейся интерактивной, адекватное воспроизведение взаимосвязи инструментов видеоигры в формате журналистского материала становится трудной задачей. Для ее решения игровые журналисты, занимающиеся критикой, прибегают к описанию собственных впечатлений через описание опыта, испытанного автором и, потенциально, аудиторией. Третьей целью игровой критики является передача субъективного человеческого опыта своим читателям.

Смысловая структура обзора определяется его целями. Если автор считает обозреваемую игру достойной продвижения – он порекомендует ее и поставит высокую оценку. Для подтверждения своей позиции он вводит в текст обзора качественное описание игры (в основном ее визуальную, геймплейную и нарративную составляющие) и рассуждение о том, какой опыт эти качества передают [15].

В финальной части большинства обзоров, предлагаемых игровыми журналистами, выставляется оценка. Один из ключевых признаков игровой критики. Оценки игровых изданий формируются на агрегаторах, обсуждаются в сети и имеют значительное влияние на взаимоотношения производителей видеоигр с этими изданиями.

Последним жанром в актуальном списке, с нашей точки зрения, является прохождение - подробные руководства к игре. Зачастую игроки обращаются к прохождениям за решениями загадок или в поисках упущенных секретов. Прохождения являются важной частью игровой журналистики, однако их влияние на контент игровых изданий снизилось после перехода игровой журналистики в сеть [16].

На сегодняшний день большинство игровых изданий полностью перебрались в онлайн. Это связано с несколькими факторами. Во-первых, сетевое пространство является довольно привычной средой для аудитории игровой журналистики, что, в свою очередь, позволило изданиям о видеоиграх с легкостью совер-

шить переход в сеть, так как компьютер с доступом в интернет есть у большинства адресатов. Во-вторых, неотъемлемой частью игровой журналистики на протяжении всей ее истории всегда был пользовательский контент. В эру печатных изданий читатели посыпали в редакции письма. В российской практике из авторов этих писем в итоге сложился авторский состав первых игровых журналов [17]. Эта особенность является следствием того, что основной целью игровой журналистики является презентация видеоигр. Большое количество пользовательских материалов является прямым следствием установки аудитории принимать участие в этом дискурсе.

Быстрый переход игровой журналистики в сеть и стремление аудитории быть активными участниками диалога стали причинами роста количества контента о видеоиграх на видеохостинге YouTube. Большое количество любительских роликов и их зрителей привело к тому, что большинство как печатных, так и печатных игровых изданий имеют канал на платформе.

Публикации на собственных веб-сайтах, соцсети и видеохостинги, такие как YouTube, являются тремя основными каналами связи игровой журналистики с аудиторией.

Как уже говорилось, журналисты, занимающиеся критикой видеоигр, зачастую останавливают внимание на трех компонентах игры: визуальном, нарративном и геймплейном. Особенностью именно игровой критики является возможность и необходимость освещать игровой процесс интерактивного произведения четвертичной медиальности. Под медиальностью в данном контексте подразумевается уровень, на котором игра (любая игра, теория медиальностей относится не только к видеоиграм, но только они представляют четвертичную медиальность) является репрезентацией реальности [18].

Исследователи в области геймдизайна и game studies также поднимают вопросы игровой критики в своих работах. Уже сложившийся в КМ подход в этих дисциплинах они называют MDA (mechanics, dynamics, aesthetics) [19]. Однако многие из них высказывают неудовлетворенность данной моделью, трактуют ее иначе, нежели авторы игровых изданий, или вовсе предлагают собственные концепции игровой критики [20]. Это представляет интерес, так как именно специалисты в области этих дисциплин входят в составы студий, занимающихся разработкой видеоигр. И в этом смысле они в том числе находятся под влиянием игровой журналистики, ведь критический и коммерческий успех их проекта во многом зависит от отзывов журналистов и, что немаловажно, игровая критика влияет на формирование дискурса вокруг предмета изучения game studies. Так, датский исследователь Ларс Конзак еще в 2002 году предложил по-новому представлять игру в критических и аналитических материалах. В стандартной практике игровой критики рецензенты фокусируются на трех составляющих игры – визуальной, нарративной и геймплейной. Он же делит игру на семь «слоев». В частности, обращает внимание на освещение отсылочности конкретной видеоигры к другим интерактивным произведениям, ее связи с предыдущими проектами тех же авторов или индустрии в целом. Этот компонент является важной составляющей критики других творческих форм, но в игровых обзорах встречается редко.

Первые слои видеоигры, которые необходимо освещать, по мнению Конзака – технические. Под техническими аспектами игры он понимает те устройства, на которых игра может запуститься. Это важно, так как в индустрии популярна практика «эксклюзивности», которую издатели применяют, чтобы вынудить заинтересованного в их проектах покупателя приобрести не только игру, но и устройство, на которой она сможет запуститься. Данная практика редко освещается или критикуется в игровых СМИ.

Более сложные, в понимании Конзака, аспекты видеоигры включают ее «функции». Те элементы, на которых строится взаимодействие интерактивного произведения. Также он предлагает уделять внимание социокультурной динамике, вызываемой игрой либо в геймерской культуре, либо в глазах аудитории [21].

Тот факт, что исследователи выдвигают собственные подходы к игровой критике важен, так как он демонстрирует сосредоточенность ИЖ исключительно на запросах аудитории, для которой важнее всего оперативность и лаконичность получаемой информации. В то же время развитие дискурса видеоигр предполагает и подробный анализ с различных ракурсов, с одной стороны, как художественного произведения, а с другой – как технического программного обеспечения. Данная особенность также является отличительной для игровой критики.

### Выводы

На основании анализа достаточно объемной эмпирической базы мы предлагаем уточнить основные понятия из сферы игровой журналистики: начиная с базовой дефиниции. Нами выявлены ключевые характеристики целевой и фактической аудитории, направление модернизации жанра рецензии. Проанализировав аудиторию и жанровый состав игровой журналистики, мы выявили проблематику игровой критики, которая сосредоточена на определенных аспектах игры как технического продукта и вторческого произведения. Игровая

журналистика в целом и критика видеоигр в частности, как интенсивно развивающиеся медиафеномены остаются объектами междисциплинарных исследований.

### Список источников

1. Баканов Р.П., Сабирова Р.И. Игровая журналистика в современном российском медиапространстве: проблематика и функциональное разнообразие // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2018. Т. 2. № 2. С. 166 – 176.
2. Юдина Е.И. Медиапространство как культурная и социальная система: монография. М.: Прометей, 2005. С. 30 – 40.
3. Чуков П.И. Специализированные газеты как тип издания: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Ростов-на-Дону, 2004. С. 26.
4. Зинин Р.В., Полонский А.В. Специализированные периодические издания в сфере культуры как канал рекламной коммуникации. 2020. ООО Издательско-полиграфический центр "ПОЛИТЕРРА". С. 66 – 72.
5. Цветова Н.С. Дискурс искусства в современной российской журналистике // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2012. № 1. С. 231 – 237.
6. Югай И.И. Основные этапы освоения медиатехнологий искусством // Вопросы культурологии. 2013. № 4. С. 18 – 22.
7. Johnson Yolanda A. Small Business Sourcebook: The Entrepreneur's Resource. Gale Research. Vol. 1. 1998. P. 73.
8. НАФИ: Гейминг в России – 2022. Социальные и экономические эффекты // URL: <https://nafi.ru/projects/it-i-telekom/geyming -v-rossii-2022-sotsialnye-i-ekonomicheskie-effekty/>.
9. Baumann F. Hardcore Gamer Profiling: Results from an unsupervised learning approach to playing behavior on the Steam platform // Procedia Computer Science. 2018. Vol. 126. P. 1289 – 1297.
10. Kuittinen J. Casual games discussion // Proceedings of the 2007 conference on Future Play. 2007. P. 105 – 112.
11. Charoenpruksachat A., Longani P. Comparative study of usability evaluation methods on a hyper casual game // 2021 Joint International Conference on Digital Arts, Media and Technology with ECTI Northern Section Conference on Electrical, Electronics, Computer and Telecommunication Engineering. IEEE. 2021. С. 153 – 156.
12. Коданина А.Л., Струрова А.О. «Игровая» журналистика как массово-коммуникационный феномен // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2020. № 6 (31). С. 4.
13. Kent S.L. The Ultimate History of Video Games. From Pong to Pokemon and Beyond... the Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World. Crown, 2010. Vol. 1. 100 p.
14. Тармаева В.И. Компьютерные игры и игровая журналистика // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. No. 5 (360). С. 343 – 350.
15. Zagal J.P., Ladd A., Johnson T. Characterizing and Understanding Game Reviews // Proceedings of the 4th International Conference on the Foundations of Digital Games. New York: ACM, 2009. P. 215 – 222.
16. Nylund N. Walkthrough and let's play: evaluating preservation methods for digital games // Proceedings of the 19th International Academic Mindtrek Conference. 2015. С. 55 – 62.
17. Костин С. Журнал «Великий Дракон» – DTF. 29.04.2020. URL: <https://dtf.ru/retro/124852-zhurnal-veliikiy-drakon>.
18. Гундольф С. Фрейермут. Игры. Геймдизайн. Исследование игр / пер. с нем. А.И. Кропивкина. Х.: Издательство «Гуманитарный центр», 2021. С. 46 – 50.
19. Jeon G. A Study on the Game Criticism: Meta-analytical Approach to Game Critiques // Journal of Korea Game Society. 2013. Vol. 13. № 3. С. 19 – 30.
20. Jagoda P. Videogame criticism and games in the twenty-first century // American Literary History. 2017. Vol. 29. № 1. С. 205 – 218.
21. Konzack L. Computer game criticism: A method for computer game analysis // CGDC Conf. 2002. С. 91 – 98.

### References

1. Bakanov R.P., Sabirova R.I. Game journalism in the modern Russian media space: problems and functional diversity. Bulletin of the Volga University named after V.N. Tatishchev. 2018. Vol. 2. No. 2. P. 166 – 176.
2. Yudina E.I. Media space as a cultural and social system: monograph. Moscow: Prometheus, 2005. P. 30 – 40.
3. Chukov P.I. Specialized newspapers as a type of publication: dis. ... Cand. Philological Sciences: 10.01.10. Rostov-on-Don, 2004. 26 p.
4. Zinin R.V., Polonsky A.V. Specialized periodicals in the field of culture as a channel of advertising communication. 2020. ООО Publishing and Printing Center "POLITERRA". P. 66 – 72.

5. Tsvetova N.S. Discourse of art in modern Russian journalism. Bulletin of St. Petersburg University. Language and literature. 2012. No. 1. P. 231 – 237.
6. Yugay I.I. The main stages of mastering media technologies by art. Questions of cultural studies. 2013. No. 4. P. 18 – 22.
7. Johnson Yolanda A. Small Business Sourcebook: The Entrepreneur's Resource. Gale Research. Vol. 1. 1998. 73 p.
8. NAFI: Gaming in Russia – 2022. Social and Economic Effects. URL: <https://nafi.ru/projects/it-i-telekom/geyming -v-rossii-2022-sotsialnye-i-ekonomicheskie-effekty/>.
9. Baumann F. Hardcore Gamer Profiling: Results from an unsupervised learning approach to playing behavior on the Steam platform. Procedia Computer Science. 2018. Vol. 126. P. 1289 – 1297.
10. Kuittinen J. Casual games discussion. Proceedings of the 2007 conference on Future Play. 2007. P. 105 – 112.
11. Charoenpruksachat A., Longani P. Comparative study of usability evaluation methods on a hyper casual game. 2021 Joint International Conference on Digital Arts, Media and Technology with ECTI Northern Section Conference on Electrical, Electronics, Computer and Telecommunication Engineering. IEEE. 2021. P. 153 – 156.
12. Kodanina A.L., Sturova A.O. "Game" journalism as a mass communication phenomenon. Scientific notes of Novgorod State University. 2020. No. 6 (31). 4 p.
13. Kent S.L. The Ultimate History of Video Games. From Pong to Pokemon and Beyond... the Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World. Crown, 2010. Vol. 1. 100 p.
14. Tarmaeva V.I. Computer games and game journalism. Bulletin of Chelyabinsk State University. 2015. No. 5 (360). P. 343 – 350.
15. Zagal J.P., Ladd A., Johnson T. Characterizing and Understanding Game Reviews. Proceedings of the 4th International Conference on the Foundations of Digital Games. New York: ACM, 2009. P. 215 – 222.
16. Nylund N. Walkthrough and let's play: evaluating preservation methods for digital games. Proceedings of the 19th International Academic Mindtrek Conference. 2015. P. 55 – 62.
17. Kostin S. Magazine "The Great Dragon" – DTF. 29.04.2020. URL: <https://dtf.ru/retro/124852-zhurnal-velikiy-drakon>.
18. Gundolf S. Freyermuth. Games. Game Design. Game Research. Trans. from German by A.I. Kropivkina. Kh: Publishing House "Humanitarian Center", 2021. P. 46 – 50.
19. Jeon G. A Study on the Game Criticism: Meta-analytical Approach to Game Critiques. Journal of Korea Game Society. 2013. Vol. 13. No. 3. P. 19 – 30.
20. Jagoda P. Videogame criticism and games in the twenty-first century. American Literary History. 2017. Vol. 29. No. 1. P. 205 – 218.
21. Konzack L. Computer game criticism: A method for computer game analysis. CGDC Conf. 2002. P. 91 – 98.

### Информация об авторах

**Чумаченко Н.А.**, Санкт-Петербургский государственный университет, [st065188@student.spbu.ru](mailto:st065188@student.spbu.ru)

© Чумаченко Н.А., 2025