Никита Александрович Чумаченко

Санкт-Петербургский государственный университет

st065864@student.spbu.ru

**Идеологическая трансформация игровой журналистики через образ геймера**

Рассматриваются перемены идеологического курса игровой журналистики в мировой практике. Выделяются периоды, в которые социальная обстановка заставляет игровую журналистику менять отношение к целевой аудитории. Делаются выводы о том, каким образом можно проследить идеологию игровых СМИ через создаваемый ими образ геймера.

Ключевые слова: геймеры, игровая журналистика, идеология, субкультура, интернет, конфликт.

Игровая журналистика имеет собственную нишевую аудиторию – геймеров, поддерживающих свою субкультуру. У этого сообщества, как и у многих других, есть определенные идеологические убеждения, которые являются если не унифицированными, то схожими для всех представителей аудитории; эта идентичность сформировалась, в частности, как реакция на неприязнь социума к геймерской субкультуре и ее носителям в 1990-х и 00-х гг. [2].

По этой причине перед редакциями СМИ о видеоиграх стоит выбор – соответствовать идеологическому компасу геймеров или пытаться его формировать. На различных этапах развития (и в зависимости от национальных особенностей) игровой журналистики подход к этому вопросу кардинально менялся: от поддержки мнимых представлений об асоциальности через создание образа «закрытого клуба» новейшей субкультуры до полного отчуждения от идентичности геймеров и порицания идеологических взглядов и образа жизни аудитории [3]. Такие перемены в отношении редакций к своим читателям и зрителям связаны, в числе прочего, с изменением идеологического курса самих изданий.

Наиболее наглядно это можно проследить в практике игровых СМИ США начала 2010-х гг. Прежде такие сайты, как IGN, Kotaku и Polygon, открыто говорили о политике лишь в случаях, когда видеоигры оказывались в центре политического скандала или моральной паники. Однако в начале века все чаще появляются публикации, посвященные политико-идеологическим вопросам о толерантности, социальной справедливости и т. д. Новый идеологический курс прямо противоречит ранее выработанным ориентирам на «игры вне политики» и «закрытый клуб». В 2014 году динамика обновления вылилась в прямое идеологическое и культурное столкновение между так называемыми игровыми журналистами и их аудиторией, которое получило название по хэштегу в социальных сетях – «геймергейт» [1].

Таким образом, можно говорить о том, что возник второй виток социального отчуждения в субкультуре геймеров. Различие заключается в том, что ранее стереотипный образ игрока создавался и усиливался игровой журналистикой, теперь же СМИ явно пытаются его разрушить. Одним из идеологических направлений игровой журналистики становится противостояние крепнущей идентичности геймеров, о которой шла речь выше, и осуждение связанного с ней радикального поведения.

Литература

1. Braithwaite A. It’s about ethics in games journalism? Gamergaters and geek masculinity // Social Media + Society. 2016. Vol. 2. No 4. URL: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305116672484.

2. Kowert R., Martel A., Swann B. Not just a game: Identity fusion and extremism in gaming cultures // Frontiers in Communication. 2022. 17 Oct. URL: https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fcomm.2022.1007128/full.

3. Nieborg D. B., Sihvonen T. The new gatekeepers: The occupational ideology of game journalism // Breaking new ground: Innovation in games, play, practice and theory. Proceedings of DiGRA 2009. URL: https://www.gamespace.nl/content/NieborgSihvonen09\_TheNewGatekeepers.pdf.