

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

ТОПОРКОВА Яна Сергеевна

Дизайн игровых изданий: российский и зарубежный опыт

Профиль магистратуры – «Медиадизайн»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель –
доктор политических наук,
профессор И. Н. Блохин

Вх. № _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|------------|
| ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| ГЛАВА 1 | 7 |
| ОСОБЕННОСТИ ДИЗАЙНА ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ, ПОСВЯЩЕННЫХ КОМПЬЮТЕРНЫМ ИГРАМ | 7 |
| 1.1. КОМПЬЮТЕРНАЯ ИГРА И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ВОСПРИЯТИЯ | 7 |
| 1.2. ГЕЙМ-ЖУРНАЛИСТИКА: ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ И ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ | 155 |
| 1.3. ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В СМИ: ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ, ЕГО ФУНКЦИИ И СОСТАВЛЯЮЩИЕ | 211 |
| 1.3.1. Шрифтовое оформление | 266 |
| 1.3.2. Цветовое оформление | 311 |
| 1.3.3. Изображение | 355 |
| 1.3.4. Композиция | 433 |
| ГЛАВА 2 | 522 |
| АНАЛИЗ ДИЗАЙНА ЖУРНАЛОВ «ИГРОМАНИЯ» И «PC GAMER» | 522 |
| 2.1. ЖАНРОВАЯ СТРУКТУРА ЖУРНАЛОВ «ИГРОМАНИЯ» И «PC GAMER» | 522 |
| 2.2. ДИЗАЙН ЖУРНАЛОВ «ИГРОМАНИЯ» И «PC GAMER» | 633 |
| 2.3. АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ОПРОСА | 966 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 104 |
| СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ | 109 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ | 114 |

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы данной работы обусловлена тем, что на сегодняшний день индустрия компьютерных игр стремительно развивается, несмотря на то, что в ней по-прежнему нет стабильности. Появление нового поколения игровых приставок, чувствительных к движениям игровых контроллеров, шлема виртуальной реальности и других технологий теоретически способно возвести процесс игры, а также ее восприятие на новый уровень. В условиях подобных изменений интерес представляет то, как преподносится информация на страницах печатных изданий о видеоиграх и насколько они соответствуют вкусам, требованиям и ожиданиям игроков. Данную проблему, несомненно, обостряет активное развитие онлайн-журналистики, наличие множества интернет-порталов, освещающих компьютерные игры, например, «IGN», «Канобу», «Absolute Games», и сервисов, где пользователь может не только приобрести игры, но и поделиться своим мнением о них, а также ознакомиться с отзывами и оценками остальных игроков («Steam»). Стоит отметить, в том числе, и то, что на сегодняшний день существует множество так называемых летсплееров – людей, которые записывают и выкладывают в Интернет собственные прохождения игр в реальном времени, включающие их комментарии. Для многих игроков предпочтительнее и удобнее один раз увидеть и решить, стоит ли играть в игру, чем прочитать о ней в журнале. Поэтому важно понять, как печатные издания о видеоиграх пытаются конкурировать с онлайн-сектором, чем они привлекают и удерживают аудиторию и насколько успешно у них это получается.

Одним из способов привлечь аудиторию является запоминающийся, уникальный дизайн, который, наряду с содержанием материалов, помогал бы эффективно представлять рассказ о компьютерных играх. В контексте развития СМИ о компьютерных играх необходимо проанализировать и

сравнить особенности оформления самого крупного в России журнала данной тематики «Игромания» и популярного зарубежного журнала той же направленности – «PC Gamer». Важно понять, какие сходства и различия есть в дизайне этих изданий и существуют ли общие тенденции в оформлении, характерные для них обоих. Также интересно проверить, как сами игроки, целевая аудитория данных СМИ, оценивают дизайн «Игромании» и «PC Gamer». На данный момент мы не обнаружили научных работ, связанных с анализом дизайна журналов о компьютерных играх, поэтому можно говорить о **новизне** исследования.

Цель работы состоит в анализе и сравнении дизайна журналов «Игромания» и «PC Gamer». Для этого нами поставлены следующие **задачи**:

- определение особенностей компьютерной игры, а также ее восприятия;
- определение понятий «гейм-журналистика» и «игровая журналистика» и описание проблем, стоящих перед ней на сегодняшний день;
- описание подходов к определению понятия «дизайн» и выявление его составляющих;
- анализ и сравнение дизайна журналов «Игромания» и «PC Gamer» за период с января по июнь 2015 года.

Объектом исследования стал дизайн журналов о компьютерных играх.

Предметом данного исследования являются особенности дизайна журналов «Игромания» и «PC Gamer», его функции и компоненты.

Теоретическую базу данного исследования составляют работы российских и зарубежных авторов: Э. Туэмлоу, К. Голомбински и Р. Хаген, Дж. Феличи, Р. Арнхейм, Э. Рудер, Й. Хейзинга, С. И. Галкин, И. Иттен, В. И. Лесняк, И. А. Розенсон, Т. Самара, С. Уэйншенк, К. Элам, С. Г. Корконосенко. Кроме того, были использованы научные статьи по психологии восприятия компьютерных игр и об особенностях видеоигр

(Д. В. Галкин, А. А. Деникин, Н. А. Добровидова, Л. А. Месеняшина и А. А. Селютин, Н. В. Омельченко и др.), а также научные статьи, темой которых являлся дизайн или его элементы (С. И. Симакова, С. В. Федорова, В. Э. Шевченко и др.).

Эмпирическая база исследования: 12 номеров журнала «Игромания» и «PC Gamer», а также результаты опроса, проведенного среди геймеров – целевой аудитории данных журналов.

В ходе исследования применялись такие **методы**, как анализ теоретических источников, структурный анализ материалов журнала, жанровый анализ, сравнение, метод аналогии, опрос аудитории.

Апробация отдельных положений магистерской диссертации прошла на конференции «Медиа в современном мире. Молодые исследователи» 2016 года. В рамках данной конференции автором работы были представлены тезисы на тему «Шрифтовое оформление журнала “Игромания”» и на их основе проведено выступление.

Структура работы включает введение, две главы, заключение, список литературы и приложение.

Положения, выносимые на защиту:

1. В журналах «Игромания» и «PC Gamer» не соблюдается единство оформления.
2. При имеющихся различиях, обоим изданиям присущи общие недостатки, связанные с подходом к организации различных элементов на полосе, шрифтовым оформлением, использованием цвета и изображений.
3. Многие геймеры в наши дни предпочитают получать информацию о видеоиграх из видеообзоров и электронных источников.
4. Дизайн не является определяющим фактором при выборе печатного журнала, более того, по мнению опрошенных, на

сегодняшний день существует не так много факторов привлекательности печатных изданий.

5. В целом большинство опрошенных игроков устраивает дизайн обоих журналов.

ГЛАВА 1.

ОСОБЕННОСТИ ДИЗАЙНА ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ, ПОСВЯЩЕННЫХ КОМПЬЮТЕРНЫМ ИГРАМ

1.1. КОМПЬЮТЕРНАЯ ИГРА И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ВОСПРИЯТИЯ

Для начала представляется необходимым дать определение понятию «компьютерная игра».

Согласно исследователю А. А. Деникину, компьютерная игра – «программное обеспечение, работающее на специальном оборудовании (компьютере, игровой консоли, портативном электронном аппарате), служащее для организации игрового процесса (геймплея), связи с партнерами по игре или само выступающее в качестве партнера»¹. Стоит отметить, что А. А. Деникин использует термин «видеоигра», который, являясь прямым переводом англоязычного термина «video game», в русском языке может носить разное значение. Нередко данный термин используется для отделения игр для приставок от игр для персональных компьютеров. В данной работе под «видеоигрой» мы будем понимать любую электронную игру, независимо от платформы.

Понять, что такое игра, мы можем, в том числе, определив ее особенности. Так, в работе «Game design concepts: An experiment in game design and teaching» выделяются следующие элементы, характерные для игры:

- игра – это действие;
- в ней присутствуют правила, конфликт, цели;
- игра связана с принятием решений;
- игры искусственно созданы и находятся за пределами обычной жизни;

¹ Деникин А. А. Могут ли видеоигры быть искусством? // Международный журнал исследований культуры. 2013. № 2 (11). С. 90.

- у игроков нет материальной цели;
- игры добровольны;
- имеют непредсказуемый результат;
- игры – это симуляция или репрезентация чего-то реально существующего, во что они заставляют поверить;
- игры нерациональны: их правила таковы, что игроку нельзя достигнуть цели наиболее рациональными способами;
- в играх есть система;
- игра – вид искусства¹.

Стоит отметить, что многие из перечисленных особенностей соотносятся с признаками игры, которые выделил голландский культуролог, философ и историк Й. Хейзинга в своем труде «Homo Ludens». Игра рассматривается в нем как явление культуры, более того, автор подчеркивает, что игра старше культуры, потому как понятие культуры связано с человеческим обществом, а основные черты игр содержатся в играх животных². Й. Хейзинга формулирует такие признаки игры:

- игра – это несерьезность;
- игра – свободная деятельность, осознаваемая как ненастоящая;
- замкнутость (разыгрывается в определенных границах времени и места, обособляется от обычной жизни);
- игра подразумевает наличие определенных правил и формирует некое игровое сообщество³.

Как мы видим, подобными признаками можно с уверенностью наделить и компьютерные игры при их описании.

¹ Schreiber I. Game design concepts: An experiment in game design and teaching. URL: <http://gamedesignconcepts.pbworks.com/f/Game+Design+Concepts+-+An+experiment+in+game+design+and+teaching.pdf>.

² Хейзинга Й. Homo Ludens. Человек играющий / Сост., предисл. и пер. с нидерл. Д. В. Сильвестрова; Коммент., указатель Д. Э. Харитоновича. СПб.: Издательство Ивана Лимбаха, 2011. С. 22.

³ Там же. С. 28-39.

Стоит отметить, на сегодняшний день нет единого мнения о том, можно ли считать компьютерную игру видом искусства. Так, исследователи Л. А. Месеняшина и А. А. Селютин полагают, что сейчас видеоигры остаются, по большей степени, продуктами массового искусства, являющегося разновидностью коммерческой деятельности, но ничто не препятствует их превращению в высокое искусство, «если и автор(ы), и участники игры готовы к расширению ее познавательных функций и к получению принципиально непредсказуемых результатов»¹. Тем не менее, оценивая выходящие в свет игры, можно довольно четко провести различия между двумя категориями: играми, рассчитанными на массового потребителя и сочетающими в себе популярные на данный момент элементы и сюжеты, а также игры, созданные автором/авторами с целью отразить свое видение мира, ценностные категории, эстетическую систему, наполненные определенной философской составляющей и побуждающие игрока к самопознанию и анализу поднятых этой игрой вопросов. Исследователь Д. В. Галкин также относит игры к разновидности популярного искусства, но отмечает, что компьютерные игры развивались не только в техническом направлении, но и в направлении усложнения их культурного содержания². Исследователь О. С. Потапова полагает, что компьютерные игры – это молодой, быстро развивающийся вид искусства³, а исследователь А. И. Денисова называет их носителями культуры⁴.

На данный момент существует множество видов компьютерных игр, которые можно классифицировать по разным признакам: жанру, платформе, количеству игроков, тематике и так далее. Многие из них (как правило, это в наибольшей степени зависит от жанра) способны отражать существующую

¹ Месеняшина Л. А., Селютин А. А. Компьютерная игра: аттракцион? Искусство? // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2011. Т. 1. № 7. С. 85.

² Галкин Д. В. Компьютерные игры как феномен современной культуры: опыт междисциплинарного исследования // Гуманитарная информатика. 2007. № 3. С. 68.

³ Потапова О. С. Компьютерная игра в пространстве культуры // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2010, № 4 (1). С. 353.

⁴ Денисова А. И. Компьютерные игры как феномен современной культуры // Аналитика культурологии. 2010. №18. С. 18.

реальность или успешно воплощать выдуманную, то есть, можно сказать, делать ее реальной в глазах игрока. В работе «Компьютерные игры как объект культурологического исследования» отмечается: «Наиболее информативными являются те игры, которые максимально близко позволяют соотносить действие на экране с действиями реальными или представлениями конкретного индивида об этих реальных действиях»¹. В некоторых видеоиграх игроку дается возможность повлиять, путем принятия тех или иных решений, на развитие сюжета, окончание игры, другие предоставляют в его распоряжение открытый мир и свободу действий. В результате у многих игроков возникает определенный эффект присутствия, степень которого обусловлена как техническими, так и психологическими аспектами. Так, исследователь О. В. Погожева отмечает, что игровую реальность создает сочетание игровой матрицы и психики игрока, а ее жизнеспособность определяется тем, насколько активно эти два свойства взаимодействуют между собой². А в статье «Особенности эмоциональных состояний подростков, увлекающихся компьютерными играми» сама компьютерная игра названа деятельностью конструирования миров, что означает «процесс создания образа мира в человеческой психике»³.

Как правило, в компьютерной игре представлены свои территории, этические нормы, физические законы, игровой мир имеет собственную историю, в нем действуют определенные экономические, политические законы, существует система наказания (в том числе и за правонарушения) и поощрения и так далее. Мы видим, что все перечисленное также соответствует реальному миру. Потому, познавая виртуальную реальность,

¹ Сухов Г. Е. Компьютерные игры как объект культурологического исследования // Ярославский педагогический вестник. 2006. № 2. С. 19.

² Погожева О. В. Теоретическое обоснование проблемы влияния компьютерных игр на особенности эмоционального реагирования подростков // Научные проблемы гуманитарных исследований. 2008. № 12. С. 41-42.

³ Добровидова Н. А. Особенности эмоциональных состояний подростков, увлекающихся компьютерными играми // Вестник Томского государственного университета. 2009. № 323. С. 316.

игрок погружается в нее, становится не просто наблюдателем, но и активным участником происходящих в игре событий.

Перед рассмотрением типов погружения в игру нам необходимо понять, из чего складывается игровой опыт, как игрок познает игру. В книге «Rules of play: game design fundamentals» выделяются следующие элементы познания игры:

- визуальное изучение;
- слуховое восприятие (сюда входят прослушивание событий игры и звуковых сигналов в ней);
- двигательный ответ;
- концентрация;
- перцептуальные паттерны изучения (понимание структуры самой игры)¹.

Познавая игру, игрок погружается в нее. Э. Адамс в статье «Postmodernism and the Three Types of Immersion» выделяет, соответственно, три вида погружения в виртуальную реальность:

- тактическое, которое наиболее часто встречается во время прохождения игр в жанре «экшен». При подобном погружении более сложные функции мозга по большей части подавляются, а игрок концентрируется на зрительной и моторной деятельности. Для создания такой вовлеченности игроку следует предложить простые задачи, которые можно решить за несколько секунд;
- стратегическое, являющееся интеллектуальным видом вовлеченности в игру. Чтобы погрузить человека в виртуальную реальность подобным образом, ему следует предложить хорошую интеллектуальную задачу. Соответственно, нелогичный сюжет компьютерной игры способен разрушить чувство стратегического погружения;

¹ Salen K., Zimmerman E. Rules of play: game design fundamentals. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2003. P. 2.

- повествовательное. Игрок погружается в повествование, начинает беспокоиться о персонажах, его интересует дальнейшее развитие событий¹.

Существующие на сегодняшний день видеоигры способны вовлечь игрока в виртуальную реальность и одним из вышеперечисленных способов, и всеми тремя. Нельзя, однако, сказать, что жанр игры полностью определяет тип погружения. Например, в «шутере» (жанр видеоигр, который основан на сражениях с использованием огнестрельного или метательного оружия) может быть представлен сложный, хорошо построенный сюжет, а в «квесте» (жанр видеоигр, являющийся интерактивной историей) могут встречаться элементы экшена.

Авторы Ю. Холопайнен и С. Бьорк в книге «Patterns In Game Design» предлагают выделять следующие типы погружения:

- сенсорно-моторное;
- когнитивное;
- эмоциональное;
- пространственное².

Первые три вида соответствуют тем категориям, которые выделил Э. Адамс. Последний же возникает тогда, когда игрок начинает ощущать созданный в игре мир как настоящий. Это именно то, о чем мы говорили выше: виртуальная среда кажется игроку реальной, он ощущает размеры пространства, время и тому подобное.

Мы полагаем, что в погружении игрока в виртуальное пространство немалую роль играют также возможность создать собственного персонажа и вид от первого лица.

В некоторых играх пользователю предоставляется возможность выступить в роли творца: выбрать расу, пол, телосложение, полностью

¹ Adams E. Postmodernism and the Three Types of Immersion // Gamasutra. 2004. URL: http://designersnotebook.com/Columns/063_Postmodernism/063_postmodernism.htm.

² Björk S., Holopainen J. Patterns In Game Design. Charles River Media, 2004. P. 206.

отредактировать внешность своего персонажа. То есть игрок создает либо свою виртуальную копию, либо героя, которого собирается «отыгрывать»: он изначально представляет себе его характер, линию поведения, которую будет выстраивать, и даже его «внеигровое» прошлое. Это, по нашему мнению, не только позволяет игроку более полно погрузиться в виртуальную реальность, но и создает между ним и его персонажем психологическую связь. Нередко игроки, рассказывая о прохождении какой-либо игры, используют местоимение «я»:

- *«Между делом, я пытаюсь поссориться с различными сопатриотами, чтобы поглядеть, как меняются их диалоги»;*
- *«Вернулась домой, ребенок, увидев у меня собаку (Мико) спросила можно ли оставить собаку себе. У ребенка уже есть питомец, лиса. Не заменит ли собака лису или они вместе жить будут?».*

Игрок не только волнуется за остальных героев, но и за персонажа-себя, переживает эмоции, которые должен переживать созданный им герой.

Другая группа людей рассказывают о своем персонаже, как о реально существующем человеке:

- *«Ее зовут Иорин. <...> Шрам на левой щеке <...> остался на память о “счастлимом детстве” подмастерья алхимика. Считает Скайрим своим домом, а контраст его природы с ее огненной магией – равновесием сил во вселенной»;*
- *«Эмоциональна чуть более, чем слишком. Иногда в критические моменты начинает рыдать, иногда – орать. Но самоотверженна и всегда действует на общее благо. Любопытна и всюду суёт свой нос».*

Следует добавить, что нередко главный персонаж игры является какой-либо исключительной фигурой: героем, которому суждено исполнить древнее пророчество, искусным и знаменитым вором, человеком со

сверхъестественными способностями и так далее. Ему дозволено то, что не разрешено или не доступно игроку в реальной жизни.

В статье «Актуальные направления исследования в психологии компьютерной игры» выделяются другие факторы привлекательности компьютерной игры:

- сюжетный (эмоционально-эстетический): игрока привлекает сюжет, графика, эмоциональная атмосфера;
- раскочка: возможность обучить своего героя тем или иным навыкам;
- достижение: победа над сложным противником, выполнение определенных задач, связанных с соревновательным аспектом. Интересно отметить, что в наши дни практически во всех играх есть система достижений, которые даются за выполнение необязательных заданий, связанных со стилем прохождения игры, поиском секретов, прогрессом прохождения и тому подобное. Получение достижений в некоторых случаях дает доступ к коллекционным карточкам, дополнительным материалам, внешнему виду персонажа и другому. То есть само понятие достижение в данном случае приобретает некое подобие материального воплощения, игрока вознаграждают за то, что он играет. По этой причине, а также из-за соревновательного элемента многие игроки стремятся открыть как можно больше достижений;
- интеллектуальное удовольствие: игрока привлекает процесс решения задач;
- коллекционно-исследовательский аспект: возможность исследовать игру;
- творчество: возможность создания в игре чего-то нового. Так, во многих ролевых играх есть творческие профессии и навыки,

связанные с кузнечным делом, алхимией и тому подобным. Игроки могут создать броню, путем исследования свойств растений сварить то или иное зелье, даже приготовить блюдо или построить дом;

– внеигровые аспекты: хобби, социализация, эскапизм и другое¹.

Как мы видим, компьютерная игра может быть привлекательна по многим причинам, среди которых как возможность определенным образом реализовать себя, преодолеть какие-то препятствия, узнать нечто новое, так и эстетическая и сюжетная привлекательность самой игры.

В связи с изложенным выше возникает вопрос: способно ли печатное издание рассказать об игре аналогично или близко к тому, как игра сама рассказывает о себе во время игрового процесса? По нашему мнению, с этой задачей наиболее успешно справляются видеообзоры, а также записи прохождений игр летсплеерами. Из них игрок может не только ознакомиться с мнением «обзорщика», которому, как правило, доверяет, но и получить представление о технических характеристиках продукта, игровой реальности, событиях, развивающихся во времени и пространстве, а не отраженных в виде текста и изображений на бумаге. Это, полагаем, наиболее близкая к специфике самой игры форма сообщения о ней. То, как с данной задачей справляются гейм-журналы, мы рассмотрим во второй главе нашей работы, а само понятие гейм-журналистика разберем в следующем параграфе.

1.2. ГЕЙМ-ЖУРНАЛИСТИКА: ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ И ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

На сегодняшний день официального определения термина «гейм-журналистика» (игровая журналистика, *video game journalism*) не существует, потому в рамках данной работы мы предлагаем использовать такой вариант: гейм-журналистика – вид журналистики, связанный с сообщением о

¹ Полутина Н. С. Актуальные направления исследования в психологии компьютерной игры // Интеграция образования. 2010. № 4. С. 95-96.

компьютерных играх, их описанием и обсуждением. В контексте сообщения о компьютерных играх термин «игровая журналистика» можно определить таким же образом, как и гейм-журналистику, и они будут являться синонимичными.

Однако следует отметить, что само понятие «игровая журналистика», традиционно используемое в качестве обозначения этого вида журналистики, кажется нам не совсем корректным, так как слово «игровой» в данном контексте несет в себе несколько смыслов, связанных со способами взаимодействия с аудиторией. Потому представляется уместным заменить термин «игровая журналистика» термином «гейм-журналистика» и в дальнейшем, в рамках данного исследования, использовать именно его, точно так же, как и понятие «гейм-журнал» – вместо «игровой журнал».

Также необходимо выделить типологические признаки, характерные для гейм-журналов как типа СМИ. С. Г. Корконосенко предлагает следующие параметры типологизации:

- регион распространения (транснациональные, общенациональные, региональные, местные, муниципальные);
- учредитель (государственные и негосударственные);
- аудитория (СМИ «для всех и обо всем» и специализированные);
- легитимность (с точки зрения наличия права на издательскую деятельность);
- качественная и массовая пресса;
- издательские характеристики¹.

В соответствии с данными параметрами можно выделить следующие типологические характеристики «Игромании»:

- по региону распространения: общенациональный;
- по учредителю: негосударственный;
- по характеру аудитории: специализированный;

¹ Основы журналистики: Учебник для вузов / под. ред. С. Г. Корконосенко. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2009. С. 94-124.

- по легитимности: легитимный;
- массовый;
- по издательским характеристикам: ежемесячный, формат – А4, объем – 143-164 стр.

Типологические характеристики журнала «PC Gamer»:

- по региону распространения: транснациональный;
- по учредителю: негосударственный;
- по характеру аудитории: специализированный;
- по легитимности: легитимный;
- массовый;
- по издательским характеристикам: ежемесячный, формат – А4, объем – 132 стр.

Основываясь на данной информации, а также на характеристиках других гейм-журналов, можно вывести некоторые общие черты: это негосударственные, специализированные (для людей, увлекающихся компьютерными играми), легитимные, массовые (развлекательные), ежемесячные журналы.

Существует мнение, что гейм-журналистика в действительности не является журналистикой или же находится в глубоком кризисе. Первое заявление довольно спорно. Во-первых, социальный институт журналистики может реализовывать свои функции прежде всего через структурно оформленные и нормативно регулируемые организации, каковыми являются средства массовой информации. Согласно закону «О средствах массовой информации», под СМИ понимается периодическое печатное издание или другая форма «периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием»¹. Под периодическим печатным изданием, в свою очередь, понимается «газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и

¹ Закон РФ от 7.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации (о СМИ)» // Сайт «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/popular/smi/42_1.html#p32.

выходящее в свет не реже одного раза в год»¹. Журналы «Игромания» и «PC Gamer» соответствуют всем этим характеристикам. Во-вторых, если понимать под журналистикой систему произведений, которые написаны людьми, получившими журналистское образование, и строго соответствуют определенным жанрам периодической печати, то мы исключим из сферы журналистики практически весь сегмент развлекательной прессы. Более того, общепринятая в России система жанров (деление на информационные, аналитические и публицистические) в наши дни устарела и претерпевает значительные изменения. Мы наблюдаем трансформацию жанров и размывание жанровых границ не только в развлекательной периодике, но и в так называемой качественной прессе. Подробнее о том, какие журналистские жанры представлены в журнале «Игромания» мы расскажем во второй главе нашей работы.

Если же говорить о жанровой структуре прессы Великобритании и США, основных странах, в которых выпускается журнал «PC Gamer», то в Великобритании она строится на разграничении так называемых «news» (новостные материалы) и «features» (неновостные: аналитические, художественные). К «news» можно отнести, например: hard news («жесткие новости», строящиеся по принципу «перевернутой пирамиды»), news analysis (анализ новостей), news story (репортаж) и так далее. К «features» относятся различные жанры: журналистские расследования, аналитика, рецензии, обзоры и так далее. В журналистике США, согласно исследователю А. А. Черкашиной, никогда не существовало развитой теории жанров, так как приоритетом там является тематика, а не форма публикаций, потому более употребимым является понятие «тип» публикации². О том, какие жанры представлены на страницах журнала «PC Gamer», мы также расскажем в следующей главе нашей работы.

¹ Там же.

² Черкашина А. А. Особенности новостной журналистики в печатных СМИ США // Журналистика и медиаобразование в XXI веке: Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. Белгород: БелГУ, 2006. С. 94.

Кризис в сфере гейм-журналистики, однако, действительно существует, и особенно остро подобная проблема стоит перед российской гейм-журналистикой. Из журналов о видеоиграх в нашей стране на сегодняшний день продолжает выходить только два: «Игромания» и «Навигатор игрового мира». Большинство других изданий, посвященных видеоиграм, прекратило существование либо во время экономического кризиса 2008 года, либо в 2011 году. Один из старейших журналов, «Страна игр», – в 2013 году. Следует отметить, что выпуск всех этих СМИ прекратился по финансовым причинам.

По нашему мнению, существует целый ряд причин кризиса в российской гейм-журналистике:

- относительно молодой возраст данного вида журналистики (первый журнал о видеоиграх вышел в 1993 году) и игровой индустрии (в пределах России) в целом;
- быстрое развитие онлайн-журналистики, появление летсплееров: интерес аудитории к печатным изданиям падает, так как все новости игровой индустрии, оценки и комментарии, а также прохождения игр можно посмотреть в Интернете, быстро и бесплатно, в то время как цены на гейм-журналы остаются высокими;
- недоверие аудитории к гейм-журналистам. Данная проблема является следствием другой: *отсутствие школы гейм-журналистики*. Нередко случается так, что тексты для подобных журналов пишут энтузиасты, не имеющие журналистского образования. Гейм-журналист Кирон Гиллен так описывает данную ситуацию: «... все больше появляется тех, кто в прокуренных конференц-залах заявляет, будто уровень авторов просто-напросто не влияет на уровень продаж, так что можно точно так же нанять массу детей, только что окончивших колледж, выжать из них все в течение года, а после собрать

новых. Некоторые придерживались этого принципа с самого зарождения гейм-журналистики, и, кажется, подобная тенденция набирает обороты»¹;

- пиратство: практически все номера данных журналов можно найти в Интернете и скачать бесплатно, то же самое касается компьютерных игр. Людям не нужно перед покупкой игры читать, насколько она хороша и стоит ли денег, которые за нее просят. Загружая нелегальную версию, они не рискуют потраченными средствами.

Тем не менее, в статье «The new gatekeepers: The occupational ideology of game journalism» говорится, что, пока остальные печатные СМИ находятся в кризисе, гейм-журналистика, в сравнении с ними, процветает в силу своей адаптивности и разнообразия форм. Однако там же отмечается, что одной из главных проблем гейм-журналистики континентальной Европы остается однообразие жанров: в подобных журналах все внимание уделяется анонсам и рецензиям, которые оставляют в тени другие серьезные аналитические жанры².

Гейм-журналист К. Гиллен, в свою очередь, предлагает такие варианты решения некоторых проблем, стоящих перед гейм-журналистикой:

- писать не столько об игре, сколько о человеке в ней, его ощущениях и переживаниях, о том, каково было находиться в данной игре;
- создавать репортажи, путевые заметки о мире игры³.

Мы постарались перечислить основные проблемы, стоящие перед гейм-журналистикой в наши дни. Одной из них является непрофессионализм журналистов, работающих в данной сфере. Во второй главе нашей работы

¹ Gillen K. The New Games Journalism // KIERON GILLEN'S WORKBLOG. URL: http://gillen.cream.org/wordpress_html/assorted-essays/the-new-games-journalism/

² Nieborg D. B., Sihvonen T. The new gatekeepers: The occupational ideology of game journalism // Authors & Digital Games Research Association (DiGRA). 2009. P. 2.

³ Gillen K. Op. cit.

мы постараемся понять, насколько качественно оформляются журналы о видеоиграх на материале «Игромании» и «PC Gamer», а также оценим представленную в них жанровую палитру. Однако прежде чем рассуждать об оформлении печатных изданий, мы должны понять, что такое дизайн, рассказать о его назначении и перечислить его составляющие, а также основные принципы. Об этом речь пойдет в следующем параграфе.

1.3. ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В СМИ: ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ, ЕГО ФУНКЦИИ И СОСТАВЛЯЮЩИЕ

На сегодняшний день существует множество определений понятия «дизайн», а также его разновидностей. Нас в первую очередь интересует графический дизайн.

И. А. Розенсон в книге «Основы теории дизайна» рассматривает мнения различных дизайнеров о том, что такое «дизайн». Некоторые из них считают дизайн эстетическим идеалом, художественным творчеством, высшей формой искусства, другие же – средством удовлетворения тех или иных потребностей заказчика, аудитории и так далее. По нашему мнению, и те, и другие в равной степени правы. С одной стороны, дизайн связан с процессом творчества, с другой – он направлен на достижение определенных практических целей, в том числе, коммерческого успеха. Дизайнер, полагаем, руководствуется не только и не столько личными предпочтениями, сколько требованиями заказчика, особенностями заказа и тому подобным. Можно сделать что-то красиво, но с практической точки зрения результат будет нулевым или даже отрицательным.

В итоге И. А. Розенсон предлагает свое определение: «Дизайн – проектная практика, требующая от профессионального мышления

органичного совмещения образного и системного начал и вносящая в реальность новые социокультурные смыслы»¹.

Автор Э. Туэмлоу считает, что графический дизайн – «особый вид языка, используемого для общения»². Далее она рассказывает, что, кому и как можно сообщить с помощью данного языка. То есть, фактически, определяет его задачи.

В книге «Добавь воздуха!» отмечается, что специфической функцией графического дизайна является передача информации визуальными средствами³. От того, насколько хорошо дизайнер владеет данным навыком, зависит успех проекта. Ведь задача специалиста – не только передать определенную информацию, донести до аудитории какую-либо идею, но и вызвать у зрителя/читателя эмоциональный отклик, реакцию. По словам К. Голомбински и Р. Хаген, качественный графический дизайн выполняет следующее:

- передает информацию;
- привлекает внимание;
- контролирует движение глаз;
- вызывает эмоции⁴.

Все перечисленное достигается с помощью специальных средств и приемов, использование которых, в свою очередь, зависит от особенностей того или иного печатного СМИ.

Наверное, одним из главных факторов, влияющих на дизайн издания, является принадлежность данного издания к определенному типу. Например, важно понимать, что нельзя одинаково подойти к оформлению газеты и журнала: для журналов, как правило, используется более качественная бумага и краски, в них больше ярких изображений, у них часто меньший

¹ Розенсон И. А. Основы теории дизайна. Учебник для ВУЗов. СПб.: Питер, 2007. С. 16.

² Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль. М.: Астрель, АСТ, 2006. С. 6.

³ Голомбински К., Хаген Р. Добавь воздуха! Основы визуального дизайна для графики, веба и мультимедиа. СПб.: Питер, 2013. С. 23.

⁴ Там же. С. 24.

формат и так далее, и это следует учитывать. Нужно принять во внимание и направленность издания. Так, дизайн научно-познавательного журнала будет отличаться от дизайна общественно-политического – хотя бы по той причине, что жанрово-тематическое содержание таких СМИ совершенно разное. Конечно, оформление печатных СМИ зависит не только от его типа.

В книге «Дизайн периодических изданий» выделяются еще семь факторов, влияющих на дизайн издания:

- конкурентный, заключающийся в том, что, в попытке привлечь внимание аудитории к своему СМИ, выделить его, редакция ищет какие-либо нестандартные приемы оформления, подачи материала, которые в итоге становятся «фирменными»;
- эстетический, основанный на художественном вкусе дизайнера;
- технологический, заключающийся в оснащенности редакции различной техникой, необходимой для выпуска номера;
- рекламный, основанный на количестве рекламы и ее размещении на страницах номера;
- международный: опыт в оформлении мировой прессы;
- национально-традиционный: опыт собственной печати;
- читательский, основанный на запросах целевой аудитории, ее характере и тому подобном¹.

При оформлении журналов о компьютерных играх, несомненно, учитываются все эти факторы. Но следует отметить, что некоторые из них оказывают на дизайн подобных изданий больше влияния, чем другие. Так, в данном случае важную роль играет тематика СМИ. Если, например, в общественно-политическом или научно-популярном издании основным иллюстративным материалом являются, как правило, фотографии, то в гейм-журналах – кадры из игр, официальные постеры к ним, концепт-арты и тому подобное.

¹ Дизайн периодических изданий / под ред. Э. А. Лазаревич. М.: МГУ, ф-т журналистики, 2004. URL: <http://eknigi.org/dizajn/165006-dizajn-periodicheskix-izdanij.html>.

Также стоит учитывать следующий факт: на данный момент в России существует только два журнала о видеоиграх: «Игромания» и «Навигатор игрового мира». То есть конкуренция, с одной стороны, довольно слабая: мы видим отсутствие стимула бороться за внимание аудитории, повышая качество оформления, текстов и так далее. Но с другой стороны, перед этими печатными изданиями встает другая проблема: возрастающая популярность электронных ресурсов, посвященных той же тематике, и, главное, видеообзоров и летсплеев.

Как известно, дизайн издания строится на его композиционно-графической модели. Композиционная часть включает в себя порядок расположения рубрик, а графическая состоит из шрифтов, характера верстки и иллюстрирования.

Рассмотрим постоянные компоненты газеты и журнала, перечисленные в книге «Дизайн периодических изданий»:

- титульная часть, являющаяся как средством ориентации, так и фирменным знаком издания;
- текстовые колонки, заголовки, иллюстрации;
- разделительные элементы (линейки, межколонные пробелы и тому подобное);
- колонтитул и выходные данные¹.

Все эти компоненты должны взаимодействовать друг с другом, составлять целостный образ издания, его фирменный стиль.

В книге «Добавь воздуха!» выделяются такие элементы дизайна:

- линия – способ обозначить границы пустого пространства;
- форма;
- текстура;
- шаблон – повторение элементов;

¹ Там же.

- светотень – соотношение света и тени, используемое, например, чтобы создать иллюзию глубины, выделить какие-то элементы и тому подобное;
- пространство, которое авторы называют ключевым элементом графического дизайна, подразделяя его на позитивное (заполненное) и негативное (пустое). Они также отмечают, что негативное пространство не является врагом дизайнера: оно имеет вес. Если негативного пространства много, то визуальные объекты и шрифты не будут взаимодействовать друг с другом, если же его недостаточно, то они начнут конфликтовать;
- размер, например: соотношение размеров заголовка и лида, соблюдение пропорций и тому подобное¹.

Интересно, что, кроме вышеперечисленных, авторы выделяют также структурные элементы, в которые, помимо пространства, входят шрифт и визуальные объекты².

С. И. Галкин в книге «Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала» выделяет элементы оформления (например: текстовый шрифт, межколонные пробелы, декоративные (линейки, украшения, плашки и так далее) и иллюстрационные элементы) и комплексы элементов оформления:

- основные (заголовочные, поясняющие, иллюстрационные, текстовые);
- вспомогательные (колонтитулы, колонцифры, выходные и выпускные данные, титульный комплекс)³.

Элемент оформления в данной книге описывается как «одна из составных частей внешней формы периодического издания, обладающая определенной функцией при передаче содержания, имеющая свое назначение

¹ Голомбински К., Хаген Р. Указ. соч. С. 62-67.

² Там же. С. 24.

³ Галкин С. И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 27-73.

и ряд специфических признаков, которые позволяют выделить данный элемент из всей системы оформления»¹.

Ниже мы подробнее рассмотрим такие элементы, как шрифт, цвет, изображение, а также композицию.

1.3.1. Шрифтовое оформление

Одним из структурных элементов оформления любого печатного издания является шрифт, который представляет собой набор символов определенного размера и рисунка².

С оформлением печатных произведений с помощью шрифта и верстки также связан термин «типографика», который в книге «Типографика: шрифт, верстка, дизайн» определяется как «система оформления набора и верстки печатного издания в целом или его элементов»³.

Как правило, обычный читатель не замечает букв и шрифта, он видит слова и текст, из которого необходимо получить информацию. Тем не менее, неудачно подобранные шрифтовые пары, плохой набор и другие ошибки, допущенные при верстке, могут испортить текст не только с эстетической точки зрения, но и с функциональной, связанной с удобством чтения и восприятия информации. Потому важно понять, какую роль играет шрифт в оформлении печатных СМИ, а также рассмотреть главные принципы шрифтового оформления.

Шрифты можно классифицировать по множеству разных принципов: в зависимости от насыщенности (светлые, полужирные, жирные), наклона (прямые, наклонные и курсивные), размера (текстовые, заголовочные и афишные), назначения, плотности (нормальные, узкие, широкие) и так далее. В целом все шрифты можно разделить на две большие категории:

- с засечками (антиквенные и брусковые);

¹ Там же. С. 28.

² Голомбински К., Хаген Р. Указ. соч. С. 104.

³ Феличи Дж. Типографика: Шрифт, верстка, дизайн. СПб.: БХВ-Петербург, 2004. С. IV.

- без засечек (гротеск).

Нам важно разделить их подобным образом по той причине, что ниже мы затронем тему выбора шрифтовых пар. Существует мнение, что шрифты с засечками хорошо смотрятся в больших текстах, так как, в целом, их легче читать, и они не утяжеляют текст, а гротески подходят для использования в заголовках, шапках и так далее, то есть для выделительных целей, потому что хорошо согласуются с прямыми геометрическими формами элементов печатного издания. Однако это не значит, что их следует использовать только так, а их сочетание является единственно верным. Тем не менее, следует учитывать, что антиквенным шрифтам присуща горизонтальность, которая ведет взгляд по строке, тогда как гротескам – вертикальность, то есть набранные ими строки кажутся длиннее¹.

Если же рассматривать данную классификацию более подробно, то по ГОСТу все шрифты делятся на следующие группы:

- группа рубленых шрифтов (нет засечек, в большинстве случаев отсутствует контраст). Хорошо смотрятся в шапках и заголовках, согласуются с прямыми геометрическими формами журнала/газеты, однако из-за нейтральности и статичности их не рекомендуют использовать для набора объемных текстов;
- группа шрифтов с едва наметившимися засечками (слабо выраженный контраст, на концах штрихов присутствуют незначительные утолщения). Используются в рекламе, титульной части, заголовках;
- группа средневековых шрифтов (заостренные на концах зачерки, по форме приближенные к треугольнику, умеренный контраст);
- группа новых мало контрастных шрифтов (засечки в виде брусков со скосом, малый контраст);

¹ Там же. С. 190-191.

- группа брусковых шрифтов (засечки в виде бруска соединены с основным штрихом под прямым углом, малый контраст);
- группа обыкновенных шрифтов (тонкие засечки, образующие с основным штрихом прямой угол, повышенный контраст). Считаются самыми неудобочитаемыми шрифтами;
- группа дополнительных шрифтов (рукописные, декоративные, орнаментальные и так далее)¹.

Описанные нами области применения тех или иных групп шрифтов являются лишь наиболее распространенными вариантами их использования. Это не значит, что, например, рубленые шрифты нельзя использовать для набора основного текста в журнале. Дж. Феличи отмечает, что такие утверждения, как «шрифты с засечками читаются легче, чем без засечек» или «прямые шрифты более удобочитаемые, чем курсивные» и тому подобное, являются стереотипами. Он утверждает: «Если исключить плохой дизайн и плохую верстку, то несомненно, что наиболее удобочитаемыми шрифтами являются те, которые привычнее»². Тем не менее, данное утверждение не касается акцидентных или декоративных шрифтов. Вопрос о том, использовать шрифт или нет, зависит от нескольких параметров, о которых мы расскажем ниже.

Во-первых, при выборе шрифтов следует учитывать, насколько они удобочитаемы и разборчивы. Согласно Дж. Феличи, удобочитаемость определяется легкостью восприятия слов и знаков при чтении связного текста, а разборчивость – возможностью для читателя без труда опознать буквы и слова³. Во-вторых, другими важными характеристиками шрифта являются его экономичность (определяется числом знаков, которые помещаются в одну строку) и внешний вид (он должен быть красивым). На удобочитаемость влияют формат печатной страницы, ширина полосы, цвет

¹ Галкин С. И. Указ. соч. С. 60-70.

² Феличи Дж. Указ. соч. С. 102.

³ Там же. С. 154.

бумаги, самого шрифта, его кегль, насыщенность и тому подобное. Однако при выборе шрифта не стоит ограничиваться только этими показателями, нужно, в том числе, учитывать его исторический и культурный контекст, особенности целевой аудитории, а также, несомненно, тип издания и тематику публикуемых в нем материалов. Например, гарнитура Rodchenko будет выглядеть довольно чужеродно в строгом деловом издании, так как тяготеет к эстетике конструктивизма.

Выбор шрифтовых пар занимает далеко не последнее место при оформлении журнала или газеты. Правильно подобранные шрифты не только способны сделать тексты удобными для чтения, организовать информацию в соответствии с ее важностью, помочь в создании индивидуального стиля издания и достичь стилового единства оформления, но и вызвать у читателя эмоциональный отклик. Согласно Э. А. Лазаревич, существуют три стиля шрифтового оформления издания:

- **одногоарнитурный.** При оформлении издания используется одна гарнитура. При этом желательно, чтобы гарнитура имела большое количество начертаний. С одной стороны, использование одногоарнитурной системы позволяет создать ощущение единства, подчеркнуть индивидуальность издания, а с другой, при малом количестве начертаний или неумелом использовании, привести к монотонности и однообразию, нивелировать информационную иерархию;
- **малогарнитурный.** При оформлении издания используются основной и дополнительный шрифты. Это позволяет, с одной стороны, сохранить единство и сдержанность оформления, а с другой – избежать однообразия, выделить более важные материалы и тому подобное. Важный показатель отношений между основным и дополнительным шрифтами – контраст, но

при этом они должны поддерживать друг друга¹. Такой стиль оформления считается оптимальным;

- многогарнитурный, или полигарнитурный, используемый довольно редко, как правило, в массовых, молодежных, «желтых» изданиях. Чаще всего большое количество разных шрифтов в издании создает у читателя ощущение «шума», приводит к появлению пестроты, разрушает единство элементов на полосе и композиционную целостность. Примеры удачного использования подобного стиля шрифтового оформления встречаются довольно редко².

Стоит упомянуть о том, какие шрифтовые сочетания считаются наиболее удачными:

- сочетание шрифтов с засечками и без засечек;
- сочетание малоконтрастного (контрастность – соотношение толщины основного штриха буквы с дополнительным) и контрастного шрифта;
- сочетание двух рубленых шрифтов, имеющих различную ширину букв, вроде Helvetica и Futura.

В книге «Структура дизайна. Стильное руководство» даются следующие советы, касающиеся сочетания шрифтов:

- ограничиться двумя семействами: чем больше разных шрифтов, тем труднее читателю выстроить иерархию информации;
- выбранные шрифты должны контрастировать друг с другом, но при этом важно, чтобы между ними существовали формальные отношения³.

Итак, рассмотрев шрифтовое оформление, мы можем перейти к использованию цвета в оформлении печатных СМИ.

¹ Самара Т., Сэвилл Л. Эволюция дизайна. От теории к практике. М.: РИП-Холдинг, 2009. С. 27.

² Дизайн периодических изданий / под ред. Э. А. Лазаревич.

³ Самара Т. Структура дизайна. Стильное руководство. М.: РИП-Холдинг, 2008. С. 130.

1.3.2. Цветовое оформление

Цвет играет важную роль в оформлении печатных СМИ. С помощью цвета мы можем сделать некоторые элементы издания более выразительными, придать ему уникальность, помочь читателю ориентироваться на страницах и создать визуальную иерархию, вызвать определенные эмоции и многое другое. Потому при оформлении изданий важно не пренебрегать таким элементом, как цвет.

В книге «Добавь воздуха!» перечисляются следующие функции цвета:

- привлечение внимания;
- организационная;
- эмоциональная¹.

В статье «Приемы использования цвета в дизайне местных газет» предлагается рассматривать такие функции цвета:

- коммуникативная (разделительная и выделительная);
- символическая (познавательная);
- выразительная (эмоциональная и эстетическая)².

Необходимо добавить, что цвет также может оказывать культурологическое, связанное с традициями в искусстве, и архетипическое, связанное с символическим и мифологическим значениями различных цветов, воздействия. Так, в христианских странах с трауром ассоциируется черный цвет, однако в Японии или Индии – белый. Потому при выборе цветов важно учитывать культурные особенности целевой аудитории, но при этом не забывать и о контексте, в котором они будут использоваться, так как в зависимости от обстоятельств один и тот же цвет может нести разную смысловую нагрузку.

¹ Голомбински К., Хаген Р. Указ. соч. С. 130-131.

² Полежаева Л. А. Приемы использования цвета в дизайне местных газет // Актуальные проблемы изучения языка, литературы и журналистики: история и современность. Материалы X Международной научно-практической конференции. Научный редактор И. В. Пекарская. Абакан, 2015. С. 146.

Мы не можем перейти к принципам использования и сочетания цветов, не упомянув о теории цвета. Как известно, существует три основных цвета: красный, синий и желтый. Остальные образуются путем смешения. Так, согласно Р. Арнхейму, «воспринимаемые смешения цветов делятся на три основные группы: цвета, расположенные между красным и синим, синим и желтым, желтым и красным»¹. Такие цвета, образованные смешением основных, называются цветами второго порядка: оранжевый, зеленый, фиолетовый. Далее аналогичным путем получают цвета третьего порядка. Подобным образом возникает цветовой круг, состоящий из двенадцати цветов. Согласно И. Иттону, гармоничными сочетаниями являются «все пары дополнительных цветов, все сочетания трех цветов в двенадцатичастном цветовом круге, которые связаны друг с другом через равносторонние или равнобедренные треугольники, квадраты и прямоугольники»². Отметим, что дополнительными называются цвета, при смешении которых образуется нейтральный серо-черный цвет, на цветовом круге они расположены друг напротив друга. И. Иттен также отмечает: «Цвет как таковой и цветовое воздействие идентичны только при гармоничном созвучии. Во всех других случаях цвет мгновенно приобретает измененное, новое качество»³. Например, желтый квадрат на белом фоне будет выглядеть более спокойным и светлым, однако на черном фоне цвет того же самого квадрата покажется насыщенным и агрессивным. Это проявление симультанности. Сочетая цвета, необходимо принимать во внимание то, какое воздействие они могут оказать друг на друга.

Если мы говорим об использовании в дизайне издания не одного цвета, а нескольких, то сталкиваемся с таким понятием, как цветовой контраст. И. Иттен выделяет следующие типы цветовых контрастов:

¹ Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. М.: Прогресс, 1974. С. 333.

² Иттен И. Искусство цвета. М.: Издатель Дмитрий Аронов, 2011. С. 24.

³ Там же. С. 19.

- контраст по цвету. Самый простой тип, основанный на сочетании чистых, предельно насыщенных цветов;
- контраст дополнительных цветов, которые, находясь рядом, становятся максимально интенсивными, кроме того, пара таких цветов может представлять собой одновременно и другой вид контраста;
- контраст светлого и темного;
- контраст теплого и холодного, представляющий собой самый «звучащий» из всех видов и, как правило, передающий возвышенность. Он наиболее эффективен в том случае, если используются чистые цвета, без затемнения или осветления;
- симультанный контраст возникает, когда при восприятии какого-либо цвета, при отсутствии дополнительного к нему, наши глаза порождают данный дополнительный цвет сами. Может появляться не только при сочетании серого с каким-либо чистым хроматическим цветом, но и при сочетании двух цветов, не являющихся дополнительными. При этом цвета начинают как бы вибрировать, их интенсивность меняться, что способно затруднить чтение;
- контраст по насыщенности. Чтобы добиться от данного типа контраста необходимого эффекта и выразительности, надо использовать сочетание «блеклый – насыщенный» одного цвета, например, чистый фиолетовый с блеклым фиолетовым;
- контраст по площади цветowych пятен основан на соотношении размеров двух или нескольких цветowych пятен, при этом их размер должен определяться характером цвета и его интенсивностью¹.

¹ Там же. С. 35-63.

Используя знания о типах контраста, можно создать запоминающийся дизайн, донести какую-либо идею до читателя/зрителя или передать нужный эмоциональный посыл, структурировать информацию и многое другое. Тем не менее, по нашему мнению, не стоит злоупотреблять большим количеством различных цветов на страницах издания: их неумелое использование может утяжелить композицию, создать визуальный шум и запутать читателя, а также затруднить чтение и восприятие информации.

Стоит упомянуть еще о нескольких нюансах, касающихся использования цвета. Во-первых, следует помнить, что цвет обладает некоторыми пространственными характеристиками: холодные оттенки кажутся расположенными дальше, чем теплые. Т. Самара утверждает: «Добавив цвет в композицию, вы немедленно измените ее иерархию, степень важности и порядок форм в пространстве»¹. Это означает, в том числе и то, что при использовании в пределах страницы одновременно холодных и теплых цветов, главным большинству читателей покажется элемент, для оформления которого использован теплый цвет. Во-вторых, цвет можно использовать не только для акцентирования, но и для структурирования, то есть цветового кодирования. Т. Самара отмечает, что цветовое кодирование должно быть узнаваемым и простым, потому не следует использовать слишком много различных оттенков: правильно подобранные цвета не только помогут быстро различать отдельные компоненты, но и подчеркнут, что они, тем не менее, являются частью единой системы².

Если говорить о психологическом влиянии цвета, то в первую очередь стоит отметить, что один и тот же цвет может восприниматься по-разному в зависимости от контекста. Так, красный цвет, использованный при оформлении материала про революцию или войну, будет скорее ассоциироваться с агрессией и кровью, тогда как в другом контексте может означать энергию, страсть и стремление к жизни. Хотя Р. Арнхейм отмечает,

¹ Самара Т. Указ. соч. С. 102.

² Там же. С. 105-106.

что теория об ассоциативной природе выразительности цвета имеет мало оснований¹.

Мы кратко рассказали о функциях, которые цвет может выполнять на страницах издания, и о теории цвета, рассмотрев принципы сочетания цветов, а также некоторые правила их использования, и поняли, какую роль они играют в оформлении печатных СМИ. Не менее значимое место в журналах, однако, занимают изображения. О том, как их следует использовать, и об особенностях изображений в гейм-журналах, мы расскажем далее.

1.3.3. Изображение

На сегодняшний день изображение является одним из основных компонентов печатных СМИ. Многие исследователи утверждают, что сейчас в изданиях на первый план выходит именно визуальный способ передачи информации. Так, В. Э. Шевченко в статье «Визуальный контент как тенденция современной журналистики» объясняет подобную тенденцию природой изображения и информационной перегрузкой, которую испытывает современный человек². То есть в наши дни читатель склонен скорее пролистывать журнал и бегло просматривать страницы, отмечая отдельные детали. Потому наличие хорошего, цепляющего изображения может быть одной из причин, по которой человек решит прочесть именно этот текст.

Одной из главных особенностей изображения, согласно А. С. Маслову, является легкая декодируемость, оно не требует от зрителя перевода текста в образы³. В книге «The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect With Your Audiences» также отмечается, что изображение мозг

¹ Арнхейм Р. Указ. соч. С. 316.

² Шевченко В. Э. Визуальный контент как тенденция современной журналистики // Медиаскоп. 2014. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/1654>.

³ Маслов А. С. Профессиональные и этические стандарты в фотожурналистике: практика применения // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2010. № 1. С. 158.

обрабатывает целиком, тогда как текст – линейно¹. Все это приводит нас к выводу, что читатель, вероятно, в первую очередь обратит внимание именно на картинку, а уже после – на текст.

Профессор П. М. Лестер утверждает, что изображение побуждает у зрителя немедленный эмоциональный отклик и, в сочетании с хорошим текстом, может выполнять образовательную, убеждающую и развлекательную функции, однако, с обратной стороны, способно ввести в заблуждение, вызвать шок и другие негативные реакции².

Необходимо добавить, что, кроме перечисленных выше, изображение в печатном издании выполняет следующие функции:

- информационная (наряду с текстом, изображение также несет в себе определенную информацию, которую зритель получает в процессе декодирования);
- иллюстративная (хорошее изображение дополняет информацию, данную в тексте, более полно раскрывает описанное, но не повторяет его);
- оформительская (с помощью изображений можно привести в оформление цвет, ритм, динамику. Они также создают визуальную иерархию и могут являться фокусной точкой в композиции – тем местом, на которое читатель обратит внимание прежде всего и откуда начнет просматривать страницу).

Мы подошли к необходимости разграничить виды визуального контента на страницах печатных изданий. Исследователь С. И. Симакова в статье «Тенденции визуализации журналистского контента в современных СМИ» предлагает следующее разделение:

- иллюстрации (карикатуры, комиксы, шаржи, художественные картинки и тому подобное – графическая форма контента);

¹ Smiciklas M. The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect With Your Audiences. Que Publishing, 2012. P. 7.

² Lester P. M. Photojournalism Ethics Timeless Issues // Официальный сайт College of Communications. URL: <http://www.commfaculty.fullerton.edu/lester/writings/photoethics.html>.

- фотографии;
- инфографика¹.

Автор также выделяет мультимедийный контент, но так как его невозможно использовать в печатных СМИ, мы не стали выключать данный вид визуального контента в список. Исследователь В. Э. Шевченко добавляет к перечисленным видам изображения еще два: простейшие графические символы (пиктограммы, логотипы, эмблемы, декоративные элементы и тому подобное) и типографику (шрифт как образ)².

Когда мы упоминаем об изображении в журнале, то, как правило, в первую очередь подразумеваем фотографию. Не вызывает сомнений, что на сегодняшний день она стала одним из обязательных элементов печатных изданий. В фотожурналистике есть своя система жанров, собственные законы, средства выразительности и так далее. Некоторые фотографии обладают возможностью говорить сами за себя и не нуждаются в тексте. Однако они отходят на второй план, когда мы говорим о гейм-журналах. Дело в том, что основной контент подобных изданий – это рецензии на игры, потому главным изобразительным материалом здесь становятся скриншоты, концепт-арты, промо-арты и официальные постеры к данным играм. Чтобы понять природу подобных изображений, необходимо рассказать о них и о том, как они создаются.

Концепт-дизайн подразумевает визуализацию идеи. Согласно определению, данному в статье «Evaluating content based animation through concept art», концепт-арт – это «вид иллюстрации, главной целью которой является визуальное представление идеи, мысли или атмосферы видеоигр, фильмов, мультфильмов или комиксов перед их непосредственной

¹ Симакова С. И. Тенденции визуализации журналистского контента в современных СМИ // Вестник Северо-Осетинского государственного университета имени Коста Левановича Хетагурова. 2015. № 3. С. 214.

² Шевченко В. Э. Указ. соч.

разработкой»¹. Исходя из данного определения, мы можем сделать вывод, что концепт-арт (концепт-дизайн):

- визуальное представление идеи;
- развитие этой идеи на начальных этапах разработки, то есть концепт-дизайн предполагает вариативность в изображении определенного объекта/персонажа/локации.

Следует отметить, что понятие «концепт-арт» может использоваться, в том числе, в промышленном дизайне и других сферах. Так, в статье «Классификация концепт-артов и концептов в транспортном дизайне» исследователи И. А. Лепешкин и М. Ю. Ершов предлагают выделять концепт-арты, концепты и промышленные образцы². Согласно их классификации, в зону концепт-артов попадает все, что относится к фантастике и не может быть создано в реальности, туда же авторы определяют и «стилистические поиски форм дизайнера на начальных этапах проектирования, когда о конкретных конструктивах он еще не задумывается»³.

Важной для нас идеей в приведенной цитате является не столько принадлежность концепт-артов к фантастике, сколько то, что они представляют собой стилистические поиски форм. По нашему мнению, это одна из главных особенностей концепт-дизайна. Созданные концепт-художниками изображения позволяют на раннем этапе разработки игры определить, какое именно направление, визуальное представление стоит разрабатывать в дальнейшем.

Как правило, создавая концепт-арт, художник движется от целого к частному. Художник М. Ямада так рассказывает о начале работы над образом персонажа: «Я часто начинаю разработку персонажа с нескольких

¹ Shamsuddin A. K. Evaluating content based animation through concept art // International Journal of Trends in Computer Science. Volume 2, Issue 11, 2013. P. 818.

² Лепешкин И. А., Ершов М. Ю. Классификация концепт-артов и концептов в транспортном дизайне // Дизайн. Теория и практика. 2011. № 7. С. 38.

³ Там же. С. 41.

пробных и быстрых эскизов. <...> Создавая эти эскизы, я в основном забочусь о структуре и форме и пытаюсь привнести в них дух истории и культуры. Такие вещи, как реализм и пропорции, отходят на второй план и, как правило, игнорируются, так как в приоритете дизайн»¹. В качестве примера мы можем привести несколько концепт-артов к игре «The Elder Scrolls V: Skyrim» (рис. 1-4 в Приложении). Перед нами – разработка одного из монстров, встречающихся в игре. Адам Адамович, художник компании «Bethesda Game Studios», начиная с небрежных набросков, переходит к более подробным изображениям и добавляет некоторые детали. Уловив подходящий образ, он начинает поиск формы лица, мимики, особенностей строения тела и тому подобное – это также ясно из надписей, сделанных им на рассматриваемых концепт-артах. На рис. 5 в Приложении мы видим конечный результат – модель монстра в самой игре.

Следующим этапом работы над визуальным образом персонажа для М. Ямады является создание силуэта: «Это позволяет мне подумать о внешней форме. Когда не учитываешь внутренние детали, фокусируешься на том, чтобы сделать внешнюю форму интересной и уникальной»². Далее художник выбирает наиболее удачный, по его мнению, силуэт и начинает прорабатывать его, добавляя детали и цвет.

Этапы разработки концепт-арта также выделяются в статье «Особенности разработки персонажей для двумерных компьютерных игр»:

- поиск образа персонажа, соответствующего требованиям проекта;
- создание схем построения персонажа и уточнение некоторых элементов;
- разработка поз и жестов, присущих определенному персонажу;
- разработка эмоций данного персонажа;

¹ Le K., Robertson S., Yamada M., Yoon F. The Skillful Huntsman: Visual Development of a Grimm Tale at Art Center College of Design. Design Studio Press, 2005. P. 14.

² Там же. P. 16.

– поиск цветовых схем¹.

Однако концепт-арты, естественно, создаются для разработки внешнего вида не только того или иного персонажа, но и окружающей среды, архитектуры, одежды, оружия и других визуальных элементов игры. Большую часть из описанных выше этапов можно применить и к созданию концепт-артов в целом.

Следует отметить, что концепт-арты к видеоиграм, официально выпускаемые компаниями-разработчиками и попадающие в Интернет, в большинстве своем полностью оформлены. Довольно редко мы можем встретить работы, представляющие собой многочисленные эскизы, силуэты и тому подобное. Они часто идут «в стол». Здесь мы вплотную подходим к понятию промо-арт. Это рекламное изображение, которое сделано художниками уже после того, как окончательно сформирован визуальный образ игры, и выкладывается в Интернет с целью привлечь к ней внимание. Тем не менее, определить, промо-арт перед нами или же концепт-арт на финальной стадии работы над ним, представляется довольно сложной задачей.

В итоге промо-арты, постеры, концепт-арты и скриншоты из игры, визуальный облик которой во многом сформирован благодаря им, попадают на страницы гейм-журналов. Здесь мы подходим к вопросу о том, к какому из выделенных ранее видов изображений в печатных СМИ стоит отнести данные картинки. Очевидно, они не являются ни фотографиями, ни инфографикой. В результате остается иллюстрация. Давайте обратимся к тому, что же считается иллюстрацией в журналах и газетах.

Исследователь С. И. Симакова утверждает, что иллюстрация – самый древний способ визуализации информации, который является

¹ Сальникова Е. И. Особенности разработки персонажей для двумерных компьютерных игр // Творчество молодых: дизайн, реклама, информационные технологии. Сборник трудов XIII Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. Научный редактор Л. М. Дмитриева. Омск, 2014. С. 130.

«дополнительным наглядным изображением в тексте издания»¹. В широком смысле это все типы изображения, которые поясняют, дополняют и оформляют журналистский текст. В узком смысле автор предлагает считать иллюстрацией «графические формы контента, имеющие не столько информационное, сколько эстетическое предназначение»². То есть иллюстрация в печатных СМИ – это рисунок, выполняющий, кроме эстетической, функцию привлечения внимания. Тем не менее, в книге «Структура дизайна. Стильное руководство» отмечается, что иллюстрация дает больше возможностей для передачи информации и раскрывается на эмоциональном уровне, хотя и воспринимается не такой правдоподобной, как фотография³.

Несомненно, иллюстрация может не только использоваться в качестве украшения текста, но и нести в себе дополнительный, не отраженный в материале, смысл, передавать отношение автора к предмету обсуждения и многое другое. Однако, по нашему мнению, это действительно только для тех иллюстраций, которые создавались специально для данного текста. В гейм-журналах же мы видим иллюстрации, созданные не для журналистского произведения, а для игры. На этом основании можно сделать вывод, что промо-арты, концепт-арты и официальные постеры к играм, используемые при оформлении рецензий, выполняют, в первую очередь, аттрактивную и эстетическую функции. Немного другая ситуация возникает, когда мы говорим о скриншотах. С их помощью можно не только украсить текст или привлечь внимание, но и передать читателю определенную информацию, подкрепить написанное в материале изображением: показать графику игры, дать представление о мире, каких-либо игровых моментах и тому подобном. То есть скриншот также выполняет информационную функцию. При этом

¹ Симакова С. И. Указ. соч. С. 214.

² Там же.

³ Самара Т. Указ. соч. С. 173.

желательно, чтобы кадр из игры был хорошего качества и представлял определенный интерес в визуальном плане.

Наконец, следует сказать об общих принципах использования изображений в журналах:

- необходимо определить место изображений в структуре издания и конкретного номера, в зависимости от темы и иерархии;
- они должны быть разнообразными: в планах, сюжетах и так далее;
- визуальные пятна, которые изображения создают на полосе издания, должны находиться в равновесии друг с другом и остальными элементами, в том числе с заголовочными комплексами¹;
- сочетаемость, отсутствие противоречий с текстом²;
- изображения не должны полностью дублировать текст.

Необходимо также добавить, что если на развороте предполагается использование большого количества изображений, то следует придерживаться разнообразия не только в том, что и как на них отражено, но и в самом расположении картинок: их размере, порядке следования, сочетании друг с другом и тому подобном. Все это должно согласовываться с остальными элементами, быть частью общей композиции. Нужно помнить, что соседствующие изображения так или иначе влияют друг на друга: если зритель видит последовательность картинок, то, как правило, начинает искать в ней определенный смысл.

Мы рассказали об изображениях в печатных СМИ, их видах и функциях, определили особенности изображений, размещаемых на страницах гейм-журналов, и перечислили общие принципы их

¹ Галкин С. И. Указ. соч. С. 134.

² Федорова С. В. Визуализация как ведущая тенденция развития СМИ // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 7-2 (37). С. 190.

использования. Далее мы перечислим и рассмотрим общие принципы композиции.

1.3.4. Композиция

Создавая дизайн, важно учитывать не только технические и эстетические аспекты, но и то, как человек воспринимает и анализирует информацию, читает текст и осознает его смысл, то есть психологические и физиологические особенности людей. Поэтому представляется необходимым остановиться на этой теме и кратко рассказать об особенностях восприятия людей.

Одними из наиболее известных и признаваемых в наши дни принципов восприятия являются те, которыми оперирует гештальтпсихология. Они основаны на том, что человек склонен воспринимать окружающие его предметы как целостные, организованные формы, фигуры, а не как отдельные линии, области и углы. Данные принципы мы перечислим ниже:

- принцип близости. Объекты, расположенные рядом относительно других объектов, как правило, воспринимаются вместе, кажутся более связанными. Это также касается объектов, представленных на страницах издания. В книге «100 главных принципов дизайна» для отделения элементов друг от друга или же их группировки советуется использовать свободное пространство, а не прямоугольники и линии¹;
- принцип схожести. Объекты, похожие друг на друга, воспринимаются вместе;
- принцип целостности основан на тенденции к упрощению и восполнению недостающих частей для создания полной, единой картины. Люди склонны воспринимать целые формы, а не отдельные фрагменты;

¹ Уэйншенк С. 100 главных принципов дизайна. Как удержать внимание. СПб.: Питер, 2012. С. 34.

- принцип замкнутости заключается в стремлении сделать полной, замкнутой незавершенную фигуру;
- принцип симметрии состоит в тенденции к разложению сложных фигур на сочетания простых и симметричных форм;
- принцип фигуры и фона основан на стремлении выделить в общей картине фигуру (передний план) и фон (задний план). Как правило, более простой по форме объект воспринимается в качестве фигуры, тогда как более сложный – в качестве фона, также маленький объект, наложенный на более крупный, будет восприниматься в качестве фигуры. Следует отметить, что соотношение «фон – фигура» может быть неустойчивым, особенно когда мы имеем дело с так называемыми двойственными изображениями – оптическими иллюзиями, которые допускают две или более интерпретаций. Стоит добавить: чем яснее данное соотношение, чем проще оно «читается», тем легче сосредоточить внимание человека на том, что необходимо показать;
- принцип общего предназначения, который заключается в том, что объекты, движущиеся в одном направлении, воспринимаются вместе, кажутся более связанными¹.

Как мы видим, перечисленные принципы так или иначе связаны с целостностью воспринимаемых форм, а также с их общностью. Если учитывать данные принципы при создании дизайна журнала, то можно избежать некоторых ошибок и облегчить восприятие информации.

В целом все представленное на страницах издания можно разделить на формы и пространство. Формы – это все элементы: буквы, текст, линии, картинки, фигуры и так далее. Организуя их в определенном пространстве, мы создаем композицию. Размер данного пространства, его формат, во

¹ Johnson J. Designing with the Mind in Mind. Simple Guide to Understanding User Interface Design Rules. Morgan Kaufmann, 2010. P. 11-24.

многим влияет на то, как будет восприниматься любая форма, размещенная в нем. Так, квадратные и близкие к ним форматы нейтральны и скорее статичны, потому зрителю будет легче сконцентрироваться на том, что находится в пределах данного пространства. Прямоугольный формат, напротив, активен, он создает ощущение движения.

По словам А. В. Якунина, композиция выполняет две главные задачи:

- рождает отношения функциональной и семантической смежности;
- позволяет задать вектор чтения¹.

То есть участие композиции в организации различных элементов в пространстве помогает создать смысловые и визуальные связи между этими элементами и, соответственно, облегчить скольжение взгляда по странице и восприятие информации. Более того, композиция важна не только с функциональной, но и с эстетической точки зрения, что связано с тем, как человек воспринимает определенные соотношения величин, пропорции.

На данный момент нам важно понять, как и с помощью каких средств создается композиция. В. И. Лесняк в книге «Графический дизайн» выделяет следующие свойства композиции:

- повторение целого и его частей – главный признак целостности композиции;
- соразмерность;
- соподчиненность – упорядоченность элементов и их групп;
- равновесие;
- единство – принцип композиции, обобщающий все остальные².

Следует упомянуть, в том числе, симметрию и асимметрию, а также статику и динамику. В контексте нашего исследования симметрия представляет собой «построение композиции вокруг центральной оси

¹ Якунин А. В. Веб-юзабилити и эргономика интернет-СМИ: учеб. пособие. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2015. С. 33-34.

² Лесняк В. И. Графический дизайн (основы профессии). М.: ИндексМаркет, 2011. С. 26.

формата, горизонтальной или вертикальной»¹. Когда мы говорим о симметричном расположении, то подразумеваем возникновение одинаковых контуров форм или пространств вокруг оси или других форм соответственно. Автор Т. Самара полагает, что такое расположение может стать причиной потери визуального интереса и, как следствие, внимания со стороны зрителя/читателя, так как одним из главных качеств симметрии является состояние покоя². Действительно, формы, размещенные симметрично, приобретают статичность, неподвижность. Тем не менее, В. И. Лесняк считает симметрию хорошим решением в связи с легкостью ее восприятия и создаваемым ей порядком, отмечая возможность создания неполной симметрии, позволяющей объединить закономерность и порядок со свободой³. Асимметрия, напротив, отличается динамикой, привлекает внимание, она основана на контрастах. Как мы видим, специалисты расходятся во мнениях о том, стоит ли использовать симметричную композицию. Мы полагаем, это во много зависит от намерений дизайнера, задач, которые перед ним стоят, а также от типа самого издания.

Несмотря на то, что мы говорим о печатных изданиях, в композиции их страниц и разворотов может присутствовать статика или динамика, то есть покой или движение. Т. Самара утверждает, что статичными или динамичными могут быть количественные соотношения между позитивным (заполненным) и негативным (пустым) пространством, и советует избегать статичности путем наибольшего дифференцирования пространств между формами⁴. Чтобы усилить статичность, можно использовать правильный ритм. Следует отметить, что ощущение движения на странице можно добиться благодаря взаимоотношениям, возникающим между соседствующими элементами. Так, диагональная линия, расположенная рядом с горизонтальной, будет восприниматься как движущаяся. В книге

¹ Самара Т. Указ. соч. С. 67.

² Там же.

³ Лесняк В. И. Указ. соч. С. 28.

⁴ Самара Т. Указ. соч. С. 63.

«Графический дизайн» отмечается, что динамика может быть разной: иметь спокойный ритм, пересечение форм, дисгармоничные или гармоничные отношения и так далее¹. Подводя итог, можно сказать, что наличие динамики позволяет активизировать внимание читателя/зрителя, придать композиции выразительность и внутреннее напряжение.

Мы рассмотрели свойства композиции, теперь необходимо понять, с помощью чего можно достичь выразительности, сделать композицию интересной в визуальном плане и функциональной. В книге «Графический дизайн» выделяются следующие средства выразительности композиции:

- пропорции выражают пространственные отношения, проявляясь при определении формата, размеров полей, изображений, расположении различных элементов. Подробнее о пропорциях мы расскажем ниже;
- масштаб помогает не только построить визуальную иерархию элементов, но и служит средством акцентирования, с помощью сопоставления размеров нескольких форм можно выделить и усилить эффект каждой;
- контраст позволяет создать смысловые и ориентирующие акценты, динамический ритм и привести эмоциональную составляющую. По словам Т. Самары, данный термин можно применить не только к особым взаимоотношениям форм, формата и пространства, но и к разнице между этими взаимоотношениями, а объединение нескольких различных видов контраста в некоторых случаях называют напряжением²;
- нюанс проявляется тогда, когда во взаимоотношения вступают элементы с меньшим порогом различия, чем при контрасте. Такие композиции являются мягкими и строятся по принципу подобия;

¹ Лесняк В. И. Указ. соч. С. 30.

² Самара Т. Указ. соч. С. 71.

- ритм включает в себе большой эстетический потенциал и объединяет, концентрирует различные категории композиции, представленные в этом списке. Ритм можно создать с помощью цвета, шрифта, контраста и так далее, в нем важны пространственное положение элементов, равномерность. Не все ритмические ряды симметричны, и иногда симметрия ослабляет динамику ритма, тогда как асимметрия делает его сложным. Ритм создает ощущение визуальной целостности и направляет взгляд читателя;
- композиционный центр позволяет обогатить смысловое содержание, а также задать вектор направления взгляда;
- шрифт;
- цвет;
- изображение;
- точка – самый маленький элемент, она одновременно сжимается и расправляется наружу. Как только точка появляется в пространстве, она сразу привлекает к себе внимание, между ней и данным пространством возникают взаимоотношения. Она достаточно нейтральна и устойчива до тех пор, пока находится в центре, но стоит сместить ее, и возникнет напряжение;
- линия отличается протяженностью, являющейся одновременно движением и направлением движения, по своей природе она скорее динамична, но эта активность во многом зависит от расположения линии, ее направления и от толщины. Линии объединяют и разделяют пространство и объекты;
- плоскость – большая точка, важной характеристикой которой являются внешние контуры, определяющие ее форму.

Восприятие плоскости по большей части зависит от ее размерных взаимоотношений с пространством¹.

Исходя из всего вышеперечисленного, мы можем сформулировать основные законы композиции:

- закон единства, заключающийся в стилевом единстве шрифтов, иллюстраций, элементов оформления, а также в повторении некоторых элементов для создания единого стиля;
- закон равновесия (баланса): объекты должны уравнивать друг друга. Авторы К. Голомбински и Р. Хаген выделяют три вида визуального баланса: симметричный, асимметричный и радиальный, – отмечая, что асимметричный баланс смотрится интереснее, чем симметричный²;
- закон контраста;
- закон ритма, заключающийся в чередовании и повторении однородных частей, что позволяет создать ощущение единства, а также направить внимание читателя;
- закон пропорций. Самой гармоничной пропорцией считается золотое сечение. В книге «Геометрия дизайна» приводится такая цитата, раскрывающая одно из основных свойств данной пропорции: «Сила золотого сечения порождает гармонию проистекает из его уникальной способности объединять разные части в целое, сохраняя своеобразие каждого элемента»³. Золотое сечение – это такое отношение двух величин a и b , где $b > a$, для которого справедливо $b/a = (a+b)/b$. Отношения сторон основных форматов печатных изданий, как правило, соответствуют золотому сечению или очень близки к данному значению. Также следует упомянуть о правиле третей, основанном на золотом

¹ Лесняк В. И. Указ. соч. С. 32-76.

² Голомбински К., Хаген Р. Указ. соч. С. 70.

³ Элам К. Геометрия дизайна. Пропорции и композиция. СПб.: Питер, 2011. С. 10.

сечении: если разделить лист на три части по горизонтали и по вертикали, то объекты, попавшие в точки пересечения линий, будут наиболее акцентированными, станут так называемыми фокусными точками. По словам К. Элам, знание этого правила позволяет дизайнерам как привлекать внимание к тем местам, к которым оно обращается естественным образом, так и контролировать пространство¹. Считается, что расположенные по такому принципу важные элементы наиболее приятны человеческому глазу.

В книге «Добавь воздуха!», кроме перечисленных нами, предлагается еще несколько принципов:

- фокусная точка – наиболее важная деталь, визуальный центр, который позволяет задать вектор движения взгляда. Именно с фокусной точки читатель начинает изучать страницу, далее следуя по силовым линиям. Управлять вниманием можно, опираясь на естественные фокусные точки, либо путем создания собственных направлений взгляда, акцентов. Фокусная точка должна быть одна на страницу;
- движение: силовые линии и фокусные должны вести взгляд читателя или зрителя².

Наконец, стоит упомянуть про заполнение пространства в целом. Выше мы не раз упоминали об отрицательном, или негативном, пространстве. Это пространство, свободное от форм, так называемый «воздух». От его организации зависит то, как будет воспринята композиция. Если вокруг каждого элемента много свободного пространства, то они покажутся неорганизованными и хаотично расположенными, между ними не возникнут необходимые взаимоотношения и связи. Однако там, где отрицательное пространство заблокировано и перегружено, недостаток «воздуха» может

¹ Элам К. Графический дизайн. Принцип сетки. СПб.: Питер, 2014. С. 13.

² Голомбински К., Хаген Р. Указ. соч. С. 68, 71.

визуально утяжелить композицию и сбить зрителя с толку. Таким образом, негативное пространство способно не только объединить или разделить элементы, уравновесить их и обеспечить простое и цельное восприятие композиции, но и дать глазу отдохнуть.

Итак, мы перечислили элементы дизайна периодических изданий и их постоянные компоненты, а также рассмотрели основные принципы оформления газет и журналов. В следующей главе мы, основываясь на них, оценим и сравним дизайн журналов «Игромания» и «PC Gamer».

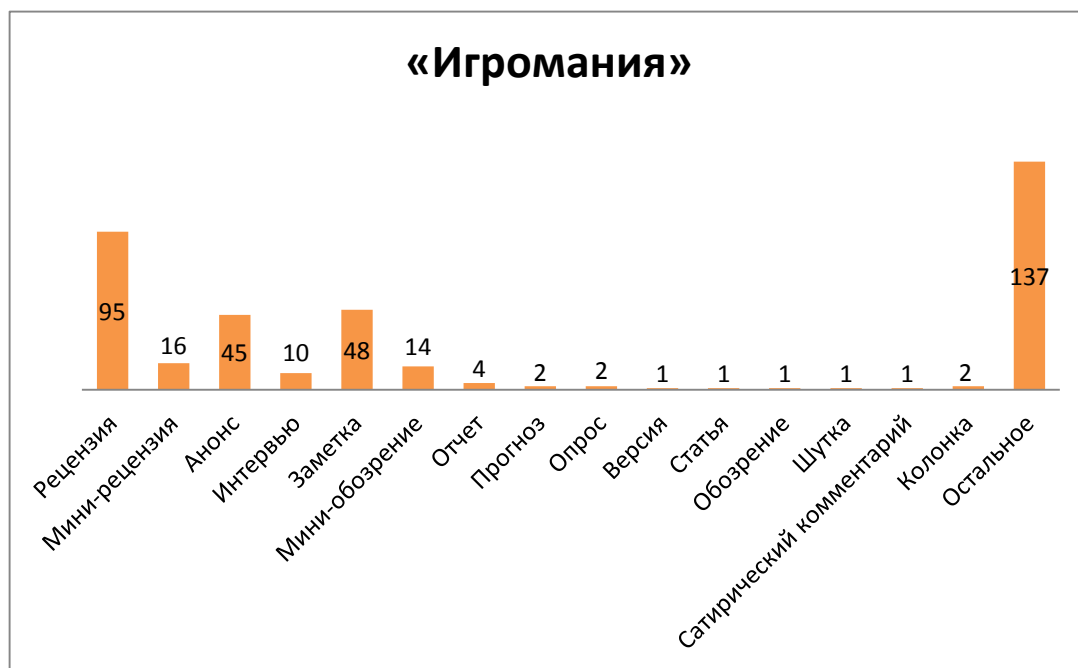
ГЛАВА 2.

АНАЛИЗ ДИЗАЙНА ЖУРНАЛОВ «ИГРОМАНИЯ» И «PC GAMER»

2.1. ЖАНРОВАЯ СТРУКТУРА ЖУРНАЛОВ «ИГРОМАНИЯ» И «PC GAMER»

Перед анализом дизайна журналов «Игромания» и «PC Gamer» нам необходимо понять, представлены ли на страницах данных изданий журналистские жанры и если да, то какие. Это необходимо сделать по той причине, что, как мы говорили в первой главе нашей работы, нередко гейм-журналистику не относят к журналистике.

Мы проанализировали содержание шести номеров каждого журнала за первую половину 2015 года, с января по июнь. Данный временной промежуток выбран по той причине, что он является одним из самых насыщенных в плане событий в мире компьютерных игр. В этот период, во-первых, выпускается большое количество новинок, во-вторых, проводятся различные фестивали, выставки и игровые турниры. В связи с этим мы полагаем увидеть большее жанровое разнообразие. Тем не менее, мы думаем, что в «Игромании» и «PC Gamer» подавляющая часть материалов будет представлена в жанре рецензии.



Распределение материалов по жанрам в журнале «Игромания»

Рис. 1

На расположенной выше диаграмме отражено, какие жанры были представлены в шести рассмотренных номерах журнала «Игромания» и в каком количестве. Как можно заметить, в данном издании преобладают рецензии, заметки, анонсы и материалы, которые мы определили в группу «Остальное», о чем подробнее расскажем ниже. Тем не менее, мы видим: в «Игромании» не обходят стороной и другие аналитические жанры, несмотря на то, конечно, что их заметно меньше. Подобное количество рецензий, однако, было ожидаемо из-за специфики журнала, главной задачей которого является рассказ о вышедших и выходящих играх. Также мы можем отметить, что довольно большую долю от всех публикаций занимают тексты информационных жанров, которые в основном касались новостей игровой индустрии.

Остановимся подробнее на особенностях материалов, которые мы отнесли к указанным выше жанрам. Так, практически все рецензии в журнале сконцентрированы в рубрике «Вердикт». Рассмотренные рецензии представляют собой разбор достоинств и недостатков той или иной игры,

пройденной журналистами. В них отмечаются особенности игровой механики, графики, нередко игра, если она является частью серии, сравнивается с ее предшественниками или играми такого же плана, освещаются некоторые детали сюжета и дается общее впечатление, которое потом раскрывается в оценке. Автор ставит баллы за несколько параметров: геймплей, графика, звук и музыка, а также интерфейс и управление, – отвечает, присутствуют ли в игре интересный сюжет, оригинальность, интересно ли будет ее переиграть и легко ли освоить, и, наконец, выводит общий рейтинг, от 1 до 10 баллов. Стоит отметить, иногда рассказ о пройденной игре представлен не только текстом рецензии, но и целым блоком материалов по теме данной игры. Так, рецензия на «The Witcher 3: Wild Hunt» (№ 6 (213) 2015 г.) сопровождалась текстами о том, как создавалась вся серия, о месте мифа, использованного в сюжете, в современной культуре, а также обзорами политической ситуации в игре и действующих персонажей. Мы видим, что к самой рецензии примыкают материалы, отличающиеся от нее по форме подачи, однако четко определить их жанр бывает довольно затруднительно.

Анонсы в журнале часто представляют собой смесь заметки с рецензией. Это тексты, тема которых – грядущие новинки в игровой сфере. Как правило, такие материалы действительно являются информационными сообщениями, включающими в себя факты, касающиеся разработки игры, некоторых, уже известных, особенностей сюжета или геймплея, комментарии создателей, ретроспективу и тому подобные элементы. Однако нередко мы видим анонс, написанный после того, как журналисты ознакомились либо с бета-версией, версией раннего доступа, либо с частью игры с предποказа для представителей прессы. Тогда перед нами возникает, как отмечалось выше, сочетание информационной заметки с рецензией. Подобный материал нельзя назвать чистой заметкой, так как он, кроме сведений о производстве и комментариев разработчиков, содержит в себе впечатления о пройденном отрывке игры, разбор его достоинств и недостатков, ожидания и тому

подобное, но и полноценной рецензией он тоже не является. Журналисты не могут оценить игру в целом и всю совокупность ее характеристик, они лишь рассказывают о той малой части, которую им показали, и делают предположения о том, какой будет полная версия. Наконец, стоит назвать еще одну причину, по которой мы отделили анонсы от заметок. Дело в том, что одними из основных жанров зарубежной гейм-журналистики являются так называемые «review» и «preview», что на русском языке можно обозначить как рецензию и анонс. Рассмотрим, в чем заключаются особенности жанра «preview». Тексты данного жанра могут или представлять собой совокупность сведений об игре, собранных из разных источников, или содержать эксклюзивную информацию, полученную прямо от разработчиков, в том числе отзыв о бета-версии, версии раннего доступа, пресс-показе и тому подобном. Как правило, подобные анонсы состоят из следующих элементов:

- характеристики игры (информация о разработчике, жанре, платформе, дате выхода, системных требованиях);
- содержание игры (известные на данный момент особенности сюжета и геймплея);
- достоинства и недостатки (если журналисты не играли в эксклюзивную версию для прессы, эти данные, как правило, основываются на надеждах и ожиданиях от игры)¹.

Как мы видим, анонсы в журнале «Игромания» соответствуют описанным характеристикам такого жанра, как «preview», во многом больше, чем обозначенным жанрам, свойственным российской журналистике. Подобная ситуация кажется довольно закономерной в связи с тем, что российская гейм-журналистика формировалась, в том числе, под влиянием западной, не удивительно, что она переняла некоторые ее черты. Следует

¹ Tennant D. Analyzing Games Journalism // Worcester: Worcester Polytechnic Institute, 2009. P. 75.

также отметить, что практически все анонсы в «Игромании» сосредоточены в рубрике «В разработке».

К заметкам мы относили информационные материалы, соответствующие данному жанру по своей структуре и особенностям. В основном все новости были сосредоточены в рубрике «Онлайн», однако расширенные заметки встречались и в блоках материалов, относящихся к рецензии на какую-либо игру, о чем мы говорили выше.

Интервью, которые встретились в анализируемых номерах, в основном были так или иначе связаны с разработкой и особенностями какой-либо грядущей игры, соответственно, интервьюируемыми были представители игровой индустрии. Тем не менее, геймеров журнал тоже не обошел стороной: в одном из номеров (№ 3 (210) 2015 г.) мы встретили два опроса. Один из них касался того, по какой причине люди играют за персонажа противоположного пола, а второй был о том, каково управлять гильдией в онлайн-игре. Отчеты в журнале, как и ожидалось, появлялись после различных фестивалей и выставок, связанных с компьютерными играми и игровой индустрией в целом.

Стоит объяснить, какие именно материалы мы отнесли к жанрам мини-рецензия и мини-обозрение. По словам А. А. Тертычного, мини-рецензия представляет собой оценочную заметку, цель которой – передать читателю впечатления о предмете публикации¹. Подобные тексты встречались в рубрике «Мобильный дайджест» и представляли собой короткий отзыв о той или иной игре для смартфонов. Мини-обозрением А. А. Тертычный называет вид фактологической заметки, предметом отображения которой является не одно событие, действие или явление, а их совокупность, при этом журналист не ставит себе целью выявить взаимосвязь между освещаемыми феноменами². Так, в журнале «Игромания» были опубликованы материалы, в

¹ Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2000. URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm>.

² Там же.

которых обзоревались мода и оружие, работа искусственных экосистем в различных играх и тому подобное. В некоторых из них, однако, выявлялись определенные взаимосвязи между предметами освещения и тенденции, однако для полноценного обозрения такой анализ был довольно поверхностным, представляя собой скорее перечисление фактов. Колонки, как можно заметить, встречаются не во всех номерах, обычно они представлены в рубрике «Особое мнение». Как правило, такие тексты являются выражением авторского мнения по поводу какой-либо игры или темы, связанной с играми.

Такие жанры, как статья и обозрение, в основном встречались в рубрике «Не одной строкой», которая практически всегда представлена каким-либо аналитическим материалом, как правило, подробным разбором тенденций, явлений, новостей и процессов, происходящих в мире компьютерных игр. Тем не менее, версию и прогнозы мы обнаружили в рубриках «Вердикт» и «Центр внимания», предметом обсуждения в данных текстах была та или иная игра или серия игр, а точнее, суждение об их будущем.

Наконец, необходимо рассказать о том, какие публикации мы определили в группу «Остальное». Туда в основном попали обзоры и тестирование различной техники для игр, компьютеров, комплектующих и тому подобное, составляющие неотъемлемую часть каждого номера и представленные в рубрике «Железный цех». Также в данной группе оказались некоторые материалы, жанровая принадлежность которых с трудом поддается идентификации: они по своей структуре и особенностям не соответствуют ни одному из жанров, которые принято выделять в периодической печати. Обзоры в данном случае – это рассказ о достоинствах и недостатках того или иного продукта, его тестирование, впечатления о нем и так далее. Здесь снова возникает необходимость обратиться к системе жанров, характерной для зарубежной гейм-журналистики. Так, среди них есть «hardware review», что можно перевести как обзор компьютерной

техники, или «железа», который состоит из технических характеристик рассматриваемого устройства, описания его внешнего вида и назначения, разбора достоинств и недостатков, сравнения с другими такими устройствами и итоговой оценки¹. Практически такой же была структура обзоров компьютерной техники в «Игромании».

Исходя из результатов анализа, мы можем сделать вывод, что в журнале «Игромания», как и во многих развлекательных журналах, наблюдается сильное размывание жанровых границ. Жанровая принадлежность некоторых текстов осталась под вопросом, тогда как другая часть сочетала в себе признаки сразу нескольких жанров. Также заметно влияние западной гейм-журналистики на российскую.

Таким образом, можно определить, что журналистские жанры в «Игромании» представлены, хотя нельзя не добавить, что полного соответствия жанровым канонам мы здесь не увидим. Тем не менее, в наши дни данная ситуация характерна не только для этого издания, но и для многих других, особенно развлекательных, журналов.

Перед тем, как обратиться к результатам, полученным при анализе материалов в журнале «PC Gamer», необходимо сказать, на какие именно жанры мы, просмотрев издание, решили подразделить опубликованные там тексты. Как говорилось в Главе 1, в Великобритании жанровая структура прессы строится на разграничении «news» и «features», а в США более употребимым является понятие «тип» публикации. Подобное разделение показалось нам довольно общим, к тому же в самом журнале оказалось не так много разновидностей данных жанров, и все они соответствовали типологии, предложенной в отчете «Analyzing Games Journalism»:

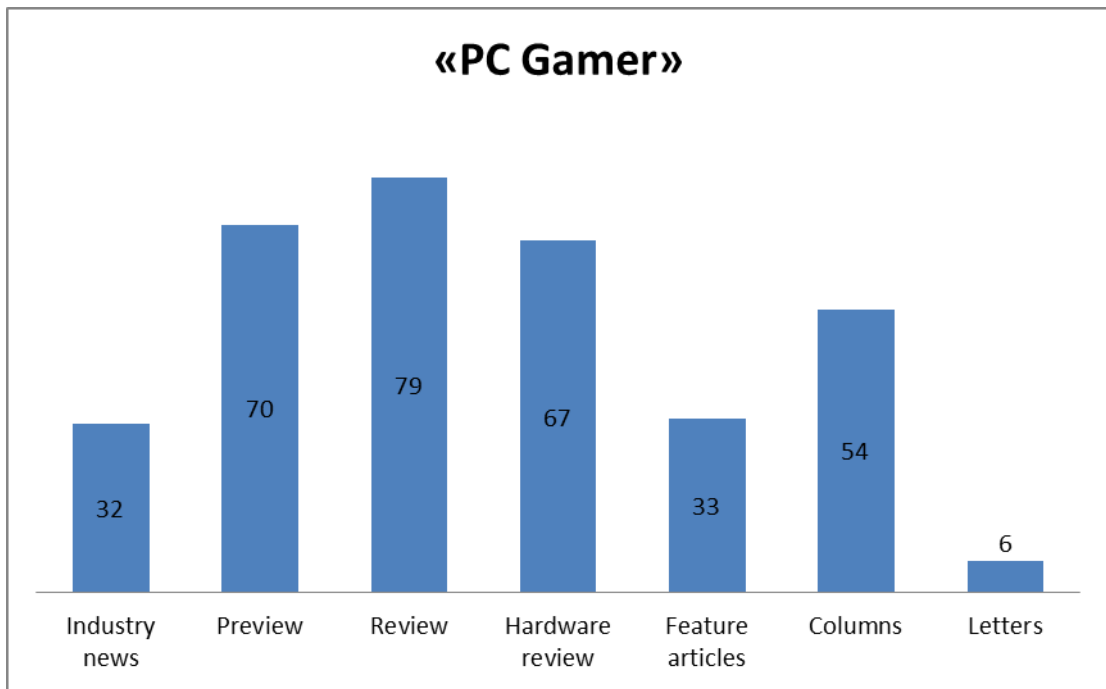
- industry news, которые представляют собой разные типы новостных материалов, в зависимости от предмета освещения;

¹ Tennant D. Op. cit. P. 78-79.

- review – рецензия, состоящая из характеристик игры, информации о сюжете и особенностях геймплея, оценки достоинств и недостатков, мнения других лиц и итоговой оценки;
- preview – анонс, об особенностях которого мы говорили выше;
- hardware review – обзор компьютерной техники, о котором также упоминалось при анализе материалов «Игромании»;
- columns – авторские колонки, имитирующие личное общение с читателем, в них обсуждаются различные темы, связанные с играми и игровой индустрией;
- letters – ответ редакции на письма читателей;
- feature articles – как правило, аналитические, не новостные материалы, сюда автор отчета также включил интервью и публикации, в которых освещается тема номера¹.

При подробном анализе, мы, естественно, остановимся на описании особенностей материалов, которые были отнесены к тем или иным жанрам, а также на их разновидностях. Однако перед этим необходимо рассмотреть полученные результаты в целом и оценить общие тенденции.

¹ Ibid. P. 75-82.



Распределение материалов по жанрам в журнале «PC Gamer»

Рис. 2

На диаграмме (рис. 2) можно увидеть, что в журнале «PC Gamer», как и в «Игромании», преобладают рецензии и анонсы, однако не последнее место занимают обзоры компьютерной техники и авторские колонки. Не считая рецензий, в журнале не так много аналитических материалов. К тому же можно сказать, что в целом жанровая палитра в данном издании не отличается разнообразием. Следует отметить, что, в отличие от «Игромании», где, несмотря на определенную зависимость жанра от рубрики, в которой он представлен, в этих же рубриках можно было встретить материалы другого типа, в «PC Gamer» мы видим довольно четкую привязку текстов тех или иных жанров к отведенным для них рубрикам. Рассмотрим каждый из них подробнее.

Новостные публикации в основном представляли собой либо традиционные заметки, либо отчеты с различных турниров по играм, разбавленные комментариями участников. Тем не менее, по сравнению с общим объемом других текстов, материалов, где освещались бы новости индустрии, в журнале не так много. Мы также не встретили какого-либо

комплексного анализа новостей, тогда как в «Игромании» подобные публикации присутствовали, о чем говорилось выше. Определенная оценка той или иной новости, а также ее сравнение с другими встречалась только в постоянном элементе новостной рубрики «Monitor» – текстах от Шпиона (The Spy), вымышленного персонажа, который делится с читателями определенной новостью и своим отношением к ней.

Контент раздела рубрики «Monitor», «Preview», – это анонсы игр. В них в «PC Gamer» замечены такие же черты, какие были характерны для анонсов в «Игромании». Если у журналиста нет возможности лично ознакомиться с игрой до ее выпуска, то перед читателем предстает набор известных на данный момент сведений, однако если подобная возможность есть, то тогда текст содержит впечатления автора. Стоит отметить, что часто они излагаются таким образом, будто журналист действительно находился в мире игры и переживал происходящие там события: «В пиршественном зале медведи – черт! Только я завел беседу с кастеляном, как нам обоим пришлось бежать в пиршественный зал, где гризли как раз отгрызал гостю голову. Зверь встряхнул тело, зажатое в зубах, и зарычал, его морда была залита кровью»¹. Иногда в подобной манере написан весь анонс, где особенности геймплея и графики игры отражаются в действиях и впечатлениях персонажа-журналиста, однако чаще такие отрывки перемежаются с фактологической информацией.

Рецензии в журнале представлены в рубрике «Reviews». Если в «Игромании» мы видели в основном очень объемные материалы, которые нередко сопровождались другими текстами по теме рассматриваемой игры, то в «PC Gamer» рецензии, как правило, более лаконичны, а в самой рубрике нет публикаций других жанров. По своей структуре данные рецензии похожи на представленные в «Игромании», однако в конце не оценивается каждый аспект, а ставится только одна итоговая оценка, за игру в целом, по столбальной шкале.

¹ Senior T. The Witcher 3: Wild Hunt // PC Gamer. 2015. № 3. P. 18.

Один разворот в каждом номере «PC Gamer» посвящен ответам на письма читателей, также там публикуются их мнения насчет какой-либо игры или темы, связанной с играми. Колонки представлены в рубрике «Extra Life», где обсуждаются игровая культура, старые игры и тому подобное. Как правило, такие тексты совсем небольшие по объему и являются кратким выражением авторского мнения по вопросам, обозначенным выше. В рассматриваемых номерах «Игромании» не было ответа на письма читателей, однако следует отметить, что с сентября 2015 года редакция решила вернуть рубрику «Почта». Обзоры компьютерной техники, публикуемые в рубрике «The Hard Staff», по своей структуре и содержанию соответствовали тем характеристикам, которые мы описали при анализе таких же материалов в журнале «Игромания».

В рубрике «Features», соответственно ее названию, представлено то, что в первой главе нашего исследования мы определили как неновостные материалы. Основными публикациями, которые на рис. 2 отнесены к жанру «feature articles», в «PC Gamer» являлись статьи, в которых освещалась тема того или иного номера. Нельзя сказать, что под статьей в данном случае подразумевается то, что принято понимать под этим журналистским жанром в России. Так как темой номера обычно является какая-либо игра, это не аналитический материал, а скорее информационный с элементами анализа и оценки, напоминающий анонс или рецензию в зависимости от того, вышла данная игра или нет. При этом в подобной публикации, как правило, присутствуют комментарии разработчиков и тому подобное. Также в группу «feature articles» попали материалы, являющиеся рейтингом игр (они встречались в двух из шести проанализированных номеров), дискуссии двух журналистов, представляющих мнение «за» и «против» по какому-либо вопросу, и единственное за все шесть номеров объемное интервью. Следует отметить, что полноценные аналитические материалы, не считая рецензий, нам тоже практически не встретились.

Подводя итог, мы вынуждены согласиться с утверждением, выдвинутым в статье «The new gatekeepers: The occupational ideology of game journalism» и озвученном в 2-м параграфе первой главы: в «PC Gamer», одном из гейм-журналов Европы, действительно заметно жанровое однообразие. Уделяя внимание анонсам и рецензиям, в нем забывают о существовании других жанров. Несмотря на то, что в «Игромании» также не много аналитических публикаций, практически в каждом номере, тем не менее, можно найти хотя бы одну. То же самое относится к такому жанру, как интервью.

Можно сказать, что жанровая палитра «Игромании» более насыщена, чем в «PC Gamer», и при существующих сходствах между этими двумя журналами в плане подхода к форме подачи различных тем есть существенные различия. Однако мы видим, что в обоих изданиях, так или иначе, представлены те журналистские жанры, которые, в силу своих особенностей, в большей степени подходят для рассказа об играх – основной составляющей подобных журналов.

2.2. ДИЗАЙН ЖУРНАЛОВ «ИГРОМАНИЯ» И «PC GAMER»

Перед анализом дизайна необходимо дать краткую характеристику рассматриваемым журналам.

«Игромания» – ежемесячный мультиплатформенный журнал о видеоиграх, выходящий с 1997 года. Является крупнейшим печатным изданием о компьютерных играх в России.

Изначально «Игромания» создавалась как журнал руководств и прохождений по компьютерным играм и играм для PlayStation, но со временем приоритет сместился в сторону других рубрик, а целевой платформой вместо первой PlayStation стали ПК. Позже журнал стал мультиплатформенным. «Игромания» рассчитана на широкий круг читателей: как на новичков, так и на людей с большим игровым стажем, – тем не менее, игровой сленг в журнале присутствует.

«PC Gamer» – ежемесячный журнал о компьютерных играх, основанный в Великобритании в 1993 году. Американская версия журнала начала выходить на год позже. Существуют также региональные версии. Данный журнал позиционирует себя в качестве издания для геймеров с большим игровым стажем и отмечает, что их тексты не рассчитаны на новичков. Возраст целевой аудитории от 18 лет и старше.

Перед подробным анализом дизайна необходимо рассмотреть и сравнить черты, присущие оформлению «Игромании» и «PC Gamer». Мы взяли 6 номеров обоих журналов с января по июнь 2015 года, составили таблицу и внесли в нее элементы дизайна, которым можно дать краткую характеристику, а также отметили наличие или отсутствие некоторых из них. Композиция изданий не вошла в данную таблицу по той причине, что для ее оценки требуется более полный, комплексный анализ, содержащий в себе рассмотрение использования и организации всех перечисленных элементов в целом. Также были включены часть выходных данных и информация о количестве постоянных рубрик, формате и объеме журналов и количестве рекламных блоков в одном номере (среднее значение). Позднее мы обратимся к каждому из представленных в таблице элементов и более подробно рассмотрим особенности их использования в обоих изданиях.

Краткая характеристика элементов дизайна журналов «Игромания» и «PC Gamer»

Таблица 1

| | «Игромания» | «PC Gamer» |
|---------------------------|--------------------|-------------------|
| Формат | 210x297 мм | 210x297 мм |
| Периодичность | ежемесячный | ежемесячный |
| Тираж (июнь 2015 года) | 50 300 экз. | 19 276 экз. |
| Объем | 143-164 стр. | 132 стр. |

| | | |
|---|--------------------|------------------|
| Количество постоянных рубрик | 8 | 5 |
| Количество рекламных блоков (в среднем на 1 номер) | 4 | 19 |
| Типографика | | |
| Логотип | декоративный шрифт | гротеск |
| Надзаголовок | разные шрифты | – |
| Заголовок | разные шрифты | разные шрифты |
| Подзаголовок | разные шрифты | антиква |
| Внутренний подзаголовок | разные шрифты | антиква |
| Основной текст | Гротеск | антиква |
| Врезка | – | разные шрифты |
| Название рубрик | Гротеск | разные шрифты |
| Подписи к изображениям | разные шрифты | гротеск |
| Стиль шрифтового оформления | полигарнитурный | полигарнитурный |
| Количество используемых гарнитур | >3 | 3 |
| Количество колонок | 2 и 4 | 2 и 3 |
| Изображения | | |
| Фотография | да | да |
| Скриншот | да | да |
| Постер/концепт-арт | да | да |
| Инфографика | – | да |
| Цвет | | |
| Логотип | разные цвета | красный и черный |

| | | |
|-------------------------|----|---------|
| Основной цвет в журнале | – | красный |
| Декоративные элементы | | |
| Линейки | да | да |
| Рамки | да | да |
| Плашки | да | да |
| Подложки | да | да |

Как можно заметить из данной таблицы, несмотря на меньший объем журнала «PC Gamer», в нем представлено больше рекламы, чем в «Игромании». Рекламные модули, как правило, занимают либо разворот, либо полосу, редко – полполосы, а их основной объект – компьютерная техника, тогда как в «Игромании» – игры. Также реклама в «Игромании» в основном размещена в начале и в конце номера, в «PC Gamer» встречается на протяжении всего номера. Несмотря на то, что рекламу не принято учитывать при оценке дизайна журнала, мы не можем не отметить, что в «PC Gamer» яркие рекламные модули нередко отвлекают внимание от материалов, когда они размещены на целой полосе и соседствуют с каким-либо текстом.

Мы уже упоминали о рубриках, представленных в журналах, когда говорили о жанрах, однако теперь необходимо остановиться на них подробнее в связи с тем, что некоторые рубрики сильно отличаются по дизайну, о чем будет рассказано немного позже.

Рубрикация «Игромании»:

- «Не одной строкой». В данной постоянной рубрике собраны материалы, представляющие собой, как правило, аналитический разбор главных новостей игровой индустрии, тенденций, проблем и трендов последних месяцев – иногда с комментариями специалистов;

- «Из первых рук». Постоянная рубрика, содержит материалы о наиболее ожидаемых, ещё не вышедших играх, нередко там же представлены интервью с разработчиками данных игр;
- «В разработке» – постоянная рубрика, где размещены анонсы, о которых мы говорили в 1-м параграфе данной главы, а также интервью с разработчиками;
- «Центр внимания». Здесь собраны материалы об играх, объединенных по какому-либо признаку, либо об одной игре, как правило, являющейся темой номера. Данная рубрика встречается не во всех номерах;
- «Вердикт». Постоянная рубрика, содержащая рецензии на недавно вышедшие игры, их рейтинг и оценку;
- «Мобильный дайджест». В данной постоянной рубрике представлены новости, рецензии, обзоры игр для мобильных устройств;
- «Онлайн». Как правило, здесь собраны новости, посвященные онлайн-играм, постоянная рубрика;
- «Железный цех». Постоянная рубрика, которая содержит обзоры и тестирование новинок компьютерного рынка, техники для игр и прочего, а также подборку конфигураций и цен;
- «Спецматериалы». В данной постоянной рубрике собрана интересная информации по определенной теме. Например, в номере за март 2015 года рассматривалась политика в играх;
- «Мозговой штурм». Постоянная рубрика, конкурсы на игровую тематику;
- «Кино». Рецензии на фильмы или анонсы;
- «Особое мнение». В данной рубрике размещаются авторские статьи, посвященные проблемам игровой индустрии, игровым

тенденциям и прочим темам, связанным с играми. По жанру большая часть данных материалов ближе всего к колонке.

Рубрикация «PC Gamer» (все перечисленные ниже рубрики являются постоянными):

- «Monitor». Содержит информационные материалы и анонсы игр;
- «Features». Статьи по теме номера и другие крупные неновостные материалы;
- «Reviews». Рубрика представлена рецензиями на игры;
- «Network». Ответы на письма читателей;
- «The Hard Staff». Обзоры компьютерной техники и комплектующих;
- «Extra Life». Данная рубрика в основном представлена авторскими колонками, темой которых являются старые игры, игровая культура и тому подобное.

В таблице мы дали краткую характеристику шрифтового оформления, свойственного обоим журналам. Рассмотрим его подробнее. И «Игромании», и «PC Gamer» присущ полигарнитурный стиль оформления, тем не менее, реализован он по-разному.

В первую очередь начнем с рубрик, которые формируют структуру журнала. В «Игромании» за их названиями не закреплено единого оформления. Например, названия рубрик «Железный цех» и «Не одной строкой» набраны рубленным выворотным шрифтом на цветной плашке, представляющей собой горизонтальную линию, и похожи по стилю. Остальные – рубленным выворотным шрифтом с черной обводкой, либо черным с белой обводкой, иногда оттененным, чтобы текст не потерялся на странице, иногда – на цветной плашке, по той же причине. Похожая ситуация с насыщенностью: часть названий набрана жирным шрифтом, часть – светлым, причем насыщенность может варьироваться в пределах одной рубрики. Наконец, некоторые названия рубрик набраны прописными

буквами («Вердикт», «Центр внимания», «Мобильный дайджест» и другие), а некоторые – строчными с заглавной прописной («Не одной строкой», «Мозговой штурм»). Следует отметить также существенные различия в длине самих названий, например: «Мобильный дайджест» и «Кино», – что тоже выглядит довольно неаккуратно и не очень хорошо сказывается на стилевом единстве.

Как правило, оформление рубрик в журналах выполняется в едином стиле, и они отличаются друг от друга какой-либо деталью, например, цветом. Это, с одной стороны, позволяет соблюсти принцип единства, создает ощущение целостности, а с другой – помогает читателю разобраться в структуре издания и сориентироваться. В случае с «Игроманией» в оформлении рубрик мы видим разобщенность.

В «PC Gamer» для набора названия рубрик используется две гарнитуры. Вероятно, это было сделано для того, чтобы читатель мог быстро понять, в каком разделе журнала он находится. Все рубрики, кроме «Extra Life», набраны одним и тем же шрифтом с засечками. Название «Monitor» написано выворотным шрифтом на красной плашке, что позволяет легко отличить данную рубрику от остальных. Однако стиль оформления ее раздела, «Preview», практически такой же. Возможно, это могло бы показать его принадлежность к «Monitor», если бы не отсутствие должной визуальной иерархии. Название «Preview» набрано таким же кеглем и выворотным шрифтом на оранжевой плашке и расположено на левой полосе, напротив «Monitor». В итоге при просмотре разворота сложно понять, что из этого является наименованием рубрики. Намек на зависимое положение «Preview» дает только вертикальная красная полоска, примыкающая к оранжевой плашке сбоку. Вероятно, дизайнерам стоило более ясно обозначить иерархию в названиях рубрики и ее раздела.

Несмотря на то, что для набора «The Hard Staff» используется тот же самый шрифт, оформление этой рубрики очень отличается от оформления остальных и в целом по стилю больше похоже на дизайн логотипа какой-

либо газеты или журнала. Дизайнеры выбрали более насыщенное начертание, из-за чего кажется, что буквы стоят очень плотно друг к другу, использовали выворотку, уменьшили кегль артикля «the» и поместили его над словом «hard». Все это напечатано на серой плашке, часть которой уходит «под обрез» (см. рис. 6 в Приложении). В результате создается впечатление, что данная рубрика является элементом другого издания. Похожая ситуация возникает и с «Extra Life»: название синего цвета набрано тонким рубленным шрифтом. Также эту рубрику отличает наличие у края внешнего поля синей полоски во всю длину правой страницы. Как мы видим, в оформлении рубрик в «PC Gamer» тоже присутствует разобщенность.

Оформление заголовочного комплекса в «Игромании» зависит от рубрик. Так, в рубриках «Не одной строкой», «Онлайн», «Мобильный дайджест» для заголовков используется один и тот же рубленный шрифт. Отличить его от гротеска, которым набраны основные тексты, можно, в том числе, по форме буквы «о»: вытянутая для шрифта в заголовках и округлая для шрифта в основных текстах соответственно. В Главе 1 мы писали о том, что подобное сочетание считается удачными, однако здесь также необходимо обращать внимание на такую характеристику, как удобочитаемость. Было замечено следующее: в некоторых из заголовков, где использовался данный шрифт, очень узкие межбуквенные пробелы, из-за чего создается впечатление, что буквы слеплены друг с другом. Также довольно часто подобным заголовкам не хватает свободного пространства. Например, над плотным, тяжелым заголовком какого-либо материала в рубрике «Не одной строкой» нависает цветная плашка с названием рубрики, а снизу его подпирает, нередко объемный, подзаголовок и обязательное изображение. Интервалы между этими элементами представляются слишком маленькими по сравнению с их визуальным весом, потому заголовок теряет часть своих выразительных возможностей. Это также негативно сказывается на одной из его функций – привлечении внимания – по той причине, что он, зажатый и

сверху, и снизу, не выделяется так хорошо, как мог бы при условии наличия свободного пространства вокруг.

Для заголовков в других рубриках, как правило, выбираются декоративные шрифты, соответствующие стилю оформления той игры, которой посвящен материал. Нередко к ним применяются различные эффекты, которые в большинстве случаев выглядят неуместно и неэстетично. Надзаголовком обычно служит непосредственно логотип игры. Внутренние подзаголовки набираются тем же, или похожим, шрифтом, какой используется для заголовков. Рассмотрим оформление одного из анонсов в № 5 (212) 2015 г. (см. рис. 7 в Приложении). В качестве надзаголовка использован непосредственно логотип рассматриваемой игры, который стилизован под покрытые и разъеденные ржавчиной металлические буквы. К нему применен эффект свечения с целью выделить его на фоне темной подложки. Для заголовка «Грабь, убивай или будь съеден» подобран шрифт, соответствующий данному логотипу: без засечек, тоже частично потертый. Красный цвет заголовка, вероятно, должен отсылать к его содержанию и передавать атмосферу игры: зомби-апокалипсис. Внутренние подзаголовки оформлены в таком же стиле: используется очень массивный шрифт и ярко-красная обводка. Для подобного кегля и оформления интерлиньяж слишком узкий, потому в случае, если подзаголовок занимает больше, чем одну строку, возникает впечатление, что верхние и нижние буквы налезают друг на друга. Описанный заголовочный комплекс совершенно не сочетается с основным текстом, так как тот набран стандартным для «Игромании» рубленным шрифтом. В Главе 1 говорилось о том, что выбранные шрифты должны контрастировать друг с другом, и здесь это действительно присутствует, однако одновременно они должны поддерживать друг друга. Между шрифтами, использованными для заголовочного комплекса и основного текста, не возникает подобных отношений, они абсолютно не сочетаются. Заголовочный комплекс материала, следующего за описанным выше, оформлен совершенно в другом стиле. В итоге мы видим все те

недостатки, которые перечислялись в первой главе данной работы при описании полигарнитурного стиля шрифтового оформления: возникновение «шума», разрушение единства элементов как на развороте, так и в журнале в целом.

Большая часть материалов в журнале разверстана на 4 колонки (кроме текстов в рубриках «Железный цех», «Онлайн» и «Мобильный дайджест», которые разбиты на 2 колонки), с выключкой по формату, и набрана довольно тонким рубленным шрифтом. Он представляется удобочитаемым, однако при использовании выворотки становится визуально тоньше, что, в сочетании с небольшим кеглем, в определенной степени затрудняет чтение объемных материалов. Следует отметить: для данного журнала характерно использование плашек и подложек под текст, что иногда не лучшим образом сказывается как на удобочитаемости шрифта, так и на внешнем виде всей запечатанной части полосы. Приведем в пример оформление одного из анонсов в № 6 (213) 2015 г. (см. рис. 8 в Приложении). Его текст размещен на подложке, имитирующей тетрадный лист. Наличие множества горизонтальных и вертикальных линий, формирующих очень мелкие клетки, нарушает ритм, создаваемый строками текста, и ту горизонтальную структуру, которую они образуют, и, следовательно, затрудняет продвижение взгляда по строке. Также читатель подсознательно ожидает, что строки текста будут привязаны к линиям «листа», однако они не всегда совпадают. Такое неудачное использование подложек под текст не является единичным случаем: в шести рассмотренных нами номерах «Игромании» встречалось множество подобных примеров, особенно в оформлениях рецензий и анонсов.

Несмотря на то, что в представленной выше таблице стиль шрифтового оформления «PC Gamer» также определен как полигарнитурный, в данном журнале наблюдается большее единство, чем в «Игромании». Главная причина заключается в том, что в целом в нем используется не больше трех различных гарнитур.

Так, заголовки набраны либо гротеском, либо антиквенным шрифтом. Данный выбор зависит от рубрики: заголовки анонсов в разделе «Preview», рецензий и материалов в рубрике «Extra Life» – первым, новостных публикаций в рубрике «Monitor» и обзоров компьютерной техники в «The Hard Staff» – вторым соответственно. В отличие от «Игромании», заголовки каждой рецензии или анонса оформлены одинаково, согласно со стилем журнала, а не какой-либо игры. Отсутствие множества декоративных шрифтов, а также различных эффектов, применяемых к ним, положительно сказывается как на внешнем виде текста, так и на восприятии полосы в целом. Как говорилось в Главе 1 нашей работы, сочетание шрифта с засечками и рубленого также считается удачным при правильном подборе пары. У использованного в заголовках гротеска выражена вертикальность, тогда как антиква, которая выбрана для основного текста, формирует горизонтальную структуру. Это, не считая разницы в наличии засечек, создает необходимый контраст, тем не менее, между данными шрифтами остаются формальные отношения, что в большинстве случаев не наблюдалось между декоративными шрифтами в заголовках и рубленом в основном тексте в журнале «Игромания». Однако стоит отметить, что некоторые заголовки в «PC Gamer» представляются слишком маленькими по сравнению с соседствующими элементами, потому теряются на полосе. Как правило, это происходит с заголовками анонсов: иногда они окружены со всех сторон и, при недостатке свободного пространства, оказываются погребенными под весом остальных элементов (см. рис. 9-10 в Приложении). Однако для оформления рецензий выбран другой способ верстки заголовков, открытый: название публикации в основном размещается сверху, при этом оно визуальное выделяется благодаря, во-первых, крупному кеглю шрифта, во-вторых, наличию «воздуха» вокруг. Если же заголовок рецензии размещен по-другому, между ним и соседствующими элементами остается достаточное количество отрицательного пространства, чтобы он не терялся на полосе.

Шрифт с засечками используется, как мы уже говорили, в заголовках новостных материалов рубрики «Monitor» и обзоров компьютерной техники. По своему рисунку он похож на шрифт для набора основного текста. Подобные заголовки заметно более горизонтально ориентированные, чем те, которые написаны гротеском.

Оба этих шрифта используются для набора заголовков материалов в рубрике «Features», однако в данном случае к ним нередко применяются различные эффекты, например: градиент, декоративные элементы, отенение и тому подобное. В большинстве случаев подобное вмешательство представляется не оправданным, так как эти шрифты сами по себе хорошо смотрятся в крупном кегле, который в данной рубрике значительно превышает кегль шрифта заголовков во всех остальных. Кроме того, нарушается единство шрифтового оформления.

Различные подзаголовки в журнале набираются тем же антиквенным шрифтом, что и заголовки. Для выделения внутренних подзаголовков использован более крупный, по сравнению с текстовым, кегль, а также полужирное начертание. Данные подзаголовки позволяют разбить и структурировать основной текст, но при этом они не отвлекают на себя внимание, как это было в случае с «Игроманией». Таких проблем, как слишком узкий интерлиньяж, тоже замечено не было. Следует отметить, что в данном журнале подзаголовки, как правило, очень лаконичные, не длиннее одной строки. В «PC Gamer» в том числе присутствовали врезки, для которых, опять же, использовались рубленый и антиквенный шрифт заголовков.

Большая часть материалов «PC Gamer» разверстана на 3 колонки, с выключкой влево. Нельзя сказать, что использование рваного края абсолютно во всех текстах является удачным: иногда последовательности длинных строк, сменяемые короткими, создают не очень привлекательную геометрическую форму, отвлекающую от текста, также встречаются слишком длинные одиночные строки, которые сильно выбиваются из

основного текста, что также выглядит довольно не эстетично. Во всех рубриках, кроме «Features», не используются плашки и подложки, а также выворотка. Это позволяет избежать той разнородности, которая наблюдалась в «Игромании», а также облегчает чтение текста. Однако самые объемные публикации в журнале, представленные в «Features», нередко размещаются на плашках и подложках, которые являются изображениями из описываемых игр. Несмотря на то, что подобные подложки здесь более нейтральны, чем в «Игромании», они визуальнo утяжеляют полосу и отвлекают от текста. Более того, из-за наличия темных плашек и подложек нередко используется выворотный шрифт. Он не столь тонкий, как рубленый шрифт в «Игромании», используемый для набора основного текста, потому меньше теряет в плане удобочитаемости. Однако следует учитывать, что от больших объемов белого текста на темном фоне глаза устают быстрее, чем от черного на светлом.

В итоге можно сделать следующий вывод: несмотря на то, что в обоих журналах представлен полигарнитурный стиль оформления, в «PC Gamer» его реализация кажется более удачной. Сохранить определенное единство шрифтового оформления удалось во многом по той причине, что в данном журнале присутствует не больше трех различных гарнитур. При некоторых исключениях, мы видим наличие определенной системы, каждая гарнитура закреплена за тем или иным элементом, что позволяет выстроить иерархию информации и избежать появления «шума» и пестроты, вызванной использованием множества различных шрифтов.

По нашему мнению, создание единого стиля шрифтового оформления в «Игромании», закрепление определенных шрифтов, их кеглей и начертаний за определенными элементами помогло бы не только структурировать информацию в журнале, показать иерархию материалов, но и позволило бы снизить визуальный шум и сделать шаг на пути к единству оформления всего журнала.

Тем не менее, если говорить о шрифтовом оформлении данных гейм-журналов в целом, а не в сравнении, то, основываясь на представленном выше анализе, можно сделать вывод, что перед ними стоит несколько проблем, которые, по нашему мнению, можно решить следующим образом:

- уменьшить количество используемых гарнитур до двух;
- избавиться от излишнего украшения;
- четко определить место каждой гарнитуры в журнале;
- использовать выразительные возможности именно шрифта, а не тех дополнительных эффектов, которые можно к нему применить;
- следить за удобочитаемостью.

Из Таблицы 1 видно, что в журналах используются как скриншоты и концепт-арты, постеры и промо-арты, так и фотографии. Отдельно стоит отметить, что в некоторых рассматриваемых номерах «PC Gamer» нам встретилась инфографика, несмотря на то, что она была довольно простой по форме исполнения и чаще всего представляла собой так называемый таймлайн. Самый объемный из них был размещен в № 6 (279) 2015 г. в рубрике «Features». Мы не будем подробно разбирать достоинства и недостатки таймлайнов, опубликованных в журнале, по той причине, что это не является целью нашей работы, однако отметим, что подобный способ представления информации нередко способен эффективно структурировать ее и упростить восприятие данных. Фотографии появляются в журналах в основном тогда, когда в номере есть материал про какие-либо мероприятия, связанные с компьютерными играми, или о персоне из игровой индустрии. Также можно отметить, что в «PC Gamer» концепт-арты и промо-арты используются реже, чем в «Игромании».

Постеры, как правило, размещаются либо на обложке изданий, либо в качестве главной картинки к материалу о той или иной игре. Так, в «PC Gamer» в рубрике «Features» они нередко занимают целый разворот. В

«Игромании» изображение на разворот бывает только в случае, если оно служит подложкой под текст, тогда же на нем дополнительно размещаются более маленькие по размеру картинки. Однако основной визуальный контент в данных изданиях – это скриншоты. Стоит отметить, что в обоих журналах представлен довольно статичный и невыразительный в визуальном плане способ размещения изображений.

Так, в «PC Gamer» анонсы и рецензии всегда сопровождаются группами изображений, образующими прямоугольные блоки. В итоге перед читателем возникает большое количество маленьких скриншотов, которые практически идентичны по цветовой гамме, планам и размеру. В Главе 1 нашей работы мы отмечали: работая с группой изображений на развороте, надо помнить о разнообразии не только в том, что на них отображено, но и в их расположении, размере, порядке следования и так далее. Картинки к рецензиям в «PC Gamer» практически всегда развертываются по следующему шаблону: левая полоса – заголовочный комплекс и основной текст, правая полоса – от 5 до 10 скриншотов и подписи к ним (см. рис. 11 в Приложении). К анонсам: сверху изображения с подписями (левая полоса – как правило, постер игры, правая – группа скриншотов), снизу текст (см. рис. 12 в Приложении). Выше говорилось о том, что следует придерживаться единства оформления, однако подобный способ размещения изображений скорее служит средством создания монотонности. В «PC Gamer» перед читателем предстают очень статичные и тяжелые в визуальном плане блоки, сформированные несколькими картинками. Если при оформлении рецензий группу изображений на одной полосе в определенной мере уравнивает текстовый блок на другой, то в разделе «Preview» текст оказывается погребен под тяжелой шапкой, создаваемой скриншотами и постером сверху. Кроме того, одинаковые узкие отступы между картинками, небольшая разница в их размерах, цветовой гамме и планах не способствуют созданию разнообразия и необходимого контраста и ритма – того, что могло бы привлечь внимание читателя и оживить разворот, привнести в его оформление динамику.

Если в «Monitor» и «Review» в плане размещения изображений на разворотах перед нами предстает монотонность и статичность, то в рубрике «Extra Life» изображения служат одним из основных источников визуального шума. Это происходит во многом по той причине, что на развороте там, как правило, расположено несколько небольших материалов, к каждому из которых не только прилагается фотография автора, но и одно или несколько изображений по теме. В сочетании с заголовками и другими элементами, все они превращают разворот в смешение разнородных частей, где очень сложно остановить взгляд на чем-то одном, выделить главное и от этой точки начать просмотр.

Размещение изображений к материалам в рубрике «Features» также не представляется интересным в визуальном плане, однако здесь нередко встречаются более разноплановые и качественные скриншоты. Постеры на обложке журнала традиционно относятся к теме номера и разверстаны на всю ширину, «под обрез», высотой до логотипа журнала. Если на них присутствует какая-либо фигура, то она перекрывает собой данный логотип. Стоит отметить, что подписчикам печатной версии издания предоставляется номер с обложкой, на которой нет анонсов (см. рис. 13 в Приложении). Фотографии, встречающиеся в «PC Gamer», не отличаются особой выразительностью, что было ожидаемо, учитывая специфику журнала.

Наконец, стоит сказать о подписях к изображениям. Они размещаются на самой картинке, набранные на черной плашке выворотным рубленным шрифтом. Как правило, данные подписи не очень длинные и не имеют закрепленного местоположения: их можно обнаружить в любом углу изображения. Также мы обратили внимание, что иногда короткие подписи теряются на крупной картинке, и тогда нефиксированное местоположение затрудняет их поиск еще сильнее. В большинстве подписей не повторяется то, что изображено на скриншоте или постере, а комментируется, как правило, с юмором. В том числе не было замечено полного дублирования изображениями содержания текста.

Как говорилось выше, в «Игромании» часто используются подложки, представляющие собой часть постера игры. При этом поверх них обычно размещаются плашки с текстом и другими изображениями, в результате чего полоса становится не только сильно перегруженной, но и излишне пестрой. Как правило, материал открывается, опять же, постером, на котором пишется информация об игре, если публикация о ней, нередко размещается надзаголовком, заголовком, имя автора, иногда подзаголовком. Рассматривая шрифтовое оформление журнала, мы упоминали о том, что для набора большинства заголовочных комплексов в «Игромании» используются декоративные шрифты. Э. Рудер в книге «Типографика» отмечает: «Сопряжение наборного шрифта и изображения осуществимо на двух различных основаниях: достижением как можно большей формальной близости шрифта и изображения, либо – контрастным противопоставлением обоих элементов»¹. Однако в данном журнале декоративные шрифты и используемые постеры часто оказывают друг на друга такое влияние, которое можно назвать взаимным уничтожением. Подобные изображения созданы на основе стиля самой игры, как и ее логотип, за которым на постерах обычно закреплено определенное место, что обусловлено их композицией. Рассмотрим, что происходит с постером, когда на нем появляется несколько дополнительных надписей, набранных декоративными шрифтами. Так, в качестве главной иллюстрации к рецензии на игру «Bloodborne» в № 5 (212) 2015 г. использован один из официальных постеров (см. рис. 14 в Приложении). В оригинале композиция картинка такова, что все силовые линии на ней ведут взгляд зрителя к фигуре протагониста. В «Игромании» в первую очередь в глаза бросается не человеческая фигура, а неумелое использование шрифта, стилизованного под готический. Если в логотипе, написанном латиницей, декоративный шрифт уместен, во-первых, потому что отражает стилистику игры, во-вторых, из-за крупного кегля, которым он набран, то в рамках полосы похожий на него готический шрифт

¹ Рудер Э. Типографика: Руководство по оформлению. М.: Книга, 1982. С. 262.

становится совершенно неудобочитаемым. Это происходит, опять же, по двум основным причинам: маленький для столь тяжелого шрифта кегль и кириллица. Любое слово, набранное таким шрифтом, неизменно привлекает к себе внимание и обладает немалым визуальным весом. К тому же вся информация об игре, размещенная на постере, представлена в желто-оранжевом цвете. Потому фигура протагониста оказывается фактически погребенной под яркими словами, и изображение полностью теряет свою выразительность. Подобное происходит не только с данным постером, но и со многими другими. Грамотное размещение таких изображений и использование их выразительных возможностей помогло бы добиться того, чтобы открывающая материал иллюстрация смотрелась эффектно и привлекала внимание читателя, вызвала желание ознакомиться с текстом. Остальные изображения (обычно скриншоты) к подобным материалам, как правило, разверстываются довольно статично, по 3-4 картинки на полосе, и нередко помещаются в рамку, которая в основном используется для визуального отделения этих скриншотов от плашки и подложки, так как часто они совпадают с ней по цветовой гамме. Рамка добавляет лишний визуальный вес, что не лучшим образом сказывается на внешнем виде и так перегруженных разворотов. Однако, следует отметить, что большинство скриншотов, представленных в «Игромании», более интересны по содержанию и разнообразны, чем в «PC Gamer».

Для оформления обложки журнала также используются постеры, отражающие тему номера. Они размещаются на всю страницу, без полей. Как и в случае с «PC Gamer», если на изображении присутствует фигура, то она перекрывает собой логотип. Количество анонсов на обложке меняется от номера к номеру, как и используемые шрифты.

Отдельно стоит сказать о подписях к изображениям. Если в «PC Gamer» за ними закреплен определенный стиль оформления, то в «Игромании» встречаются любые вариации. Шрифт может быть рубленным, с засечками или, например, рукописным, разного кегля, сам текст подписи –

находиться под картинкой (в рамке, на плашке или без нее) или на картинке (на белой или черной плашке с вывороткой), с выключкой влево или по центру, так что говорить о каком-либо единстве не представляется возможным. Более того, необходимо отметить размер подписей: многие из них бывают шириной в две колонки и длиной в 3-4 строки. Такой объем текста представляется неоправданно большим для подобного элемента. Также нередко плашка с подписью, размещенная на изображении, закрывает его значительную часть, отвлекая все внимание на себя. Отдельно стоит сказать о том, что картинка и подпись к ней не всегда соответствуют друг другу. Например, в том же блоке материалов, связанных с игрой «Bloodborne», о котором упоминалось выше, присутствует публикация про ее разработчика (№ 5 (212) 2015 г.). Иллюстрациями к ней служат скриншоты из компьютерных игр, созданных этим разработчиком. Однако подписи к данным скриншотам содержат биографическую информацию, никак не связанную с изображением. Более того, менее осведомленные читатели могут не узнать игру и не понять, как соотносятся иллюстрация и персона, о которой идет речь.

В целом можно сказать, что использование и размещение изображений в обоих журналах не представляется интересным в визуальном плане. В «PC Gamer» его можно назвать монотонным и статичным, а в «Игромании» излишне хаотичным и вычурным. В обоих журналах использовались скриншоты, однако в «Игромании», в большинстве случаев, они были лучшего качества, чем в «PC Gamer». Фотографии в данных изданиях, как правило, не обладали дополнительной смысловой нагрузкой и выразительностью, выполняя только информационную функцию.

Мы не увидели какого-либо разнообразия, которое можно было создать как с помощью самих изображений, например, используя их цветовую гамму или планы, так и средствами верстки. Так, можно было менять количество иллюстраций на разворотах, от одной, наиболее выразительной, до последовательности нескольких, создавая тем самым ритм, и обыгрывать их

размер и расположение, добиваясь возникновения необходимого контраста и динамики.

Говорить об использовании цвета с целью акцентирования или структурирования в «Игромании» не представляется возможным. Несомненно, цвет присутствует в этом издании: в изображениях, плашках, подложках и прочих элементах, – но не в том виде, о котором говорилось в Главе 1 данной работы при описании принципов цветового оформления СМИ. Цвет является одним из средств выразительности композиции и может выполнять сразу несколько функций: от привлечения внимания до активизации эмоций. Он также способен сделать восприятие более эффективным и выделить необходимые элементы. Однако в «Игромании», при наличии цвета, его использование представляется случайным и нефункциональным. Главный цвет отсутствует.

Иная ситуация возникает в случае с «PC Gamer». Главный цвет задается логотипом – красный. Практически на всех разворотах журнала можно встретить элементы данного цвета – те места, на которые читателю предлагается обратить внимание в первую очередь. Так, в разделе «Preview» им отмечены тип анонса, обозначаемый под заголовком материала (например, «Played It» или «First Look»), и небольшая плашка, содержащая краткую информацию об игре, «Read Me». Также на разворотах присутствует красная полоса, обрамляющая текст и ведущая взгляд читателя к информации о дате выхода рассматриваемой игры. Как мы видим, акцент делается на тех элементах, которые могут быть интересными для читателя, прежде всего: тип анонса, дата выхода игры и краткая информация о ней. Название самой игры дается в заголовках анонсов. В этом же разделе присутствует дополнительный к основному цвет – оранжевый, который задается плашкой с названием «Preview», о чем мы говорили выше, рассматривая шрифтовое оформление журнала. Этим цветом, как правило, выделяются кавычки, используемые для оформления врезок, и плашка, на которой написана дата выхода игры. Подобное сочетание не является особо

контрастным, так как оранжевый – родственный красному цвет, образуемый смешением последнего с желтым. Однако на белом фоне они в достаточной степени выделяются, чтобы выполнять такую функцию, как привлечение внимания. В рубрике «Review» представлено похожее акцентирование: красным цветом выделяются название рассматриваемой игры, отраженное в подзаголовке, и итоговая оценка. Как мы видим, акцент сделан на основной информации, которая может быть необходима читателю, не желающему обращаться ко всему тексту. Однако в следующей рубрике, «The Hard Staff», основным цветом становится голубой. Вероятно, это сделано с целью отделить данную рубрику от остальных. Им выделяются цена рассматриваемого продукта и итоговая оценка. Можно предположить, что выбор оттенка обусловлен, в том числе, тем, что с голубым цветом нередко ассоциируются различные технологии. В «Extra Life» основной цвет – синий, дополнительный – оранжевый. Подобное сочетание является более контрастным, также можно сказать, что перед нами пример контраста холодного и теплого, но так как элементы, выделенные данными цветами, достаточно небольшие, и локально расположенные, то он не является таким выразительным, каким мог бы.

Как мы видим, в «PC Gamer» цвет применяется для акцентирования и управления вниманием читателя. Несмотря на главенство в некоторых рубриках других цветов, основным все же является красный, который, в целях создания стилового единства, следовало использовать как сквозной, проходящий через все страницы издания. Однако сам выбор такого цвета представляется нам удачным, так как он хорошо сочетается с черно-белой гаммой полосы, создаваемой текстом и отрицательным пространством, и контрастно выделяется на странице. При этом подобное сочетание можно назвать достаточно сдержанным и деловым. Более удачное композиционное решение позволило бы полнее раскрыть возможности цветового акцентирования и зонирования. Интересно отметить, что официальный сайт «PC Gamer» в плане цветового оформления представляет собой именно то,

что можно было бы ожидать от журнала. Используя только три цвета (красный, белый и черный), дизайнеры создали понятную навигацию, расставили акценты и определили назначение различных элементов, добившись стилового единства всех страниц и при этом сохранив сдержанность и лаконичность оформления.

В итоге можно сделать вывод, что в обоих рассматриваемых изданиях присутствуют проблемы с использованием цвета. Тогда как в «Игромании» его можно назвать нефункциональным и случайным, то в «PC Gamer» – не достаточно продуманным и последовательным. При этом в «PC Gamer» есть цветовое акцентирование и главный цвет, однако его использование кажется не доведенным до должного уровня.

Из Таблицы 1 видно, что в «Игромании» присутствуют и линейки, и рамки, однако необходимо отметить, что последним отдается явное предпочтение. Как упоминалось выше, рамки используются, во-первых, в качестве декоративного элемента и нередко подбираются под стиль описываемой игры, во-вторых, в качестве способа отделить изображение от подложки или плашки, если они совпадают по цветовой гамме. Последнее можно было осуществить с помощью отрицательного пространства, которое хорошо справляется с данной задачей и упрощает визуальное восприятие элементов на странице, «облегчает» макет. Многие рамки, представленные в журнале, являются довольно тяжелыми в визуальном плане, а также излишне декоративными, отвлекая внимание от изображения, а их сочетание с блочной версткой превращает развороты в нагромождение прямоугольных объектов.

В «PC Gamer» линейки являются одним из основных декоративных элементов. Светло-серые и тонкие, они используются для визуального отделения элементов друг от друга, в том числе – текстовых колонок. Подобный способ разделения колонок представляется не слишком удачным по той причине, что основной текст в журнале, как упоминалось выше, верстается с выключкой влево. Эстетика рваного края во многом заключается

в создании иллюзии случайности и естественности, некоторой небрежности, тогда как линейки являются элементом, который, напротив, настраивает на порядок, ограничение и строгость. В сочетании они не могут проявить себя в полной мере. В Главе 1 говорилось, что для отделения элементов друг от друга лучше использовать отрицательное пространство, а не линейки. Конечно, нельзя заявить, что линейки всегда смотрятся плохо, но в данном случае это утверждение представляется справедливым. Также стоит отметить, что в рубрике «Features» иногда появляются элементы, похожие на линейки, но при этом оформленные как объемный объект (см. рис. 15 в Приложении). Очень большие, цветные, сильно выделяющиеся на полосе, они смотрятся чужеродно, не сочетаясь с остальными элементами. Такие линейки немедленно приковывают к себе взгляд, мешая восприятию текста, и в целом не сочетаются с двухмерностью печатных страниц. Про использование в «Игромании» и «PC Gamer» таких элементов оформления, как плашки и подложки, мы подробно рассказали выше.

На основе проведенного анализа элементов дизайна «Игромании» и «PC Gamer» можно оценить композицию данных изданий в целом.

Соблюдение законов композиции в журналах «Игромания» и «PC Gamer»

Таблица 2

| | «Игромания» | «PC Gamer» |
|------------------|-------------|------------|
| Закон единства | — | — |
| Закон равновесия | — | — |
| Закон ритма | — | — |
| Закон контраста | — | — |
| Закон пропорций | — | — |

Как можно увидеть из данной таблицы, ни один из законов композиции, описанных в Главе 1 нашего исследования, не был в должной

мере соблюден в анализируемых изданиях. Рассмотрим, почему был получен подобный результат, обобщив выводы, сделанные при оценке использования различных элементов дизайна. Для «Игромании» характерны следующие проблемы:

- оформление материалов в соответствии со стилем рассматриваемой игры, а не журнала;
- частое использование плашек и подложек, как следствие – перегруженный фон;
- отсутствие единства шрифтового оформления;
- наличие множества фокусных точек на странице, создаваемых различными элементами: от заголовков и подзаголовков, набранных декоративными шрифтами, нефункционального использования цвета и различных выделений до изображений;
- большое количество визуального мусора и «шума»;
- практически полное отсутствие отрицательного пространства.

Все вышеперечисленные недостатки приводят нас к выводу, что в случае с «Игроманией» нельзя говорить о композиции как таковой. В Главе 1 упоминались две ее основные функции: во-первых, она позволяет задать вектор чтения, во-вторых, рождает отношения смыслового и функционального единства. По нашему мнению, способ размещения различных элементов, работа с формами и пространством, характерные для «Игромании», не способствуют выполнению данных задач. Ритм создается повторением одинаковых или схожих элементов, а контраст – продуманным нарушением данного ритма, разницей между размерами и формами. В «Игромании» не видно работы ни с тем, ни с другим, во многом потому, что в журнале нет стилового единства. Из-за отсутствия отрицательного пространства взгляду читателя негде отдохнуть, а большинство полос оказывается сильно перегруженными различными, очень броскими элементами, создающими множество фокусов внимания. Из-за того, что при

оформлении большинства материалов в издании принято придерживаться стиля рассматриваемых игр, создается впечатление, что перед нами не один журнал, а несколько в одном.

Для «PC Gamer» характерны следующие проблемы:

- недостаток отрицательного пространства;
- статичность, монотонность в расположении элементов;
- подход к оформлению рубрики «Features»;
- наличие визуального шума.

Несмотря на то, что в случае с «PC Gamer» нельзя сказать о полном отсутствии единства оформления, с точки зрения композиции у журнала есть слабые стороны. Рассказывая об изображениях в издании, мы упоминали о том, что способ их верстки представляется слишком статичным и монотонным, и нередко при оформлении анонсов тяжелая шапка, сформированная группой иллюстраций, ничем не уравновешивается, нависая над маленьким для нее текстовым блоком. Постоянное чередование в рубрике «Review» полосы с текстом и полосы с группой изображений также создает абсолютно статичную композицию. Наибольшее количество визуального шума сосредоточено в рубриках «Features» и «Extra Life». Первая из них во многом является главным источником проблем, стоящих перед журналом. В ней представлено оформление, которое абсолютно не соответствует стилю журнала. Неоправданное использование декоративных элементов, таких, как объемные линейки, подложки, рамки, плашки, различные эффекты и тому подобное, влечет за собой возникновение хаотичности и пестроты. Журналу также необходимо более активное использование отрицательного пространства для группировки или отделения тех или иных элементов друг от друга, а также расстановки акцентов.

В итоге можно сделать вывод, что оба журнала композиционно далеки от совершенства. Следует отметить, при наличии разницы в стиле оформления и подходу к нему, можно выделить общие недостатки: нехватка

отрицательного пространства; стремление к излишнему украшательству; нефункциональное и неудачное использование декоративных элементов; наличие перегруженного фона; присутствие на разворотах множества фокусных точек; несоблюдение единства оформления в целом и так далее.

Завершая анализ журналов, необходимо упомянуть о том, что во второй половине 2015 года был сделан редизайн как «Игромании», так и «PC Gamer». Мы не будем подробно анализировать новый дизайн, однако расскажем об основных направлениях, в которых произошли изменения, и сравним обновленные журналы со старыми версиями.

Сравнение основных элементов дизайна «Игромании» до и после редизайна

Таблица 3

| | «Игромания» (до редизайна) | «Игромания» (после редизайна) |
|------------------------------|---------------------------------------|--|
| Формат | 210x297 мм | 210x297 мм |
| Периодичность | ежемесячный | ежемесячный |
| Количество постоянных рубрик | 8 | 11 |
| Типографика | | |
| Логотип | декоративный шрифт | декоративный шрифт |
| Надзаголовок | логотип игры | логотип игры |
| Заголовок | разные шрифты | гротеск |
| Подзаголовок | разные шрифты | гротеск |
| Внутренний подзаголовок | разные шрифты | гротеск |
| Основной текст | гротеск | гротеск |
| Врезка | – | – |
| Название рубрик | гротеск | гротеск |

| | | |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|
| Подписи к изображениям | разные шрифты | гротеск |
| Стиль шрифтового оформления | полигарнитурный | малогарнитурный |
| Количество используемых гарнитур | >3 | 2 |
| Количество колонок | 2 и 4 | 2-4 |
| Изображения | | |
| Фотография | да | да |
| Скриншот | да | да |
| Постер/концепт-арт | да | да |
| Инфографика | – | – |
| Цвет | | |
| Логотип | разные цвета | разные цвета |
| Основной цвет в журнале | – | – |
| Декоративные элементы | | |
| Линейки | да | – |
| Рамки | да | – |
| Плашки | да | да |
| Подложки | да | да |

Как можно увидеть из данной таблицы, основное качественное улучшение дизайна «Игромании» состоит в отказе от полигарнитурного стиля шрифтового оформления. В таблице отмечено, что после редизайна в качестве надзаголовков по-прежнему используются логотипы игр, однако в более поздних номерах журнала был осуществлен переход от логотипа к рубленому шрифту. Также необходимо отметить, что изменение идет в сторону общего облегчения макета. Это заметно по следующим признакам:

- отказ от рамок, линеек, декоративных шрифтов, а также различных эффектов, применяемых к ним;
- переход от полигарнитурного стиля шрифтового оформления к малогабаритному;
- попытка использовать негативное пространство, в том числе, для отделения различных элементов друг от друга и акцентирования;
- отказ от использования текстурных подложек под текст и другое.

При оформлении материалов об играх, таких, как рецензия и анонс, в обновленном журнале стараются придерживаться общего стиля издания, а не стиля игры, несмотря на то, что полностью отказаться от подложек, представляющих собой часть постера игры, дизайнеры так и не смогли. Тем не менее, после редизайна основной текст, при наличии подложки, размещается на нейтральных, обычно светлых, плашках. Выворотка используется очень редко. У подписей к изображениям также появился единый стиль оформления: теперь они набираются рубленным шрифтом, с выключкой влево, и находятся под картинкой или на ней, без плашек. Несмотря на то, что главного цвета в журнале по-прежнему нет, он стал использоваться более продуманно, в том числе для акцентирования и иногда для облегчения навигации по изданию. Так, в № 2 (221) 2016 г. была представлена серия материалов, в которых подводились итоги прошедшего года. Аналитика помечалась оранжевым, основные номинации – голубым, а дополнительные – пурпурным цветами (см. рис. 16 в Приложении). Также заметна попытка разнообразить способы подачи изображений с точки зрения их размера, расположения и планов. Выше мы говорили, что в журнале в недостаточной мере используются выразительные возможности постеров к играм, которыми часто открываются рецензии и анонсы. В новой версии постарались исправить допускаемые ошибки, и во многих случаях заходная картинка к материалу, вместе с заголовком и краткой информацией об игре, смотрится более эстетично и интересно, чем в версии до редизайна. Так, в

№ 4 (223) 2016 г. постер компьютерной игры «Layers of Fear», использованный при оформлении рецензии на данную игру, разверстан на всю полосу, при этом заголовочный комплекс и краткая информация об игре находятся на нем же, но не перекрывают собой изображение, как это происходило до редизайна, и не мешают его восприятию, сочетаясь с ним довольно органично (см. рис. 17 в Приложении).

Стоит отметить также то, что оформление обложки стало более лаконичным. Это произошло, во-первых, за счет уменьшения количества анонсов и изменения их расположения (игры, рассматриваемые в номере, теперь перечисляются в самом низу обложки, а не по всей ее длине), во-вторых, благодаря использованию только одного, рубленого, шрифта.

Несмотря на описанное выше, в обновленной версии все же присутствуют значительные недостатки. Так, композицию большинства разворотов все еще можно назвать хаотичной и непродуманной, а часть страниц – слишком пестрыми. Такие средства выразительности, как ритм, контраст, пропорции в большинстве случаев все еще не используются. Часто не соблюдается баланс между изображениями и текстом, и последний оказывается либо погребен под ними, либо зажат между картинками и подложкой (см. рис. 18 в Приложении). Хотя на страницах журнала, по сравнению с версией до редизайна, появилось больше отрицательного пространства, во многих случаях его по-прежнему не хватает. Также присутствуют определенные проблемы с набором. Например, между строками длинных подзаголовков все еще слишком маленький интерлиньяж, между подзаголовком и основным текстом присутствуют то отступы с обеих сторон (сверху и снизу), то только сверху, в разных материалах постоянно меняется размер буквицы и так далее.

Мы кратко описали и проанализировали новый дизайн «Игромании», теперь представляется необходимым рассмотреть, какие изменения произошли с дизайном журнала «PC Gamer».

**Сравнение основных элементов дизайна «PC Gamer»
до и после редизайна**

Таблица 4

| | «PC Gamer» (до редизайна) | «PC Gamer» (после редизайна) |
|----------------------------------|--------------------------------------|---|
| Формат | 210x297 мм | 210x297 мм |
| Периодичность | ежемесячный | ежемесячный |
| Количество постоянных рубрик | 5 | 6 |
| Типографика | | |
| Логотип | гротеск | гротеск |
| Надзаголовок | – | – |
| Заголовок | разные шрифты | разные шрифты |
| Подзаголовок | антиква | разные шрифты |
| Лид | – | антиква |
| Внутренний подзаголовок | антиква | разные шрифты |
| Основной текст | антиква | разные шрифты |
| Врезка | разные шрифты | разные шрифты |
| Название рубрик | разные шрифты | разные шрифты |
| Подписи к изображениям | гротеск | гротеск |
| Стиль шрифтового оформления | полигарнитурный | полигарнитурный |
| Количество используемых гарнитур | 3 | 4 |
| Количество колонок | 2 и 3 | 2 и 3 |
| Изображения | | |
| Фотография | да | да |

| | | |
|------------------------------|------------------|------------------|
| Скриншот | да | да |
| Постер/концепт-арт | да | да |
| Инфографика | да | да |
| Цвет | | |
| Логотип | красный и черный | красный и черный |
| Основной цвет в журнале | красный | – |
| Декоративные элементы | | |
| Линейки | да | да |
| Рамки | да | – |
| Плашки | да | да |
| Подложки | да | да |

В первую очередь стоит сказать о том, что в «PC Gamer» произошла замена всех используемых гарнитур. Для набора основного текста теперь используются два шрифта, антиквенный и рубленый, выбор которых зависит от рубрики. Заголовки набираются теми же шрифтами, также в зависимости от рубрики. Выбор антиквенного шрифта представляется не очень удачным в сравнении с тем, какой использовался в журнале до редизайна. Дело в том, что тексты, набранные данным шрифтом, выглядят более тяжелыми и плотными, и в большинстве случаев им не хватает того количества «воздуха», которое остается на полосе. На рис. 19 и 20 в Приложении можно сравнить, как выглядят данные шрифты на полосе. Из-за своей плотности выбранный антиквенный шрифт становится не очень удобочитаемым при использовании выворотки: объемные тексты, набранные им, начинают рябить, в результате чего глаза при чтении быстро устают.

Крайне неудачным нам также представляется выбор одной из гарнитур, используемых для оформления врезок. Это очень контрастный шрифт, буквы которого имеют тонкие волосяные засечки и такие же тонкие

дополнительные штрихи, их тяжело разглядеть, даже несмотря на довольно крупный кегль.

Подраздел «Preview» выделили в отдельную рубрику. Стоит отметить, что после редизайна все названия рубрик стали оформляться одинаково, в том числе «Extra Life» и «Hardware» (раньше – «The Hard Staff»), однако по неизвестной причине для набора названия рубрики «Monitor» используется декоративный шрифт, который совершенно не сочетается со как стилем журнала в целом, так и с другими шрифтами.

Стиль оформления материалов, представленных в рубрике «Features» после редизайна, так же отличается от стиля оформления текстов в остальном журнале, как и до всех изменений. Тем не менее, как и в обновленной «Игромании», здесь тоже заметна попытка разнообразить способы подачи изображений, в основном, с точки зрения их размера и расположения. Однако тяжелые, сформированные группой иллюстраций блоки все еще присутствуют на страницах журнала.

Как можно увидеть из Таблицы 4, после редизайна от главного цвета отказались. При этом различных цветов в журнале стало больше. Так, в рубрике «Preview» заголовки и подзаголовки размещаются на плашках, цвет которых соответствует оттенку, представленному на открывающем материал изображении. Им же оформляются другие элементы данной публикации: имя автора, линейки, используемые для выделения врезок, информация об игре и типе анонса. Несмотря на то, что выбираемые оттенки являются довольно нейтральными, подобное использование цвета кажется нам не очень функциональным. По нашему мнению, работу с цветом в «PC Gamer» стоило провести, отталкиваясь от оформления старой версии журнала, и в дальнейшем искать варианты использования основного, красного, цвета во всем журнале, что способствовало бы созданию более цельного и выдержанного стиля. В некоторых случаях использование цвета в обновленной версии журнала представляется очень неудачным с точки зрения его восприятия. Так, в рубрике «Monitor» есть раздел, в котором

размещаются материалы о различных игровых турнирах. Основной текст в данном разделе набирается на ярко-голубой плашке выворотным шрифтом с засечками, о котором говорилось выше, при этом слева к данной плашке примыкает двойная красная линейка и на странице также присутствуют другие элементы данного цвета (см. рис. 21 в Приложении). В результате на полосе возникает очень яркое и экспрессивное пятно, которое привлекает к себе все внимание читателя. Сочетание ярко-голубого цвета и выворотного антиквенного шрифта создает ощущение, что набранный им текст сильно рябит, и в целом негативно сказывается на удобстве восприятия материала. Также стоит отметить, что в журнале появилось больше линеек, по сравнению с предыдущей версией. В некоторых случаях линейки расположены по обеим сторонам колонок, формируя между ними своеобразный «коридор», в который нередко помещается какой-либо элемент, например, маленькая картинка или информация об игре. Такие коридоры разрывают тело основного текста и в целом смотрятся не очень эстетично.

В итоге можно сказать, что в обновленном «PC Gamer» появилось больше элементов, которые утяжеляют страницу и представляются лишними, создают визуальный шум. Выбор шрифтового оформления тоже кажется менее удачным, чем в версии до редизайна, как и использование цвета. По нашему мнению, при разработке нового дизайна в некоторых случаях стоило отталкиваться от предыдущего и идти по пути его совершенствования и облегчения макета.

Итак, мы проанализировали и сравнили дизайн журналов «Игромания» и «PC Gamer», в результате чего пришли к выводу, что при существующих различиях, обоим изданиям в плане оформления присущи общие недостатки, связанные со стилевым единством различных элементов и подходом к организации форм и пространства. В следующем параграфе мы рассмотрим результаты опроса, проведенного среди геймеров, целевой аудитории данных журналов, и попытаемся понять, насколько востребованными в наше время

являются печатные издания о видеоиграх и является ли их дизайн тем элементом, на который читатели обращают внимание, а также узнаем, как они оценивают оформление данных журналов.

2.3. АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ОПРОСА

В опросе, состоявшем из 17 пунктов, приняло участие 88 человек, увлекающихся/увлекавшихся компьютерными играми. Большинство опрошенных – лица мужского пола (80,7%) в возрасте от 17 до 30 лет (87,5%). Доминирующего типа занятости среди респондентов выявлено не было: полученные результаты практически равномерно распределились между школьниками, студентами различных специальностей, офисными служащими и людьми с рабочей специальностью. Игровой стаж, указанный 43,2% опрошенных, насчитывает от 11 до 20 лет, 29,5% отметили, что их игровой опыт составляет от 6 до 10 лет. Из этого следует, что подавляющую часть респондентов можно назвать опытными геймерами, знакомыми как со многими видеоиграми, так и с индустрией в целом. В контексте рассматриваемых в Главе 1 особенностей восприятия компьютерных игр и полученных результатов стоит также упомянуть о выводе, который исследователь Н. В. Омельченко делает в статье «Психосемантическое исследование особенностей восприятия и оценивания компьютерных игр». Автор отмечает, что восприятие и оценивание компьютерной игры будет отличаться для людей с разным игровым опытом: опытные геймеры любят игры, но в то же время дают им негативную оценку, описывая их как мрачные и жестокие¹.

Большинство респондентов выбрало в качестве предпочитаемого жанра компьютерных игр экшен и ролевою игру (вопрос со множественным выбором, за экшен и ролевою игру было отдано 61 и 69 голосов

¹ Омельченко Н. В. Психосемантическое исследование особенностей восприятия и оценивания компьютерных игр // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3: Педагогика и психология. 2009. № 4. С. 249-250.

соответственно). Можно сделать вывод, что из всех перечисленных в Главе 1 типов погружения в виртуальную реальность, опрошенные наиболее часто испытывают тактическое, связанное с концентрацией на зрительной и моторной деятельности, и повествовательное, или же, если брать типологию, предложенную Ю. Холопайнен и С. Бьорк, сенсорно-моторное, эмоциональное и пространственное. Учитывая особенности выбранных респондентами жанров, можно предположить, что в наибольшей степени в видеоиграх их привлекают следующие факторы: сюжет, возможность «прокачать» персонажа, улучшить его навыки, достижения, связанные с победой над сложными противниками, и творческий аспект.

Как и ожидалось, большинство опрошенных узнает о компьютерных играх из Интернета (71,6%), другими источниками информации для них служат друзья (18,2%), семья (9,1%) и реклама (1,1%). Ни один из респондентов не выбрал вариант «печатные СМИ». Мы полагаем, это связано, в первую очередь, с тем, что на сегодняшний день печатные СМИ не могут соперничать с электронными, особенно с Интернетом, в скорости передачи информации, тогда как опытные геймеры стремятся узнавать о новинках сразу, как только их анонсировали.

В связи с этим респондентам был задан вопрос, в чем, по их мнению, бумажная версия журнала может быть лучше электронной, а также интернет-порталов. Большинство опрошенных (59,1%) проголосовало за вариант «удобно носить/читать», 23,9% – за вариант «отказ от электронных устройств», 21,6% – за вариант «можно передать друзьям». Интерес представляют также мнения респондентов, которые выбрали «другое» (21,6%). Эти ответы можно объединить в несколько групп:

- тактильные ощущения («Наверное, в ностальгии и в том, что приятно держать в руках то, над чем поработали люди»; «Тем, что она материальна» (2 раза); «Приятней листать журнал, чем электронную версию»; «Только если есть любовь к чтению на бумаге»);

- характеристики журнала, связанные с его оформлением и содержанием («Чувство обратной связи с автором и меньший вред здоровью»; «Эстетическое удовольствие»; «Мнение автора»; «Большой размер, удобно для глаз»);
- коллекционирование («Коллекционирование» (2 раза); «Приятно видеть коллекцию журналов на книжной полке»);
- печатная версия не может соперничать как с электронной, так и с интернет-порталами (7 раз).

Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что, по мнению опрошенных, на сегодняшний день существует не так много факторов привлекательности печатных изданий. Как мы видим, большинство из них связано с удобством чтения и тактильными ощущениями.

На вопрос о том, к чему респонденты обратятся, принимая решение о покупке игры, лишь 10,2% ответило, что прочтет рецензию в журнале. Больше всего голосов (71,6%) получил вариант «посмотрю видеобзор». Остальные 18,2% были отданы за пункт «другое», к которому требовалась расшифровка.

Обратимся к тому, какие варианты предлагали опрошенные. Так, многие ответы являлись сочетанием «посмотрю обзор/летсплей – почитаю отзывы»: «Посмотрю обзоры, прохождения, прочту отзывы игроков на разных игровых ресурсах»; «Посмотрю видеобзор и почитаю отзывы»; «Почитаю отзывы в «Steam», а перед этим буду смотреть стримы (прямая трансляция на видеохостингах – *прим. автора*)»; «Прочту комментарии людей на форумах, посмотрю, какие реквизиты имеет игра».

Вторая группа ответов связана с влиянием рекламной кампании, организуемой разработчиками игры: «Обычно хватает трейлера»; «Посмотрю трейлер или видеобзор»; «Почитаю аннотацию к игре и посмотрю трейлер»; «Отзывы, описания, трейлеры».

Наконец, третью группу составляют ответы, связанные с непосредственным ознакомлением с игрой до ее покупки: «Посмотрю let's

play и поиграю в demo»; «Оценю пиратскую версию, посмотрю стрим/летсплей»; «Ощущения от torrent-версии игры», «Бета-тест, анализ всего»; «Скачаю пиратку, оценю, если понравилось, куплю»; «Покупаю, играю. Если не нравится, бросаю. Не поиграв сам, не поймешь».

Как мы видим, большинство опрошенных предпочитает получать информацию об игре, либо основываясь на собственном опыте, либо обращаясь к мнению таких же игроков, как они сами, или видеообзорам/летсплеям, то есть визуальному представлению видеоигр, где игровая реальность отражена во времени и пространстве. В Главе 1 нашей работы, рассмотрев особенности восприятия компьютерной игры, мы задались вопросом, способны ли печатные издания о видеоиграх рассказывать о них аналогично или близко к тому, как компьютерные игры сами рассказывают о себе во время игрового процесса, и выдвинули предположение, что лучше всего с этим справляются видеообзоры и летсплеи. Представленные выше результаты отчасти подтверждают нашу гипотезу, однако мы также видим, что не менее значимым фактором для респондентов является мнение других игроков. Можно предположить, что опрошенные доверяют данным мнениям по двум основным причинам. Во-первых, потому, что другие геймеры представляются респондентам более «близкими» людьми, такими же, как они сами, в сравнении с абстрактной фигурой журналиста, написавшего рецензию. Во-вторых, потому, что опрошенные оценивают сразу множество мнений, которые могут как совпадать, так и быть противоположными, а не одно, и в связи с этим подобная оценка кажется им более объективной.

В Главе 1 в качестве одной из причин кризиса в гейм-журналистике упоминалась проблема «пиратства». В том числе говорилось, что людям перед покупкой игры не нужно читать, насколько она хороша и стоит ли денег, которые за нее просят, потому как, загружая нелицензионную версию, они не рискуют потраченными средствами. Как можно увидеть из приведенных в пример ответов, некоторые опрошенные действительно

сначала пробуют играть в нелегальную версию, чтобы понять, стоит ли покупать данную видеоигру.

На вопрос, читают ли респонденты журналы о компьютерных играх, 44,3% ответило, что читали их раньше. Лишь 9,1% опрошенных продолжает читать печатные журналы о видеоиграх сейчас. Среди упомянутых изданий, согласно результатам, лидирует «Игромания», лишь один человек написал про украинский журнал «Шпиль!».

Мы попросили у респондентов, знакомых с журналом «Игромания», отметить, какие положительные черты, по их мнению, присущи данному изданию (вопрос со множественным выбором). Так, наибольшее количество голосов было отдано за варианты «качество и содержание материалов» (16) и «дизайн» (16). Остальные результаты распределились следующим образом: 13 голосов получил вариант «подбор тем», 11 – «обложка» и «видеоприложение».

Необходимо также рассмотреть, какие минусы выделили респонденты (вопрос со множественным выбором). Большинство голосов было отдано за вариант «цена» (18). Действительно, на данный момент номер «Игромании» в Санкт-Петербурге стоит около 400 рублей. Он включает в себя журнал, постер, диск с видеоприложением и наклейки. Подобная цена представляется довольно высокой для аудитории среднего класса, на которую рассчитано издание. Далее по количеству голосов идут пункты «качество и содержание материалов» (7), «подбор тем» (6), «дизайн» (6). Интересно отметить, что в варианте «другое», предполагавшем расшифровку, опрошенные обозначали такие отрицательные черты, присущие журналу: «Больше не читаю, так как информация из Интернета»; «Очень частая необъективность»; «Продажность»; «Неактуальность».

Основываясь на данных результатах, можно сделать вывод, что среди респондентов, знакомых с журналом «Игромания», нет какого-либо главенствующего мнения о его положительных и отрицательных сторонах. Такие характеристики, как дизайн, качество и содержание материалов и

подбор тем, были отмечены при ответе на оба вопроса, и разрыв между количеством голосов, где данные характеристики определяются как «плюсы» или как «минусы», представляется не столь большим. Тем не менее, можно сказать, что дизайн оценивается скорее как достоинство «Игромании», чем ее недостаток.

Далее мы попросили респондентов, знакомых с журналом «Игромания», оценить его дизайн по пятибалльной шкале и получили следующие результаты: 44,7% опрошенных считают, что дизайн хороший (4 балла), 39,5% находят его удовлетворительным (3 балла), 7,9% оценило его как плохой (2 балла), 2,6% – очень плохой (1 балл), 5,3% – превосходный (5 баллов).

Как мы видим, большинство респондентов устраивает дизайн журнала «Игромания», хотя в ходе нашего анализа мы пришли к выводу, что, с точки зрения определенных правил и требований, предъявляемых к дизайну СМИ в целом и его элементам в частности, дизайн «Игромании» представляется неудачным.

Как и предполагалось, подавляющее большинство респондентов не читает иностранные журналы о компьютерных играх (96,6%). Лишь 3,4% ответили на данный вопрос утвердительно (среди перечисленных: «PC Gamer», «Edge», «Micromania»). По этой причине просить их оценить дизайн «PC Gamer» в целом, как это было в случае с «Игроманией», не представлялось возможным, так же, как и выделить достоинства и недостатки журнала. Потому мы показали респондентам обложку и несколько разворотов издания, относящихся к разным рубрикам, и попросили оценить дизайн каждого по пятибалльной шкале. Обратимся к полученным результатам.

Большая часть опрошенных (56,9%) оценивает дизайн обложки «PC Gamer» как хороший (4 балла). Удовлетворительным (3 балла) его считает 29,2% респондентов, и 13,8% – превосходным (5 баллов). Ни один человек не проголосовал за варианты «плохо» и «очень плохо».

Дизайн разворотов из рубрики «Monitor» 55,4% опрошенных оценивают на 4 балла, 32,3% присудили ему 5 баллов, 10,8% находят его удовлетворительным. Только 1,5% респондентов считают его плохим (2 балла).

Мнения о дизайне разворотов из рубрики «Features» практически поровну разделились между вариантом «хорошо» (46,2%) и «удовлетворительно» (36,9%). Высшую оценку ему присудили 6,2% респондентов, а 9,2% оценили его на 3 балла.

Если обобщить результаты, то можно увидеть, что дизайн журнала «PC Gamer» большинство опрошенных оценивает так же, как и дизайн журнала «Игромания» (на 4 и 3 балла, с перевесом в сторону первого), и в целом респондентов он устраивает.

Исходя из полученных данных, мы можем сделать следующие выводы:

1. большая часть опрошенных не читает печатные издания о компьютерных играх, чтобы узнать о новинках, отдавая предпочтение Интернету;
2. принимая решение о покупке игры, респонденты скорее обратятся к видеообзорам/летсплеям и мнениям других игроков, чем к рецензиям в журнале;
3. по мнению опрошенных, существует не так много факторов, по которым печатное издание может быть лучше электронного или интернет-портала, главными среди них являются тактильные ощущения и удобство чтения/ношения;
4. несмотря на то, что при анализе мы оценили дизайн «Игромании» и «PC Gamer» как неудовлетворительный, большинство опрошенных он устраивает в обоих случаях, более того, примерно половина оценивает его на 4 балла из 5.

Итак, мы проанализировали и сравнили дизайн журналов «Игромания» и «PC Gamer» и пришли к выводу, что, несмотря на различия в оформлении, этим изданиям свойственны некоторые общие недостатки. Среди них можно

выделить: отсутствие единства, злоупотребление вывороткой и такими декоративными элементами, как рамки и линейки, наличие визуального шума, недостаток отрицательного пространства, непродуманное размещение элементов на полосе, как следствие – неудачная композиция, полигарнитурный стиль шрифтового оформления. В «Игромании» каждый материал о той или иной игре оформляется в соответствии со стилем данной игры, а не журнала, похожая ситуация возникает в «PC Gamer» в случае с оформлением одной из рубрик – «Features». Мы также отметили, что во второй половине 2015 года был сделан редизайн обоих журналов, и кратко проанализировали основные направления, в которых произошли изменения, сравнив новую версию со старой. В итоге мы пришли к выводу, что в целом «Игромания» движется в направлении облегчения макета и создания единства и целостности, хотя в ее оформлении все еще есть недостатки, а редизайн «PC Gamer» представляется не очень удачным, в первую очередь, с точки зрения нового шрифтового оформления. Несмотря на сделанные выводы, результаты проведенного среди геймеров опроса показали, что большинство из них устраивает дизайн обоих изданий. Также стало ясно, что респонденты предпочитают узнавать о видеоиграх из видеообзоров/летсплеев, а не рецензий в журналах, более того, они находят не так много факторов, которые заставили бы их предпочесть печатную версию журнала, а не сетевую электронную.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе решения выдвинутых во введении задач были достигнуты следующие результаты:

1. Дано определение понятию «компьютерная игра», а также перечислены характерные для нее элементы. Мы обратились к мнениям исследователей по поводу вопроса о том, можно ли считать компьютерную игру искусством, и пришли к выводу, что в целом видеоигры рассматриваются либо как молодой вид искусства, либо как продукт массового производства, однако ничто не препятствует их превращению в высокое искусство при соблюдении определенных условий. Далее были рассмотрены особенности восприятия компьютерной игры. Мы перечислили типы погружения в виртуальную реальность (сенсорно-моторное, когнитивное, эмоциональное, пространственное или же, согласно другой классификации, тактическое, стратегическое и познавательное) и отметили, что существующие на сегодняшний день видеоигры способны вовлечь игрока и одним из вышеперечисленных способов, и сразу несколькими. Также было определено, что игрок познает и достраивает в своем сознании мир игры, погружается в нее, становится не просто наблюдателем, но и активным участником происходящих в ней событий. В связи с этим были перечислены факторы привлекательности видеоигр. В итоге, основываясь на вышеизложенной информации, мы задались вопросом, способны ли печатные издания рассказать о компьютерных играх так, как сами игры рассказывают о себе, и предположили, что с данной задачей наиболее успешно справляются видеообзоры и прохождения игр летсплеерами.

2. Дано определение понятию «игровая журналистика» и «гейм-журналистика». В рамках данной работы было предложено использовать следующее определение: гейм-журналистика – вид журналистики, связанный с сообщением о компьютерных играх, их описанием и обсуждением. Мы

отметили, что в контексте сообщения о компьютерных играх термин «игровая журналистика» можно определить таким же образом, как и гейм-журналистику, и они будут являться синонимичными. Однако мы также уточнили, что считаем термин «игровая журналистика», который наиболее часто используется для обозначения данного вида журналистики, не совсем точным в связи с его многозначностью. Были выделены типологические характеристики гейм-журналов (это специализированные (для людей, увлекающихся компьютерными играми), легитимные, массовые (развлекательные), ежемесячные издания) и перечислены основные проблемы, стоящие перед российской и зарубежной гейм-журналистикой на данный момент. Среди них были упомянуты непрофессионализм журналистов, работающих в данной сфере, быстрое развитие онлайн-сектора, наличие тематических интернет-порталов, видеообзоров, появление летсплееров, распространение нелегального контента, жанровое однообразие.

3. Рассмотрены подходы к определению понятия «дизайн» и «графический дизайн». Стоит отметить, что в нашей работе оба этих понятия используются в контексте оформления СМИ. Мы перечислили основные элементы графического дизайна и его функции, а также факторы, влияющие на дизайн того или иного издания (типологический, рекламный, эстетический, конкурентный и другие), и основные элементы оформления печатных СМИ. Далее мы подробно рассмотрели такие элементы, как шрифт, цвет, изображение, а также композицию. Были упомянуты функции и особенности каждого из них, а также принципы их использования, которые мы взяли за основу в Главе 2 при анализе дизайна журналов «Игромания» и «PC Gamer». Так, было дано определение понятиям «шрифт» и «типографика», рассмотрены основные требования, предъявляемые к шрифтам, используемым в печатных СМИ, представлена классификация шрифтов, выделены стили шрифтового оформления (одногогарнитурный, многогарнитурный, полигарнитурный). Далее были перечислены функции

цвета, его роль в оформлении печатных СМИ, описаны принципы сочетания цветов, а также некоторые правила их использования. Обозначено место изображений в печатных СМИ и рассмотрены их виды (фотография, иллюстрация, инфографика) и функции. Мы определили особенности изображений, размещаемых на страницах гейм-журналов, отметив, что в основном там представлены скриншоты, постеры и концепт-арты, и пришли к выводу, что данные изображения можно отнести к иллюстрациям. Также были описаны общие принципы использования изображений в печатных СМИ. Наконец, мы рассмотрели композицию издания как компонент, позволяющий организовать, расположить и связать разнородные элементы и придать изданию целостность и единство. Мы перечислили средства выразительности композиции и кратко рассказали о каждом, в том числе были упомянуты статика и динамика, симметрия и асимметрия и то, как они воспринимаются зрителем, а также с помощью каких средств создаются. Наконец, были обозначены основные законы композиции (закон баланса, единства, пропорций, ритма и контраста).

4. Выполнен жанровый анализ публикаций в журналах «Игромания» и «PC Gamer» за период с января по июнь 2015 года. Проверить, представлены ли в данных изданиях журналистские жанры, было необходимо по той причине, что, как говорилось в Главе 1 нашей работы, нередко гейм-журналистику не относят к журналистике. Результаты анализа показали, что в «Игромании» присутствуют журналистские жанры, однако нет полного соответствия жанровым канонам. Мы сделали вывод, что в «Игромании», как и во многих развлекательных журналах, наблюдается сильное размывание жанровых границ. Также заметно влияние западной гейм-журналистики на российскую. Основными жанрами являются рецензия и анонс, тем не менее, в этом издании были представлены и другие аналитические (например: обозрение, статья) и информационные (например: отчет, заметка, интервью) жанры. В журнале «PC Gamer» также присутствовали журналистские жанры, однако наблюдался очень сильный

перевес в сторону рецензий и анонсов, тогда как другие жанры встречались очень редко. В итоге мы пришли к выводу, что жанровая палитра «Игромании» более насыщена, чем в «PC Gamer», и при существующих сходствах между этими двумя журналами в плане подхода к форме подачи различных тем есть существенные различия. Начиная анализ дизайна журналов, мы составили таблицу и внесли в нее элементы дизайна, которым можно было дать краткую характеристику, а также отметили наличие или отсутствие некоторых из них. Далее мы подробно рассмотрели каждый из представленных в таблице элементов и проанализировали особенности их использования в обоих изданиях. В итоге были сделаны следующие выводы. В обоих журналах представлен полигарнитурный стиль оформления, однако в «PC Gamer» в этом плане удалось сохранить определенное единство, в основном, по причине того, что в данном журнале присутствует не больше трех различных гарнитур и каждая из них закреплена за тем или иным элементом, чего мы не видим в «Игромании», где используется больше трех различных гарнитур, в том числе, декоративные шрифты. Тем не менее, если говорить о шрифтовом оформлении данных журналов в целом, а не в сравнении, то можно выделить ряд общих проблем, например: использование большого количества гарнитур, стремление к украшательству, злоупотребление вывороткой и различными эффектами, применяемыми к шрифтам. Далее мы рассмотрели, как используются изображения в «Игромании» и «PC Gamer», и пришли к выводу, что в «PC Gamer» размещение изображений можно назвать монотонным и статичным, а в «Игромании» излишне хаотичным. В обоих журналах преобладали скриншоты, однако в «Игромании» они в основном были лучшего качества и более разнообразными, чем в «PC Gamer». Фотографии в данных изданиях тоже присутствовали, но, как правило, не обладали дополнительной смысловой нагрузкой и выразительностью, выполняя только информационную функцию. При анализе использования цвета мы отметили, что в обоих изданиях в связи с этим наблюдаются проблемы: в «Игромании»

использование цвета можно назвать нефункциональным и случайным, а в «PC Gamer» – не достаточно продуманным и последовательным, несмотря на то, что в последнем есть цветовое акцентирование и главный цвет. Также было отмечено, что линейки и рамки на полосах в обоих журналах, как правило, визуальнo утяжеляли их и смотрелись чужеродно. Анализируя организацию всех элементов в целом, мы сделали вывод, что оба журнала композиционнo далеки от совершенства, а перечисленные в Главе 1 законы в них не соблюдаются. В итоге мы выделили общие недостатки: нехватка отрицательного пространства; нефункциональное и неудачное использование декоративных элементов; перегруженный фон; присутствие на разворотах множества фокусных точек; несоблюдение единства оформления в целом. По той причине, что во второй половине 2015 года был сделан редизайн обоих журналов, но данные номера не попали в нашу изначальную выборку, мы кратко проанализировали основные направления, в которых произошли изменения, и отметили, что «Игромания» движется в сторону облегчения макета и создания единства, однако в ее оформлении все еще есть недостатки, которые присутствовали и в старой версии. Редизайн «PC Gamer», тем не менее, представляется не очень удачным, в первую очередь, с точки зрения нового шрифтового оформления. Наконец, мы рассмотрели результаты опроса, проведенного среди геймеров, и выявили следующее: узнавать об игровых новинках большинство опрошенных предпочитает из Интернета, а не печатных СМИ; принимая решение о покупке компьютерной игры, подавляющая часть респондентов обратится к видеообзорам и летсплеям; иностранные журналы о компьютерных играх практически не читаются; дизайн обоих рассматриваемых журналов большинство опрошенных оценивает на 3 и 4 балла (по пятибалльной шкале), с перевесом в сторону последнего, то есть можно сказать, что он их устраивает.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закон РФ от 7.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации (о СМИ)» // Сайт «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/popular/smi/42_1.html#p32
2. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. М.: Прогресс, 1974.
3. Галкин Д. В. Компьютерные игры как феномен современной культуры: опыт междисциплинарного исследования // Гуманитарная информатика. 2007. № 3.
4. Галкин С. И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала. М.: Аспект Пресс, 2005.
5. Голомбински К., Хаген Р. Добавь воздуха! Основы визуального дизайна для графики, веба и мультимедиа. СПб.: Питер, 2013.
6. Деникин А. А. Могут ли видеоигры быть искусством? // Международный журнал исследований культуры. 2013. № 2 (11).
7. Денисова А. И. Компьютерные игры как феномен современной культуры // Аналитика культурологии. 2010. №18.
8. Дизайн периодических изданий / под ред. Э. А. Лазаревич. М.: МГУ, ф-т журналистики, 2004. URL: <http://eknigi.org/dizajn/165006-dizajn-periodicheskix-izdaniij.html>.
9. Добровидова Н. А. Особенности эмоциональных состояний подростков, увлекающихся компьютерными играми // Вестник Томского государственного университета. 2009. № 323.
10. Иттен И. Искусство цвета. М.: Издатель Дмитрий Аронов, 2011.
11. Лепешкин И. А., Ершов М. Ю. Классификация концепт-артов и концептов в транспортном дизайне // Дизайн. Теория и практика. 2011. № 7.
12. Лесняк В. И. Графический дизайн (основы профессии). М.: ИндексМаркет, 2011.

13. Маслов А. С. Профессиональные и этические стандарты в фотожурналистике: практика применения // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2010. № 1.
14. Месеняшина Л. А., Селютин А. А. Компьютерная игра: аттракцион? Искусство? // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2011. Т. 1. № 7.
15. Омельченко Н. В. Психосемантическое исследование особенностей восприятия и оценивания компьютерных игр // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3: Педагогика и психология. 2009. №4.
16. Основы журналистики: Учебник для вузов / под. ред. С. Г. Корконосенко. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2009.
17. Погожева О. В. Теоретическое обоснование проблемы влияния компьютерных игр на особенности эмоционального реагирования подростков // Научные проблемы гуманитарных исследований. 2008. № 12.
18. Полежаева Л. А. Приемы использования цвета в дизайне местных газет // Актуальные проблемы изучения языка, литературы и журналистики: история и современность. Материалы X Международной научно-практической конференции. Научный редактор И. В. Пекарская. Абакан, 2015.
19. Полутина Н. С. Актуальные направления исследования в психологии компьютерной игры // Интеграция образования. 2010. № 4.
20. Потапова О. С. Компьютерная игра в пространстве культуры // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2010, № 4 (1).
21. Розенсон И. А. Основы теории дизайна. Учебник для ВУЗов. СПб.: Питер, 2007.
22. Рудер Э. Типографика: Руководство по оформлению. М.: Книга, 1982.
23. Сальникова Е. И. Особенности разработки персонажей для двумерных компьютерных игр // Творчество молодых: дизайн, реклама,

- информационные технологии. Сборник трудов XIII Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. Научный редактор Л. М. Дмитриева. Омск, 2014.
24. Самара Т. Структура дизайна. Стильное руководство. М.: РИП-Холдинг, 2008.
 25. Самара Т., Сэвиль Л. Эволюция дизайна. От теории к практике. М.: РИП-Холдинг, 2009.
 26. Симакова С. И. Тенденции визуализации журналистского контента в современных СМИ // Вестник Северо-Осетинского государственного университета имени Коста Левановича Хетагурова. 2015. № 3.
 27. Сухов Г. Е. Компьютерные игры как объект культурологического исследования // Ярославский педагогический вестник. 2006. № 2.
 28. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2000. URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm>
 29. Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль. М.: Астрель, АСТ, 2006.
 30. Уэйншенк С. 100 главных принципов дизайна. Как удержать внимание. СПб.: Питер, 2012.
 31. Федорова С. В. Визуализация как ведущая тенденция развития СМИ // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 7-2 (37).
 32. Феличи Дж. Типографика: Шрифт, верстка, дизайн. СПб.: БХВ-Петербург, 2004.
 33. Хейзинга Й. Homo Ludens. Человек играющий / Сост., предисл. и пер. с нидерл. Д. В. Сильвестрова; Коммент., указатель Д. Э. Харитоновича. СПб.: Издательство Ивана Лимбаха, 2011.
 34. Черкашина А. А. Особенности новостной журналистики в печатных СМИ США // Журналистика и медиаобразование в XXI веке: Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. Белгород: БелГУ, 2006.

35. Шевченко В. Э. Визуальный контент как тенденция современной журналистики // Медиаскоп. 2014. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/1654>.
36. Элам К. Геометрия дизайна. Пропорции и композиция. СПб.: Питер, 2011.
37. Элам К. Графический дизайн. Принцип сетки. СПб.: Питер, 2014.
38. Якунин А. В. Веб-юзабилити и эргономика интернет-СМИ: учеб. пособие. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2015.
39. Adams E. Postmodernism and the Three Types of Immersion // Gamasutra. 2004. URL: http://designersnotebook.com/Columns/063_Postmodernism/063_postmodernism.htm.
40. Björk S., Holopainen J. Patterns In Game Design. Charles River Media, 2004.
41. Gillen K. The New Games Journalism // KIERON GILLEN'S WORKBLOG. URL: http://gillen.cream.org/wordpress_html/assorted-essays/the-new-games-journalism/
42. Johnson J. Designing with the Mind in Mind. Simple Guide to Understanding User Interface Design Rules. Morgan Kaufmann, 2010.
43. Le K., Robertson S., Yamada M., Yoon F. The Skillful Huntsman: Visual Development of a Grimm Tale at Art Center College of Design. Design Studio Press, 2005.
44. Lester P. M. Photojournalism Ethics Timeless Issues // Официальный сайт College of Communications. URL: <http://www.commfaculty.fullerton.edu/lester/writings/photoethics.html>.
45. Nieborg D. B., Sihvonen T. The new gatekeepers: The occupational ideology of game journalism // Authors & Digital Games Research Association (DiGRA). 2009.

46. Tennant D. Analyzing Games Journalism // Worcester: Worcester Polytechnic Institute, 2009.
47. Salen K., Zimmerman E. Rules of play: game design fundamentals. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2003.
48. Schreiber I. Game design concepts: An experiment in game design and teaching. URL:
<http://gamedesignconcepts.pbworks.com/f/Game+Design+Concepts+-+An+experiment+in+game+design+and+teaching.pdf>.
49. Shamsuddin A. K. Evaluating content based animation through concept art // International Journal of Trends in Computer Science. Volume 2, Issue 11, 2013.
50. Smiciklas M. The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect With Your Audiences. Que Publishing, 2012.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Концепт-арты к игре «The Elder Scrolls V: Skyrim»

Художник – Адам Адамович



Рис. 1

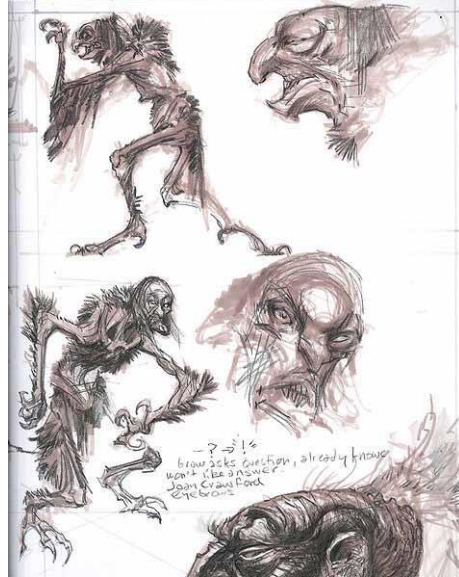


Рис. 2



Рис. 3



Рис. 4

Финальная модель монстра в игре



Рис. 5

Оформление названия рубрики «The Hard Stuff» в журнале «PC Gamer»



Рис. 6

Разворот журнала «Игромания» (№ 5 (212) 2015 г.)



Рис. 7

Разворот журнала «Игромания» (№ 6 (213) 2015 г.)

В РАЗРАБОТКЕ



**АРТЕМИЙ КОЗЛОВ,
СТАНИСЛАВ СТЕПАНЧЕНКО**

DEUS EX MANKIND DIVIDED

ЖАНР
РОЛЕВАЯ ИГРА
ИЗДАТЕЛЬ
SQUARE ENIX
РАЗРАБОТЧИК
EIDOS MONTREAL
МУЛЬТИПЛЕЕР
ИГРОВАЯ ПЛАТФОРМА
PC, XBOX ONE, PS4
САЙТ ИГРЫ
www.deusex.com
ДАТА ВЫХОДА
15 ИЮНЯ 2015 ГОДА

Когда в Сеть просочились сведения о Deus Ex: Mankind Divided — подробные, достоверные и даже со сроками — многие и бросились похвалить. Обсуждению игры посвящено немало статей на тематических ресурсах. Но что это за игра? Почему она так важна? И почему она так важна? И почему она так важна?

Почему? Да потому, что в разработке этой Deus Ex: Mankind Divided — подробные, достоверные и даже со сроками — многие и бросились похвалить. Обсуждению игры посвящено немало статей на тематических ресурсах. Но что это за игра? Почему она так важна? И почему она так важна?

Впервые увидев огромного мекандрованного мужчину, мы сразу вспомнили Готтера Германа из Deus Ex: Human Revolution. И сейчас мы уверены, что Mankind Divided будет в своем роде самым интересным и захватывающим продолжением серии. Между тем в трейлере разработчики выкладывают тизер, который показывает нам, что это за игра.

Нам, как и многим другим, очень интересно узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра.

Впервые увидев огромного мекандрованного мужчину, мы сразу вспомнили Готтера Германа из Deus Ex: Human Revolution. И сейчас мы уверены, что Mankind Divided будет в своем роде самым интересным и захватывающим продолжением серии. Между тем в трейлере разработчики выкладывают тизер, который показывает нам, что это за игра.

Нам, как и многим другим, очень интересно узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра.

ВОПРОС ПЕРВЫЙ: КАКИМ БУДУТ АДАМ ДЖЕНСА В ДАННОЙ ИГРЕ?

Самое главное, мы снова играем за Адама Дженсу. Дато прокладывает в 2029-м, через два года после событий предыдущей части. Что успело произойти?

На короче, кака из четырех концовок Human Revolution назначена каноничной разработчики не отвечают, что Mankind Divided вберет в себя все четыре. Между тем в трейлере разработчики выкладывают тизер, который показывает нам, что это за игра.

ЗНАК ЧЕЛКА
НОВАЯ ИГРА ДЖЕНСА

ВОПРОС ВТОРОЙ: КТО ЭТОТ ДОКТОР?

Впервые увидев огромного мекандрованного мужчину, мы сразу вспомнили Готтера Германа из Deus Ex: Human Revolution. И сейчас мы уверены, что Mankind Divided будет в своем роде самым интересным и захватывающим продолжением серии. Между тем в трейлере разработчики выкладывают тизер, который показывает нам, что это за игра.

Нам, как и многим другим, очень интересно узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра.

ВОПРОС ТРЕТИЙ: КАКИМ БУДУТ АДАМ ДЖЕНСА В ДАННОЙ ИГРЕ?

Самое главное, мы снова играем за Адама Дженсу. Дато прокладывает в 2029-м, через два года после событий предыдущей части. Что успело произойти?

На короче, кака из четырех концовок Human Revolution назначена каноничной разработчики не отвечают, что Mankind Divided вберет в себя все четыре. Между тем в трейлере разработчики выкладывают тизер, который показывает нам, что это за игра.

Нам, как и многим другим, очень интересно узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра.

ВОПРОС ЧЕТВЕРТЫЙ: КАКИМ БУДУТ АДАМ ДЖЕНСА В ДАННОЙ ИГРЕ?

Самое главное, мы снова играем за Адама Дженсу. Дато прокладывает в 2029-м, через два года после событий предыдущей части. Что успело произойти?

На короче, кака из четырех концовок Human Revolution назначена каноничной разработчики не отвечают, что Mankind Divided вберет в себя все четыре. Между тем в трейлере разработчики выкладывают тизер, который показывает нам, что это за игра.

Нам, как и многим другим, очень интересно узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра.

В РАЗРАБОТКЕ



КОМПАНИИ, ВТОРОЙ МАРШЕЛ, ЧАСТИЦЕ ОБЩЕСТВА ВОЗМОЖНО АНТИТЕРАПЕВТИЧЕСКАЯ, ПОДРАЗБИТОМЫЙ ПОСЛЕ НА ПЕРВОМ ДИВУ EX.

ФИСКА МИКЕЛАНЖЕЛО НА ПОДБОРЕ СЕКСТУСОВЫХ КАБЕЛЮК ИЗОБРАЖАЕТ МОМЕНТ НАВЕДЕНИЯ АДАМА ДЖЕНСА, БОГ АРТЕМИЙ ЖАНДЕР БОЛАНЖА.

Самое главное, мы снова играем за Адама Дженсу. Дато прокладывает в 2029-м, через два года после событий предыдущей части. Что успело произойти?

На короче, кака из четырех концовок Human Revolution назначена каноничной разработчики не отвечают, что Mankind Divided вберет в себя все четыре. Между тем в трейлере разработчики выкладывают тизер, который показывает нам, что это за игра.

Нам, как и многим другим, очень интересно узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра.

ВОПРОС ПЕРВЫЙ: КАКИМ БУДУТ АДАМ ДЖЕНСА В ДАННОЙ ИГРЕ?

Самое главное, мы снова играем за Адама Дженсу. Дато прокладывает в 2029-м, через два года после событий предыдущей части. Что успело произойти?

На короче, кака из четырех концовок Human Revolution назначена каноничной разработчики не отвечают, что Mankind Divided вберет в себя все четыре. Между тем в трейлере разработчики выкладывают тизер, который показывает нам, что это за игра.

Нам, как и многим другим, очень интересно узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра.

ВОПРОС ВТОРОЙ: КТО ЭТОТ ДОКТОР?

Впервые увидев огромного мекандрованного мужчину, мы сразу вспомнили Готтера Германа из Deus Ex: Human Revolution. И сейчас мы уверены, что Mankind Divided будет в своем роде самым интересным и захватывающим продолжением серии. Между тем в трейлере разработчики выкладывают тизер, который показывает нам, что это за игра.

Нам, как и многим другим, очень интересно узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра.

ВОПРОС ТРЕТИЙ: КАКИМ БУДУТ АДАМ ДЖЕНСА В ДАННОЙ ИГРЕ?

Самое главное, мы снова играем за Адама Дженсу. Дато прокладывает в 2029-м, через два года после событий предыдущей части. Что успело произойти?

На короче, кака из четырех концовок Human Revolution назначена каноничной разработчики не отвечают, что Mankind Divided вберет в себя все четыре. Между тем в трейлере разработчики выкладывают тизер, который показывает нам, что это за игра.

Нам, как и многим другим, очень интересно узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра.

ВОПРОС ЧЕТВЕРТЫЙ: КАКИМ БУДУТ АДАМ ДЖЕНСА В ДАННОЙ ИГРЕ?

Самое главное, мы снова играем за Адама Дженсу. Дато прокладывает в 2029-м, через два года после событий предыдущей части. Что успело произойти?

На короче, кака из четырех концовок Human Revolution назначена каноничной разработчики не отвечают, что Mankind Divided вберет в себя все четыре. Между тем в трейлере разработчики выкладывают тизер, который показывает нам, что это за игра.

Нам, как и многим другим, очень интересно узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра. Мы хотим узнать, что же это за игра.

Рис. 8

БУДУМ ЖДАТЬ?
ДА.

ПРОЦЕНТ ГОТОВНОСТИ: 60

PREVIEW



Sneaking this is very difficult.



Sneaking to cover out of sight from enemy detection.

VOLUME

PLAYED IT Exploring Mike Bithell's sound-based stealth puzzler.

Some critics have compared Mike Bithell's new stealth game to the VII missions in the original *Metal Gear Solid*. Once I noticed the most basic similarity in colour scheme and visual style, I found it a hard comparison to make. MGS broke down *Metal Gear V*'s stealth into core components in levels that functioned as scaldily self-contained time attack challenges. *Volume* is like a whole game of this, offering similarly inventive ways to manipulate enemies and reach the exit, with a little bit of a *Snatch Banzai*-inspired structure in there, too.

Unlike Snake, your character, Locksley, can't kill anyone. But like MGS, before us more experimental first-person crouch-sneaking sequels, this is stealth in absolutes. The parading enemies have vision cones that are 1:1 if you wander into them, there's no ambiguity about whether a guard saw you or not. The objective in each level is to collect gems stored

around the map and escape, but if a guard successfully pursues you for a few seconds, it's game over. Lose him, and the guard will be the alarm and others around the level will start searching for you. There are variations of guard, too. There's a sniper whose vision cone searches into long-range and another who can see in 360 degrees, which makes sneaking past in the conventional way pretty much impossible.

It doesn't feel frustrating. I think I only yelled the F-word once during my demo

There's where Locksley's voice comes in. There's a basic projectile-based musuemaker that lets you aim, shoot and lure an enemy from their post before sneaking past. There's the veil, which Bithell describes as the *Hitman* lesson, present so someone else for a very short space of time so you can sneak by an enemy quickly. There's also a decoy move where you can send a clone of yourself running

through a guard's line of sight and get them to chase. Then there's my personal favourite, the sledge, which you can stick to any surface to draw the focused attention of any guards in range; *Metal Gear V*'s cynicism of this is totally filthy imagination, the base of any private military force. These tools ensure each level has a number of solutions, and because you can only carry one at a time, a bit of experimentation might be required. There's a basic whistle move to draw enemies out, too, and sneaking so cover keeps you safe from any patrolling goons.


It amounts to an enjoyably precise stealth game that's simple to learn. Using the baggie to make an enemy move just inches off their spot, then quickly ripping around them and progressing to the next few gems is satisfying, and the frequent level-checkpointing means it doesn't feel frustrating, either. I think I only yelled the F-word once during my demo, which makes well considering I've thrown a broken expensive peripheral after being caught in stealth games in the past. **James Roberts**

RELEASE SPRING


28 | **PC GAMER** | 11 MAY 2015

Рис. 9


PREVIEW




Combo




Just hanging around



You often find yourself in the combat of the enemy



Don't let the Cold Man



You can't see anything as hidden in the light, right?

RONIN

PLAYED IT The turn-based platformer that's like very anxious chess.

My helmet-wearing avatar in this turn-based action platformer is dead. Again.

This time, it's because she was shot in the head. I sigh. Reloaded. The old man made die. Sheep will slumber alone in my bed until my job is done.

In *Ronin*, you play an acrobatic young woman out to murder five nefarious-looking figures from her indelibly dysfunctional childhood. You accomplish this through a mix of stealth and our-nerve-based carnage, along with an optional deluge of Tarantino-favoured style.

Set in a moody urban landscape, the previous build I played had three levels, all requiring me to initially either slip through unguarded doors or break through windows.

From there, it was a question of whether to go in sword blazing or inch from shadow as coiling in a bid to delicately murder snarling dressed henchmen.

The action moves from real-time to turn-based when combat is initiated. Each round consists of figuring out the best course of action: slinking through a hallway, corporate employee, perhaps, or deploying a holographic duplicate to divert attention. The moments you make your move, the universe chokes. Bullets fly and robot samurai streak across the screen. After that happens, things pause again.

Ronin isn't easy. Even a millimetre of error is enough to cost you a reload

The trick is in determining optimal positioning, and the long-term value of your actions. A quick kill can easily put you in range of the firing squad, but a sloop-mouse crawl across the ceiling may enable you to eventually take people down more expeditiously. *Ronin* helps you with these decisions with well-placed checkpoints and an easily decipherable interface. Enemy attacks, whether they are bladed weapons

or flying projectiles, are signposted with thin red lines. Timers appear over a foe's head when they've been knocked over, warning you of their imminent return to their feet. You *Ronin* isn't easy. You need to constantly watch for these assaults. Even a millimetre of error is enough to cost you a reload.

Movement is dictated with the WASD keys. Jumping, however, is controlled with the mouse. Left-click and drag to draw an arc across the screen, showing where your character will leap. Move your mouse towards past ceilings and walls to swap to the grappling hook instead. Sadly, this bit feels slightly fiddly, and perhaps even slightly inaccurate – it isn't always easy to tell if your character will land in a crouch, upright on her feet, or even if the jump itself will be completed in that turn. Murder and escape are more straightforward, consisting of hitting the appropriate button when they become visible among your options.

I like *Ronin*. It's a smart game with smart ideas, and just enough tech-grinding frustration to beckon me back to the fray time and time again. **Cassidy Bell**

RELEASE 2015

28 | **PC GAMER** | 11 JUNE 2015

Рис. 10

REVIEW

COMMAND THEN CONQUER

Strategy-led sci-fi RTS **GREY GOO** is a worthy throwback to the genre's golden age. *By Ian Birnbaum*

Need to know

What's it? A sci-fi RTS featuring alien armies and a focus on strategy.
Influences by: Command & Conquer, StarCraft.
Reviewed on: Windows, Linux, OS X.
Alternately: Available on Steam.
Copy protection: None.

Mothers Goos split to form units or other Mother Goos

Meet the elites

The three factions: heavy hitters

- Hand of Beta - Beta**
The Beta has the finest of forces, no doubt. Its advanced technologies, combined with any military unit on the fly, will make a city-wrecking machine of its own.
- Alpha - Humans**
Dark and evil, the Beta's mech suits, like the Beta's, are the most advanced in the industry. But the Beta's mech suits are the most advanced in the industry. But the Beta's mech suits are the most advanced in the industry.
- Purple - Grey Goo**
A simple, but effective, strategy that few RTS games have ever seen. It's a new way of thinking about RTS games, and it's one that's worth trying.

Expect to pay: £19.99/\$29.99. Developer: Froggipede. Publisher: The Sims. Website: www.greengo.com

86 PC GAMER MARCH 2015

oward that I am, I'm laced up in my basic building super weapon. The handful of soldiers I can afford to run are buying me time with their lives.

Just as a huge force shows up on end me, my weapon, the Hand of Beta, lifts off into a steady hover. Like a tranquilized bear a waddles in a circle. It fires. It evaporates two dozen enemies in one shot. I've got a hovering death tank, and I'm going to blow up the whole damn world.

Grey Goo understands why old-school RTS games were so much fun. It zooms way out to the strategic level. The winner is now the player with the best local tactics, but the player with the best supply chain and manufacturing pipelines.

It's a fun reinvention of the strategy, high-clicks-per-minute genre that made the original StarCraft an epic. From the moment the fog of war clears I'm ordering units, calling in construction bots from orbit, and sending skirmish parties to capture resource nodes. Singleplayer missions are one-on-one scenarios, multiplayer skirmishes can have teams or free-for-all modes for up to four players. Most games last between 20 and 30 minutes - though I did have one exhausting slugfest drag on for an hour. Campaign missions vary from basic tactics to mixed war-defense modes, and I found them all well voice-acted and different enough to be interesting.

The hands run on logistics. At the heart of this is a bold choice by developer Froggipede: there's only one resource. This energy source, Canlyne, is the basis for every purchase in the game, from building a new headquarters to upgrading a commander's end-of-spell. By denying the enemy access to Canlyne, I deny them everything.

Managing this resource is as simple as balancing a checkbook. A running ticker tracks my income and expenses in one number: positive means I'm making more than I'm using, negative means I'm spending more than I'm bringing in.

Unit production is similarly hands-off, with an option to auto-build any unit or series of units. A prudent commander will fine-tune production lines so that new units are consistently being built under budget, the *Command & Conquer* version of living within your means. My army grows along with my war chest, and I place new factories with my surplus.

The central conflict is between the Beta, a humanoid race of fairly warriors, and high-tech future humans. Weirdly, the Beta have the most human-looking design.

VERDICT

Some minor headaches are the only remaining RTS in years, but it remains the best on-disc school strategy.

PC GAMER
82



MARCH 2015 PC GAMER 87

Разворот с анонсом в «PC Gamer» (№ 5 (278) 2015 г.)



PREVIEW

HMS Victory and others are undeniably Every Wars ships, the queen has to suffice a copy.

NAVAL ACTION

PLAYED IT Whistle and I'll gun to you, my lad.

The shrill peep of a whistle tells me my guns are loaded. Here a single shot, waching through my appraisals as it arcs over the enemy vessel, plopping into the sea beyond. I adjust my aim slightly, and unleash a full broadside, firing all my cannon at once. Don't get too impressed, I only have four guns, because I'm in a Lynx, one of the smallest ships in the game. Nevertheless, it's still carnage. I have to wait for the smoke to clear before I can see the result: torn sails, splintering wood, blood and thunder. There's no Hollywood explosion, though. *Naval Action* is a simulator that just happens to be an action game.

In truth, most of my shots are less successful. Factors like wind and the angle of fire affects accuracy, which is exactly why nailing your target feels incredible. "Every cannonball is tracked in the air and after it hits the target," explains Game Labs CEO Maxim Zsaw.

"One shot can hit the stern, damage the rudder, then hit the cannon carriage, injure crew, ricochet from the floor and hit the opposite side." In one battle, I experience this firsthand: a stray ball from an opponent knocks out my rudder altogether, leaving me floating peacefully towards inevitable defeat.

It sounds random and annoying, but it's not. Most of the battles I play are pleasingly

It already has a fan-made treatise written in the style of a Napoleonic captain

aserial: loss of resolve where my opponents and I pound each other from afar, scrambling to reload the guns and make every volley count. Armour, represented by blue bars, is thickest on the sides of each ship. The bow and stern are far more vulnerable. Mechanically, gunnery feels similar to naval battles from *Empire: Total War*, but *Naval Action* is more intricately detailed. A similar core of fire discs

where you shoot, but the viewpoint makes you feel like you're on deck, surrounded by creak ropes, creaking wood and whistles. Always with the whistles.

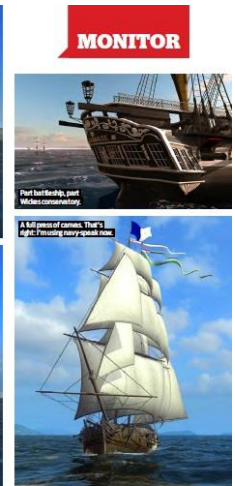
Sailing is equally important, and it's also the area that requires the most prior knowledge (unless you see such it as an auto-skipper—a sensible move for beginners). How advanced is it? There's already a fan-made "Treatise on Naval Action" written in the style of a Napoleonic naval captain. "Yard angles, ship angle to wind, cargo, fittings and ship condition affects speeds and turning rates," says Maxim. "Correct racking, boathandling, chabhanding and other elements of the age of sail are possible. Yards of the ship affects leeway and the captain can squeeze extra performance out of the vessel by properly positioning yards in relation to the ship." These are terms that will bewilder anyone who hasn't spent a lifetime immersed in the works of Patrick O'Brian, but that's precisely why it's so exciting. It's as realistic as you want it to be. If you really want to push your vessel, learn how it handles and practice proper sailing manoeuvres, the option is there.



If things go wrong, you have the option to roll it out.



There's a huge difference between light and heavy vessels.



MONITOR

Put her through, just before she reaches the shore.

A full arsenal of cannons, that's the key. Focus on heavy guns first.

Chain shot can be used to tear sails and damage rigging.

It's complicated enough when the focus is purely on sailing and gunnery: you'll have your hands full just trying to land shots on targets, even without the advanced sailing options. Because of this, you act exactly as a captain would, issuing commands and aiming guns, but not dealing with the minutiae of running your ship.

"We don't plan to overload the captain with heavy lifting and pulling," Maxim explains. "Your first lieutenant and bosonwain are more than capable to manage the crew and make sure your orders are properly fulfilled. As a captain you will be deciding on firing, crew composition, firing and manoeuvring commands."

This extends to questions of resource management. You won't be asked what crewing there's enough ship's biscuits to feed the crew. "The main design goal is to eliminate unnecessary tax on the player's time," Maxim says. "At the early access stage we will avoid the hassle of managing resources by hand. In the age of sail, a purser or victualler handled the provisions. Captains usually went out to sea prepared for a long period—we believe that the detailed intricacies of managing provisioning composition could be



avoided." A fair point, but one which might disappoint anyone looking to hand out rations; consider it the lesser of two evils.

Most intriguingly, this is just the beginning. Transferring these elements to an open world will alter how *Naval Action* plays. "You will not be able to see a specific class of the ship on the open world map," says Maxim. "Attacking a generic heavy frigate in the open world might bring you

to a battle with anything ranging from a 40-gun to a 90-gun super frigate."

This naval sim's combat encounters are thrilling enough when they're guaranteed to happen, chaining upon any enemy in open water—or having to run like smoke and oakum from a superior vessel—can only make *Naval Action* even more compelling to play. **Max Zsaw**

Версия обложки номера «PC Gamer» для подписчиков

THE WORLD'S **NUMBER ONE** PC GAMES MAGAZINE

PC GAMER®



STAR WARS BATTLEFRONT

Subscriber Edition £5.99
June 2015 Issue 279
www.pcgamer.com

Рис. 13

Разворот журнала «Игромания» (№ 5 (212) 2015 г.)

ВЕРДИКТ
Жанр: Волшебная охота
Издатель: Sony Computer Entertainment
Сайт: playstation.com/ru-ru/games/bloodborne-ps4
Разработчик: From Software
Андрей Мельер: Умничек
Платформа: Playstation 4

Bloodborne

Ночь большой охоты

Захар Бочаров

Иногда бывает так, что один из самых успешных методов поиска в классической медицине был кровоснабжением. Разрыв или прокол и большое количество крови. Стараясь получить очень широкий спектр болезней — от повышенного давления до отравлений. Считалось, что организм большого может компенсировать забранную жидкость, хорошей кровью, избранной собой от природы. Поэтому процедура зачастую повторялась несколько раз с небольшими промежутками или полным восстановлением или летального исхода.

Выдуманный город Ярна, в котором происходит действие Bloodborne, известен на весь мир своими кровавыми экспериментами в лабораториях «чужаков» — демонов. Там немного пугает, тут немного пьерекает — и вот плащом, буквально одной ногой в грубу стоявший, уже жие и заворос. Культура крови настолько гнетет этот город, что люди запросто пьют напитки на ее основе — и с удовольствием относятся к чужакам, которые считают их за это декадентами. Правда, в Ярнаме появилась одна болезнь, которая никак не поддается местным лекарствам — чума, что превращает их носителей в чудовищ. На протяжении многих лет с ней удалось справиться при помощи так называемых скоттинов, которые едят город от зараженных. Точка кровоснабжения, но совсем не лечебного толка.

Время стало одним из них.

Зеркала и зеркала
Хорошо известно — выходящая японская гонимая своей серией Blood научивший игроков по своему вкусу страдать и получать от этого удовольствие. Идею вдохнуть в игру жизнь, в жанр хоррора до зубового скрипящего ролевая игра казалась заранее обреченной на провал, но практика показала, что даже такая заявка может получить приемлемые для широкой аудитории воплощения.

Разгадка феномена получилась до генерального простого: завышенная сложность игры ощущается четкой, когда ответственность за многочисленные кровавые полеты полностью ложится на плечи игрока. Если вы играете в одиночку, и далеко вперед подается простота, атаки и находятся примерно на уровне и так же мекка, а в боссах фиксированный арсенал атак — становится очень сложно войти в очередной сюжет разработчиков, а не себя самого. Горечь от поражения отпадает на второй план, а в голове сразу выстраиваются победные сцены, которые хочется немедленно повторить в действии — и с небольшим восторгом убедиться в их работоспособности. Потому вся серия укладывается в одной фразе из трейлера Dark Souls 2 (созданной без учета мастерства, но про то, что вы можете вынести из этой игры не про смерть, но про то, что вы можете вынести из этой игры не про смерть).

Bloodborne, без всяких оговорок, придерживается этой философии — приключению, в котором вы будете умирать сотни раз с целью попыток найти правильную дорожку от начальной локации до дождливого финала. Вы будете ошибаться, ругаться и унывать на один гонимый — ради невероятного желье увидеть покорившего надвигающегося эпического поединка босса. Ради ощущения азарта, которое с легкой охотой все прошлые страдания. Эту игру можно и нужно причислять к уже существующей серии, несмотря на отсутствие правильного слова «Souls» в названии, — но при этом во многих чертах она пытается сформировать свой новый и смелый образ. В этих попытках и заключается как ее блестящие успехи, так и обидная промашка. Преображение начинается с внешнего вида. Готические декорации Ярнама с огульными нотками лавкрафтовской мифологии выглядят серьезным шагом в сторону по сравнению с предыдущими и странным образом в стиле фэнтези. На смену

Иногда бывает так, что один из самых успешных методов поиска в классической медицине был кровоснабжением. Разрыв или прокол и большое количество крови. Стараясь получить очень широкий спектр болезней — от повышенного давления до отравлений. Считалось, что организм большого может компенсировать забранную жидкость, хорошей кровью, избранной собой от природы. Поэтому процедура зачастую повторялась несколько раз с небольшими промежутками или полным восстановлением или летального исхода.

Выдуманный город Ярна, в котором происходит действие Bloodborne, известен на весь мир своими кровавыми экспериментами в лабораториях «чужаков» — демонов. Там немного пугает, тут немного пьерекает — и вот плащом, буквально одной ногой в грубу стоявший, уже жие и заворос. Культура крови настолько гнетет этот город, что люди запросто пьют напитки на ее основе — и с удовольствием относятся к чужакам, которые считают их за это декадентами. Правда, в Ярнаме появилась одна болезнь, которая никак не поддается местным лекарствам — чума, что превращает их носителей в чудовищ. На протяжении многих лет с ней удалось справиться при помощи так называемых скоттинов, которые едят город от зараженных. Точка кровоснабжения, но совсем не лечебного толка.

Время стало одним из них.

Зеркала и зеркала
Хорошо известно — выходящая японская гонимая своей серией Blood научивший игроков по своему вкусу страдать и получать от этого удовольствие. Идею вдохнуть в игру жизнь, в жанр хоррора до зубового скрипящего ролевая игра казалась заранее обреченной на провал, но практика показала, что даже такая заявка может получить приемлемые для широкой аудитории воплощения.

Разгадка феномена получилась до генерального простого: завышенная сложность игры ощущается четкой, когда ответственность за многочисленные кровавые полеты полностью ложится на плечи игрока. Если вы играете в одиночку, и далеко вперед подается простота, атаки и находятся примерно на уровне и так же мекка, а в боссах фиксированный арсенал атак — становится очень сложно войти в очередной сюжет разработчиков, а не себя самого. Горечь от поражения отпадает на второй план, а в голове сразу выстраиваются победные сцены, которые хочется немедленно повторить в действии — и с небольшим восторгом убедиться в их работоспособности. Потому вся серия укладывается в одной фразе из трейлера Dark Souls 2 (созданной без учета мастерства, но про то, что вы можете вынести из этой игры не про смерть, но про то, что вы можете вынести из этой игры не про смерть).

Bloodborne, без всяких оговорок, придерживается этой философии — приключению, в котором вы будете умирать сотни раз с целью попыток найти правильную дорожку от начальной локации до дождливого финала. Вы будете ошибаться, ругаться и унывать на один гонимый — ради невероятного желье увидеть покорившего надвигающегося эпического поединка босса. Ради ощущения азарта, которое с легкой охотой все прошлые страдания. Эту игру можно и нужно причислять к уже существующей серии, несмотря на отсутствие правильного слова «Souls» в названии, — но при этом во многих чертах она пытается сформировать свой новый и смелый образ. В этих попытках и заключается как ее блестящие успехи, так и обидная промашка. Преображение начинается с внешнего вида. Готические декорации Ярнама с огульными нотками лавкрафтовской мифологии выглядят серьезным шагом в сторону по сравнению с предыдущими и странным образом в стиле фэнтези. На смену

ВЕРДИКТ
Жанр: Волшебная охота
Издатель: Sony Computer Entertainment
Сайт: playstation.com/ru-ru/games/bloodborne-ps4
Разработчик: From Software
Андрей Мельер: Умничек
Платформа: Playstation 4

Bloodborne

Ночь большой охоты

Захар Бочаров

Иногда бывает так, что один из самых успешных методов поиска в классической медицине был кровоснабжением. Разрыв или прокол и большое количество крови. Стараясь получить очень широкий спектр болезней — от повышенного давления до отравлений. Считалось, что организм большого может компенсировать забранную жидкость, хорошей кровью, избранной собой от природы. Поэтому процедура зачастую повторялась несколько раз с небольшими промежутками или полным восстановлением или летального исхода.

Выдуманный город Ярна, в котором происходит действие Bloodborne, известен на весь мир своими кровавыми экспериментами в лабораториях «чужаков» — демонов. Там немного пугает, тут немного пьерекает — и вот плащом, буквально одной ногой в грубу стоявший, уже жие и заворос. Культура крови настолько гнетет этот город, что люди запросто пьют напитки на ее основе — и с удовольствием относятся к чужакам, которые считают их за это декадентами. Правда, в Ярнаме появилась одна болезнь, которая никак не поддается местным лекарствам — чума, что превращает их носителей в чудовищ. На протяжении многих лет с ней удалось справиться при помощи так называемых скоттинов, которые едят город от зараженных. Точка кровоснабжения, но совсем не лечебного толка.

Время стало одним из них.

Зеркала и зеркала
Хорошо известно — выходящая японская гонимая своей серией Blood научивший игроков по своему вкусу страдать и получать от этого удовольствие. Идею вдохнуть в игру жизнь, в жанр хоррора до зубового скрипящего ролевая игра казалась заранее обреченной на провал, но практика показала, что даже такая заявка может получить приемлемые для широкой аудитории воплощения.


Разгадка феномена получилась до генерального простого: завышенная сложность игры ощущается четкой, когда ответственность за многочисленные кровавые полеты полностью ложится на плечи игрока. Если вы играете в одиночку, и далеко вперед подается простота, атаки и находятся примерно на уровне и так же мекка, а в боссах фиксированный арсенал атак — становится очень сложно войти в очередной сюжет разработчиков, а не себя самого. Горечь от поражения отпадает на второй план, а в голове сразу выстраиваются победные сцены, которые хочется немедленно повторить в действии — и с небольшим восторгом убедиться в их работоспособности. Потому вся серия укладывается в одной фразе из трейлера Dark Souls 2 (созданной без учета мастерства, но про то, что вы можете вынести из этой игры не про смерть, но про то, что вы можете вынести из этой игры не про смерть).

Bloodborne, без всяких оговорок, придерживается этой философии — приключению, в котором вы будете умирать сотни раз с целью попыток найти правильную дорожку от начальной локации до дождливого финала. Вы будете ошибаться, ругаться и унывать на один гонимый — ради невероятного желье увидеть покорившего надвигающегося эпического поединка босса. Ради ощущения азарта, которое с легкой охотой все прошлые страдания. Эту игру можно и нужно причислять к уже существующей серии, несмотря на отсутствие правильного слова «Souls» в названии, — но при этом во многих чертах она пытается сформировать свой новый и смелый образ. В этих попытках и заключается как ее блестящие успехи, так и обидная промашка. Преображение начинается с внешнего вида. Готические декорации Ярнама с огульными нотками лавкрафтовской мифологии выглядят серьезным шагом в сторону по сравнению с предыдущими и странным образом в стиле фэнтези. На смену

Рис. 14

2014

★ THE BEST ★
SINGLEPLAYER




Dragon Age: Inquisition

A world to discover, a faction to build, dragons to bother

PHIL: It's a story about Thecla, and about redefining the virtues and politics that define a world. It's also a story about people, and how they respond to tragedy, hope and faith. *Inquisition* is a proper roleplaying game: one that asks you to not just create a character, but to let their motivations and investments grow over time. And if that was a little absurd, here's something more specific: dragons are cool. This is no big revelation, but they're particularly cool in *Inquisition*. Their animations are impeccable. They're not humely mystical creatures, they're big, deadly animals. Fighting them requires that you hack away at various limbs, and when you do, they flinch in response. They look annoyed and pained and a little bit arrogant. There are things about *Inquisition*'s combat system that I think are flawed, but all of it comes together when you're fighting these massive angry lizards.

CHRIS: I made a decision in *Inquisition* that was so painful I had to go back and undo it, breaking a rule that I've held myself to since the first *Mass Effect*. When its narrative engine kicks into gear, *Dragon Age: Inquisition* is among the best work BioWare has ever done. Like every BioWare sequel, this is a game that will mean more to you the more you have invested in its predecessors—in cutbacks and plot thread resolutions are labyrinthine, and if references to side characters from on-screen novels are the kind of thing that gives you goosebumps, then you'll spend your time with *Inquisition* stinging like a Christmas tree. Despite the creative backwater, however, this is a game with substantial value as an introduction to the series. Unlike *Mass Effect*, which followed the life of a single character, *Dragon Age*'s multiple protagonists are retrofitted to the same themes and conflicts with each new iteration. You don't need to have been Hank or the Warden to become the Inquisitor, and so you're really not so much a new go on an adventure in this incredible world.

★ THE BEST ★
MULTIPLAYER



Towerfall Ascension

An arrow to all of our hearts

TYLER: I remember when I learned about dashing. I was at a party with ten—or so people gathered around the TV, all paying for more attention to four little sprites hopping around than ought to be expected of a group of functional people. It all in that dash. *Towerfall*'s primary weapons are homing arrows, and sometimes they're unmissable, but if you dash into an arrow, you can snatch it from the air. When only one player in the single, conceptually-devised deathmatch remains on the screen, that dash becomes as exciting as a dash Super in *Lara Strain Fighter II*. We traded a single arrow back and forth again and again, the crowd oohing each time it was dash-grabbed—quickly, like a swimmer rally. Then there's an unexpected play: a decoy arrow followed by a series of hops in and on the lower head-in-Maria. And then we're all hollering.


Towerfall is partly an artful, less-multiplying-to-achieve-a-struck-this-year *Commander Strike: GO* stayed sitting, but no new multiplayer shooter really stuck with us. *Call of Duty: Advanced Warfare* was better than *Gears*, but not all that different. *Towerfall* was good fun, but not that many people are playing it now. This really wasn't a great year for online multiplayer shooters, but it was a great year to get away from your desk for a bit and share a screen with friends, and *Towerfall* is absolutely the best thing you can share with them. The only game that comes close—and it is close—is *Nidhogg*.

CHRIS: I'd say that *Somawi* *Cum* was a contender too. We really have been through a renaissance in single-screen

PERSONAL PICK

South Park: The Stick of Truth

Tim Clark




The film critic Mark Kermode argues that for a comedy to be a success you need to laugh one, three, or four times. It's amazing how many movies can't manage that in 90 minutes. Now consider how many gags you need to fill a 12-hour comedy game, and let's face it: *South Park: The Stick of Truth* overflows with funny. Not zombies, Joe, even, Nigasaki farts, dikes as enchanted weapons, Jesus as an ink scribe... if you like the show, and I do, this was as funny as it was inevitably wrong.

PERSONAL PICK

Wolfenstein: The New Order

Tory Ellis




Mosby's the little coaches. Breaks in, counts to four, breaks one. The episode on the train. Deathstalker's wonderful crooked smile. Yes, the internal monologues are terrible, but to even consider going on a nice life to a man whose name is essentially Blow job McBlaschius is an act of pure game design heretofore. Machine Games inherited PC gaming's most juvenile and involved premise: the big shooty man who kills Nazis. They had the guns and the vision to do something new with that.

PERSONAL PICK

Xenonauts

Phil Savage




If this was receiving a proper award, it would be *X-Com* of the Year. It is, in its design, substance, depth and challenge, nearly *X-Com*. It's immensely derivative, but that's no bad thing. *X-Com* has been slowly slipping down our Top 100—an ageing interface eroding the pleasure of being murdered by aliens. *Xenonauts* has no such issues, and so fits neatly into the space the 1994 original now struggles to hold. It's filled with the same impossible situations that so effectively punish even the smallest of mistakes. Also, its version of Chrysalids are bloody terrifying.

PERSONAL PICK

Dead State

Evan Latt



Killing zombies isn't the thrill here. It's finding a mouthful. Or pants bonus. Or finishing a well. In *Dead State*, winning the post-apocalyptic doesn't mean being the best killer, it means being the best manager. Among the hellion zombie games, it represents an uncharacteristic view of the end of the world. There's plenty of turn-based zombie fighting, sure, but you measure your success by how well you're meeting food and fuel consumption, and maintaining sanity levels. This is the open-world survival sandbox old-school RPG players deserve.

60 PC GAMER | JANUARY 2015
JANUARY 2015 PC GAMER | 61

Примеры страниц журнала «Игромания» (№ 2 (221) 2016 г.)



В ДОБРЫЙ ПУТЬ! ХИДЭО КОДЗИМА ПОКИДАЕТ KONAMI

Впервые мы писали, что в Konami решили продать крупнейшую игровую разработку... **ВНЕШНЕЕ ПОСЛАНИЕ**... **КОДЗИМА КОДЗИМА**... **КОДЗИМА КОДЗИМА**...

Впервые мы писали, что в Konami решили продать крупнейшую игровую разработку... **ВНЕШНЕЕ ПОСЛАНИЕ**... **КОДЗИМА КОДЗИМА**... **КОДЗИМА КОДЗИМА**...



8 страница (фото: ИИ)



ИГРЫ-РАССКАЗЫ НА ВСЕ РАДИ ПОВЕСТВОВАНИЯ

ИГРАМЫ-РАССКАЗЫ СЕРГЕЙ ЧИЧУК

Хотелось написать историю, которая не давала... **КОДЗИМА КОДЗИМА**... **КОДЗИМА КОДЗИМА**...

Хотелось написать историю, которая не давала... **КОДЗИМА КОДЗИМА**... **КОДЗИМА КОДЗИМА**...

44 страница (фото: ИИ)



1 МЕСТО THE WITCHER 3: WILD HUNT НАКОНЕЦ-ТО НАУЧИЛИСЬ

ИГРАМЫ-РАССКАЗЫ СЕРГЕЙ ЧИЧУК

Впервые мы писали, что в Konami решили продать крупнейшую игровую разработку... **ВНЕШНЕЕ ПОСЛАНИЕ**... **КОДЗИМА КОДЗИМА**... **КОДЗИМА КОДЗИМА**...

Впервые мы писали, что в Konami решили продать крупнейшую игровую разработку... **ВНЕШНЕЕ ПОСЛАНИЕ**... **КОДЗИМА КОДЗИМА**... **КОДЗИМА КОДЗИМА**...

41 страница (фото: ИИ)

Рис. 16

Пример использования постера игры в качестве изображения, открывающего рецензию в «Игромании» после редизайна (№ 4 (223) 2016 г.)



Рис. 17

Пример текста, зажатого между изображениями в журнале «Игромания» после редизайна (№ 4 (223) 2016 г.)

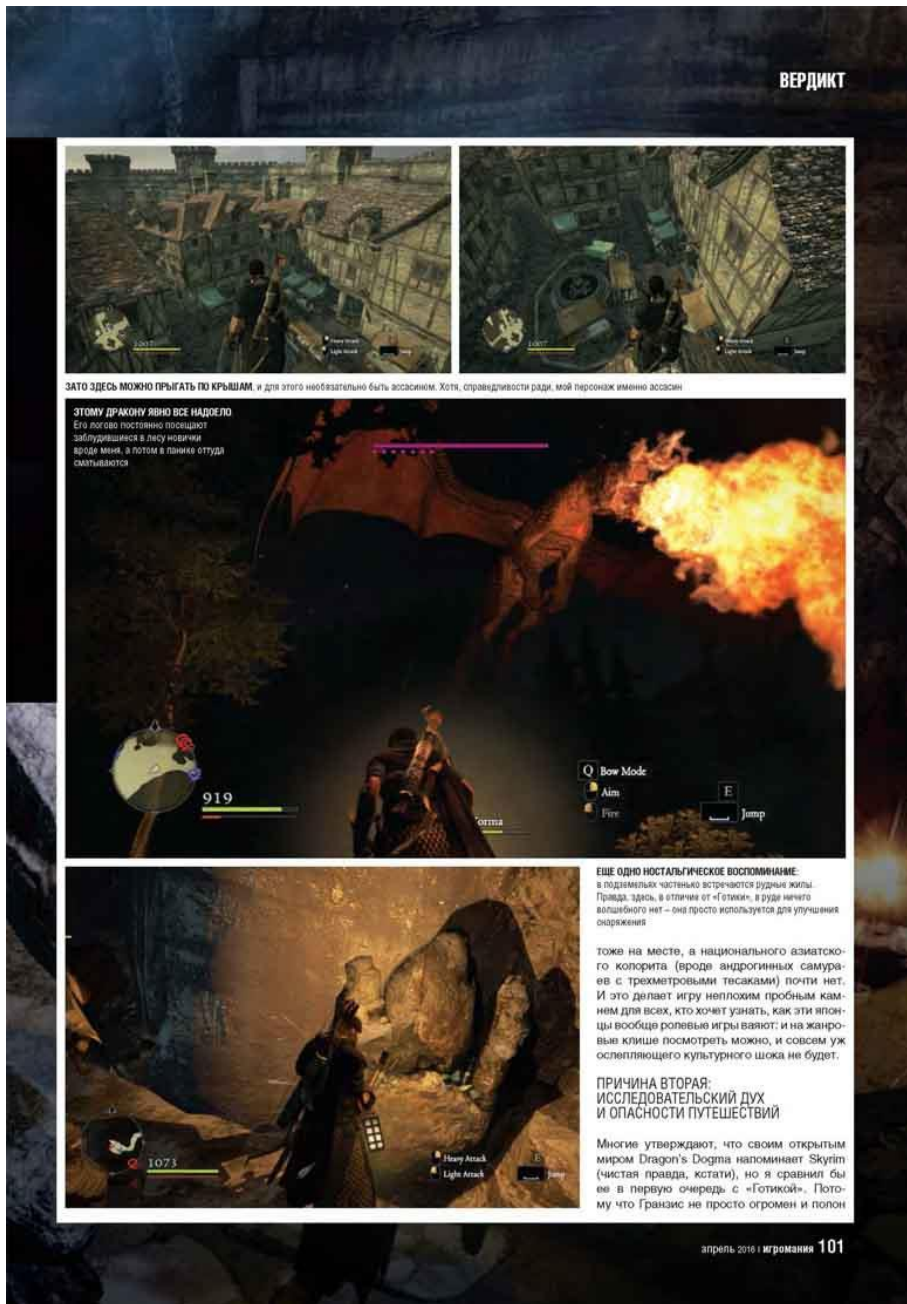


Рис. 18

Made to measure

Why your next mouse will be watching you sweat

For the last few years, it's been all about taking last year's mouse, trying to hype it with marketing, and shoving it down the throat of the 14-year-old," says Carl Silbersky, unimpressed by the state of the PC peripherals market in 2015. He's the new CEO of Mionix, a gaming-hardware company based in southern Sweden, fresh off the back of selling his previous company to Apple. "We developed some amazing technology there," he says, "but what do I see when I come to gaming peripherals? Not much at all. Multicoloured LEDs are not innovation."

Silbersky wants to start building products for gamers that make them better at what they do, and the company's first attempt is the NAOS QG. At a glance, it looks like a regular gaming mouse, but peer a little closer and you'll spot small metallic sensors poking out of the sides. These collect data on heart rate and galvanic skin response (or 'sweat', as most of us call it) to try and work out how stressed you are while playing.

"You get an insight into your reactions," says Silbersky. "You can understand how you react in certain ways, and if you're playing in a team you can see how your teammates react." Getting that data live can draw attention to your stress levels, and afterwards you can pore over the data in more detail to see how it

first stab at interlinking the biodata of a person with what's happening on their screen," Silbersky says.

The idea came out of one of the hackathons that Mionix runs every now and then in its offices in Malmö. An engineer added some extra sensors to a mouse that was lying around, then played a few rounds of *Starcraft II*. The data that came out impressed Silbersky, and he asked the engineer to refine it a little more into a proper prototype. In December 2014, the company launched a Kickstarter campaign, asking for \$100,000 to make the NAOS QG a reality. "December is the worst month to do a Kickstarter," Silbersky says. "We knew that." But the funding was successful nonetheless, and now production is in full swing, with the first deliveries to backers due in August.

In the meantime, Mionix needs to work out how to present the data to people. Right now, you can overlay it on about 700 games with the help of an app called Overwolf, and also include it on your Twitch stream. "But we think there's so much more you can do with this data," says Silbersky, so the company will also let programmers access the data to build their own apps. "We don't know where it's going, but we have some ideas and we'll continue hammering those out."

Mionix isn't the only company getting excited about the possibilities of biometrics. Valve has long had an

Рис. 19

DEVS AT WORK, KIDS AT PLAY

How trailblazing developers challenged young players to think and learn

'Edutainment' games have a reputation for compromising heavily on the 'tainment' by substituting fun for thinly veiled school lessons. While classics like *Carmen Sandiego* are remembered well, the '90s brought a slew of kids' games with a different spin: instead of being centred around classroom curriculums, these aimed to teach ways to think and learn, introducing previously unseen challenges to design and development.

Two significant examples are Humongous Entertainment's point-and-click adventure titles, and later, the slew of Lego-themed games spanning multiple genres. Co-founded by Ron Gilbert (of *Monkey Island* fame), Humongous had a number of series targeted at varying age ranges, including *Putt-Putt*, *Freddi Fish*, and *Spy Fox*. *Lego Island*, an open-world sandbox game, strived to offer a brick-based smorgasbord of activities in a fully-3D environment. Though its box boasted about characters, vehicles and pizzas, the developers worked to ensure it also carried educational value.

Each of *Lego Island*'s playable characters encouraged different kinds of thought. Policeman Nick Brick's activities focused around critical thinking and

investigation, while pizzeria owner Papa Brickolini's juggling and dancing encouraged more kinesthetic learning and interaction. "At school, there were some people, like myself, who were really bored when it was just presented verbally," says Wes Jenkins, *Lego Island*'s creative director. "I learn better visually." That freedom to explore new ways of learning was virtually unseen in other titles and remains rare in kids' games today.

Developers had to strike a careful balance when being mindful of their audience. Complex words and sentences could confuse kids and some would only have a loose grasp of the language. However, watering the game down might make it more accessible to very young children, but would alienate anyone else. Humongous's solution involved substantial interactivity. In each area, almost every rock, cloud and flower was clickable, eliciting a cute animation or a quip from the characters. "You could explore the game for hours without knowing what the narrative was," says Mike Paganini, who worked as a designer and art lead at Humongous Entertainment. These bite-sized morsels took considerable time and effort, but they allowed players to simply enjoy poking and prodding the world.

While Humongous adapted the well-established point-and-click adventure genre to fit its audience, *Lego*

Рис. 20

MONITOR
OPINION | GAMES | TECH



E SPORTS

Na'Vi isayed unbeaten thanks to an offensive approach.



EVENT REPORT

PERFECT STORM

It's 10-0 to Na'Vi at the Heroes of the Storm European Champs

What is it?
Five-on-five lane pushin' with an emphasis on unique map objectives.

How is it judged?
Best-of-three series on a rotating selection of maps.

What's the format?
Group stages followed by a single-elimination bracket. The top two teams go to the World Championship at BlizzCon in November.

My first experience of competitive *Heroes of the Storm* revealed a game that, at first glance, feels more passively cautious than its lane-pushing cousins. Despite its accelerated pace and focus on five-on-five battling, it's also a heavily strategic game where a single death massively reduces a team's chance to respond to threats. This powers a metagame that's all about beefy warriors, mass-healing supports and a lot of roaming as a group. Throughout the two-day main event, it often felt like aggressive teams were at a disadvantage. When so few mistakes get made overall, getting caught out of position during a flanking manoeuvre can be tournament-losing.

Natus Vincere (Na'Vi) are the strident exception to this rule, and their astonishing 10-0 streak all the way through the tournament – ending in a 3-0 victory over Team Dignitas in the final – is both good for European *Heroes of the Storm* and the tournament scene in general.

Na'Vi won the first game using a relatively aggressive team composition, taking advantage of the early-game power of heroes such as Arthas and Kerrigan to punish Dignitas' wandering warrior, Muradin. This gave them control of the map and put Dignitas on the defensive. Dignitas' response was to attempt a ballsy counter-play at the midway mark, but it backfired badly and ended their hopes. The second game was a lot more one-sided, with Na'Vi completely locking Dignitas out of Dragon Shire's map objectives.

Then, the final game changed everything: Na'Vi threw the metagame out of the window, drafting zero warriors and a single support. Dignitas played it safe, as a team facing elimination might be expected to, but they found themselves completely outplayed. By opting for a lineup of assassins, including Butcher, Falstad and Kerrigan, their damage output exceeded what Dignitas was expecting. This was a showy, aggressive, crowdpleaser of a draft – and definitely the game worth watching if you're planning to catch up ahead of BlizzCon in November. ■

THIS WAS A SHOWY, AGGRESSIVE, CROWDPLEASER OF A DRAFT

Chris Thursten

18 PC GAMER DECEMBER 2015