

## ФОРМАТЫ ИНТЕРАКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С АУДИТОРИЕЙ В ИГРОВЫХ МЕДИА (НА ПРИМЕРЕ «ИГРОМАНИЯ.РУ»)

Коданина А.Л., Петрова Е.Д.

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

[kodanina@gmail.com](mailto:kodanina@gmail.com), [yuracoward@yandex.ru](mailto:yuracoward@yandex.ru)

Налаживание прочных коммуникационных связей с аудиторией сегодня служит важной предпосылкой успешного позиционирования СМИ на информационном рынке, достижения запланированных творческих и коммерческих результатов, напрямую зависящих от вовлеченности и лояльности целевой аудитории средству массовой информации. Особое значение взаимодействие с аудиторией приобретает для интернет-ресурсов, в арсенале которых — богатый перечень методов и приемов, постоянно пополняемый журналистами-практиками.

Принцип интерактивности (от английского *interaction* — взаимодействие) — это популярный и вполне закономерный способ общения между читателем и СМИ, который предполагает не только обратную связь между потребителем информации и автором информации, но и открывает для аудитории возможности воздействовать на медиа в реальном времени. Рассмотрим оригинальные форматы интерактивного взаимодействия СМИ с собственной аудиторией на примере издания «Игромания.ру», посвященного компьютерным играм.

Ранее к вопросу интерактивной интернет-коммуникации СМИ с аудиторией обращалась М. Г. Шилина [3], отмечая уникальные характеристики Сети как площадки для взаимодействия. Согласно утверждению Калмыкова А. А. [2 С. 49], с помощью гипертекстуальности и интерактивности интернет-СМИ реализуют диалоговую парадигму вместо вещательной.

Важно заметить, что на протяжении свыше двадцати лет (с 1997 по 2018 гг.) «Игромания» существовала в журнальном формате, позиционируя себя в первую очередь как печатное СМИ. Сопутствующие интернет-ресурсы служили лишь его дополнением, однако постепенно, со второй половины 2010-х годов, электронный формат издания стал играть первостепенную роль, наращивая и укрепляя свое значение.

Отметим, что во время существования печатной версии журнала для установления контакта с читателем редакция издания реализовывала различные идеи: поклонникам журнала предлагалось заполнить анкету, рассказать о себе и своих игровых предпочтениях. Регулярно проводились конкурсы, рассчитывавшие на эрудицию, внимательность и творческий талант читателя. Публиковались рейтинги игр, составленные фанатами «Игромании». Журнал всячески поощрял возникновение у аудитории ощущения собственной причастности происходящему. При этом основное взаимодействие «Игромании» с аудиторией происходило через почтовую корреспонденцию.

Можно ли назвать подобный метод коммуникации интерактивным? Безусловно, читатель мог общаться с авторами журнала и влиять на некоторые публикуемые материалы, выигрывать призы в конкурсах, задавать вопросы и получать ответы. Однако подобный способ взаимодействия существенно проигрывает современным интерактивным методам и приемам, реализуемым на площадках интернет-СМИ. В первую очередь, их характеризует моментальность обратной связи, которая может осуществляться буквально в режиме онлайн, и многообразие коммуникационных возможностей мультимедийной интернет-площадки.

В самом деле, страницы печатного журнала статичны, изображения на полосах ограничены палитрой типографических красок. На бумаге невозможно воспроизвести звук или проиграть видеоролик, написать комментарий и увидеть реакцию другого

человека на него. Принцип интерактивности предполагает мгновенную и видимую отдачу, что успешно реализуется через сеть Интернет.

Сегодня основной платформой «Игромании» является вебсайт издания (Igromania.ru). Как уже было замечено, в начале он играл вспомогательную роль, заключающуюся в продвижении и исследовании аудитории. Со временем сайт стал самостоятельной новостной платформой с отдельным редакционным составом: в 2006 году там появилась рубрика рецензий, отличающаяся от той, что была в журнале. Решение о расширении платформ повлекло за собой создание электронной версии журнала и обновление функционала и дизайна сайта.

Современный интерфейс, контент и сервисное наполнение сайт Igromania.ru получил в 2017 году, после проведенной модернизации программного обеспечения и редизайна. Сегодня медиаресурс служит заметным явлением на рынке не только российских, но и европейских игровых СМИ. На октябрь 2021 г. месячное количество посетителей сайта оценивается в 2 587 855 человек [4].

Как и любая другая веб-страница, главная страница «Игромании» отображает множество интерактивных медиафайлов: изображения, гиперссылки, видеоролики, кнопки-слайдеры, меню навигации, иконки и виджеты социальных сетей, строку поиска и другие. Каждая новость занимает отдельную страницу на сайте со своим уникальным адресом. При взаимодействии с новостью читатель может совершить несколько действий: кроме одностороннего получения информации посетитель сайта также может добавить новость в избранное (тем самым отметив ее качество или сохранив ее для чтения в будущем), поделиться новостью в различных социальных сетях, сообщить авторам об ошибке в тексте (для этого требуется выделить фрагмент с ошибкой и нажать на появившуюся кнопку), а также прокомментировать новость и поставить оценки («палец вверх» или «палец вниз» в знак согласия или несогласия) комментариям других пользователей.

Для комментирования пользователю необходимо зарегистрироваться, а позже авторизоваться на сайте. Зарегистрированный пользователь может редактировать собственный аккаунт в соответствии с собственными предпочтениями, например, выбрать никнейм или аватар по своему вкусу.

На главной странице присутствует рубрика LIVE, по клику на которую открывается страница со встроенным проигрывателем трансляции с канала «Игромании» на сайте Twitch. Посетителям «Игромании» даже не требуется заходить непосредственно на Twitch, чтобы посмотреть видео или поучаствовать в обсуждении в чате — это можно делать прямо на странице.

С 2013 года «Игромания» регулярно стала проводить трансляции на сайте Twitch. Стримы (трансляции) проходят ежедневно по несколько раз в день и подразумевают активное общение аудитории в процессе трансляции как с ведущим стрима, так и друг с другом. Кроме того, существует возможность финансово поощрять стримера и присылать ему пожертвования — «донаты».

Просмотр стрима и сопутствующее ему общение укрепляют у зрителей чувство сопричастности происходящему [1 С. 462], что повышает значимость трансляции, настраивает аудиторию на доброжелательный лад, формирует стремление оставаться как можно дольше в обществе любимых персонажей, при этом внося свою лепту в разворачиваемом в режиме онлайн действе.

Как и большинство других онлайн-СМИ, посвященных видеоиграм, «Игромания» носит кроссплатформенный характер. Редакция издания ведет аккаунты в социальных сетях (Twitter, Instagram), управляет тематическими сообществами (VK, Facebook, Reddit), занимается рассылкой дайджеста новостей на электронную почту и мессенджеры (WhatsApp, Viber, Telegram), размещает видеоролики и проводит трансляции на видеохостингах (YouTube, Twitch).

Канал на платформе YouTube был создан «Игроманией» в 2011 году и сегодня насчитывает 2,13 млн. подписчиков. Среднее число просмотров роликов — около 100 тысяч, но может быть больше или меньше в зависимости от темы. На сегодня абсолютный рекордсмен по количеству просмотров набрал 7 803 472 просмотра и 3 395 комментария. Можно констатировать, что популярность канала среди аудитории довольно высока, равно как и интерес к обмену мнениями, что свидетельствует о внушительной вовлеченности зрителей, интересующихся видеоиграми.

Группа «Игромании» в социальной сети VK появилась в 2007 году и сегодня насчитывает 625 151 участников. В разделе обсуждений постоянно фигурирует несколько десятков тем, интерес к которым подогревается посредством дискуссий и пользовательских опросов. Например, в обсуждении «PC vs Xbox 360 vs PS3. Раунд ноль. Holywar» фанаты группы оставили рекордные 90 662 комментария. Кроме того, участникам группы предлагается делиться своими достижениями в компьютерных играх, фотографиями, рисунками. Интерактивный характер взаимодействия предполагает также активное участие в различных конкурсах и викторинах, объявляемых в комьюнити. Участник группы может и сам проявить инициативу, связавшись с администраторами и предложив свою идею.

Важно также упомянуть интернет-форум «Игромании» (Forum.igromania.ru), который сегодня хоть и менее популярен, чем во времена жизни печатной версии журнала, но все-таки предоставляет дружественную альтернативную площадку для неформального общения, обмена опытом и поиска единомышленников.

Таким образом, видим, что для игровых изданий переход в диджитал-пространство оказался вполне закономерным и ожидаемым, учитывая развитие технологий и сам характер обзора игрового материала. В отличие от кино и литературы, видеоигры предполагают не только просмотр или прочтение, но и непосредственное участие зрителя в процессе игры. В интернете, где все построено на взаимодействии с различными элементами интерфейса сайта и коммуникацией с другими людьми, создавать материалы о видеоиграх оказалось гораздо эффективнее. С помощью широкого спектра возможностей, которые предоставляет интернет (как способ коммуникации, и как особое пространство), игровые журналы успешно внедряют формат интерактивного общения со своей целевой аудиторией. Думается, что в дальнейшем креативный и коммуникационный потенциал взаимодействия с аудиторией будет только расти.

### **Список литературы:**

1. Зиновьева Н. А. Игровые стримы и летсплеи: перспективы социологического анализа // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. Т. 13. Вып. 4. С. 460–475. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.407>
2. Калмыков А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков ; науч. ред. В. С. Хелемендик. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016.
3. Шилина М. Г. Интернет-коммуникация и теоретические аспекты исследований масс-медиа // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2011 г, №4. URL: <http://www.mediascope.ru/node/972> (дата обращения: 20.10.2021).
4. Рейтинг — Развлечения и отдых / Компьютерные игры [Электронный ресурс]. URL : <https://top100.rambler.ru/navi?categoryId=1050&page=1&subcategoryId=1060&resourceId=117065#117065> (дата обращения: 25.10.2021).