

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций

Факультет журналистики

На правах рукописи

БУБНОВА Лиана Германовна

Композиционно-графическая модель журнала о компьютерных играх

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Журналистика» (творческий проект)

Научный руководитель –
старший преподаватель П. Ч. Хан

Кафедра медиадизайна
и информационных технологий

Очная форма обучения

Вх. № _____ от _____

Секретарь ГАК _____

Санкт-Петербург

2018

СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ	2
ГЛАВА 1. МЕСТО ГЕЙМ-ЖУРНАЛА В ТИПОЛОГИИ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ. 8	
1.1. Типология периодических изданий	8
1.2. Типология и особенности журналов сферы досуга.....	13
1.3. Гейм-журнал как новый тип досугового издания	17
ГЛАВА 2. ВИЗУАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ИЗДАНИЙ О КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГРАХ 21	
2.1. Иллюстрация и скриншоты – основа визуализации материала.....	21
2.2. Инфографика – способ демонстрации сложной информации.....	24
2.3. Типографика – основа графической составляющей журнала.....	26
ГЛАВА 3. ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЖУРНАЛА О КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГРАХ...32	
3.1. Композиционно-графическая модель современного журнала о компьютерных играх	32
3.2. Связь тематической концепции и многостраничной композиции современного журнала о компьютерных играх.....	35
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	40
ИСТОЧНИКИ	45
ПРИЛОЖЕНИЯ	46

ВВЕДЕНИЕ

В 21 веке сфера компьютерных игр имеет большую популярность. Если раньше компьютерные игры считались лишь баловством для детей и подростков, то сейчас это явление достигло таких масштабов, что завлекло взрослых, стало бизнесом и даже видом спорта. Конечно, с момента появления компьютеров и непосредственно игр многое изменилось, что вполне логично, если сравнивать состояние технические возможности 1940-х и 2010-х годов.

Несмотря на негативное отношение к играм со стороны общества, а также сложившийся стереотип, что игры воспитывают в людях (особенно, в детях) жестокость, склонности к дивиантному поведению, игровое киберпространство стало неотъемлемой частью современной культуры. В нем есть как позитивные, так и негативные стороны. Как показывает практика, большинство людей, играющих в компьютерные игры, могут проводить за компьютером от 4 до 16 часов в сутки. Это относится и к любителям, и к профессионалам. Когда речь идет о профессионалах, то, конечно, имеются ввиду киберспротсмены, для которых игры – это не просто развлечение, а профессия.

Киберспорт – продвинутое направление с большим экономическим потенциалом. Уже сейчас на всевозможных соревнованиях по киберспортивным дисциплинам, проходящих по всему миру, призовые фонды составляют в среднем 10 миллионов долларов.

Огромное количество игроков-любителей мечтают попасть на чемпионат и поболеть за любимого спортсмена или команду. В связи с растущей популярностью киберспорта и киберспортивных соревнований, было принято решение создать специализированный журнал о компьютерных играх для игроков и спортсменов, которые слишком много времени проводят в виртуальном мире; журнал, который бы позволил им

вернуться на некоторое время в реальность, обсуждать главные темы номера с единомышленниками вживую вне киберпространства.

Это издание необходимо не только для того, чтобы вызволить игроков из виртуального пространства, но и для того, чтобы обозначить игровую среду не как какое-то количество людей, предпочитающих празднично проводить время, как сложившуюся часть современной культуры, даже если эта среда будет обозначена таковой для игроков.

На сегодняшний день на рынке функционирует немало журналов, созданных для освещения этой темы. Однако все они показывают компьютерные игры, игроков и киберспортсменов не с самой благоприятной точки зрения.

Современный человек получает информацию из интернета, социальных сетей при помощи компьютеров или смартфонов, так как большинство периодических изданий имеют онлайн версию. Тем не менее, журнал не уступает своим Интернет-версиям и, как источник информации, имеет больше преимуществ. Вся информация в журналах структурирована, в них отсутствует информационный шум, а редакция несет ответственность перед своим читателем.

Люди из киберпространства – искушенные пользователи сети, которые всегда чувствуют дискомфорт в использовании тех или иных устройств, ресурсов и тд, не адаптированных под потребителя. Их также не удивить чем-то, что устарело, что непрактично и неудобно. В связи с этим был создан журнал, основанный на принципах азиатского графического дизайна. Во многом это решение связано с тем, что Азия, а в частности Южная Корея и Япония, - ведущие страны в разработке компьютерных игр и цифровых технологий. Их продукты, удобны, просты в использовании, эргономичны и приятны глазу.

Также получившийся журнал – экологически чистый продукт, что для многих потребителей сейчас считается крайне важным фактором. К тому же создание ЭКО-журнала говорит о продвинутой идее издания, его соответствии

тенденциям современного мира и его готовности нести ответственность перед обществом не только с помощью содержания, но и физической составляющей.

Актуальность исследования. Как уже было отмечено, сфера киберспорта и компьютерных игр развивается со стремительной скоростью, но у нее нет возможности утвердиться в рамках России. Поэтому в данной работе была сделана попытка определить место гейм-журналистики в типологии периодических изданий и создать такой журнал, который бы показал важность этой индустрии самим игрокам и вынес бы ее на новый уровень.

Новизна исследования заключается в создании журнала нового формата как с точки зрения подачи информации, так и с точки зрения визуальной организации. Новый он именно для рынка журналов о компьютерных играх.

Объектом исследования являются типологические характеристики и композиционные особенности изданий о компьютерных играх, а **предметом исследования** – композиционно-графическая модель современного журнала о компьютерных играх.

Целью работы – проектирование композиционно-графической модели современного издания о компьютерных играх.

В работе были поставлены и решены следующие **задачи**:

- 1) Изучить современные типологии периодических изданий;
- 2) Дать определение гейм-журналистике и определить ее место в типологии периодических изданий;
- 3) Рассмотреть особенности визуальной организации журналов о компьютерных играх;
- 4) Спроектировать дизайн журнала о компьютерных играх и киберспорте.

Хронологические рамки исследования были определены следующим образом: 1976 – 2018 года. В работе были рассмотрены как исследования,

проведенные в прошлом веке, но являются актуальными до сих пор, так и статьи и учебники современных исследователей.

Теоретическая база включает в себя исследования отечественных авторов С. Г. Корконосенко, Я.Н. Засурского, Л.Р. Дускаевой, Н.С. Цветовой, Акопова А.И. в области журналистики, и типологии периодических изданий в частности. Избранные статьи Яна Чихольда, книга Дж. Феличи и Э. Рудера в области верстки и типографики, работы В. Кричевского о графическом дизайне и иллюстрациях, статьи Р. Крама и Смирновой Е.А. были применены для рассмотрения особенностей инфографики в современных изданиях. Особенности визуального восприятия рассмотрены в статье Шевченко В.Э.

Методы исследования, используемые в данной работе, включают в себя анкетирование, конструирование композиционно-графической модели и визуальный анализ, обзор.

Эмпирическая база состоит из 12 последних номеров журнала «Игромания», журнала «РС игры» и «GamePro». Хронологические рамки исследования включают в себя периоду, начиная с 2010 года и заканчивая настоящим временем.

Структура выпускной квалификационной работы включает введение, три главы, заключение, список источников и приложение. Во введении обосновывается актуальность работы и новизна исследования, а также цели, задачи исследования, теоритическая, методологическая и эмпирическая базы. В первой главе были рассмотрены некоторые существующие типологии периодических изданий и непосредственно типология журналистики сферы досуга. Далее в последнем пункте первой главы рассматриваются **Вторую главу** составляют приемы визуальной организации изданий о компьютерных играх, а именно инфографика, типографика и иллюстрации. **Третья глава** – это непосредственно описание сконструированного журнала о компьютерных играх, а также описание связи его тематической концепции и физических свойств. В заключении описаны результаты исследования и сформулированы основные выводы.

Вся работа нацелена на выявление смешанных характеристик журнала как типа издания, анализ визуальной организации изданий по теме, а также проектирование журнала о компьютерных играх и описание связи тематической концепции журнала с его конструкцией.

ГЛАВА 1. МЕСТО ГЕЙМ-ЖУРНАЛА В ТИПОЛОГИИ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ

1.1. Типология периодических изданий

В этой части исследования мы обратимся к способам разделения всех периодических изданий по типам, затем непосредственно к типологии журналов сферы досуга. Это необходимо для того, чтобы в дальнейшем можно было сузить круг рассматриваемых журналов, и рассмотреть типологические особенности журналов о компьютерных играх и их визуальную организацию.

Типология – научный метод, основа которого – расчленение систем объектов и их группировка с помощью обобщенной модели или типа; используется в целях сравнительного изучения существенных признаков, связей, функций, отношений, уровней организации объектов.¹

Как известно, все сферы науки применяют типологизацию при изучении того или иного объекта. Необходимость этого заключена в том, что для метода сравнительного или сопоставительного анализа необходимо знать существенные признаки, связи, отношения, уровней организации объектов и функции объектов, участвующих в исследовании.²

Что касается типологии периодических изданий, то она крайне важна не только для научных исследований, но и для повседневной жизни. Во-первых, она способствует определению места того или иного журнала в системе СМИ. Во-вторых, помогает читателю, основному потребителю информации, ее фильтровать и избавляться от лишней и ненужной. В-третьих, типология способствует работе редакции, так как последняя может сконцентрироваться на определенной области, теме и создавать более качественный контент.

¹ Большой энциклопедический словарь, URL: http://slovonline.ru/slovar_ctc/b-19/id-61495/tipologiya.html

² А. П. Огурцов. В. Л. Абушенко, Типология. URL: <http://gtmarket.ru/concepts/6846>

Периодическое издание – понятие очень широкое. В него входят журналы, газеты, календари, бюллетени, сборники, различные серийные издания, выходящие с определенным интервалом времени, и прочие, отвечающие некоторому перечню требований. Каждый из перечисленных видов издания имеет под собой систему, обладающую своими признаками. А все системы в свою очередь открыты для взаимодействия между собой.³ У периодики есть общая цель – оперативно, через установленные промежутки времени доставить информацию читателю. В словаре Брокгауза и Евфрона определение периодического издания следующее: «издание (обычно печатное), выходящее с заявленной периодичностью».⁴ То есть это однотипно оформленное нумерованное издание, выходящее через определенные промежутки времени.

Всего существует два определения типологии СМИ⁵:

- научный метод изучения печати (телевидения и радиовещания) посредством разделения их на группы с помощью обобщенных моделей или типов.
- Результат типологического описания или сопоставления массовой информации.

Журналист и политолог Соловьев В.И в учебнике «Редакторская подготовка периодических изданий» пишет: «Типологический метод позволяет выявить устойчивые, характерные признаки произведения или издания и на основе идентификации, сочетания и объединения этих признаков найти то существенное и общее, что дает возможность сгруппировать издания с целью унификации методов их редактирования».⁶

³ Соловьев В.И., Рябина Н.З., Редакторская подготовка периодических изданий, URL: <http://www.hi-edu.ru/e-books/RedPodgotPeriodIzd/cont.htm>

⁴ Словарь русского языка Брокгауза и Евфрона, URL: <https://slovar.cc/ekon/term/2338979.html>

⁵ Типология периодической печати [Электронный ресурс] : учебное пособие / ред. М.В. Шкондин, Л.Л. Реснянская. - М.: Аспект Пресс, 2009. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104068>.

⁶ Соловьев В.И., Рябина Н.З., Редакторская подготовка периодических изданий. URL: <http://www.hi-edu.ru/e-books/RedPodgotPeriodIzd/cont.htm>

Впервые в России разделить журналы на типа попробовал российский историограф немецкого происхождения Г.Ф. Миллер в 1726 году. Современные типологии периодики сильно отличаются от прежних, так как с тех пор появились новые жанры журналистики и виды СМИ. К сожалению, единой типологии прессы нет. В учебнике «Редакторская подготовка изданий» (под. Общ. Ред. Антоновой С.Г.) написано, что несмотря на то, что общая типология периодических изданий находится пока в разработке, анализ научных работ, посвященных данной проблеме, создает подходы к ее решению».⁷

Дускаева Л.Р. в учебном пособии «Журналистика сферы досуга» пишет: «Типология периодических изданий, включающая в себя их идентификацию по типоформирующим признакам, составление различных классификаций и прослеживание связей между изданиями внутри конкретных типов, — явление не статичное. Она находится в тесной взаимосвязи с различными внешними и внутренними факторами. Учитывая современную ситуацию на рынке СМИ, можно говорить о том, что на первый план выдвигается экономическая сторона деятельности редакций, т. е. взгляд на СМИ как на предприятия, способные приносить доход. Именно экономическая составляющая является той движущей силой, под действием которой значительно меняется типологическая структура СМИ».⁸

Тем не менее, в учебном пособии «Система средств массовой информации России» Я.Н. Засурский выделяет следующие основные типы изданий:

- по характеру аудитории (международные, общероссийские, межрегиональные, территориальные, этнические,

⁷ Редакторская подготовка изданий: Учебник / Антонова С.Г., Васильев В.И., Жарков И.А., Коланькова О.В., Ленский Б.В., Рябинина Н.З., Соловьев В.И.; Под общ. ред. Антоновой С.Г., д.ф.н. - М.: Издательство МГУП, 2002. - 468 с.

⁸ Журналистики сферы досуга : учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. — СПб. : Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012., С. 107.

- профессиональных групп, возрастных групп, гендерных и конфессиональных групп);
- по предметно-тематической направленности (универсальные и специализированные);
 - по целевому назначению (художественные, публицистические, развлекательные, научные, рекламные, информационные).⁹

Профессор и преподаватель факультета журналистики СПбГУ С.Г. Корконосенко предлагает свой способ деления периодики:

- по региону распространения (транснациональная, национальная, региональная, местная пресса);
- по учредителю (государственная и негосударственная пресса);
- по аудиторной характеристике (возрастной, половой, профессиональный, конфессиональный признаки);
- по издательским характеристикам (периодичность, тираж, формат, объем);
- по легитимности (с точки зрения наличия разрешения на издательскую деятельность);
- по содержательному наполнению (качественная и массовая).¹⁰

Еще одним исследователем в области типологизации периодических изданий стал Акопов А.И. Он утверждает, что деление газет, журналов и прочей периодики на массовые и специальные – слишком крупное. В своем учебнике «Методика типологического исследования периодических изданий

⁹ Система средств массовой информации России: Учебное пособие для вузов/Под ред. Я. Н. Засурского. -- М.: Аспект Пресс, 2001.—С. 34

¹⁰ Основы журналистики: Учебник для вузов / С. Г. Корконосенко. -- М.: Аспект Пресс, 2004.-- 287 с. ISBN 5-7567-0158-3, с. 86.

(на примере специальных журналов)» автор выделяет три уровня журналов по аудиториям¹¹:

- 1) *уровень А* – для всех – сюда входят массовые газеты и журналы
- 2) *уровень Б* – для широкого круга работников и любителей отрасли знания – для этой группы предназначены массовые отраслевые газеты и журналы, научно-популярные газеты, журналы, радиопередачи, программы телевидения
- 3) *уровень В* – для специалистов – это могут быть специальные отраслевые газеты и журналы, бюллетени, издания научно-технической информации, специальные научно-технические схемы, периодические сборники и т. д

В статье Реснянской для «Вестника МГУ» указано, что наиболее популярным и актуальным делением на прессы типы является деление на универсальные и специализированные издания, где у универсальных изданий модель подачи «для всех и обо всем», а у специализированных – тематическая модель («для всех не обо всем» и модель с ограничением аудитории до профессионально отраслевых, детских, женских и мужских («не для всех не обо всем»). Также Реснянская выделяет издания смешанного типа «обо всем для единомышленников», которые присущи и универсальным, и специализированным изданиям.¹²

Приведенные способы типологизации периодических изданий, конечно, являются не единственными.

Мы выяснили, что существует много способов классификации. Помимо общей типологии, можно создать еще и внутреннюю типологию

¹¹ Акопов А.И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов). – Иркутск: Изд-во Иркутского ун-та, 1985. – С. 9.

¹² Реснянская Л. Общероссийские газетные издания // Вестник МГУ. Сер. Журналистика. 2000. № 4. С. 3 - 14.

журналов различной тематики и направленности. В следующем подпункте будет рассмотрены типология тех журналов, в число которых входит предмет исследования – типология развлекательных журналов.

1.2. Типология и особенности журналов сферы досуга

Журналистика сферы досуга имеет большое значение для общества и является наиболее динамичной в плане развития. Принято считать, что досуговая журналистика не несет в себе никакой интеллектуальной нагрузки, а имеет лишь развлекательный характер. Тем не менее, это не так. Все журналы этой сферы относятся к деятельности человека, не относящейся к профессиональной. Сюда входят научно-популярные, издания о хобби, спорте, моде, садоводстве, здоровье и многом другом. Такие журналы призваны снять напряжение у читателя, поспособствовать эмоциональной разгрузке и повысить настроение. Следовательно, можно сделать вывод, что эти журналы могут помочь организовать человеку его свободное время, которое можно посвятить разным формам самообразования. Например, дискурс досуговой журналистики направлен на посещение выставок, концертов, музеев, фестивалей и и прочих мероприятий. То есть читатель получает удовольствие от получения новых знаний из интересующей его области. Он не воспринимает информацию из досуговых изданий как учебную, а значит, лучше ее усваивает.

Как уже было отмечено ранее, несмотря на и без того большое количество способов типологизации периодики, существуют еще способы внутреннего деления изданий на типы. Этой теме было уделено большое внимание в учебном пособии «Журналистика сферы досуга» под редакцией Дускаевой Л.Р. и Цветовой Н.С. В нем описана история появления этого типа журналистики в России, современная проблематика при работе в

досуговой журналистской среде, способы типологизации журналов/ теле- и радио передач сферы досуга, а также их стилистико-речевые особенности.¹³

Редакторы пособия указывают, что при делении досуговой журналистики на типы используется два критерия: формальный и неформальный. Формальные критерии включают в себя такие параметры периодического печатного издания, которые содержатся в его учредительных документах, выходных данных и формальных визуальных характеристиках. Они являются конкретными, не допускают вольных интерпретаций и определяют формально-типологические характеристики (модель), которые задаются издателем и редакцией при выходе продукта на рынок. К числу формальных параметров периодического печатного издания относятся следующие пункты:

- а) характеристики выхода;
- б) полиграфический (технологический) формат;
- в) язык;
- г) организационно- правовая и экономическая модель.

К характеристикам выхода относится тираж, периодичность, ареал, характер и способ распространения и интернет-форма.¹⁴

Уже на этапе рассмотрения характеристик выхода можно создать типологию журналов сферы досуга. Например, по ареалу распространения все досуговые издания можно разделить на:

- 1) местные (районные и городские);
- 2) региональные;
- 3) общенациональные;
- 4) транснациональные.

По периодичности различают следующие издания:

- 1) ежедневные;

¹³ Журналистики сферы досуга : учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. — СПб. : Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012., С. 108.

¹⁴ См. Там же. С. 108.

- 2) еженедельные;
- 3) ежемесячные;
- 4) ежеквартальные;
- 5) ежегодные.

По времени ((это зависит от фактического поступления отпечатанного тиража в пункты продажи):

- 1) утренние;
- 2) вечерние
- 3) дневные.

По характеру и способу распространения досуговые издания могут делиться на:

- 1) платные;
- 2) распространяемые по подписке и в розницу;
- 3) бесплатная пресса.

Наиболее частые способы распространения – комбинированные, когда журнал можно получить по подписке или приобрести в магазине.¹⁵

Если говорить об интернет-форме издания, то сейчас это имеет большое значение для современного общества в связи с увеличением интернет-ресурсов. На сегодняшний день практически все крупные печатные СМИ имеют свою онлайн-версию.

К неформальным критериям относятся повседневные практики, содержание и эффективность работы редакции. А к числу непосредственно неформальных критериев относится деление на универсальные и специализированные издания. В универсальных изданиях определенное количество прессы относится к массовой. Считается, что массовая пресса делится на бульварную и «желтую». Но на терминологическом уровне

¹⁵ Журналистики сферы досуга : учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. — СПб. : Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012., С. 109.

возникает путаница между этими тремя понятиями, и они употребляются в качестве синонимов. Однако разница велика. Например, «желтая пресса» - та, которая «эксплуатирует и искажает новости, преувеличивает и утрирует подачу новостей с целью создания сенсаций для привлечения малообразованной и доверчивой аудитории¹⁶». Бульварная же журналистика, как пишут в своей работе Е.А. Корнилова и В.С. Дядюшенко, в рамках российской действительности делает упор не на политические скандалы, а на увеличение популярности издания путем развлечения и удовлетворения их информационных потребностей вне их профессиональной сферы.¹⁷

Упомянутый выше исследователь Акопов классифицирует специальные журналы по тематическому направлению на 11 основных классов следующим образом:

- 1) политехнические и социально-экономические;
- 2) технические;
- 3) естественно-научные;
- 4) сельско-хозяйственные;
- 5) медицинские;
- 6) культурно-просветительские;
- 7) филологические;
- 8) искусствоведческие;
- 9) военные;
- 10) спортивные;
- 11) торговые.

Несмотря на то, что эта классификация относится к советским журналам того времени (учебник Акопова написан в 1985 году), можно сказать, что она актуальна и сегодня.

Еще один способ деления журналов на типы, который представил Акопов – классификация специализированных журналов по целевому

¹⁶ Ганеева А. Б. Презренная журналистика: особенности светской и желтой журналистики. Уфа, 2000., С. 12.

¹⁷ Корнилов Е. А., Дядюшенко, В. С., Газета на бульваре, 1997., С. 107-109.

назначению. Туда входят научные, профессиональные и отраслевые, где научные делятся на академические, вузовские и отраслевые, профессиональные – на теоритические, практические и массовые, а информационные – на профессионально-информационные и реферативные.

В названном ранее учебнике под редакцией Л.Р. Дускаевой и Н.С. Цветовой указаны такие же типологические признаки специального журнала (досугового), как и в исследовании Акопова А.И (формальные признаки). Однако последний автор более подробно расписывает ступени типологических признаков¹⁸:

1. *Типоформирующие* (издающий орган, цели и задачи, читательская аудитория)
2. *Вторичные* (авторский состав, внутренняя структура, жанры, оформление)
3. *Формальные* (периодичность, объем, тираж)

Итак, на данном этапе уже можно сделать вывод, что существующих типологий много, и любой журнал можно характеризовать с точки зрения любой из представленных выше типологий. Так как предметом изучения данного исследования является композиционно-графическая модель современного журнала о компьютерных играх, то в следующей части мы разберемся в том, к какому типу относятся гейм-журналы.

1.3. Гейм-журнал как новый тип досугового издания

В последнем пункте мы опишем типологические характеристики журналов о компьютерных играх (игровая журналистика). К сожалению, официального определения гейм-журналистики сегодня не существует, поэтому в рамках данной работы мы самостоятельно определим понятие

¹⁸ Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов). Иркутск: Изд-во Иркутского университета, 1985, С. 38.

этого термина. Итак, гейм-журналистика – это тип журналистики, связанный с описанием игровой компьютерной среды и игрового сообщества.

Для дальнейшего описания результатов исследования нам следует определить, что такое компьютерные игры, киберспорт и кто такие геймеры.

Компьютерные игры – это программы, служащие для организации игрового процесса, связи с партнерами по игре или сами выступающие в качестве партнера.¹⁹ В качестве синонима словосочетания компьютерная игра может использоваться *видеоигра*. Киберспорт, также именуемый как компьютерный спорт, неотделим от компьютерных игр. Это вид соревновательной деятельности и специальной практики подготовки к соревнованиям на основе видеоигр. Этот вид спорта признан в России и имеет несколько дисциплин.²⁰ Несмотря на это киберспорт и игровая среда в целом не признаются российской общественностью, считаются чем-то маргинальным. А на данный момент существует уже целое поколение людей в возрасте от 25 лет, которое выросло на играх.²¹

Мы определяем гейм-журнал как отдельный тип, потому что компьютерные игры стали неким феноменом современной культуры. Игровая индустрия насчитывает многомиллионную аудиторию. Эта сфера отлично подойдет для исследований в области культуры, психологии, журналистики, спорта и т.д. И множество исследователей признают этот факт и с сожалением пишут о том, что эта индустрия почти не исследована. Так, например, Денисова А.И. отмечает, что игровая индустрия стала частью поп-культуры еще в 1970-х годах, что у нее большой потенциал был уже в то время и что компьютерные игры – это не только стрельба и чудовища, но и отличный способ эмоциональной разгрузки.

¹⁹ Словарь методических терминов – компьютерная игра.
<http://gramota.ru/slovari/dic/?az=x&word=компьютерная+игра>

²⁰ Федерация компьютерного спорта в России. Устав общероссийской общественной организации «Федерация компьютерного спорта России» URL: <https://fcs.moscow/>

²¹ О.Е. Гришин, Д.А. Иглин Компьютерные игры как элемент политической культуры и коммуникации. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/kompyuternye-igry-kak-element-massovoy-politicheskoy-kultury-i-kommunikatsii>

Состояние гейм-журналистики в России и на Западе очень отличается. Во многом это связано с тем, что, как было уже сказано, российское общество не признает игровую индустрию как нечто серьезное. Поэтому этот тип журналистики в нашей стране развит очень плохо. На западе же в этой сфере работает огромное количество профессионалов, которые стараются сделать эту среду стильной и презентабельной со всех точек зрения. Западная пресса оказывает сильное влияние на отечественную, и последняя часто публикует материалы, взятые из иностранных журналов и переведенные на английский язык.

Общие характеристики публикаций гейм-журналов:

- 1) обзоры на компьютерные игры и рецензии
- 2) репортажи
- 3) интервью

Компьютерные игры как художественный жанр предстает специфической сферой коммуникативной деятельности, Обзоры в таких изданиях выступают в качестве синтетического жанра технического искусства. Репортажи – характерная черта для российского рынка журналов. В гейм-журналистике запада они встречаются редко.²²

Несмотря на отсутствие гейм-журналистики в типологии периодических изданий, попытаемся охарактеризовать ее. Во-первых, такое издание относится к досуговой журналистике, так как в ней нет профессиональной направленности, она помогает читателю провести время свободное от работы или основной деятельности, посвятить его увлечениям. То есть досуговое время – это время, свободное от рабочих циклов, которое человек использует для какой-либо другой деятельности.²³ В-третьих, это ежеквартальный журнал. Создавать современный журнал о компьютерных играх, который бы выпускался ежемесячно, смысла нет, так как он

²² Тармаева В. И. Компьютерные игры и игровая журналистика. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/kompyuternye-igry-i-igrovaya-zhurnalistika>

²³ Журналистики сферы досуга : учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. — СПб. : Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012., С. 13.

предназначен для распространения на киберспортивных соревнованиях и прочих подобных мероприятиях, которые проходят в России около 4-5 раз в год. В связи с этим журнал будет распространяться бесплатно и выдаваться участникам.

Нельзя сказать, что будущее издание принадлежит одной тематике. Оно будет состоять из 3 разделов, каждый из которых описывает ту или иную область этой индустрии. В первом разделе сфера компьютерных игр будет представлена как часть культуры современного мира, второй раздел будет содержать киберспортивные публикации, новости и таблицы, а в третьем разделе – игровой процесс и все, что с ним связано. В общем, третий раздел вберет в себя все то, что содержат современные отечественные журналы типа «Игромании»²⁴, и уже не существующих журналов «PC gamer»²⁵ и «Страна игр»²⁶.

²⁴ Журнал Игромания, периодическое издание. URL: <https://www.igromania.ru/>

²⁵ См. приложение 1

²⁶ См приложение 2

ГЛАВА 2. ВИЗУАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ИЗДАНИЙ О КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГРАХ

2.1. Иллюстрация и скриншоты – основа визуализации материала

Достаточно непросто представить любое печатное издание без иллюстраций. Именно поэтому эта тема требует отдельного рассмотрения.

Важное свойство иллюстрации – эмоциональное воздействие. Тем не менее у иллюстративного комплекса всего 3 функции: информационная, развлекательная и психологическая.

Самая главная их них – информационная. В периодических изданиях и текст и его иллюстративный комплекс должны помочь читателю интерпретировать преподносимую редакцией информацию. И в этом случае роль визуальной информации не стоит недооценивать, потому что большинство сложных для объяснения явлений легко объясняются именно иллюстрацией, помогая при этом сэкономить и время, и место на полосе.

Иллюстрация или фотография должны отражать суть материала, способствовать восприятию информации. При использовании иллюстрации нужно учитывать несколько факторов: качество картинка, ее значимость и размер.

Для передачи информации иллюстрацию стали использовать еще в древности. Символом в то время был графический образ. С развитием письменности иллюстрацию стали использовать как дополнение.

На сегодняшний день существует три вида иллюстраций²⁷:

- иллюстрации, имеющие безусловный предметный характер (рисунок, фотография);
- иллюстрации, имеющие условный характер (чертеж, схема, карта);

²⁷ Виды иллюстраций.

URL:http://www.xliby.ru/tehnicheskie_nauki/tehnologija_redakcionno_izdatelskogo_processa/p8.php

- иллюстрации, имеющие отвлеченный характер (график, математический чертеж).

Разберем подробнее эти виды. Рисунок – это вид иллюстрации, которая изображена на плоскости и которую художник рисует с помощью воображения или с натуры. Минус рисунка в том, что он не всегда документален и требует большого количества времени для создания. На документальность влияют навыки художника.

Фотография – изображение каких-либо предметов, полученное с помощью фотоаппарата. Преимущество этого вида иллюстрации в скорости получения результата и документальности фото.

Схема, график, диаграмма, карта, план – это та же инфографика, о которой будет рассказано далее. У схемы 2 задачи:

- 1) передача скрытых взаимосвязей явлений и предметов;
- 2) организация отдельных элементов изображения в конечную композицию, которая ясно передает суть представляемого явления.

Иллюстрации бывают самыми разнообразными, и классифицировать их можно большим количеством способов. Таким образом иллюстрации существуют цветными и черно-белыми; штриховыми и полутоновыми; оригинальными, заимствованными и документальными. И это далеко не все существующие классификации.²⁸

Скриншот (от англ. Screenshot) – это изображение, полученное устройством и показывающее в точности то, что видит пользователь на экране монитора или другого визуального устройства вывода. Обычно это цифровое изображение получается операционной системой или другой программой по команде пользователя. Намного реже снимки экрана получают с помощью внешнего устройства, такого, как фото-

²⁸ Редактирование иллюстраций. URL:

http://www.xliby.ru/tehnicheskie_nauki/tehnologija_redakcionno_izdatelskogo_processa/p8.php

/видеокамера, или путём перехвата видеосигнала от компьютера к монитору.²⁹

Скриншоты используются в универсальной журналистике для передачи фактической информации. Это эффективное средство визуализации реакции людей в социальных сетях, на форумах, в комментариях к какому-либо материалу.³⁰

Еще один современный феномен использования скриншотов – мемы. Мем – новая форма существования анекдотов, суть которых чаще всего заключается в языковой игре. В этом случае скриншот используется для демонстрации обмена сообщениями в интернет-мессенджерах.³¹

В журналах о компьютерных играх есть необходимость в присутствии этого иллюстративного элемента, но она невелика. Скриншот помогает читателю понять механизм действия той или иной игры, обновленную версию игры и т.д. К сожалению, в существующих журналах скриншоты используются в большом количестве, чем создают на страницах периодического издания визуальный шум.

Если подводить итог данного параграфа, то также стоит отметить, что издание о компьютерных играх не может существовать без иллюстративного комплекса. Во-первых, потому что вовлеченные в эту сферу читатели привыкли иметь у себя перед глазами яркую картинку. Во-вторых, потому что некоторые явления мира компьютерных игр не объяснить без схем и фотографий. Спортивная журналистика не обходится без таблиц, диаграмм и схем. Киберспортивная журналистика идет таким же путем. Ну и в-третьих, журнал о компьютерных играх и киберспорте содержит в себе большое

²⁹

³⁰Шестеркина Л. П., Белова М. Н. Универсальная журналистика: учебник для вузов, - М.: Издательство «Аспект Пресс», 2016. С. 137.

³¹ Александрова Е. М. Креолизованный мем как новая форма бытования анекдотов. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/kreolizovannyy-mem-kak-novaya-forma-bytovaniya-yazykovyh-anekdotov>

количество интервью, публикаций о культуре, репортажей, которые не могут не сопровождаться изображениями.

2.2. Инфографика – способ демонстрации сложной информации

В современных журналах очень часто можно встретить инфографику. Она сильно упрощает подачу информации, организовывает ее и делает материал более наглядным для читателя.

Инфографика – это графический способ подачи информации, данных и знаний, целью которого является быстро и четко преподнести сложную информацию. Это синтез информационно-аналитической журналистики и дизайна.³² Также инфографика является одной из форм графического и коммуникационного дизайна.³³

Инфографика в периодических изданиях имеет свою классификацию, представленную³⁴:

- графиками (линейный, рассеивания);
- диаграммами сравнения (столбиковая, гистограмма, круговая диаграмма, площадная диаграмма, кольцевая диаграмма, диаграмма разброса, облако тегов и т.д.);
- схемами;
- таблицами;
- картами;
- рисунки и фотографии.

³² Симакова С.И. Инфографика как способ организации журналистского контента, URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/infografika-kak-sposob-vizualizatsii-zhurnalistskogo-kontenta>

³³ Mark Smiciklas (2012). The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audience.

³⁴ Рева Е.К. Особенности инфографики в журналах «Русский репортер» и «Эксперт», URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/osobennosti-infografiki-v-zhurnalah-russkiy-reportyor-i-ekspert-1>

М. Паласиос и Х. Носи делят инфографику на две группы: энциклопедическая и журналистская. Первая группа охватывает широко научные темы, вторая – визуальное описание событий.³⁵ Также они предлагают деление инфографики на независимую (ту, которая может существовать без текстового материала, автономно) и комплементарную, которая нуждается в текстовом сопровождении.

Рэнди Крам определяет ключевые характеристики качественной инфографики следующим образом³⁶:

- визуальная привлекательность;
- конкретная тема;
- актуальность темы;
- быстрая считываемость данных;
- проверенные источники.

В современных журналах инфографика считается самостоятельным журналистским жанром, которая теперь считается не просто частью иллюстративного комплекса.³⁷

Исследователь С.И. Симакова называет наличие инфографики признаком современного издания, где текстовая информация и выразительная визуальная идут небольшими блоками и помогают последовательному усвоению информации.³⁸

Для нашей работы наиболее актуальным будет использование как независимая инфографика, так и комплементарная. Но оба этих вида должны относиться к журналистской группе, а не к энциклопедической.

³⁵ Тарасенко П. Н. Роль и место инфографики на сайтах испанских интернет-СМИ. [Электронный ресурс] URL: https://lomonosovmsu.ru/archive/Lomonosov_2011/1213/2830_b92a.pdf

³⁶ Крам Р. Инфографика. Визуальное представление данных / пер. с англ. О. Сивченко. СПб, 2015. С. 28.

³⁷ Е. А. Смирнова «Инфографика в системе журналистских жанров», URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/infografika-v-sisteme-zhurnalistskih-zhanrov>

³⁸ Симакова С.И. Инфографика как способ организации журналистского контента, URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/infografika-kak-sposob-vizualizatsii-zhurnalistskogo-kontenta>

В журналах о компьютерных играх общепринятой является инфографика с результатами коллективных соревнований, которые в настоящее время приобрели масштаб международных мероприятий, проходящих на высоком организационном и коммерческом уровнях. Зачастую эти результаты представлены в виде таблиц, напоминающих сводки спортивных новостей. Таким образом, богатейшая история графического представления результатов спортивных соревнований может быть отражена на странице гейм-журнала.

2.3. Типографика – основа графической составляющей журнала

Типографика – искусство оформления при помощи наборного текста.³⁹

Владимир Кричевский определяет типографику как сильнейший фактор стиля, более сильный, чем изображение и считает, что это не просто набранный текст, а осмысленный, экспрессионистский типографичный образ.⁴⁰

Эмиль Рудер описывает типографику как гармоничное сочетание значения слова и его формы.⁴¹ Печатный шрифт сильно отличается от рукописных букв: рукописные буквы одной и той же графемы не могут быть идентичными. Также типограф считает, что огромное влияние на облик шрифта оказывают фактура бумаги и способ печати.⁴²

По мнению Рудера, типографика необходима для того, чтобы расчленить и упорядочить массу изданий, где читатель найдет то, что его интересует. К способам типографического членения относятся шрифты, цвет, линейки, отбивки, крупный и жирный шрифт. Еще одна задача типографики – подчинение формы удобству чтения.⁴³

³⁹ Королькова А. Живая типографика. — М. : IndexMarket, 2010. — С. 8.

⁴⁰ Кричевский В. Идеальный дизайн. М, 2012, С. 8.

⁴¹ Рудер Э. Типографика, С. 34

⁴² Рудер Э. Типографика, С. 79

⁴³ См. Там же, С. 82

Главный шаг на пути к идеально оформленному журналу – выбор хорошего шрифта. Здесь важно не пользоваться устаревшими шрифтами или слишком замысловатыми. Знаменитый шрифтовой художник и типограф Ян Чихольд выделяет среди составляющих журнала, нуждающихся в подборе шрифта, следующие⁴⁴:

- выделительные (акцидентные) шрифты;
- заголовки разделов;
- колонцифры;
- подписи к иллюстрациям.

Выбор шрифта для любых целей – мучительное занятие для многих дизайнеров. Это важно, пускай читатель не замечает ни самого шрифта, ни его начертания, наслаждаясь красотой композиции. В хорошей типографике выбор шрифта должен объясняться представлением об абсолютном достоинстве, и культурной репутации шрифта.⁴⁵ Тем не менее имеет смысл разобраться, что делает хороший шрифтовой набор и плохой плохим⁴⁶:

- 1) *Разборчивость и удобочитаемость.* Шрифт обычно задает ритм чтения, ускоряет или тормозит процесс. Разборчивый шрифт определяет возможность читателя распознавать отдельные буквы и слова, а удобочитаемость определяет легкость и комфорт процесса чтения. Для двух этих признаков большое значение имеет формат печатной страницы, кегль шрифта и ширина колонки.
- 2) *«Цвет» текста.* Любой наборный текст представляет собой некоторое полотно, имеющее текстуру. Ее создают ритм букв, строк в колонках и пробелов между всеми компонентами. Правильный «цвет» - это когда текстура непрерывная и однородная.

⁴⁴ Чихольд Я. Новая типографика. Руководство для современного дизайнера / Ян Чихольд : [пер. с нем. Л. Якубсона]. – 3- изд.- М.: Изд-во студии Артемия Лебедева, 2016., С. 221.

⁴⁵ Кричевский В. Идеальный дизайн. М, 2012, С.26

⁴⁶ Феличи Дж., Типографика: шрифт, верстка, дизайн: Пер. с англ. – 2-е изд., перераб. И доп. – СПб.: БХВ- Петербург, 2014., С. 154.

- 3) *Слишком узкие пробелы* делают полотно текста плотным и мешают читателю узнавать слова, что заставляет его прилагать больше усилий при чтении.
- 4) *Слишком широкие пробелы* не всегда выглядят удачно. У этого есть несколько минусов: он требует больше пространства и удлиняет полосу набора.
- 5) Несбалансированные пробелы – это так называемые «дыры» в тексте. Они говорят лишь о небрежности дизайнера в процессе верстки.
- 6) *Длинные строки и плотный интерлиньяж*. Здесь опять же оказывается сильное влияние на удобочитаемость: читатель не может уверенно взглядом переходить с одной строки на другую. А плотный интерлиньяж препятствует распознаванию текста.
- 7) К *визуальным эффектам и выравниванию* относится, например, буквица и ее положение по отношению к тексту. Все элементы должны быть выровнены и находиться в композиционной гармонии друг с другом.

Исследователь Цыпленков К. Привел целый перечень правил распределения материалов по полосе.⁴⁷

1. Пропорция

Пропорция используется в любом виде искусства. И в верстке пропорция подразумевает расположение различных элементов на полосе. Пропорции важны, так как они заставляют графические компоненты составлять целостность печатного издания.

2. Зрительная иллюзия

⁴⁷ Цыпленков К. Лицо газеты М, 1963.С.33

Зрительная иллюзия, как и пропорции, используется в различных сферах. Здесь нужно иметь в виду то, как между собой будут взаимодействовать объекты разных цветов и размеров

3. Контраст

Контраст при создании журнала также применим абсолютно во всем. Необходимость использования контраста обусловлена целью активизации внимания. Здесь нужно учитывать и чередование контрастных и не очень разворотов, и контрастирование между собой шрифтов и изображений. Контраст также влияет на ритм листания журнала. Кого-то из читателей привлекают контрастные развороты, и они захотят остаться на одном развороте подольше, а кто-то, наоборот, отдает свое предпочтение более блеклым и спокойным страницам.

4. Закон равновесия

Закон равновесия подразумевает соотношение всех графических элементов относительно друг друга. То есть необъемный материал размером со полстраницы не должен иметь заголовок размером с предшествующий разворот. И так во всем.

5. Симметрия и асимметрия

Конечно, симметричная или центрированная верстка или расположение любых графических объектов по центру – это классический разворот. В некоторых типах изданий, имеющих уклон дизайна в более современный, недопустимо использовать симметрию. В таком случае асимметрия вполне объяснима.

Вообще, асимметричная верстка позволяет ранжировать материалы на странице по их значимости. Так в газетах чаще всего используется асимметричная верстка, и взгляд читателя, бегущий сверху вниз по полосе, сразу идентифицирует наиболее важные и значимые публикации.

Грамотная ассиметричная верстка делает композицию полосы и разворота достаточно интересной.

6. Выгодные места на полосе

«В результате психологических наблюдений установлено, что большее внимание привлекает верхняя правая часть полосы, затем левая, потом – правая нижняя и, наконец, нижняя левая часть»⁴⁸. Некоторые исследователи в области психологии говорят, что при первом контакте читателя с новым изданием, его взгляд «скачет» с полосы на полосу, просматривает только то, что его интересует. Сначала он обращает внимание на первую полосу, потом внезапно может начать читать с середины или с конца. Каждой редакции имеет смысл выяснить, какие разделы и рубрики просматриваются их читателями чаще всего, и сделать их постоянными.

7. Шрифт

Как уже было сказано, шрифт является очень важным компонентом любой верстки. В современных реалиях помимо удобочитаемого шрифта редакция будет обращать и на те, которые экономят место.

Подводя итог всему выше сказанному, нужно сказать, что типографика – самый главный элемент любого печатного издания. Без тщательно подобранных шрифтов, без хорошей полосы набора журнал теряет большое количество важных свойств. Однако, не стоит ставить шрифт «во главу стола», ведь он всего лишь инструмент, который помогает создать конечный продукт. Как сказал Ян Чихольд: «типографика скорее наука, нежели искусство».⁴⁹

⁴⁸ Цыпленков К. Лицо газеты М, 1963.С.42

⁴⁹ Чихольд Я. Новая типографика Руководство для современного дизайнера / Ян Чихольд : [пер. С нем. Л. Якубсона]. – 3-е изд. – М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2016. – с. 211.

Современный журнал о компьютерных играх нуждается в качественной типографике. Акцидентные шрифты и иллюстрации могут преобладать над основным текстом, а ширина «тела текста» ни при каких условиях не должна напрягать читателя. Это необходимо учитывать, так как игроки – люди, которых сложно затянуть в реальный мир, заставить взять в руки журнал. При любом дискомфорте, связанном с восприятием информации, читатель откажется от печатного издания в пользу компьютера, планшета или любого другого гаджета с наличием доступа к сети Интернет.

ГЛАВА 3. ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЖУРНАЛА О КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГРАХ

3.1. Композиционно-графическая модель современного журнала о компьютерных играх

Журнал о компьютерных играх «GG» создан для аудитории игроков и киберспортсменов и будет распространяться бесплатно на мероприятиях, связанных с компьютерными играми.

Основная функция получившегося журнала – установить реальный, а не виртуальный вербальный контакт между единомышленниками, а также позволить игрокам вернуться в реальный мир. Для осуществления этой задумки в вербальную часть журнала были включены некоторые материалы, которые не относятся к компьютерным играм напрямую, а частично затрагивают их. В существующих журналах о компьютерных играх узкий диапазон охвата тем достаточно однообразен. Получившийся же журнал о компьютерных играх подразумевает более широкий охват тем, касающихся непосредственно компьютерных игр и игровых гаджетов, но и социальных феноменов, культуры и искусства.

Технические характеристики журнала «G&S»:

- 1) Формат издания: 283x218
- 2) Периодичность: сезонный
- 3) Тираж: 200 экземпляров (+допечатка для мероприятий по требованию организаторов этих мероприятия)
- 4) Количество страниц: 150

Размер журнала был выбран неслучайно. Игроки привыкли видеть у себя перед глазами большой монитор и яркую картинку. Журнал маленького формата, близкого к А5 не смог бы привлечь внимание целевой аудитории. Он обязал бы нас уменьшить размеры изображений, инфографики, увеличить

количество разворотов на одну публикацию. Большое количество страниц в свою очередь заставит читателя увеличить ритм листания, а значит не позволит сфокусироваться на одном конкретном развороте.⁵⁰

Название журнала – «GG». Выражение «gg» многие геймеры используют в значении «good game». Такое название покажет читателям близость издания к современным геймерским тенденциям.

Сетка издания состоит из 10 колонок и 18 горизонтальных блоков. Решение создать большое количество строк и колонок связано с тем, что сетка тем удобнее, чем в ней больше модулей, которые позволяют располагать объекты на странице без потери структуры и ритма. Внутренние и внешние поля полосы составляют по 16 и 8 мм каждое. Внутреннее поле за счет большого количества страниц в журнале потеряет свою ширину и будет таким же узким, как и внешнее. Ширина одной колонки – 3 блока, средник между которыми равен 3 мм. Цитата из текста также занимает ширину в 3 колонки.

Для получившегося издания было выбрано несколько шрифтов. Первый шрифт – шрифт для наборного текста – PermianSansTypeface. Он же используется для заголовочного комплекса и цитат. Изначально для этих целей был выбран шрифт Helvetica Neue, но на наш взгляд, он недостаточно динамичен и имеет простую форму. Поэтому эта идея была отброшена в пользу Permian. Выбранный шрифт не имеет засечек, но в начертаниях букв присутствует намек на них. Все окончания выносных элементов букв, свисающих элементов, дискретных знаков и прочего имеют не прямую, а волнообразную форму. PermianSansTypeface – современный шрифт, разработанный Ильей Рудерманом для Пермского края, выглядит очень современно и отлично вписывается в концепцию журнала. При выбранном шрифте в одну строку колонки помещается около 30 символов. Именно такое количество, как указано в тематической литературе, является вписывается в

⁵⁰ См. Приложение 7

стандарт (для книжной верстки – 30-60, для журнальной и газетной – не менее 27).

Цитаты текста оформляются, как уже было сказано ранее, тем же шрифтом и в том же начертании, но размер кегля составляет 14 пунктов. Помимо самого текста цитата оформляется декоративной кавычкой (шрифт Chava). Для названий разделов используется пиксельный шрифт Chava. Им же оформлено содержание журнала.

В связи с тем, что большинство журналов о компьютерных играх имеют большое количество акцидентных шрифтов, визуального шума, иллюстраций, нашей основной задачей было сделать журнал, который бы был современным, соответствующим сфере и не отталкивающе пестрым. Поэтому было решено не использовать массивных заголовков, а лишь увеличить кегль шрифта, который использовался для текста.

Логотип «GG» был сделан с добавлением эффекта внешнего свечения с помощью шрифта SheruPro. Все буквы данного шрифта напоминают азиатские иероглифы. Мы не хотели уходить в азиатский стиль журнала, несмотря на то, что именно Азия знаменита своими новинками и разработками в сфере компьютерных игр, задает тренды в этой сфере. Поэтому было решено сделать только логотип, который бы напоминал об этом. Внешнее свечение букв напоминает свечение экрана монитора любого игрового девайса, что также проводит параллель с тематикой журнала. Композиция обложки не всегда постоянна, и нами было сделано определенное количество обложек, которое демонстрирует различные способы его использования.⁵¹

Итак, все выбранные шрифты и их начертания:

- 1) PermianSansTypeface (10,5 пт для основного текста, 8 пт для подписи фотографий, 14 пт для цитаты, 11 пт для подзаголовка и 24 пт для заголовка)
- 2) Chava (220 пт)

⁵¹ См. Приложение 5

3) SheruPro (для логотипа не был выбран кегль, так как он может изменяться в зависимости от необходимости)

В журнале отсутствуют колонтитулы и рубрикатор, но использованы разделы, которые ощущаются на тактильном уровне.⁵² Более подробно об этом будет рассказано в следующем пункте. Тем не менее на странице есть колонцифры, которые показывают текущую страницу и следующую. Они расположены только на правой странице разворота.

Цветовое решение – черные и белые развороты, большое внимание уделяется иллюстративному комплексу и графическим элементам.

Задача дизайна в данном случае – не потерять читателей, которые отдают предпочтение гаджетам и сети Интернет, откуда он также может получить информацию. Поэтому отличительной особенностью журнала стали:

- верстка, которая не затрудняет восприятие информации
- наличие большого объема инфографики как важной составляющей для любого издания, затрагивающего спортивную сферу
- развороты с названиями разделов, сделанные из более плотной бумаги

Кроме того в журнале будут присутствовать промо-коды на получение каких-либо бонусов в популярных компьютерных играх,

3.2. Связь тематической концепции и многостраничной композиции современного журнала о компьютерных играх

Основная идея издания заключается в представлении сферы компьютерных игр и киберспорта как отдельной культуры, которая уже основательно прижилась в современном мире, но до сих пор остается недооцененной некоторой частью общества. Конечно, журнал будет распространяться среди людей заинтересованных, но тем не менее у этой

⁵² См. Приложение 6

сферы должен быть журнал, который бы отличался от журналов схожей тематики. У таких журналов («Игромания», «РСигры», «GamePro» и прочих) есть много минусов, основной из которых – присутствие визуального шума (сложные изображения, скриншоты, цветные плашки, на которые накладывается текст, отсутствие единого оформления разворотов, большое количество шрифтов и разные стили, примененные для заголовков и подзаголовков), узкий охват тем.

Для того, чтобы определить аудиторию и обосновать тематическую концепцию журнала, мы использовали метод анкетирования.

Издание рассчитано на аудиторию от 17 до 25 лет, которая хочет посещать или уже посещала киберспортивные соревнования и фестивали. Для определения аудитории мы провели опрос⁵³, в котором приняло участие 30 человек. Большая часть опрошенных – мужчины. Как показывают результаты⁵⁴, многие из участников анкетирования узнают информацию по теме из социальных сетей (77%) и специализированных сайтов (38,7%). Также большинство оценивает информативность и дизайн уже существующих изданий по шкале от 1 до 5 на 3. Участники проведенного нами исследования признают, что дизайн сайта важен и указывают, что для них это является важным фактором после наличия в журнале уникальных промо-кодов.

Если говорить о промо-кодах и экономической привлекательности издания, то нужно сразу подчеркнуть, что данный журнал не нацелен на распространение с целью заработка. Он является бесплатным и предоставляется зрителям соревнований и участникам фестивалей в качестве раздаточного материала. Промо-коды в каждом издании дают читателям возможность получить уникальные преимущества в каких-либо онлайн и оффлайн играх, которых не будет у тех, кто не присутствовал на данных мероприятиях. Также редакции не стоит задумываться об экономии при

⁵³ См. Приложение 3

⁵⁴ См. приложение 4, рис. 4

создании журнала, так как в качестве спонсора могут быть использованы организаторы фестивалей, которые заинтересованы в экономической привлекательности события и готовы вложить в это средства. Как уже говорилось ранее, киберспорт и сфера компьютерных игр имеют хороший экономический потенциал, располагают бюджетом (в среднем призовой фонд на соревнованиях составляют около 1 млн долларов) и готовы вкладывать в свое развитие деньги.

Также группа опрошенных указала, какие именно материалы им интересно увидеть на страницах гейм-журнала. Большая часть проголосовала за интересные факты, обзоры новой техники и гаджетов, а также обзоры на новые игры.⁵⁵ 19 человек из 30 проголосовали за наличие уникальных промо-кодов и отметили важность дизайна журнала игровой индустрии.⁵⁶

В анкетирование мы ввели два вопроса, где участникам необходимо оценить информативность и внешний облик уже существующих изданий. И в том, и в другом вопросах аудитория сошлась во мнении, что гейм-журналы, функционирующие или функционировавшие на российском рынке не дотягивают до необходимого уровня.

В первом пункте мы указали, что издание GG – сезонное, то есть выпускается один раз в 3 месяца. Это можно обосновать тем, что выпускать журнал чаще не целесообразно. Он рассчитан на русскоязычную аудиторию, а значит может существовать только в странах, в которых говорят на русском (Россия и СНГ). За год в этих странах проходит не более 4-5 тематических мероприятий. То есть к каждому мероприятию будет подготовлен новый выпуск.

В получившемся журнале собрано сразу три типа журналистики – спортивная, социальная и развлекательная. Спортивная (потому что киберспорт это общепризнанный вид спорта) – раздел «cybersport» - содержит в себе различные интервью с популярными игроками, стримерами

⁵⁵ См. Приложение 4, рис. 6

⁵⁶ См. Приложение 4, рис. 5

и чемпионами, результаты прошедших игр, истории команд-чемпионов. Социальная – раздел «Culture» - где присутствует большое количество материалов, показывающих сферу компьютерных игр как часть культуры. В этом разделе публикуются социально важные статьи об игромании, о людях, отказавшихся от социума ради игр, о косплеерах, о разных благотворительных акциях, которые проводятся игровым сообществом. Также в этом разделе из номера в номер будут публиковаться истории создания игр, которые вышли много лет назад и стали культовыми символами того времени (например, игры на консолях типа Sega, PS one, Nintendo и прочих). Такие материалы позволят почувствовать ностальгию, поделиться эмоциями с единомышленниками. Последний раздел «Gaming» имеет непосредственное отношение к играм. В нем будет небольшое количество материалов о новых играх, механиках игры, обновлениях, а также обзоры на новые гаджеты и игровую технику. Возможно, в этом разделе игроки найдут для себя что-то новое, чего они не знали ранее, играя в ту или иную игру, а также заинтересуются новыми игровыми жанрами и найдут друзей в игровом сообществе.

В журнале «GG» каждый из разделов отделен от предыдущего более плотным листом бумаги. Этот ход был выбран для того, чтобы журнал был удобен, как, например, веб-сайт, основанный на UX-дизайне⁵⁷. То есть при быстром пролистывании читатель сможет тактильно распознать начало нового раздела. Без этого приема формат издания и количество в нем страниц могут затруднить поиск необходимого раздела.

Если вернуться к названиям разделов, то стоит объяснить их выбор. Во-первых, использование англицизмов. Использование англицизмов в киберспортивной и игровой сфере – не новшество. Исследователь Горностаев написал статью о путях проникновения и стилистическом варьировании англицизмов сферы игровой индустрии в современном

⁵⁷ UX-дизайн – это процесс повышения удовлетворенности пользователя за счет юзабилити, доступности

русском языке.⁵⁸ И в этой статье автор говорит о том, что все неологизмы сферы компьютерных игр являются англицизмами и образованы с помощью калькирования. В связи с тем, что журнал GG (по описанной в 1 главе типологии Реснянской данный журнал относится к типа «не для всех, не обо всем») сделан для аудитории, которая имеет непосредственное отношение к играм, использованные названия рубрик будут им понятны.

Конструкция журнала удобна и представляет собой склейку, которая не будет рассыпаться в руках, мяться, как это могло бы быть с тонким журналом на скрепках либо без крепления вовсе. Его можно сохранить на память о мероприятии или же для повторного прочтения содержащегося в нем материала.

⁵⁸ Горностаев С.В. Пути проникновения и стилистическое варьирование англицизмов сферы игровой индустрии. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/puti-proniknoveniya-i-stilisticheskoe-varirovanie-anglitsizmov-sfery-igrovoy-industrii-v-sovremennom-russkom-yazyke>

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В исследовании обосновывается необходимость создания современного издания о компьютерных играх и киберспорте нового образца, который бы отличался от существующих в мире, стал бы отраслевым журналом, который распространяется на всевозможных мероприятиях и соревнованиях, посвященных компьютерным играм.

Во-первых, была рассмотрена общая типология периодических изданий. Было выяснено, что их существует большое количество, но исследования в этой сфере не являются окончательными, как говорит Л. С. Реснянская. Из всех существующих типологий были приняты во внимание типологии Корконосенко, Засурского, Акопова, Реснянской и другие. Далее мы пришли к выводу, что журнал, который мы сконструировали, попадает под категорию досуговых журналов. Разобрали, что такое досуговый журнал и попытались понять, почему досуговый журнал и развлекательный – не одно и то же. В связи с этим был рассмотрен учебник «Журналистика сферы досуга» под редакцией Л. Р. Дускаевой и Н.С. Цветовой, а методика типологического исследования периодических изданий Акопова А. И. Рассмотрев эти две работы мы пришли к выводу, что журнал, проектирование которого мы запланировали, не подходит не под один из типов, хотя и относится к досуговой журналистике.

Для дальнейшего определения типа будущего издания мы проанализировали несколько статей об игровой индустрии и гейм-журналистике и пришли к выводу, что эта сфера плохо исследована в России и не так развита, как на Западе. Нами была предпринята попытка самостоятельно определить, что такое гейм-журналистика и что она освещает.

На наш взгляд, современное игровое издание не должно быть подобным тем изданиям, которые уже функционируют на рынке, а должно освещать более широкий круг тем. Так было решено создать журнал,

который бы освещал киберспортивную и игровую индустрии как часть культуры.

Журнал GG, который мы сконструировали, состоит из трех разделов и включает в себя социальную, спортивную и развлекательную журналистику. В ходе исследования мы также провели опрос и определили недостатки существующих изданий и аудиторию нового журнала.

Специфика визуальной организации получившегося издания заключается в преобладании визуального комплекса над текстовым. В большинстве существующих журналов так и происходит, однако в нашем издании было решено избавиться от визуального шума и более тщательно подойти к визуальной организации разворотов.

Когда мы говорим о визуальном комплексе гейм-изданий, то речь идет о красочных иллюстрациях, крупной инфографике, качественной типографике. В ходе исследования мы выяснили, что наличие инфографики – признак современного издания. В нашем случае ее наличие необходимо в разделе, посвященном киберспорту. Мы рассмотрели достаточное количество статей и книг по дизайну, чтобы утверждать, что для современного издания шрифт особенно важен с точки зрения удобочитаемости.

Также в данном исследовании обоснована связь тематической концепции и конструкции издания, описан выбор тех или иных средств при создании композиционно-графической модели.

Проведенное нами исследование обладает не только теоретической значимостью. С практической точки зрения мы создали журнал, который соответствует всем тенденциям, отвечает запросам аудитории, сможет расширить ее кругозор и помочь читателю по-новому взглянуть на сферу его интересов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов). Иркутск: Изд-во Иркутского университета, 1985. 95 с.
2. Александрова Е. М. Креолизованный мем как новая форма бытования анекдотов. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/kreolizovannyu-mem-kak-novaya-forma-bytovaniya-yazykovyh-anekdotov>
3. Ганеева А. Б. Презренная журналистика: особенности светской и желтой журналистики. Уфа, 2000. 47с.
4. Головин Ю.А. Журнальная периодика: типологические характеристики, URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/zhurnalnaya-periodika-tipologicheskie-harakteristiki>
5. Гришин О.Е., Д.А. Иглин Компьютерные игры как элемент политической культуры и коммуникации. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/kompyuternye-igry-kak-element-massovoy-politicheskoy-kultury-i-kommunikatsii>
6. Дизайн и верстка. URL: <http://aspectrum.ru/uslugi/dizajn-i-verstka.html>
7. Журналистика сферы досуга : учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. — СПб. : Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. — 304 с.
8. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для вузов – М.: Аспект Пресс, 2004. 287 с.
9. Корнилов Е. А., Дядюшенко, В. С., Газета на бульваре, 1997., С. 107-109
10. Крам Р. Инфографика. Визуальное представление данных / пер. с англ. О. Сивченко. СПб, 2015. 28 с.
11. Крам Р. Инфографика. Визуальное представление данных / пер. с англ. О. Сивченко. СПб, 2015. С. 28.
12. Кричевский В. «Идеальный дизайн». М, 2012. 64 с.
13. Кричевский В. Г. Типографика в терминах и образах. М., 2000.

14. Огурцов А.П., В. Л. Абушенко, Типология. URL: <http://gtmarket.ru/concepts/6846>
15. Периодическая печать // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона : в 86 т. (82 т. и 4 доп.). — СПб., 1890—1907.
16. Рева Е.К. Особенности инфографики в журналах «Русский репортер» и «Эксперт», URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/osobennosti-infografiki-v-zhurnalakh-russkiy-reportyor-i-ekspert-1>
17. Редакторская подготовка изданий: Учебник / Антонова С.Г., Васильев В.И., Жарков И.А., Коланькова О.В., Ленский Б.В., Рябина Н.З., Соловьев В.И.; Под общ. ред. Антоновой С.Г., д.ф.н. - М.: Издательство МГУП, 2002. 468 с.
18. Реснянская Л. Общероссийские газетные издания // Вестник МГУ. Сер. Журналистика. 2000. № 4. С. 3 - 14.
19. Рудер Э. Типографика. Руководство по оформлению. М., 1982.
20. Рэнд П. Дизайн: форма и хаос / П. Рэнд. – М.: Издательство студии Артемия Лебедева, 2013. – 244 с.
21. Симакова С.И. Инфографика как способ организации журналистского контента, URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/infografika-kak-sposob-vizualizatsii-zhurnalistского-kontenta>
22. Система средств массовой информации России: Учебное пособие для вузов/Под ред. Я. Н. Засурского. -- М.: Аспект Пресс, 2001. 259 с
23. Смирнова Е.А. «Инфографика в системе журналистских жанров», URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/infografika-v-sisteme-zhurnalistских-zhanrov>
24. Соловьев В.И., Рябина Н.З., Редакторская подготовка периодических изданий, URL: <http://www.hi-edu.ru/e-books/RedPodgotPeriodIzd/cont.htm>
25. Тарасенко П. Н. Роль и место инфографики на сайтах испанских интернет-СМИ. URL: https://lomonosovmsu.ru/archive/Lomonosov_2011/1213/2830_b92a.pdf

26. Тармаева В. И. Компьютерные игры и игровая журналистика. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/kompyuternye-igry-i-igrovaya-zhurnalistika>
27. Типология периодической печати / под ред. Я.Н. Засурского. М.: Изд-во МГУ, 1995.
28. Феличи Дж., Типографика: шрифт, верстка, дизайн: Пер. С англ. – 2-е изд., перераб. И доп. – СПб.: БХВ- Петербург, 2014., С. 154.
29. Фрост К. Дизайн газет и журналов / К. Фрост. – М.: Школа издательского и медиа бизнеса, 2008. – 232 с.
30. Цыпленков К. Лицо газеты М, 1963. 159 с.
31. Чихольд Я. Новая типографика. М, 2011. 242 с.
32. Чихольд Я. Облик книги. М, 1999. 242 с.
33. Шевченко В. Э. Визуальная идентификация современного журнала, URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/vizualnaya-identifikatsiya-sovremennogo-zhurnala>
34. Шестеркина Л. П., Белова М. Н. Универсальная журналистика: учебник для вузов, - М.: Издательство «Аспект Пресс», 2016. – 480 с.
35. Шкондин М.В. Типология периодической печати. М., 1995. 236 с.
36. Mark Smiciklas (2012). The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audience.

ИСТОЧНИКИ

1. Журнал «Игромания», URL:
<https://www.igromania.ru/magazines/2018/>
2. Журнал «Страна игр», URL: <https://vk.com/stranaigr>
3. Журнал «Шпиль!», URL: <http://shpil.com/>
4. Журнал «GamePro», URL: www.gamepro.com
5. Журнал «PC gamer», URL: <https://www.pcgamer.com/>
6. Словарь методических терминов – компьютерная игра.
<http://gramota.ru/slovari/dic/?az=x&word=компьютерная+игра>
7. Федерация компьютерного спорта в России. Устав общероссийской общественной организации «Федерация компьютерного спорта России», URL: <https://fcs.moscow/>
8. Редактирование иллюстраций, URL:
http://www.xliby.ru/tehnicheckie_nauki/tehnologija_redakcionno_izdatelskogo_processa/p8.php
9. Терминология дизайна, URL:
<https://www.paratype.ru/help/term/terms.asp?code=225>
10. Терминологический словарь, URL:
http://scepsis.net/library/id_646.html
11. Функции иллюстраций в изданиях и их редактирование, URL:
http://knowledge.allbest.ru/journalism/2c0a65625b2ac69b5c53a88521216c6_0.html
12. Композиция газетной полосы, URL:
<http://compuart.ru/article/16440>
13. Большой энциклопедический словарь, URL:
http://slovonline.ru/slovar_etc/
14. Журнал «PC игры», выпуски №1-12 от 2012 года

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1



Приложение 2



Приложение 3

ВОПРОСЫ ОТВЕТЫ 31

Журналы о компьютерных играх

Привет! Сейчас я пишу дипломную работу, главная цель которой - создать современный журнал о компьютерных играх, который теоретически мог бы распространяться на киберспортивных соревнованиях или фестивалях компьютерных игр. Спасибо за помощь в моем исследовании!

Возраст *

менее 17

17-20

21-25

26-35

более 35

Пол *

Женский

Мужской

Посещали ли Вы / хотели бы посетить киберспортивные соревнования, фестивали и прочие мероприятия, посвященные компьютерным играм и киберспорту? *

Да

Нет

Каким образом Вы чаще всего узнаете новости из мира компьютерных игр? *

Специализированные сайты

Социальные сети

Журналы

Рассылка по e-mail

Не интересуюсь

Другое...

...

Что Вам интересно из перечисленного ? *

Интервью с популярными игроками

Обзоры на новые игры

Обзоры новых гаджетов и техники

Фоторепортажи с мероприятий

Интересные факты

Инфографика

Другое...

☰
Какие журналы Вы читали или читаете на данный момент? *

Игромания



PC Gamer



GamePRO



Страна игр



☰
Насколько информативными и интересными Вы считаете существующие журналы о компьютерных играх? (оцените по шкале от 1 до 5) *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Насколько удобными и современными с точки зрения внешнего облика Вы считаете существующие журналы о компьютерных играх? (оцените по шкале от 1 до 5) *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

☰
Чем мог бы привлечь Вас журнал о компьютерных играх? *

- наличие лимитированных промокодов
- дизайн
- уникальные интервью и репортажи
- обзоры новинок
- Другое...

Приложение 4

Рис. 1

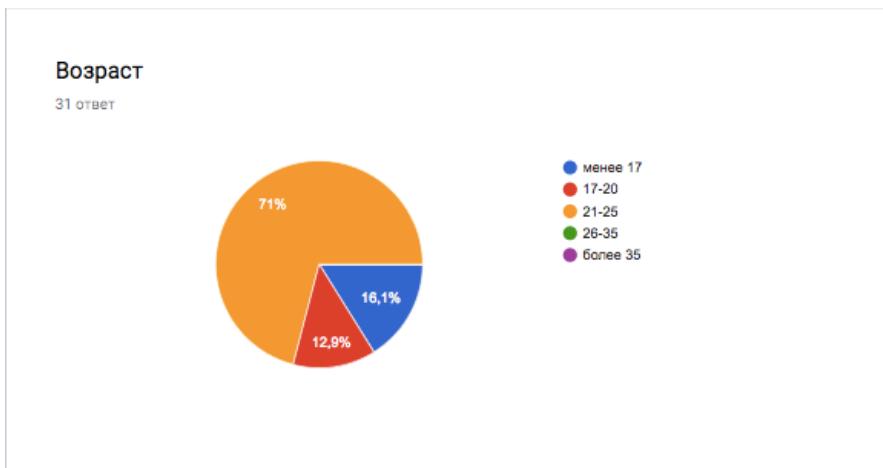


Рис. 2

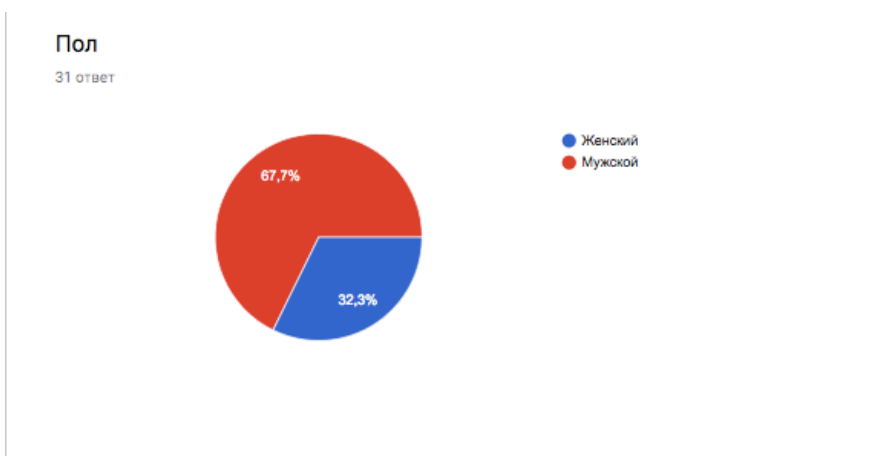


Рис. 3



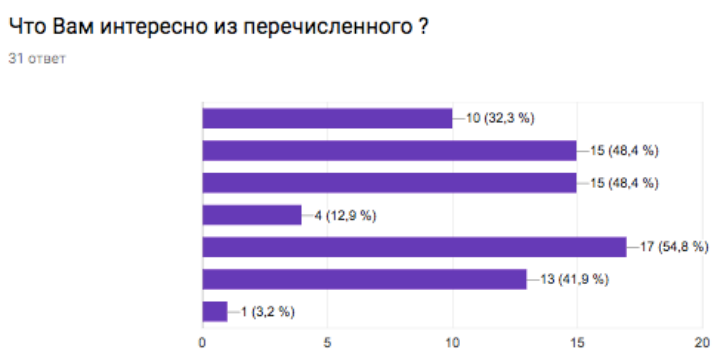
Рис. 4



Рис. 5



Рис. 6



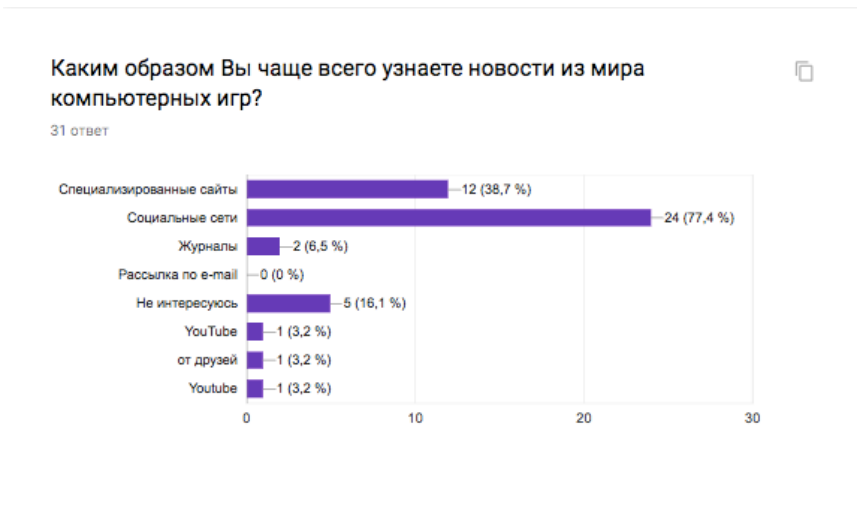
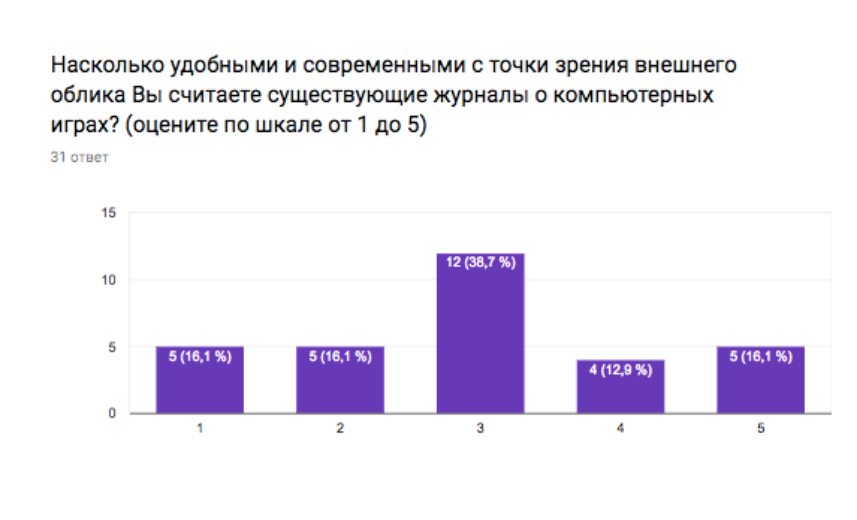


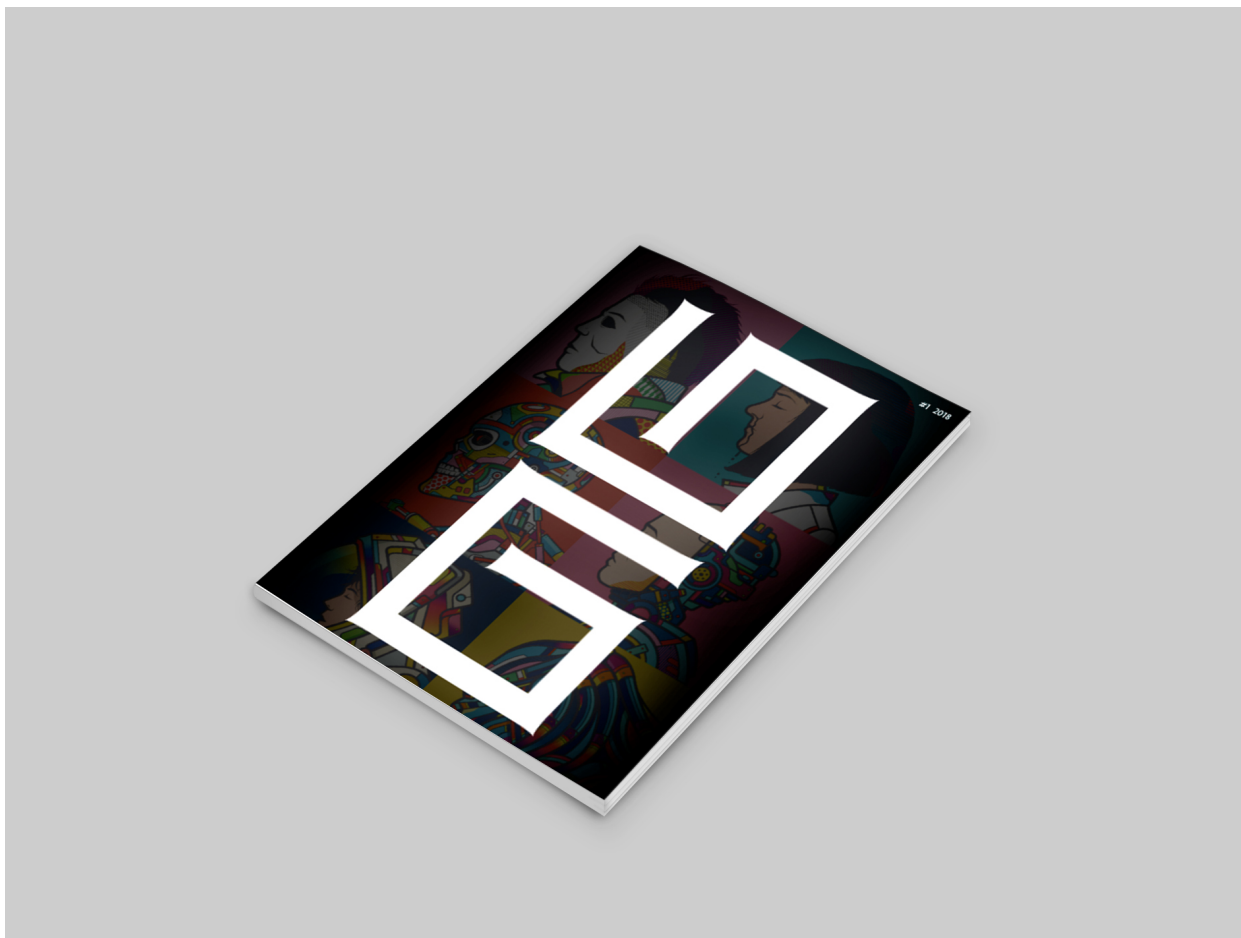
Рис.7



Рис. 8

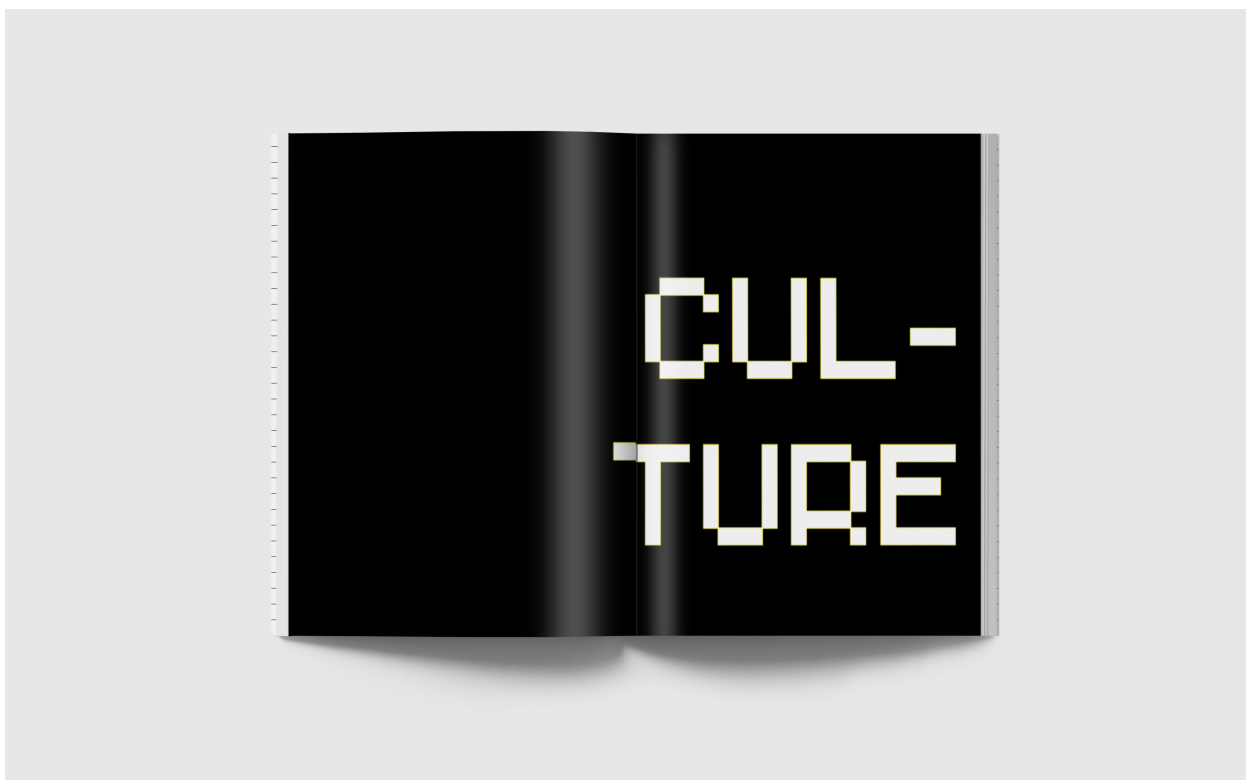


Приложение 5





Приложение 6



НЕ ГЕНИАЛЬНЫЙ ФИЛЬМ, НО ФИЛЬМ ГЕНИЯ

Американский режиссер Уолтер Биллигуд, с его наглядно срежиссированными фанатскими



В русском прокате вышедший «Горюху» пролетит мимо. Скорее всего, фильм Биллигуда и не увидят, а потому для нас это будет фильм, который придет к нам в виде игровой приставки, вышедшей в 2018 году, а не в виде фильма. Биллигуд — режиссер, который умеет делать фильмы, которые хочется смотреть. Это не значит, что Биллигуд — гениальный режиссер, но это значит, что он умеет делать фильмы, которые хочется смотреть. Это не значит, что Биллигуд — гениальный режиссер, но это значит, что он умеет делать фильмы, которые хочется смотреть.

На улицах и площадях, в пустынях и морях, солнечных системах и джунглях ОА-518 можно встретить Кири Конга и Мозадоулу, Фредди Крогера и Стального гиганта, Робобота и Чаки...

10
11

ЗА КУЛИСАМИ: КРАТКАЯ ИСТОРИЯ THE SIMS



В 1997 году Тим Пап, создатель игры Sims, получил свой первый игровой контракт от Electronic Arts. Ему пришлось разработать сюжетные игры, а не просто симуляторы. В Sims Пап решил сделать игру, которая будет интересна не только геймерам, но и людям, которые не играют в игры. Он решил сделать игру, которая будет интересна не только геймерам, но и людям, которые не играют в игры.

1998
Выход первой части игры The Sims

2018
Появление оригинала, вышедшего для игры The Sims

15

Концепция Lingo была проработана достаточно долго Лисовым еще в 2004 году. Сначала игра не была разработана специально



Евгений Лисов, автор статьи

Организации и его название было выбрано в честь Поля Равенча, организатора знаменитой игры. Равенча, в которую входили два персонажа — инструкторы, совершенно инвентаризированные. Согласно заданию Лисов создавал инвентаризированные персонажи, давая им названия, давая им названия, давая им названия.

В начале с набросков сеттинга, без самого персонажа. С первого рисунка в голове, что придумал что-то особенное. — Были мысли о том, чтобы использовать инвентаризированных персонажей, инвентаризированных персонажей, инвентаризированных персонажей. — Были мысли о том, чтобы использовать инвентаризированных персонажей, инвентаризированных персонажей, инвентаризированных персонажей.



Сюжет игры проходил по сюжету, который давал Лисов. Сюжет проходил по сюжету, который давал Лисов. Сюжет проходил по сюжету, который давал Лисов.

Концепция игры проходила по сюжету, который давал Лисов. Концепция игры проходила по сюжету, который давал Лисов. Концепция игры проходила по сюжету, который давал Лисов.

Концепция игры проходила по сюжету, который давал Лисов. Концепция игры проходила по сюжету, который давал Лисов. Концепция игры проходила по сюжету, который давал Лисов.

Концепция игры проходила по сюжету, который давал Лисов. Концепция игры проходила по сюжету, который давал Лисов. Концепция игры проходила по сюжету, который давал Лисов.

