МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

**Кафедра истории и правового регулирования массовых коммуникаций**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

 **СПЕЦИФИКА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ИГРОВЫХ ИЗДАНИЙ**

Работу выполнила\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Щербакова К.Е.

(подпись, дата)

Факультет журналистики 2 курс ОФО

Направление 42.03.02. Журналистика

Научный руководитель

канд. филол. наук, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Болтуц О.А.

 (подпись, дата)

Нормоконтролер

преподаватель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Горбуненко А.Ф.

 (подпись, дата)

Краснодар 2017

СОДЕРЖАНИЕ

## Введение…………………………………………………..……….……..4

## 1. Появление и развитие специализированных журналов в России…………………………..…………………………...….….…………..6

## 2. Игровой журнал как тип издания: особенности модели......………………………………………………………………….…13

## 3. Журналы «Игромания» и «Навигатор Игрового мира» в системе отечественной игровой периодики …………..........…………………….…20

## Заключение………………………………...……………………..…….33

## Список использованных источников ……………………………...…35

Приложение 1.1 Первый в мире компьютер «Марк 1»……...........…37

## Приложение 1.2 Первая компьютерная игра Spacewar………...........37

## Приложение 1.3 Упоминание Sony PlayStation в отечественной неигровой периодике…………...……………………………………….......38

Приложение 1.4 Обложка журнала «КомпАс»…………...........…….39

Приложение 2.1 Обложка журнала «Видео-Асс Dendy»…...……….40

Приложение 2.2 Обложка журнала «Game.EXE»……………...…….40

Приложение 2.3 Обложка журнала «Страна Игр»……………...…....41

Приложение 2.4 Обложка журнала «Навигатор Игрового Мира»….41

Приложение 2.5 Обложка журнала «Игромания»…………...……….42

Приложение 2.6 Обложка журнала «PlayStation: The Official Magazine»………………………...………………………………………..…42

## Приложение 2.7 Обложка журнала «MegaGame»…………………....43

Приложение 2.8 Обложка журнала «PC Gamer»……………………..43

Приложение 2.9 Обложка журнала «Лучшие Компьютерные Игры»…………………………………………………………………………44

Приложение 2.10 Обложка журнала «PC игры»……………………..44

Приложение 3.1 Обложка журнала «Навигатор игрового мира» – апрель 2015…………………………………………...……………………...45

Приложение 3.2 Обложка журнала «Игромания» – апрель 2015…..45

Приложение 3.3 Более ранние издания Игромании 2005 и Навигатора Игрового Мира 2004………………………………………………………..46

## Приложение 3.4 Пример оценки (рецензии) игры в игровой периодике…………………………………………………………………...46

Приложение 3.5 Пример рекламы в издании……………………….47

Приложение 3.6 Игромания LIVE…………………………………...47

## ВВЕДЕНИЕ

Данная работа посвящена исследованию такого явления как «игровая отечественная журналистика» с точки зрения современного развития журналистики. Актуальность этой работы заключается, пожалуй, в том, что тема современных технологий непосредственно связана с определением двадцать первого века. Сегодня игровой рынок развивается особенно активно, набирая обороты с каждым днём. Тематика же компьютерных игр, различных игровых платформ, созданию игр и подобного всё активнее мелькает даже в СМИ смешанного характера. Что уж говорить об отдельных тематических изданиях, чья задача освещать непосредственно события игрового мира.

На практике были изучены не только вопросы, касающиеся непосредственно игровых изданий, но и так же затрагивающие актуальность игровых новостей в современном обществе, охваченность и информированность аудитории в теме компьютерных и видео игр, заинтересованность в этом вопросе читателей разных возрастных и социальных групп. В остальном же был изучен отечественный игровой рынок. Сделан большой упор на непосредственно отечественные печатные издания игровой тематики, их анализе, сравнении, изучении истории развития, влияния западных аналогов и многие другие вопросы.

Цель курсовой работы же заключается в наиболее углубленном изучении самого явления игровой отечественной журналистики. Так как на сегодняшний день не существует ни одного учебного пособия, посвященного данной теме. Точно так же как нет своего рода научных статей, работ или аналитических материалов. Направленных на углубленное изучения данного типа изданий, то цель работы, объединить в себе хотя бы небольшой набор базовой информации, открывающий двери к дальнейшему изучению вопроса.

Так же были поставлены определенные задачи, в процессе сбора материала и непосредственно созданию курсовой работы:

1. Изучить историю появления игровых изданий в России.
2. Проанализировать наиболее крупные современные отечественные издания.
3. Определить охват аудитории игровой периодикой.
4. Выявить значительные отличия изданий игрового типа от других тематических журналов\газет.

Объектом исследования в данном случае считается тематически направленная журналистика в целом, ее игровое направление. Предметом же являются сохранившиеся физические или электронные публикации игровой отечественной периодики.

Работа производилась на основе непосредственно самих изданий или их фрагментов, сохранившихся до наших дней. В виду отсутствия научных работ на данную тематику все выводы и анализы проводились самостоятельно, с использованием добытых материалов (например, страниц изданий, отдельных статей, найденных в архивах, изучение форумов и живой диалог с читателями того времени). Также использовались некоторые научные материалы, касающиеся теории вопроса журналистики или некоторых технических вопросов.

Хочется также отметить важную роль раздела «приложения» в контексте всей курсовой работы. Не трудно заметить насколько большой объем занимает в данном случае различные приложения. В большинстве своем эти материалы – это фотографии отдельных статей или обложки старых изданий, сохранившиеся в почти первозданном своем виде. Это помогает полноценно восстановить картинку из истории игровой периодики. Кроме того, были использованы некоторые схемы и графики, для усиления наглядности некоторых определенных частей аналитической работы.

1. Появление и развитие специализированных журналов в России

Можно сказать, что всё началось с появления периодики в России. Конечно, изначально всё началось с появления журналистики всецело, однако в контексте данной работы не требуется столь широкий охват истории. Так что следует начать именно с появления журналов в России.

В 16-17 веке появились первые газеты в Европе (от слова «gazzetta» - пришедшего из Венеции, где сводка новостей, продавалась за мелкую одноименную монету) [2]. В XVI веке появились первые опыты периодики на Руси. В Посольском приказе для царя стали составлять "вестовые письма", которые с 1621 года стали именоваться курантами. Название это было взято из заглавия одной зарубежной газеты. "Courant" - текущий. Все новости, что были «опубликованы» в данном издании перенимались непосредственно из газет других стран (это были немецкие, голландские, польские и другие газеты).

«Создание» нового издания был процесс совсем не легкий и мало походящий на современный. Новости о различных сражениях, взятиях городов, пышных приемах и прочих событиях поступали в Посольский приказ. Местные дьяки и подьячие внимательно выбирали наиболее важные известия, переводили их и выписывали на узкие длинные листки бумаги – так называемый «столбцы». Эта рукописная газета готовилась непосредственно для царя (Михаила Федоровича, а затем Алексея Михайловича) и считалась тайной. Все материалы позже зачитывались царю вслух. И только в редких случаях это происходило в кругу самых приближенных бояр [1].

После установления регулярно почты (1668 год) «Куранты» поставлялись царю два-четыре раза в месяц. Иногда создавалось не одно издание, а два или более (они предназначались для самых уполномоченных и приближенных к царю лиц). После прочтения каждый экземпляр в строго обязательном порядке возвращался в Посольский приказ или в приказ Тайных дел.

Выглядело издание следующим образом: внешне – длиной в несколько метров, узкие, складывающие листы бумаги, писали на них без перерывов сверху донизу.

Второй ступенью на пути к игровой периодике можно нахвать появление тематической прессы. Не так просто выделить нечто определенное. Понятно, что непосредственно связанная с игровой тематика появится в России еще очень нескоро и ей будут предшествовать и другие этапы развития человека. Ведь как писать об играх и компьютерах, когда ни первых ни вторых еще никто не изобрел.

Здесь не будут упомянуты ни «Куранты», ни «Ведомости», так как те носили непосредственно информационный характер и определенной темы не преследовали [19].

Так что первое издание, которое так или иначе можно отметить в данном пункте – это «Ежемесячные сочинения». Полное название: «Ежемесячные сочинения к пользе и увеселению служащие» (с 1755 по 1764 год). Выходил при Академии Наук и в нём печатались различные литературные материалы, в том числе работы Ломоносова, Сумарокова, Хераскова, Тредиаковского.

Не вдаваясь в подробности истории этого журнала, так как в данном случае эта информация может считаться излишней стоит отметить само издание. На титульном листе был виньет: часть земного шара, где находится Россия, двуглавый орел, и надпись в лучах солнца: «Для всех». Это концепция издания [23].

Именно это и можно считать тем самым первым шагом на пути ко всей последующей тематической журналистики. По факту «Ежемесячные сочинения» были собирателем литературных сил страны. Так что издание послужило фундаментом в истории создания последующих частных журналов, например, Сумарокова.

А вот уже следующим этапом можно отметить появление цельных тематических журналов, иными словами специализированных. Ярким примером здесь могут послужить, например, женские журналы.

За идею издания женского журнала взялся Московский университет, который в то время активно занимался продвижением различных изданий. Женские издания планировались далеко не сразу, в первую очередь университет занимался выпуском различных информационных и научно-популярных изданий, а также приложений к ним. Появился на свет первый женский журнал благодаря приходу в типографию университета Н.И. Новикова. Он в свою очередь активно занимался популяризацией образования для женщин, их всестороннего развития в России. Им издавались специальные книги, сказки для женщин, но особенно в нашем случае важно именно то, что Н.И. Новикова следует признать «отцом» первого в России специализированного женского журнала.

В 1770 г. в сатирическом журнале Н.И. Новикова «Трутень» появилось «Письмо издателю», а вместе с ним следующие строки «...вознамерился в нынешнем году издавать “Модное ежемесячное сочинение" и посвятить его красавицам...». Ответ последовал следующий: «...хлопот издателям довольно, а еще и заботы, а временем и убытки; но заглавие Вашего издания от последнего вас, конечно, избавит...»[2]. Автором предположительно того анонимного письма был сам Новиков. Вероятно, что-то в замысле дамского журнала его смущало, и подобной выходкой он как раз хотел обратить на свою затею внимание.

Журнал увидел свет спустя 9 лет – в 1779 году. «Модное ежемесячное издание, или Библиотека для дамского туалета». Он выходил в Петербурге, а затем и в Москве и прежде всего являлся литературным образовательным журналом для женщин, нежели модным по современным меркам изданием. Единственное, что давало «Модному изданию» действительно являться таковым – это приложения в виде различных картинок женской одежды, головных уборов, аксессуаров и прочее.

Однако фундамент для всей последующей специализированной журналистики, даже не только женской, был успешно заложен. Что позволяет нам перейти к следующему этапу, а именно - появление первого в мире компьютера. Сложно обойти эту тему стороной, ведь уже в словосочетании «компьютерные игры» есть пояснение какого курса следует придерживаться при исследовании.

Итак, первым в мире официально работающим и зарегистрированным был американский программируемый компьютер. За основу была взята идея Чарльза Бэббиджа, разработал и построил его в 1941 году гарвардский математик Говард Эйксон в компании с четырьмя инженерами компании IBM (прим. компьютер разрабатывался по их заказу) [5].

Компьютер располагался в стенах Гарвардского университета. Назывался он «Марк 1» (см. приложение 1.1). Официальный запуск состоялся 7 августа 1944 года, после ряда экспериментальных запусков и успешно пройденных тестов [7].

Не секрет насколько сильно отличался первый аппарат от современных аналогов. Размеры машины были значительно больше, а производительность чуть ли не уступала банальному калькулятору. Длина компьютера составляла около 17 метров, высота более 2,5 метров, вес около 4,5 тонны, площадь занимал несколько десятков метров. Он выполнял операции вычитания и сложения, затрачивая на каждую операцию по 3 секунды. Так же он мог выполнять и операции умножения за 6 секунд и деления за 15. При этом стоимость такого чуда составляла не больше не меньше 500 тысяч долларов.

Как итог: «Марк 1» был самым первым автоматическим вычислительным аппаратом, который не требовал для проведения рабочих процессов вмешательства человека.

Следом за компьютером появилась первая компьютерная игра и называлась она Spacewar (см. приложение 1.2). За пару месяцев в свободное от работы время ее создали несколько программистов из Массачусетского технологического института. Группой руководили Стив Рассел (Steve Russel) и Мартин Гретц (Martin Graetz). Они подружились на почве увлечения научной фантастикой, что в последствии как раз и повлияло на тематику первой компьютерной игры [5]. В январе 1962 они написали простую программу, через месяц это была уже простенькая игра. Представляла она из себя примерно следующее:

На круглый катодный дисплей выводилась карта боевых действий — фрагмент ночного неба, копирующий расположение звезд над Кембриджем.

 Два противника с помощью клавиатуры или джойстика перемещали свои шаттлы и стреляли друг в друга. Количество «патронов» у космического корабля и количество топлива, отвечающие за возможности перемещения по карте, были ограничены [16].

Своим создателям Spacewar не принесла никакого дохода, кроме славы в узких кругах программистов. Да и как говорил один из создателей игры: «Единственные деньги, которые я заработал на Spacewar, это гонорары за консультации в судебных спорах 1970-х годов, связанных с игровой индустрией» [5].

А дальше уже самые различные и многообразные игры для компьюетра и приставок появились и в России. Многие исторически сложившиеся факторы привели к тому, что своего рода виртуальные развлечения пришли в Россию значительно позже, чем это произошло на Западе. Пришлось это время на конец восьмидесятых. Да и распространение это носило строго некоммерческий характер. Игры передавались из рук в руки на различных цифровых носителях.

Одной же из первых отечественных игр, ставших по-настоящему культовой как в России, так и далеко за ее пределами, стал всем нам знакомый Тетрис.

Позднее, уже в девяностых, игровой рынок начал постепенно развиваться. И хотя в своем большинстве он все еще был «пиратским», отдельные «официальные» экземпляры единично, но попадали на российский рынок. Некоторые уже могли похвастаться тем, что имели дома собственную портативную игровую приставку или даже компьютер, приспособленный к новинкам игрового рынка [5].

Да что уж говорить, ведь уже в 1995 году вышла в продажу первая Sony PlayStation (прим. первая портативная игровая приставка от компании Sony, которая на данные день считается лидером в этой области), о которой даже упоминала российская пресса неигровой тематики (см. приложение 1.3) [7]. Стоит отметить что в это время в России уже появились первые представители игровой периодики.

И в конце концов, соединив в себе все предшествующие явления в мире вышло первое игровое издание. Мало осталось о нём информации, не уцелело много значимых для исследования факторов, однако даже из того что известно можно сделать интересные выводы.

Произошло это в 1982 году. Выходит один из первых по-настоящему успешных игровых печатных изданий - PC Magazine (называемый также PC Mag). Печатная версия выходила с 1982 по январь 2009.

Специализация: компьютерный журнал. Периодичность: 1 раз в месяц.

Кроме США, журнал имеет несколько локализованных версий для разных стран и регионов: Австралия, Великобритания, Франция, Греция, Индия, Латинская Америка, Средний Восток, Португалия, и, конечно же, Россия (Главный редактор: О. Лебедев в версии для России) [4].

А вот уже спустя некоторое время, периодика, посвященная теме игр, появляется и в России. О компьютерных играх писали многие издания, как крупные, так и не очень – "КомпьютерПресс", "Компьютерра", "Мир ПК", "Монитор", "СофтМаркет", "PC Magazine", "Московский комсомолец". Однако издание, которые было бы посвящено исключительно компьютерным или видео играм появился не сразу.

Тут стоит выделить журнал «КомпАс» (см. приложение 1.4) (зарегистрирован 21.12.1994 за №13148). Редакция «КомпАс’а", ютилась в двух комнатках верхнего, технического этажа гуманитарного корпуса МГУ.

Формат: тетрадь на 64 страницы, полутвердая обложка, дюжина постоянных рубрик ("Серый кардинал", "Виртуальный театр" и др.) Рекламе отводилось скромное место, не больше примерно 10% от общей площади номера. Авторский текст одной статьи мог занимать 8 страниц. Материал в большинстве своем был взаимосвязан, а не хаотично собран в одном издании.

Успех журнала был по-настоящему ошеломляющий. К второму номеру в комплекте шла дискета. К пятому прикладывался диск. Цена у перекупщиков возрастала порой больше чем в пять раз и даже при таком условии находился покупатель [13].

Всего вышло пять номеров журнала. На фоне успеха «КомпАс’а» стали появляться другие издания, заинтересованные в подобном успехе и достаточно скромной редакции на фоне конкурентов, пришлось закрыться.

Главный редактор Г. Л. Карчикян, генеральный директор С. В. Нестеров, зам. гл. ред. В. В. Водолазкий, а также А. З. Морев, А. М. Миляков, Александр Беляев, Андрей Бычков, Андрей Морев, Андрей Шрубек, Г. Б. Бозов, В. К. Пушкин, А. Бородин, Лейла Беншуша.

1. Игровой журнал как тип издания: особенности модели

Всего в истории отечественной игровой журналистики можно выделить десять основных, более или менее крупных, значимых, официальных игровых изданий (прим. на самом деле их больше 80, однако в данной работе будут выделены особенно значимые и имеющие влияние на историю развития отечественной игровой журналистики). При первом взгляде может показаться, что изданий было намного больше, но стоит учитывать два важных фактора. Во-первых, в свое время появилось множество любительских изданий, которые несомненно тоже заслуживают особого внимания, но в рамках другой работы. Во-вторых, многие изданий на протяжении своего существования меняли название и направленность, что немного вводит в заблуждение неподготовленного читателя. Так что отдельного слова определенно заслуживает каждый журнал.

Пожалуй, первым отечественным изданием можно считать (прим. Автор работы не утверждает, что данное издание являлось самым первым, однако в контексте выделенных изданий оно помещено на первую позицию) «Видео-Асс Dendy» (см. приложение 2.1) 1993 года. Позже менял название став в 1995 году журналом «Dendy - Новая реальность», а позже с 1995 до 2004 назывался «Великий Dракон». Основными темами издания являлись видеоигры и аниме. Тираж от 15 000 до 50 000 экземпляров. Объем от 24 до 100 страниц. Первое время — это издание было информационно-рекламным проектом компании «Steepler», занимавшейся распространением видео приставок «Dendy» на территории России. Уже позднее журнал стал самостоятельным средством массовой информации. Пожалуй, главным плюсом журнала можно считать практически полное отсутствие рекламы. Издание активно поддерживало «диалог» со своим читателем, постоянно публиковались письма и рисунки, присылаемые в редакцию. Однако время шло и всё четче бросались в глаза минусы издания, не профессиональные статьи, обилие ошибок и опечаток. «Великий Dракон» не выдержал конкуренции и закрылся в 2004 году. Однако, именно он породил множество клише игровой журналистики, некоторые из которых актуальны по сей день.

Особенности Видео-Асс Dendy или вклад в историю игровой журналистики: атмосфера открытого диалога между авторами и аудиторией, любительский формат, «фундамент» будущих изданий в вопросах стиля, оформления и подачи материала [8].

Следующим изданием стал - Магазин игрушек (название до 1997 года) или Game.EXE (см. приложение 2.2), 1995 года издания. Тематика этого журнала была более конкретной – исключительно компьютерные игры, без смешения платформ или иных посторонних тем. Объём: от 64 до 144 страниц. Тираж: от 28 000 до 57 000 экземпляров. «Game.EXE» [28] фактически является родоначальником российской игровой журналистики, так как на фоне своего предшественника обладал необходимым любому журналистскому творчеству профессионализмом. Интересно еще и то, что авторы скрывались за определёнными масками, у каждой из которых была своя история или иными словами легенда, свой стиль, своя рубрика в журнале. Так что в какой-то мере журнал можно считать даже последователем Аддисона и Стиля. К закрытию привело то, что журнал был излишне взрослым. В то время как видеоиграми интересовались в основном дети, Game.EXE писал для умного и взрослого читателя. Так что в итоге их погубило то, что они были слишком хороши для своего времени. Времени, когда видеоигры считались исключительно детской забавой. Закрылся журнал в 2006 году.

Особенности Game.EXE или вклад в историю игровой журналистики: профессиональный стиль, творческие тексты, отличающиеся от шаблонных статей конкурентов, в недрах этого журнала был придуманы термины «игрожур», «казуал» и многие другие.

Журналом под номером три журналом Страна Игр (см. приложение 2.3) (с 1996 года). Издание существует по сей день, хотя этот вопрос стоит под сомнением, так как новые выпуски не появлялись в продаже начиная с 2014 года. Тем не менее принято считать, что Страна Игр – это третий журнал, который существует до сих пор. На этот раз тема издания более обширна и охватывает все платформы (приставки, компьютеры современного поколения и ретро технику в том числе). Периодичность: 1 раз в месяц. Объём: от 144 до 192 страниц. Тираж: от 10 000 до 190 000 экземпляров [26]. Журнал делает акцент на аналитических статьях об играх и индустрии, добавляются репортажи, интервью, критика, материалы о кино и литературе.

Особенности Страны Игр или вклад в историю игровой журналистики: ориентировка на мировые тренды в области игр с поправкой на российского читателя, акцент на аналитических статьях, репортажах, интервью, авторских колонках экспертов.

**Следующий журнал можно назвать одним из самых успешных на сегодняшний день изданий во всем мире - Навигатор Игрового Мира, выходит с 1997 года** (см. приложение 2.4). Журнал интересен своей подачей: рубрики делятся не по жанрам журналистского материала, а по жанрам игр (RPG, стратегия или стелс). Однако не столь широк в тематике – исключительно компьютерные игры, консоли разных лет нередко критикуются по делу и без. Так же особое внимание уделяется русскому игровому сообществу, отечественным играм и игроделам. Так же в издании относительно немного рекламы. Девизы журнала: «PC only & Forever», «Мы верим - этот мир реален». Журнал активно продвигает продажу своих бумажных номеров. Выходящие раз в месяц издания всегда дополняются различными дисками, плакатами, наклейками и другими дополнительными материалами, повышающими ценность бумажной версии на фоне электронной. Навигатор Игрового Мира так же владеет собственной передачей на телевидении - Навигатор Цифрового Мира. Тематика НЦМ во многом аналогична НИМ, транслируется в большинстве своем на региональных и других каналах (Music Box, HardLifeTV, Самара ТВ и другие).

Особенности Навигатора Игрового Мира или вклад в историю игровой журналистики: разделение по рубрикам по жанрам игр, каждый раздел предваряется авторской статьёй, небольшое количеством рекламы, не более 6-7 полос, патриотический уклон, обилие дополнительных материал в комплекте с бумажной версией [17].

**Еще одним гигантом игровой культуры в сфере журналистики является небезызвестный журнал Игромания** (см. приложение 2.5). Одногодка с Навигатором Игрового Мира, появившийся на шесть месяцев позже в 1997 году и так же остающийся в активной продаже не сегодняшний день. Это по праву самый известный и популярный журнал об играх в России. Основной принцип журнала - доступность информации: тексты пишутся так, чтобы они были понятны самому широкому кругу читателей. Периодичность:1 раз в месяц. Объём: от 176 до 256 страниц. Тираж: 76 000 экземпляров (максимальный тираж - 230 000 экз.).

Особенности Игромании или вклад в историю игровой журналистики: доступность информации, игровой сленг, обилие дополнительных материал в комплекте с бумажной версией [11].

Журналы, вышедшие позднее двух предыдущих, уже не отличались таким успехом, однако это не значит, что они не заслуживают отдельного внимания. PlayStation: The Official Magazine (см. приложение 2.6) (1997-2008). Прочие названия: The Official PlayStation Magazine, PlayStation Official Magazine Россия, PlayStation 2 Official Magazine. Является локализацией британского одноименного журнала, выходившего с 1993 года. Издание являлось во всех смыслах официальным и тесно сотрудничало с Sony Computer Entertainment Europe (SCEE). Тем самым PlayStation: The Official Magazine первым получало всю новую информацию о консолях от Sony. Не редко к журналу прилагались демоверсии еще не вышедших в открытую продажу игр от компании, что уж говорить об обилии новостей о готовящихся новинках игрового рынка, интервью, репортажей из студии и другая уникальная информация.

Особенности PlayStation: The Official Magazine или вклад в историю игровой журналистики: информация об играх для всех игровых платформ от компании Sony, официальная поддержка Sony, эксклюзивная информация [30].

Следующий журнал – MegaGame (см. приложение 2.7), издание Фантазия, выходил с 1998 года по 2001. Издание о компьютерных играх, выходящее раз в месяц. Тираж: от 10 000 экземпляров. Объем: от 160 до 212 страниц. Основным отличием от предыдущих изданий являлась объективная оценка всех проектов и независимая критика. Несмотря на достаточно низкую стоимость, на фоне конкурентов, журнал себя не окупал и вскоре закрылся.

Особенности MegaGame или вклад в историю игровой журналистики: качественные объективные обзоры игр без лишних комментариев от авторов, хорошее качество печати, небольшое количество рекламы, низкая цена [29].

 PC Gamer (см. приложение 2.8) (2002-2008). Периодичность: 13 номеров в год. Объём: 128 страниц, тираж от 30 000 до 58 920 экземпляров. Международный журнал, издаётся в Великобритании с 1993 года. Журнал ориентируется на читателя от 18 до 30 лет и рассматривает игры как часть современной культуры и нечто большее, чем просто развлечение. «PC Gamer» прославились своей репутацией независимого и авторитетного СМИ.

Особенности PC Gamer или вклад в историю игровой журналистики: новый взгляд на игры в контексте современной культуры.

Одним из последних приведенных в этой работе изданий стал журнал «Лучшие Компьютерные Игры» (см. приложение 2.9) (2003-2012). Выходил раз в месяц, специализировался на компьютерных играх, имея при этом тираж до 65 400 экземпляров, объем от 176 до 256 страниц. Основное внимание в ЛКИ уделяется подробному разбору вышедших продуктов и детальному исследованию классических игр. Особенно интересно в данном издание – оформление или, другими словами, подача материала. Все рубрики журнала были разделены на линии и этих линий было семь: Передовая линия, Линия фронта, Линия горизонта, Сюжетная линия, Линия сборки, Косая линейка и Линия связи.

Особенности Лучших Компьютерных Игр или вклад в историю игровой журналистики: практически не используется жаргон, научно-популярный журнал об играх, около игровые темы вроде «оружие в играх», «исторические сюжеты в играх» и тому подобных [16].

И, наконец, последним журналом, которому следовало бы уделить внимание в русле истории развития игровой прессы в России становится - PC игры (см. приложение 2.10) (2004-2012). Ежемесячный русскоязычный журнал, посвящённый компьютерным играм. Объём: от 176 до 240 страниц. Тираж: от 50 000 до 138 090 экземпляров. Журнал освещал исключительно новости ПК-индустрии. Слоган «Правильный журнал о компьютерных играх».

Особенности PC игры или вклад в историю игровой журналистики: комплектация журнала, куда входило два двухслойных DVD (первый диск содержал материалы к выпуску, второй — видеожурнал Level UP) [30].

Итак, стоит сделать определенные выводы, прежде чем переходить непосредственно к игровой периодике наших дней. Какую же модель в итоге создаёт весь исторический путь, через который прошёл специализированный журнал, посвященный играм. И что же особенно выделяет издание подобного типа из большого разнообразия иных журналистских изданий. Выделим же основное: четкое разделение на темы внутри журнала (анонсы, прохождения, рецензии); не обильное, но всё-таки употребление своеобразного игрового устоявшегося слэнга (нуб, читер и др); своеобразный и достаточно легкий для прочтения стиль письма; различные дополнительные материалы при условии покупки полной бумажной версии издания (как, например, демо игры, плакаты, стикеры, скидки на покупку игровой продукции и др); яркое и броское внешнее и внутреннее оформление, но при этом приятное глазу и не раздражающее читателя; отдельное внимание к мнениям экспертов в различных игровых или околоигровых областях.

1. Журналы «Игромания» и «Навигатор Игрового мира» в системе отечественной игровой периодики

Для начала рассмотрим всю ту «базовую» информацию, которую дают нам оба номера журналов Игромания и Навигатор Игрового Мира. То есть все описания на обложке, выделенные игры, содержание и прочие уточнения, с которыми будет удобно работать в процессе анализа и сравнения изданий.

Название журнала: Навигатор игрового мира (см. приложение 3.1)

Номер журнала: №4

Год выпуска: 2015

Месяц выпуска: апрель

Количество страниц: 111

Язык: русский

16+

ЛОЗУНГ: Мы верим – этот мир реален.

АНОНСЫ, ВЫНЕСЕННЫЕ НА ОБЛОЖКУ ЖУРНАЛА:

Grand Theft Auto Online. Разбой – дело тонкое.

The Order 1886. Ордер невезения.

Rise of the Tomb Raider. Гробница молодости нашей.

Evolve. Нет у эволюции венца.

Carmageddon: Reincarnation. Перевырождение.

Homeworld Remastered. Ломать – не строить.

Максвью Mortal Kombat. Батяня комбат.

World of Tanks: Generals. Тройка, семерка, Т-34.

ИГРА НА ОБЛОЖКЕ: Grand Theft Auto Online[18].

СОДЕРЖАНИЕ

Слово - 1

Содержание - 4

Новости - 8

Gаmе Dеvеlореrs Соnfеrеnсе 2015 - 14

PREVIEW

Albion 0nline - 20

Rise of the Tomb Rаidеr - 24

Besiege - 26

Kholat - 28

World of Tanks: Gеnегаls - 32

Warhammer: End Times – vermintide -34

Galactic Civilizations З - 38

Саrmаgеddоп: Rеinсаrnаtiоn - 40

Dаrkеst Dungeon - 42

Offwогld Тrаding Соmpаnу - 44

Into the stars - 46

Victor Vrаn - 47

Wolfenstein: The 0ld Blood - 48

REVIEW

Grand Theft Auto V: Online Heists - 50

The 0гdег l886 – 54

Evolve – 58

Ravens Cry - 62

Огнем и мечом 2: На Карибы! - 64

Sunless Sea - 66

Homeworld Rеmаstеrеd - 68

Hand of Fate – 71

Азеротские хроники: селфи на фоне Литейной - 72

Book of Unwritten Tales 2 – 73

HARDWARE

Железный поток – 74

Свежее железо – 77

MAXVIEW

Семь признаков Вiоwаrе – 78

Fatality вопреки: история Моrtаl Kombat от А до Х – 82

INVENTORY

Апdrоid & IOS – 94

lndiе – 96

Кillеdwаrе – 97

Суbегsрогt – 98

Z-ZONE

Языковой барьер – 100

Dead-gen – 106

Коллекционная страничка – 110

Ответная редакция – 111

Подписка – 112

Название журнала: Игромания (см. Приложение 3.2)

Номер журнала: №4

Год выпуска: 2015

Месяц выпуска: апрель

Количество страниц: 150

Язык: русский

16+

ЛОЗУНГ: Крупнейший компьютерно-игровой журнал в России.

АНОНСЫ, ВЫНЕСЕННЫЕ НА ОБЛОЖКУ ЖУРНАЛА:

Все что нужно знать: Game Developers Conference; Mobile World Congress; Windows 10.

Постер + Наклейки

В разработке: Uncharted 4, Next Car Game Wreckfest, Syberia 3, Hearts of Iron 4, Glorious Leader.

Внутри скидка 30% на игру the Witcher 3: Wild Hunt.

Вердикт: Evolve, The Order 1886, Resident Evil Revelations 2, Helldivers, Gravity Ghost, Hotline Miami 2 Wrong Number.

Kaspersky Anti-Virus. В номере бесплатная версия антивируса на один месяц.

ИГРА НА ОБЛОЖКЕ: Battlefield Hardline[12].

СОДЕРЖАНИЕ

НЕ ОДНОЙ СТРОКОЙ

6 GDC 2015

18 Десять виндузят

24-25 ИЗ ПЕРВЫХ РУК

24 Uncharted 4: A Thief's End

26-39 В РАЗРАБОТКЕ

26 Рейтинговая система игровых рубрик

27 Игромания рекомендует

28 Glorious Leader 32 Syberia 3

34 Next Car Game: Wreckfest

38 Hearts of Iron 4

40-107 ВЕРДИКТ

40 Battlefield Hardline

56 The Order: 1886

80 Hotline Miami 2: Wrong Number

82 Evolve

84 Resident Evil: Revelations 2

86 The Escapists

88 The Legend of Zelda: Majora’s Mask 3D

90 Helldivers

92 Gravity Ghost

94 Lucius 2: The Prophecy

96 Homeworld Remastered Collection

98 Grow Home

100 Decay: The Mare

102 White Night

103 Super Stardust Ultra

104 Cities XXL

106 Мобильный дайджест

108-111 ОНЛАЙН

108 Дайджест онлайна

112-114 КИНО

112 Мстители: Эра Альтрона

116-135 ЖЕЛЕЗНЫЙ ЦЕХ

116 Мобильные радости: Обзор новинок с MWC 2015

120 Железные новинки. Тесты

124 Монитор ViewSonic VG2401mh

126 Игровой ноутбук MSI GT80 2QE Titan SLI

128 Акустика SVEN Royal 2R

129 Клавиатура Cooler Master Trigger Z

130 Монитор Philips 272G5djeb

132 Телефон ASUS Padfone S

134 Разумный компьютер за разумные деньги

Начнем с того, что всегда первым бросается в глаза, а именно с обложки. С того от чего порой зависит покупка издания. И сколько бы не было актуально утверждение «не суди книгу по обложке» - зачастую именно от первой же страницы журнала зависит качество его продаж, спрос на его покупку.

Тут стоит отметить, что подход к оформлению обложки у обоих изданий уже устоялся, а значит постоянный читатель сможет еще с первого взгляда отличить один журнал от другого. Для примера можно взглянуть на более ранние издания Игромании или Навигатора Игрового Мира (см. приложение 3.3)

Тем не менее оформление у изданий чем-то похоже. Игры использованы принципиально разные: обложка НИМ: Grand Theft Auto Online, обложка Игромании: Battlefield Hardline. Обе игры на момент выпуска номера (апрель 2015 года) актуальны и подкрепляются обширной статьей в самом номере. Название изданий расположены как бы позади героев в обоих случаев, но стоит отметить что подобное дизайнерское решение встречается достаточно часто и уже давно считается в какой-то степени классическим.

Вынесенные на обложку статьи у Навигатора Игрового Мира не разделены на категории\разделы, как в случае Игромании (в разработке, Вердикт и т.д.). Так же стоит отметить что выделенные статьи в некоторых случая пересекаются, что связано с их непосредственной актуальностью на момент выхода обоих изданий (например, Order 1886). И это несмотря на тот факт, что Игромания не придерживается рамок в теме, в отличии от НИМ, которые пишут сугубо об играх для персонального компьютера.

Неспроста в начале главы приведено полное содержание обоих номеров, вместе с названиями разделов, потому что именно об этом будет следующий раздел анализа. В данном случае это значительный показатель и обширная территория для анализа и сравнения изданий.

Таким образом, сравнив два содержания, можно заметить, что совпадает всего три темы, а если точнее три актуальных на тот момент игры: The Ordеr l886, Evolve, Homeworld Remastered Collection. Остальные же статьи, особенно те, которые касаются не непосредственно игр, а, например, мероприятий или техники – не совпадают абсолютно. Каждое издание пишет о своем, о том, о чем хочет знать их аудитория. Таким образом, Игромания, например, имеет такие материалы, как Мобильный дайджест (т.е. новости об играх для мобильных телефонов), а также раздел о кино, где обозревается фильм Мстители: Эра Альтрона, опять-таки актуальный на момент выхода номера. В Навигаторе Игрового Мира такого многообразия тем нет – это более узконаправленно издание и это сказывается на содержании издания. При этом нельзя сказать, что НИМ не о чем писать. Несмотря на более узкую тематику объем номера не сильно уступает Игромании: 111 и 150 страниц соответственно.

Тут же стоит отметить название разделов, указанных в содержании и распределенных в журналах. Оценивая этот вопрос более субъективно, стоит заметить, что формат Игромании выигрывает на фоне Навигатора Игрового Мира по одной просто причине – он понятнее и конкретнее. НИМ использует англоязычные названия разделов, что при первом взгляде путает русскоязычного читателя. Далеко не каждому может быть понятен такой термин, как, например, HARDWARE или MAXVIEW. В Игромании разделы более понятны и не вызывают вопросов: НЕ ОДНОЙ СТРОКОЙ, ИЗ ПЕРВЫХ РУК, КИНО и другие. Так что это определенно плюсик в копилку Игромании.

Не стоит забывать и об оформление полос. Не такой объемный, но все-таки значимый вопрос, который при прочтении обоих изданий всё же возникает. У Игромании текст всегда размещается в четыре столбца, за исключение некоторых специальных материалов, где размещение иногда меняется для удобства подачи информации. У этого издания наблюдается целостность и это приятно глазу. Нет резких переходов и непоследовательной подачи материала.

Навигатор Игрового Мира здесь не так хорош. Каждый материал здесь подается по-своему. Если один раздел поместил свой текст в три столбца, то далеко не обязательно, что следующий материал будет выглядеть аналогично. Но в целом, подобные скачки наблюдаются только на границе разделов, а не внутри них. Да и подобный прием всегда можно считать стилистически оправданным. Так что относить подобное к недостаткам – не резонно. Скорее это вопрос вкуса.

Мы уже поговорили об обложке и о разметке страниц в изданиях, однако уточнили скорее информационную сторону вопроса. Что же о дизайне? Здесь вопрос неоднозначный. Оба изданий яркие, молодежные и достаточно стильные. У них много похожего, как, например, стало заметно при изучении обложки обоих номеров. Так же оба издания использую много картинок и фотографий в своих материалах, использую различные дизайнерские подходы и в целом не придерживаются одного единого стиля, как это делаю многие представители деловой или новостной периодики.

Оба издания использую свой метод оценки игр, которые они обозревают. (см. приложение 3.4) И оба оформляют это подобающим образом. Это опять-таки вопрос вкуса, но кажется, что Игромания все таки на пол шага впереди своего соперника. Лучше подобраны цвета, шрифты, общая геометрия той или иной полосы, порой чувствует более «взрослый» и серьезный подход в вопросах оформления. Смотрит более лаконично, что ли. Но стоит также отметить, что оформление некоторых разделов у изданий во многом похоже.

Так же не менее значимая часть любого издания – это фотографии, их качество и «тактика» применения. Снова далеко не самый значимый и обширный раздел, но с точки зрения журналистского мастерства и оформления – достаточно важный, чтобы уделить ему один из пунктов анализа.

Оба изданий использую много картинок (это и фото, и скриншоты игр, и рисунки, и портреты героев игры, и др). Это не удивительно – издания направлены на достаточно молодую и прогрессивную публику, а пустой текст без картинок – не цепляет внимание. Здесь этот прием оправдан и не подвергается критики. Полосы смотрятся ярко, красочно, стильно и со вкусом. Плюс удовлетворяют интерес публики. Не так интересно читать об игре, не зная, как она выглядит или изучать материал о вышедшей недавно игровой клавиатуре, не представляя какая она на вид.

Остро стоящий вопрос для любой компании, заинтересованной в доходе – реклама. Всегда остро стоящий вопрос как для читателя, так и для издателя. Слишком много рекламы – отталкивает, слишком мало – не окупается. Всегда должна быть золотая середина, которая удовлетворяет потребности обоих сторон: тех, кто продает и тех, кто покупает.

Здесь и Игромания, и Навигатор Игрового Мира остаются на равных. Рекламы не так много, как могло бы быть и как нередко можно наблюдать в более дорогих изданиях. Распределена реклама аккуратно и в целом придерживается общей тематики издания, не считая некоторых более сомнительных исключений. В основном реклама подается как полоса, полностью уделенная этому вопросу (см. приложение 3.5). Скрытая реклама вероятно присутствует, но не ощущается при чтении отдельных материалов, как, например, обзор определенной техники или рекомендуемые игры. Сложно говорить продуманный ли это ход издателей или честное мнение авторов.

В целом же, оба издания знают, как работать с рекламой, как её правильно подать и не перегружают журналы бессмысленной или излишней информацией. Стиль подачи у обоих изданий схож.

Для изданий, которое выходит раз в месяц и освещает все новинки игрового мира –крайне значим вопрос актуальности. Если еще раз взглянуть на содержание и на примерный календарь выхода тех или иных игровых новинок, можно увидеть, что оба издания уделяют огромное внимание новинкам. Они помещаются на обложки, им отдается большой объем материала и так далее.

Тем не менее, не меньше материала отдается под игры уже укрепившиеся на игровом рынке (например, Gravity Ghost) и знакомым читателям хотя бы понаслышке. Здесь нужно помнить, что рецензии на игры, обзор технических новинок, аналитика и прочие материалы, которые есть в обоих журналах – это не всегда те материалы, которые обязаны быть поданы читателя в первые же дни релиза того или иного продукта. Это не типичные новости, которые можно узнать спустя несколько часов после произросшего. Игровые новости работают немного иначе. Нередко рецензии читаются уже после того, как читатель самостоятельно прошёл игру, а обзоры «железа» изучаются скорее из интереса, а не желания приобрести.

Таким образом, актуальность обоих изданий на высоте – они обозревают действительно актуальные на момент выхода номера события. И ставить это под сомнение (по принципу «но ведь игра вышла уже две недели назад и все, кто хотел в неё поиграли») – совсем не логично.

Что можно сказать о качестве обоих журналов? Здесь приятно осознавать, что вопрос качества обоих изданий – на высоте. Бумага плотная, не мнётся и не рвётся от прикосновений и других взаимодействий с журналом. Картинка чёткая, как и цветопередача: помещенный в статью скриншот из игры полностью соответствует тому, что читатель позже сможет увидеть у себя на компьютере. Текст напечатан четко, без смазывания и без смещения.

Что же касается качества текста, как литературного материала – то в обоих случаях нет никаких сомнений – над издание работают профессионалы, которые не только умеют писать, но отлично разбираются в том о чём они пишут. Тексты живые, их приятно читать, они запоминаются и не наводят скуку на читателя, даже малознакомого с темой видеоигр.

Так же в случае с игровой периодикой важно уделить внимания дополнениям или, иными словами, приложениям к журналам. Оба они во многом отличаются от своих конкурентов (даже если речь идет об изданиях другой тематики) тем, что имею целую кучу дополнительного материала. Хотя читателю, конечно, предоставляется возможность выбрать что ему больше по душе: электронная версия, обычная печатная с минимум дополнений или полноценная, куда нередко входят диски, наклейки, дополнительный плакаты и прочие «подарки» читателю. Да, цена на каждое издание разное, так что каждый решает по толщине своего кошелька и желанию тратиться на подобные «мелочи».

Стоит отметить, что здесь Игромания выходит вперед. Это видно даже по обложке (прим. В данном анализе сравниваются базовые номера журналов, т.е. без дополнительных дисков и прочего. Другими словами – средняя ценовая категория). Уже по обложке видно, что Игромания более богата на дополнительные материалы.

- Постер + Наклейки

- Скидка 30% на игру the Witcher 3

- Бесплатная версия антивируса на один месяц.

В номере Навигатора Игрового Мира ничего подобного нет, что можно посчитать значительным недостатком, в сравнении с Игроманией.

Конечно, во многом понятно, что современные технологии лишь одна из тем, которая раскрывается в контексте некоторых статей изданий. Однако, вывести это в один из пунктов сравнения помогло еще одно замеченное на страницах Игромании явление. Игромания LIVE (см. приложение 3.6). Дело в том, что журнал еще и интерактивен. Как пишет редактор, увидев определенный значок на страницах номера и использовав бесплатное приложение для мобильного телефона - можно–открыть для себя «дополнительную» реальность, скрытую на страницах Игромании. Так читатель получает еще и дополнительный мультимедийный контент, эксклюзив от редакции.

Стоит ли говорить, что не то что у Навигатора Игрового Мира нет подобного, но и большинства других изданий на рынке.

В остальном же цифровые версии обоих изданий доступны для покупки в интернет магазине. Для телефонов есть специальные приложения для покупки и чтения обоих изданий. Дополнительный контент так же доступен на YouTube и других платформах. То есть в целом – оба издания пользуются всеми современными возможностями продвижения своего журнала и его непосредственного развития.

Важный для изучения вопрос стала тема аудитории обоих журналов. Не менее значимый вопрос для любого издательства. Потому что на вопрос кто вас читает всегда хочется ответить «Все!».

Здесь стоит уточнить два показателя вопроса аудитории.

Тираж. Навигатор Игрового Мира: На данный момент тираж этого издания 31 000 экземпляров. Максимальный же тираж, который держался определенное количество времени – 65 000 экземпляров (2003-2009 год)

Игромания: 33 400 экземпляров – тираж издания на сегодняшний день. И этот показатель достигал 63 000 экземпляров в 2014 году.

Социальные сети. Пожалуй, в данном случае одна из самых показательных цифр во всем анализе. На примере, социальной сети Вконтакте, которая является наиболее актуальной для современного русского человека, достаточно просто взглянуть на количество подписчиков в официальных группах обоих журналов, чтобы понять, какой из них является наиболее популярным и имеет максимально широкую аудиторию.

Навигатор Игрового Мира: 34 700 подписчиков

Игромания: 476 000 подписчиков.

Рассмотри так же YouTube каналы, не менее актуальный источник дополнительного контента и информации для заинтересованного игровой тематикой зрителя. И снова цифры красноречивее любых слов.

Навигатор Игрового Мира: 47 200 подписчиков

Игромания: 1 422 000 подписчиков.

Итоги. Проанализировав 11 различных, в чем-то между собой схожих пунктов, можно прийти к следующему выводу. Определенно, Игромания и Навигатор Игрового Мира во многом схожи. Темы, оформление, подача текста, стиль рекламы, использование фото, качество и другие детали обоих изданий находятся на одном уровне.

Однако, сложно не заметить, что всё-таки Игромания – более разносторонняя и имеет более широкий охват игрового мира. Это касается и темы, и раскрытия материалов, и дополнительного контента. И особенно ярким показателем в данном случае являются социальные сети. Если тираж изданий еще и можно назвать фактически одинаковым, то разница более чем в миллион подписчиков на YouTube – это говорящее число.

Какова тому причина? Трудно сказать. Даже несмотря на то, что журналы эти одногодки, что темы их непосредственно пересекаются, а многие фрагменты самих номеров невероятно похожи. Наверное, публика предпочитает тот самый, свойственный Игромании, широкий охват игровой темы, куда входят и игры для консолей, и для телефона, и, конечно, для компьютера. Плюс некоторые стилистически особенности, более приятные глазу.

Так что можно сделать вывод, что, хотя и считается что на рынке игровой периодики существую два гиганта-соперника, Игромания определенно на шаг впереди Навигатора Игрового Мира. По крайней мере по признания аудитории.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

На основании проведённых исследований удалось достаточно подробно изучить определенные аспекты истории развития игровой журналистики в России. Несмотря на то, что полный обзор занял бы намного больше как времени, так и итогового объема, в процессе изучения удалось выделить наиболее значимые ступени, в последствии повлиявшие на современную игровую периодику. Тем не менее были выполнены все поставленные задачи и решены все возникающее в процессе научного труда вопросы.

Удалось проанализировать историю развития жанра, изучив наиболее крупных представителей игровой журналистики начиная с 1993 года, иными словами первого в России журнала об играх.

Так же удалось сделать определенные выводы, касательно современно рынка игровой периодики. Анализ двух основных журналов о видеоиграх на сегодняшний день помогли не только определить их качество, но и оценить современную аудиторию. Что в свою очередь помогло прийти к выводу о необходимости, актуальности и высокой популярности игровой периодики.

В процессе работы возникали определенные трудности. Так, например, почти невозможно найти особенно старые экземпляры игровых журналов, особенно за 1993-1995 года. Тут в помощь приходят разве что Интернет и заставшие эти времена коллекционеры. К сожалению, в библиотеках на данный момент подобные издания не хранятся, так как ценность игровой периодики стоит под большим вопросом для ценителей журналистского мастерства в целом. Вторая проблема, это отсутствие каких-либо учебных, информационных или научных пособий, которые могли бы оказать помощь в процессе изучения истории игровой отечественной журналистики. Здесь выход был найден просто – в помощь шли различные игровые форумы, посвященные игровым журналам и энциклопедиям, а также любители и коллекционеры, запомнившие это время и желающие поделиться информацией. Однако, стоит отметить, что источника, хранившего в себе хотя бы основные аспекты всей необходимой информации, чтобы при этом он являлся полноценной научной работой на данный момент найти не удаётся.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аграновский В. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике, Москва 1999.
2. Берков П.Н. История русской журналистики 18 века, 1952
3. Библиотека неофициального сайта факультета журналистики МГУ <http://www.journ.ru/library/> (дата обращения: 04.04.2017)
4. Блейк Дж. Харрис Достижения (компьютерные игры), 2013
5. Блейк Дж. Харрис История компьютерных игр, 2012
6. Блейк Дж. Харрис Консольные войны. Sega, Nintendo и битва определившая целое поколение, 2015
7. Блейк Дж. Харрис Driver (серия видеоигр), 2013
8. Видео-Асс Dendy 1993 год (№3)
9. Воронова О.А. Журналистское произведение – итог и процесс нравственного выбора, Москва, 1992.

## Ильин И.А. Искусство и вкус толпы, Москва 1994.

1. Игромания, 1997 №2
2. Игромания, 2015 №211
3. КомпАс, 1995 №2
4. Корконосенко С.Г. Журналистика и социология: Журналист: личность, должность, долг, СПБ 1998.
5. Корконосенко Г. Основы творческой деятельности журналиста, СПБ 2000.
6. Лучшие Компьютерные Игры, 2009 №5
7. Навигатор Игрового Мира, 1997 №5
8. Навигатор Игрового Мира, 2015 №196
9. Основы творческой деятельности журналиста Мельник Г.С., Тепляшина А.Н., СПБ 2004.
10. Прохоров Е.П. Журналист и массовое сознание, Москва 2007.
11. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики, Москва 2000.
12. Портал научных исследований СМИ факультета журналистики МГУ <http://www.mediascope.ru/> (дата обращения: 06.04.2017)
13. Ральф Баер, Москва Videogames: In the Beginning, 1995
14. Саймон Паркин Самые знаменитые компьютерные игры, 2015.
15. Страна Игр, 1998 №4(23)
16. Game Over: Как Nintendo завоевала мир, Дэвид Шефф, Дэвид Скотт, 1993
17. Game.EXE, 1998 №2
18. MegaGame, 2001 №6
19. PlayStation: The Official Magazine, 2005 №1
20. PC игры, 2010 №10(82)