

Малюк Євген Олександрович,
аспірант,
Київський національний університет культури і мистецтв

НОВИНИ-ІГРИ ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОЇ МЕДІАКУЛЬТУРИ

У статті розглянуто особливості новин-ігор, елементу іммерсивної журналістики, характерною рисою якої є представлення матеріалів новин у формі відеоігри. Проаналізовано можливості подібних відеоігор у контексті журналістських жанрів.

Ключові слова: іммерсивна журналістика, новини-ігри, жанри журналістики, інтерактивність, відеоігри, процедурна риторика.

В статье рассмотрены особенности новостных игр, одной из составляющих частей иммерсивной журналистики, характерной чертой которой является представление новостных материалов в форме видеоигры. Проанализированы возможности подобных видеоигр в контексте журналистских жанров.

Ключевые слова: иммерсивная журналистика, жанры журналистики, интерактивность, newsgames, процедурная риторика.

In this article described features of newsgames, part of immersive journalism that represents journalistic materials in the form of videogames. Possibilities of immersive journalism in traditional journalism were analyzed.

Key words: immersive journalism, journalistic genres, interactivity, newsgames, procedural rhetoric.

Відеоігри стали невід'ємною частиною культури. У процесі розвитку технологій можливості відеоігри стали використовуватися не тільки для розваг. Хоча відеоігри ще не позбавилися остаточно «несерйозного» іміджу, час від часу розробники намагаються залучити їх до різних «серйозних» сфер – військової, наукової тощо. На поч. ХХІ ст. почали з'являтися ігри, що мають відношення до журналістики. Це явище отримало назву «іммерсивна журналістика» (від англ. immerse – занурюватися, поглиблюватися). За словами авторів книги «Newsgames: Journalism at Play», подібні ігри поєднують ігрову інтерактивність та влучність публіцистичного висловлювання [2].

Актуальність цієї теми полягає у відсутності досліджень іммерсивної журналістики з точки зору сучасної медіакультури, невід'ємною частиною якої вона є.

Метою статті є аналіз специфіки іммерсивної журналістики в контексті особливостей традиційної журналістики та сучасної інформаційної культури.

Продукти іммерсивної журналістики відносяться до «серйозних ігор», які представляють собою відеоігри, для яких розвага не є основною ціллю. Відомими дослідниками таких ігор є С. Егенфельдт-Нільсен, Дж. Х. Сміт, С. Пахарес Тоска, які аналізували можливості безпосередньо іммерсивної журналістики як «серйозної гри».

Іммерсивна журналістика досліджується також спеціалістами з *game studies*, тобто теоретиками відеоігор, серед яких Я. Богост, Б. Швайцер і С. Феррарі, чия робота «*Newsgames: Journalism at Play*» є базовою для цієї роботи; також М. Сікарт, який у своїх статтях аналізує технічні особливості новин-ігор і визначає можливу роль новин-ігор у суспільстві.

Дослідженнями медіа, в т. ч. і «новими» займалися в своїх дослідженнях О. Соколов, який відзначав велику роль ігрового начала в медіа, Л. Манович, що сформулював низку критеріїв «нових медіа» та вписав у цей контекст відеоігру.

Жанрові особливості традиційної журналістики вивчав О. Тертичний, матеріали з робіт якого використовуються в цій статті для порівняння з особливостями іммерсивної журналістики. Варто зазначити, що гра в загальному вигляді визначається О. Тертичним як окремий жанр періодики. Такі ігри частіше за все не відносяться до якихось подій, вони просто існують для привернення уваги читачів. Ігри в періодиці – це різні пазли, загадки, кросворди; інколи гра є частиною конкурсу. На відміну від «іммерсивної журналістики», ігри традиційної журналістики не є інтерактивними.

Новини-ігри – нове явище у світових медіа, яке знаходиться на перетині відеоігри та журналістики. Автори книги «*Newsgames: Journalism at Play*», Я. Богост, С. Феррарі та Б. Швайцер знаходять шляхи, якими ігри можуть використовуватися в новинах, які б дозволили іграм розкрити ті теми, які, можливо, не завжди вдасться розкрити звичним журналістським матеріалом.

Певна теоретична плутанина створюється при аналізі такого терміна як «новини-ігри». М. Сікарт розглядає їх лише в контексті коментарів до новин, тоді як Я. Богост, Б. Швайцер і С. Феррарі ототожнюють поняття «новини-ігри» та «іммерсивна журналістика», і в їхній праці найближчим аналогом до розуміння М. Сікартом «новини-ігор» є «ігри поточних подій». «Новини-ігри» як назва всього класу ігор, що пов'язані з журналістикою, є неточною, оскільки сфера журналістики виходить далеко за межі новин. Тобто іммерсивна журналістика є ширшою темою. Більше того, іммерсивна журналістика виходить за межі відеоігри. Наприклад, т. зв. ARG – *Augmented Reality Games* («Ігри доповненої реальності»), описані в книзі «*Newsgames*», проходять у різних умовах, лише час від часу потребуючи комп'ютера.

Відеоігра як медіум, за допомогою якого створюється журналістський матеріал, є принципово новим підходом для даної сфери. Відеоігри симулюють роботу певних систем, конструюючи моделі, з якими можна взаємодіяти. Подібну функцію відеоігри Ян Богост називає «процедурною риторикою» – можливість переконувати за допомогою створення певних унікальних ситуацій у межах відеоігри, яка не була притаманна до цього жодному іншому медіуму. Подібна особливість є важливою частиною нашої сучасної культури – можливість «грати» в певні події, моделювати певні ситуації, що мають відношення до конкретних подій, що мають пряме відношення до людської дійсності, змінює розуміння особливостей передачі та сприймання інформації. З точки зору ігрових правил продукти іммерсивної журналістики є досить простими, а час проходження такої гри зазвичай не перебільшує аналогічний час, який потрібен читачу або глядачу для освоєння більш звичної форми журналістського контенту. Однак цей підхід вимагає інших якостей для сприйняття матеріалу. Іммерсивна

журналістика змінює реципієнта медіакультури, який крім прямого споживання інформації, стає учасником її формулювання за допомогою активної взаємодії з медіумом. Таких людей дослідник Д. Гарріс пропонує називати «viewers» – від поєднання двох англійських слів «глядач» і «користувач».

М. Сікарт зазначає, що новини-ігри близькі до того, що називається «суспільним мовленням», тому що вони також існують не для прибутковості, і також намагаються вийти за рамки обмежень чистої розваги, урізноманітнюючи досвід своїх користувачів. Такі ігри скоріш симулюють певні аспекти новин, а не прямо передають ідеї. «Ігри як новини не міняють ідеї, але дають нові аргументи для залучення їх у сферу суспільної дискусії. Відношення ігор як новин до користувача є відношенням до громадянина, а не споживача», – робить висновок дослідник [4]. Відсутність конкретного однозначного висловлювання та схильність багатьох із новин-ігор до симулювання систем дозволяють гравцеві робити вільний вибір.

Новини-ігри хоч і мають редакторський вплив і стосуються багатьох політичних питань, та при цьому вони схожі не на пропагандистську машину, а на майданчик для дискусії. За влучним висловленням М. Сікарта, «політичні ігри звертаються до партизана, а новини-ігри – до громадянина». Однак помилково вважати, що новини-ігри не ідеологічні, просто ідеологія в новино-іграх завдяки особливостям подачі представлена не як істина в останній інстанції, а як аргумент [4].

У книзі *Newsgames* визначаються наступні жанри іммерсивної журналістики:

– ігри поточних подій:

а) ігри-авторські колонки;

б) ігри-таблоїди;

в) репортажні ігри;

– ігри-інфографіка;

– редакційні ігри;

– ігри комм'юніті;

– ігри-пазли;

– платформи для новин-ігор.

Отже, при створенні класифікації автори поклалися на яскраві особливості певних ігор, ніж на логіку, адже протягом класифікації її елементи порушують правило поділу понять, не маючи загальної підстави. Класифікація конкретно «ігор поточних подій» хоч, можливо, і не ідеальна, але цілісна та має зрозумілі відповідники до традиційної журналістики, тому більшість своєї уваги в питанні схожого та відмінного з традиційною журналістикою приділимо їм.

За М. Сікартом, «новини-ігри» – це «серйозні комп'ютерні ігри, що створені для ілюстрування специфічного та конкретного аспекту новин за допомогою значення її процедурної риторики з метою участі в публічних обговореннях». М. Сікарт розцінює новини-ігри як ілюстрацію чи коментар до новин. Важливою особливістю подібних ігор є те, що вони насамперед симулюють певні аспекти новин, а не прямо передають ідеї. Новини-ігри дають нові аргументи для залучення їх у сферу суспільної дискусії. Відношення ігор як новин до користувача є відношенням до громадянина, а не споживача [4]. З іншого боку відеогра не вільна від пропаганди, і думка М. Сікарта є лише побажанням.

Ніхто не заважає геймдизайнерові спланувати цілковито пропагандистську гру, яка б тим не менш відповідала основним критеріям новино-гри.

Із точки зору традиційної журналістики більшість з новин мають жанр замітки. За О. Тертичним, головними вимогами до інформаційної замітки є оперативність та актуальність [7]. Якщо проблема актуальності в рамках іммерсивної журналістики вирішується доволі просто, і відеоігри піднімають найскладніші теми, як, наприклад, тероризм, то з оперативністю появи таких ігор існують проблеми. Розробка гри, навіть доволі примітивної, потребує часу, який більший за написання текстового матеріалу або монтажу відео, оскільки відеогра представляє собою синтез тексту, графіки, музики, програмного коду тощо. Можливим вирішенням проблеми може бути автоматизація процесу розробки новино-ігор шляхом використання конструкторів для їх реалізації.

У свою чергу «ігри поточних подій» автори книги «Newsgames. Journalism at Play» поділяють на:

а) ігри-редакційні статті (editorial games):

Автори вищеназваної книги в якості прикладу, що демонструє типову «гру-редакторську колонку», звертаються до одного з матеріалів журналу «Wired», де проблема сомалійських піратів, актуальної на момент випуску (а тому є такою, що відноситься до новин) розглядалась з точки зору економіки. Багато елементів статті «Крвожерливий капіталізм: економічний аналіз бізнес-моделі сомалійських піратів» нагадують відеограу – ілюстрації до статті могли б стати частиною типової відеогри з елементами менеджменту. Була й ще одна причина, завдяки якій ця стаття більше нагадувала відеограу, ніж авторську колонку – ігри, які базуються на описуванні певних систем, скоріш демонструють системну динаміку, ніж розповідають конкретну історію. Тобто замість того, щоб розповісти історію про конкретну піратську команду, стаття характеризує систему сомалійського піратства в цілому.

Звісно, це була лише стаття та набори формул, які описують систему, а не симулюють її. Однак автори статті відчули потенціал даної моделі як гри і згодом створили веб-сторінку за мотивами статті. Завданням гравця було захоплювати кораблі біля Аденської затоки. Звісно, гра не симулювала усіх особливостей піратства в Сомалі, що були описані в статті; деякі деталі, які робили систему більш насиченою, були опущені задля того, щоб модель гри представляла собою керовану систему, її правилам було б простіше навчитися та ігрова сесія була короткою. Крізь гру користувач розуміє, як сомалійське піратство включене у світову економіку [2, с. 9–10].

Більшість із «ігор-редакційних статей» з точки зору як методу, так і жанру традиційної журналістики близькі до коментаря. За допомогою його «автор виражає ставлення до актуальних подій, формулює пов'язані з ними задачі та проблеми у формі стислого аналізу недоліків або досягнень, а також виражає оцінку, прогноз розвитку тощо» [7]. Хоча багато ігор тяжіють до аналітичності, чистих аналогів теоретичних аналітичних жанрів, як, наприклад, стаття, в іммерсивній журналістиці не знайти. Унаслідок своїх особливостей навіть в ігровому процесі тих ігор, для яких головне не коментар щодо подій, а симуляція системи, як, наприклад, ігри серії «Democasu», смисл залежить у більшій мірі від стратегії гравця, ніж від інтенції автора продемонструвати певні залежності.

Гонсало Фраска – відомий уругвайський геймдизайнер, один з піонерів «новин-ігор», є автором яскравих прикладів «ігор-редакторських колонок». У грі «12 вересня» гравець повинен скинути бомби на терористів в умовному іракському містечку, та бомби неодмінно вбивають мирних жителів, і чим більше мирних жителів вбито, тим більше терористів. Існує тільки одна можливість припинити зменшення кількості терористів – взагалі зупинити бомбардування та припинити гру. Фраска створив ще декілька цікавих ігор-соціальних коментарів. *Kabul Kaboom* – переосмислення класичної гри *Kaboom* з консолі Atari 2600. Задача гравця – ловити бомби, які кидає в'язень. У версії Фраско замість в'язня – фігура з картини Пікассо «Гуерніка», а додаток до бомб – гамбургери. Пікассо намалював цю картину у відповідь на бомбардування міста Гуерніка німецькими та італійськими літаками під час громадянської війни в Іспанії. Фраска проводить аналогію між цими авіаударами та американськими і натовськими бомбардуваннями для повалення Талібану [2, с. 13]. Тут відеогра наближається до невербального жанру карикатури. Спорідненість карикатури та гри-редакторської колонки відзначається дослідниками М. Треанором та М. Матеасом, які вказують, що внаслідок процедурної риторики, тобто переконанням за допомогою ігрового процесу, відеоігри більш впливові, ніж карикатури;

б) ігри-таблоїди:

Ігри-таблоїди акцентують увагу на плітках з життя зірок спорту, кіно, політичних діячів тощо. У цьому вони близькі до журналістського жанру заміток, однак не в класичному вигляді, для якого головним є об'єктивне подання фактів, а у вигляді її підвиду з «жовтої преси», яка, за вдалим висловлюванням авторів книги «*Newsgames*», «капіталізує суспільний інтерес». Після фіналу Чемпіонату світу з футболу 2006 року, коли Зінедін Зідан вдарив головою Марко Матерацці і наприкінці матчу був видалений з поля, анонімний італійський футбольний фанат створив невеличку гру під назвою «*Nothead Zidane*». Гравець, що уособлює Зідана, бігає серед десятків Марко Матерацці, яких можна бити головою; після декількох вдалих спроб, він отримує червону картку і гра закінчується. Автори книги «*Newsgames*» не бачать тут ні коментаря, ні якоїсь розваги (у грі навіть немає таблиці рекордів); як стверджує Я. Богост, це просто відповідь на суспільний інтерес. Такі ігри дуже швидко проходяться, навряд чи гравець витратить більше часу на неї, ніж на читання статті, але досвід від цього буде зовсім іншим [2, с. 16].

Російська дослідниця Ю. Шитенко вважає, що гра «*Whack Osama!*» («Вдар Осаму!») – мається на увазі колишній лідер терористичної організації «Аль-Каїда» Осам бен Ладен), – незважаючи на заяви авторів іabloїдний характер, не є новинною, оскільки та не відноситься до певних подій, не симулює певних процесів і «не конвертується в повідомлення журналістського тексту» [8]. Ігровий процес «*Whack Osama!*» є аналогічним до відомої американської гри *whack-a-mole* («Вдар крота»), де гравець повинен швидко бити по кротах, що вилізають із нір. Дійсно, при тому, що гра дуже близька доabloїдних та експлуатує людський інтерес або скоріш відчай (реліз гри відбувся 19 вересня 2001 року – через 8 днів після трагічних подій у Нью-Йорку), вона не є частиною «новин-ігор». Однак є частиною «іммерсивної журналістики», яка за аналогією до традиційної журналістики серед інших жанрів має місце те, що називається «грою» та не прив'язане до конкретних подій;

в) репортажні ігри:

Репортажні ігри ж намагаються бути не такими звичайними; вони відтворюють факти, як справжня відеоігрова версія статті чи телевізійного матеріалу. Одна з подібних ігор, *Points of Entry*, відтворювала реальний досвід здобуття *green card*. Після проходження цієї гри, гравець отримував інформацію про успішні та неуспішні стратегії отримання цього документа. Гра демонструвала всю редукованість сучасної імміграційної системи. Цікавим моментом є використання в цій грі методу інтерв'ю, який може бути окремим жанром у традиційній журналістиці, але не є таким у відеоігрі, оскільки сутність цього жанру полягає в обміні досвідом, думками з певною людиною. Допоки ігри не проходять тесту Тьюрінга і не можуть бути повноцінним співбесідником, реальність створення подібних проектів дуже низька, в усьому ж іншому інтерв'ю.

Під час створення гри-симуляції програміст та дизайнер повинні враховувати, що деякі особливості реального явища в їхній ігровій моделі треба опустити. Дослідник Як Богост називає це «симуляційною прогалиною». Інший дослідник Мігель Сікарт стверджує що «ідеологію ігр-новин... можна знайти в тому, як переводиться тема новин на мову ігрової системи» [4].

Уваги варта й гра «*Faith Fighter*», яка демонструє, що іммерсивна журналістика спроможна піднімати тему релігійної нетерпимості. Вона є коментарем до антиісламських карикатур газетах, яка намагається показати, що дуже часто використання потужності релігії призводить до розпалювання ненависті серед віруючих. Ця гра є інструментом, який можна використовувати, щоб звільнитися від релігійної ненависті без реального насильства та шкоди проти інших. Але інтенція автора була неправильно трактована більшістю з користувачів, і розробнику гри довелося робити другу частину, в якій був інший підхід – треба клікати на різних богів на екрані, щоб вони залишалися щасливими. Гра рано чи пізно все ж закінчувалася поразкою та написом «Гра закінчена: Ви не змогли поважати релігію і тепер світ у повному безладі». Подібний підхід є й у відомій грі «*Madrid*», яка стосувалася терористичних актів у Мадриді, де гравець повинен клікати на свічки, що постійно гаснуть. Єдиний спосіб не програти – грати безкінечно. Як бачимо, при однаковій механіці обидві гри в різні шляхи звертаються до гравця.

Новини-ігри є одним із різновидів «серйозних ігор», які використовують інтерактивні можливості відеоігор у журналістиці. Хоча деякими дослідниками, як, наприклад, О. Тертичним, ігри традиційної періодики на кшталт кросвордів розглядаються як окремий її жанр, новини-ігри відходять від виняткової розваги, реагуючи на актуальні події сьогодення. Вони можуть бути соціальним або політичним коментарем чи просто «капіталізувати суспільний інтерес» до резонансних подій. Новини-ігри представляють особливий інтерес для аналітики, яку представляють не в якості статичних цифрових даних, а симулюванням певних систем. Подібні відеоігри можуть виконувати в сучасному суспільстві роль «суспільного мовлення», незалежного та не орієнтованого на виключно розважальний матеріал, що пов'язано з особливістю «процедурної риторики», яка притаманна іграм, і які переконують за допомогою ігрового процесу, який у залежності від вибору користувача може мати інше смислове навантаження. З іншого боку, подібна незалежність та свобода трактовок ігрового процесу є певною мірою міфологізацією, і гра не є вільною від упередженої, пропагандистської думки.

Література:

1. Bogost I. *Persuasive games*/Ian Bogost. – Cambridge, MA and London: MIT Press, 2007. – 450 pp.
2. Bogost I., Ferrari S., Schwarzer B. *Newsgames: Journalism at Play*/ Ian Bogost, Simon Ferrari, Bobby Schwarzer. – Cambridge: MIT Press, 2010. – 236 pp.
3. Kovach, B. and Rosenstiel T. 2001. *The Elements of Journalism*. Three Rivers Press. – 320 pp.
4. Sicart M. *Newsgames: Theory and Design*/M.Sicart. Режим доступу – <https://www.icict.fiocruz.br/sites/www.icict.fiocruz.br/files/Newsgames%20Theory%20and%20Design%20in%20Entertainment%20Computing.pdf>
5. Swain C. *Designing Games to Effect Social Change*/ C.Swain. DIGRA. Матеріали конференції. Режим доступу – <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/07311.09363.pdf>
6. Treanor M., Mateas M. *Newsgames: Procedural Rhetoric meets Political Cartoons*. [Електронний ресурс] / M.Treanor, M.Mateas. DIGRA. Матеріали конференції. Режим доступу – <https://games.soe.ucsc.edu/newsgames-procedural-rhetoric-meets-political-cartoons>
7. Тертычный А. *Жанры периодической печати*. [Електронний ресурс]/Александр Тертычный. – Москва : Аспект Пресс, 2000. Режим доступу: www.evartist.narod.ru/text2/01.htm
8. Шутенко Ю. «Новостные игры» как феномен журналистики. [Електронний ресурс] / Ю. Шутенко – Вестник Челябинского государственного университета. 2015, №5 (360). Режим доступу – cyberleninka.ru/article/n/novostnye-igry-kak-fenomen-zhurnalistiki