

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра

Журналистика и социология

(наименование)

42.04.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

Журналистика данных

направленность (профиль)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)**

на тему

Жанры и форматы пользовательского контента о видеоиграх

Обучающийся

Е. С. Елифанкина

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

кандидат филологических наук, М.В. Орлова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2024

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Пользовательский контент: жанрово-форматная характеристика.....	9
1.1. Сущность понятия «пользовательский контент»	9
1.2. Научные представления о жанрах и форматах.....	24
Глава 2 Анализ жанровых и форматных характеристик пользовательского контента о видеоиграх	40
2.1. Анализ жанровых характеристик в формате пользовательского контента о видеоиграх.....	40
2.2. Классификация жанров и форматов пользовательского контента о видеоиграх.....	57
Заключение	74
Список используемой литературы и используемых источников.....	78

Введение

Видеоигры как часть современной массовой культуры настойчиво проникли в массово-коммуникационную сферу и стали предметом отображения медиадискурса о видеоиграх или «игровой журналистики». Если сравнивать это направление в зарубежной и отечественной медиасистемах, то они явно имеют и сходства, и различия, в зависимости от степени развитости игровой индустрии [13]. Изучение вышеназванной сферы обоснованно не только потребностью широкой аудитории в потреблении информации в данной области, но и тем, что ее относят к тематическому направлению журналистики [11]. В современном российском медиапространстве эта сфера при своей востребованности недостаточно изучена, не имеет обширной теоретической базы исследований.

Согласно исследованию ВЦИОМ от 20 июля 2022 года, 23% россиян систематически играют в видеоигры, но аудитория игр имеет четко дифференцированные возрастные границы: их целевая аудитория – молодежь. В группе 18-24-летних пользователей Сети популярность видеоигр достигает 56%, то есть каждый второй, в том числе 20% из них, играют ежедневно. На интерес к такой форме досуга влияет также пол: мужчины играют в 2,6 раза чаще женщин [27].

В современном мире с развитием глобализации общества коммуникативная практика является системообразующей. Таким образом создаются условия, придающие журналистским материалам новые свойства и формы своего выражения. Общество все чаще погружается в онлайн-среду, сейчас сложно представить нашу жизнь без медиапотребления. В связи с данными факторами формирования нового восприятия информации, становится актуальным мультимедийный формат, который транслирует широкой аудитории какую-либо информацию, а вместе с тем и появление различных форм медиадискурса. Все это неотъемлемо связано с появлением

новых технических возможностей, доступных к использованию любым пользователем на различных сетевых платформах.

Помимо этого, в последние несколько лет мы можем наблюдать трансформацию традиционной модели производства медиа. Относительно недавно, задача создания контента возлагалась на профессиональных журналистов, а потребляла контент пассивная аудитория [10]. Но с развитием цифровой среды – появлением новых медиаплатформ и новых возможностей и средств публикации в онлайн-среде для размещения контента – стала постепенно стираться грань между создателем контента и потребителем информации, появились сетевые сообщества, которые располагают к появлению пользовательского контента.

Медиадискурс о видеоиграх развивается вместе с растущим к нему интересом аудитории. Игровая индустрия не стоит на месте, регулярно на свет появляются игры-новинки, которые отличаются от своих предшественников большей интерактивностью, новыми сюжетами и механиками [37]. Поэтому геймеры готовы потреблять контент о видеоигре, который зачастую выходит оперативнее, чем сама игра.

Также в перечне исследовательских интересов данной темы можно выделить междисциплинарные подходы к сущности медиадискурса о видеоиграх, историю его появления и систематизацию, так как все это играет большую роль в становлении и направленности медиадискурса о видеоиграх.

Объектом исследования выступает пользовательский контент.

Предметом магистерской диссертации являются жанры и форматы пользовательского контента о видеоиграх.

Цель работы: исследовать пользовательский контент о видеоиграх для определения и классификации жанров и форматов, которые используются в данном типе контента.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть сущность пользовательского контента;

- систематизировать научные представления о жанрах и форматах;
- проанализировать жанровые характеристики в формате пользовательского контента о видеоиграх;
- выполнить классификацию жанров и форматов пользовательского контента о видеоиграх.

Новизна работы заключается в определении жанровых и форматных характеристик пользовательского контента о видеоиграх.

Теоретико-методологическую базу исследования составили труды отечественных и зарубежных авторов. Изучению жанров и форматов современных медиа и СМИ посвящены труды ученых: Е. В. Тюрина [33], А. Е. Кройчик [17], М. Н. Ким [12], Г. В. Лазутина [18], Б. В. Томашевский [32] и другие.

Исследователи, работы которых посвящены изучению пользовательского контента: А. М. Дружинина [8], Д. Э. Коноплева [15], Е. В. Беляевой [1], И. А. Текутьевой [29], Е. В. Петраш [22], Д. А. Шевченко [35], Ю. В. Харлановой [34] и других.

Зарубежные исследователи, которые изучали жанры и форматы и пользовательский контент: М. Р. Джонсон, Н. Дж. Джексон [37], Л. Ченг, К. Чен, М. Ли, К. Ли [38], Н. Хо-Дак [39], Е. Парк, Дж. Квон, Б. Чэй и С. Ким [40], И. Вонг [41].

Методы исследования: содержательный анализ, типологический анализ, классификация и жанровый анализ.

Содержательный анализ – объединение качественных обобщенных суждений о сообщении и его оценке. Содержательный анализ ориентирован на объяснение содержания, поиск всеобщего через анализ, разложение материала на его составляющие части и анализ этих переменных. Цель содержательного анализа состоит в выявлении жанровых и форматных характеристик пользовательского контента о видеоиграх. Выявленные

характеристики позволят описать критерии, которые необходимо учитывать при создании контента о видеоиграх в определенном формате или жанре.

Типологический анализ – это анализ существенных (обязательных) признаков, которые в свою очередь определяют отдельные параметры, свойства СМИ. Данный метод позволит выделить группы эмпирических объектов и рассмотреть отдельные составляющие.

Классификация – это общенаучный метод систематизации знания, направленный на организацию некоторой совокупности изучаемых объектов различных областей действительности, знания и деятельности, в систему соподчинённых групп (классов), по которым эти объекты распределены на основании их сходства в определённых сущностных свойствах. Данный метод позволит классифицировать жанры и форматы пользовательского контента о видеоиграх.

Жанровый анализ – процесс поиска и сравнения различных форм речевой практики, построенной по стандартам традиционных, национально определяемых правил общения, не позволяющих пользователям выйти за пределы системы регулятивной организации речи.

Положения, выносимые на защиту.

Формат пользовательского контента отличается от жанра тем, что никак не определяет наполнение, а лишь обеспечивает форму и упаковку материала.

Основной функцией пользовательского контента о видеоиграх является познавательно-развлекательная.

В пользовательском контенте о видеоиграх присутствуют характерные признаки журналистских жанров. Пользователи интернет-площадок не руководствуются теоретически обоснованными правилами написания или видеосъемки контента, а иногда и сознательно нарушают эти жанровые рамки.

Гипотеза магистерской диссертации: жанры и форматы в пользовательском контенте постоянно трансформируются. Для пользовательского контента характерен синтез жанров и образование новых жанров и форматов, которые в данный момент не исследованы.

Теоретическая значимость исследования заключается в систематизации теоретических и эмпирических знаний о пользовательском контенте, посвященном видеоиграм, а также в выявлении жанровых и форматных характеристик данного формата медиаконтента.

Практическая значимость работы состоит в том, что обращаясь к данному исследованию, пользователи, при создании пользовательского контента о видеоиграх, смогут руководствоваться выполненной нами классификацией жанров и форматов. А также смогут выбрать подходящую площадку для создания и публикации контента, опираясь на выявленные нами характеристики.

Основные результаты диссертационного исследования были представлены на следующих научных конференциях.

- Научно-практическая конференция «Студенческие дни науки в ТГУ» в секции «журналистика», 03-28 апреля 2023 год.
- Всероссийская студенческая научно-практическая междисциплинарная конференция «Молодежь. Наука. Общество» в направлении «журналистика и медиакommunikации», 18-22 декабря 2023 год.
- Самарская областная студенческая научная конференция в секции «журналистика», 2023 год.
- Научно-практическая конференция «Студенческие дни науки в ТГУ» в секции «журналистика», 1-30 апреля 2024 год.

По теме диссертации опубликована статья «Форматные признаки пользовательского контента на площадках «ВКонтакте» и YouTube» в международном научном журнале «Молодой учёный 2024» № 23 (522).

Структура магистерской диссертации. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы и используемых источников.

Первая глава «Пользовательский контент: жанрово-форматная характеристика» раскрывает сущность понятия пользовательский контент, а также отражает научные представления о жанрах и форматах. Автором выделяются жанры и форматы пользовательского контента, выявленные исследователями.

Во второй главе «Анализ жанровых и форматных характеристик пользовательского контента о видеоиграх» проведен анализ жанровых характеристик в формате пользовательского контента о видеоиграх. Выделены сходства жанров пользовательского контента с общепринятыми исследователями жанрами. Классифицированы жанры и форматы пользовательского контента о видеоиграх. Выделены жанровые и форматные особенности пользовательского контента.

В заключении представлены выводы по итогам проведенного исследования. Список используемой литературы и используемых источников включает 41 наименование.

Глава 1 Пользовательский контент: жанрово-форматная характеристика

1.1. Сущность понятия «пользовательский контент»

В связи со стремительным развитием технологий, интернет-маркетинга и социальных сетей имеет большое значение такой феномен, как пользовательский контент. Пользовательский контент уже давно стал неотъемлемой частью Интернета и трансформировал среду онлайн-коммуникаций.

Пользователи создают и публикуют миллионы фотографий, видео, текстов и других материалов ежедневно в сети Интернет. Они оставляют комментарии и отзывы на сайтах, пишут блоги, комментируют новости, выражают свое мнение в соцсетях. «Все, что производит пользователь Сети, рассматривается как пользовательский контент. Это важный источник информации для любого бизнеса, веб-сайта или блога в условиях коммерческой конкуренции» [22].

Из-за возможности создания пользовательского контента, интернет-сообщество стало более демократичным, свободным и разнообразным. Это привело к повышению качества предоставляемых товаров и услуг, улучшению результатов поиска и увеличению интереса к веб-сайтам и их трафику [35]. Пользовательский контент – это подлинность, необходимость, актуальность, уникальность и персонифицированность (проявление личности автора) в интернете. Вот почему понимание сущности пользовательского контента стало важным ключом для создания успешного бизнеса в онлайн-среде и для работы в коммуникационных сетях. Компании стремятся взаимодействовать со своей аудиторией, находить нужные отзывы и комментарии и использовать их для улучшения своих продуктов и стратегий.

Пользовательский контент также важен для создания качественных коммуникаций с клиентами и налаживания долгосрочных отношений.

«Взаимодействие с пользователями помогает развивать бренд, привлекать клиентов, улучшать позиции в поисковой выдаче и создавать уникальное продвижение товаров и услуг» [8].

«Термин пользовательский контент происходит от английского User-generated content, что в переводе с английского означает «контент, создаваемый пользователями», одно из немаловажных понятий в современном маркетинге» [16]. Он представляет собой оригинальный контент, который создается и распространяется аудиторией бренда добровольно и безвозмездно. Пользовательский контент, зачастую, существует в открытом доступе, так как чаще всего размещается именно на публичных площадках. Стоит подчеркнуть, что пользовательский контент формирует приверженность к бренду не в момент покупки, а задолго до этого.

В теории и практике журналистики термин «пользовательский контент» стал иметь место относительно недавно. В первую очередь, это связано с активностью пользователей в социальных сетях и в новых медиа, которые сейчас предлагают множество функций простым обывателям в интернете. «С помощью данного понятия описывается целый пласт текстов, которые создаются и распространяются самими пользователями интернета, то есть они создают и публикуют свой контент самостоятельно. В широком смысле к данному виду контента можно отнести всю совокупность информации, которая появляется в интернете – без преувеличений, ежесекундно, созданной за счет новейших возможностей и медиатехнологий. Это может быть и текст, отправленный по факсу, в телеграм-канале, смс-сообщение или же инфографика, цифровая фотография и видеобращение, также часто можно увидеть аудиозапись, подкаст, пост в социальных сетях или видеоблог. То есть все, что создано пользователями по их собственной инициативе и распространено в Сети для широкой публики» [3]. В узком смысле – это тексты, которые в процессе творческой деятельности пользователей приобретают устойчивые жанровые признаки и свойства, присущие жанрам журналистики. Впрочем, данный процесс имеет в социальных сетях

незавершенный характер, постоянно находясь под воздействием различных факторов: технологических, творческих и коммуникативных.

«Благодаря технологическим инновациям пользователи имеют сегодня доступ к различным программным инструментам, позволяющим им самостоятельно создавать различного рода медийные продукты: аудио- и видеоролики, качественные фотографии и коллажи, мультимедийные странички и сайты, аккаунты в социальных сетях и подкасты – все это пользовательское творчество сейчас можно назвать пользовательским контентом» [41].

Таким образом, пользовательский контент – это любая информация, созданная пользователями интернета и публикуемая ими в онлайн-среде. Этот контент не создается профессиональными журналистами, а является производным персонального опыта пользователя интернета. В состав пользовательского контента, как мы уже писали выше, входят разнообразные форматы: фотографии, видео, записи социальных сетей, комментарии, обсуждения и другие.

К пользовательскому контенту можно отнести следующие виды:

- текстовые форматы: комментарии, отзывы, обзоры, вопросы и ответы, посты в соцсетях;
- изображения: фотографии, «живые» фотографии, иллюстрации, дизайнерские изображения;
- видео: обзоры и распаковки, видео-отзыв;
- аудио: подкасты.

Данное разделение является условным, «поскольку пользователи могут в своих отзывах и комментариях использовать не только текст, но и фотографии и даже видеоматериалы», что создает возможность для создания мультимедийного контента на множестве платформ в различных форматах, включая гибридные. Кроме того, в отзывах пользователи часто предлагают идеи по улучшению продуктов и услуг, а также развитию брендов в целом, и

это не редко приводит к тому, что компании учитывают мнение своей аудитории. «Также стоит отметить, что пользователи могут создавать контент, участвуя в конкурсах, дискуссиях и опросах на различных площадках, используя различные форматы и виды контента» [9].

Существование самых разнообразных технических средств и устройств во многом расширило возможности людей в реализации их творческих замыслов. Теперь они могут вести прямые видеотрансляции с места события, не уступая в этом тележурналистам; создавать мультимедийные истории, используя для этого различные программные инструменты; наконец, разрабатывать собственные сайты и странички в соцсетях, насыщая их собственным контентом. В этом смысле многие пользователи стали называться «гражданскими журналистами», выполняющими функции создателей и распространителей информации. На данный момент с этим понятием все еще спорят некоторые исследователи, но существует и ряд тех, кто принял данную действительность как то, что уже неизбежно существует.

«Влияние коммуникативного фактора или языка живого общения в контексте данной темы имеет исключительный характер на формирование пользовательского контента. Общение людей в социальных сетях носит интерактивный характер, а интерактивность, возможность взаимодействия с контентом и авторами, как мы знаем, привлекает пользователей и вызывает интерес. Поэтому в пользовательском контенте любое речевое послание предполагает ответную реакцию со стороны других людей» [40]. Для этого порой пользователям достаточно поставить под каким-либо постом определенный символ: сердечко, поднятый вверх большой палец, лайк, смайлик или любой другой знак, которых на данный момент существует множество. К более сложным речевым конструкциям отнесем: отклики, оценки, суждения, реплики, комментарии, до них доходит не каждый пользователь, но несмотря на это, их, зачастую, тоже достаточно много.

В конечном итоге именно под воздействием всех этих факторов и формируется пользовательский контент, приобретающий во многом основные признаки и свойства журналистских жанров в интернете.

Уже многие годы пользовательский контент активно формируется и распространяется в интернете. Как мы уже говорили, это может быть любой вид информации: фотографии, видео, статьи и сообщения на социальных сетях. Особенностью такого контента является то, что он создается пользователями, а не профессиональными журналистами или авторами.

Интернет изменил журналистику и информационные технологии в целом, разбавил их неординарными, оригинальными, но, в то же время, сомнительными и провокационными материалами, которые могут значительно повлиять на общественное мнение. Именно поэтому в настоящее время профессиональная журналистика сталкивается с необходимостью упорядочивания пользовательского контента, поступающего в ее поле зрения.

Одной из целей профессиональной журналистики является интеграция необходимых источников пользовательского контента с признаками журналистики для расширения границ информационного обмена. В итоге появляется возможность объективной оценки событий и быстрого реагирования на них со стороны общественности. Однако, для перехода на новый, более качественный уровень, журналистика должна использовать новые технологии, такие как онлайн-версии газет и журналов, блоги, социальные сети и другие сетевые ресурсы.

Таким образом, пользовательский контент с признаками журналистики в интернете может стать важной составляющей объективного информационного поля. Но необходимо понимать, что пользовательский контент не ограничен рамками, и, как правило, публикуется он не проходя никакого этапа сторонней редакции. От журналистов же требуется более активное и взвешенное участие в работе с пользовательским контентом, чтобы предоставить читателю достоверную и объективную информацию.

Если рассматривать некоторое «соперничество» между интернет-СМИ и пользовательским контентом, то исследователи выделяют ряд направлений, по которым СМИ с открытым доступом уступают площадкам, на которых размещается пользовательский контент.

- Сетевые средства массовой информации часто «обращаются к контенту пользовательских платформ, как к самостоятельным информационным поводам, из-за чего конечный журналистский текст оказывается вторичным по отношению к пользовательскому тексту, на основе которого первый базируется, возникая в модифицированном виде» [15].
- Сетевые средства массовой информации «не могут конкурировать в скорости размещения информации с платформами пользовательского контента, поскольку вынуждены проводить фактчекинг пользовательской информации, а также ее предварительный отбор из общего массива инфоповодов, редактуру и другие формальные процедуры» [15].
- Пользователи предпочитают узнавать местные новости из максимально географически близких им источников, «поэтому трафик на локальные инфоповоды (как в виде просмотров, так и в виде уникальных посетителей) оказывается выше на пользовательских площадках, нежели на сайтах интернет-СМИ, где такие новости не могут составлять основной массив публикаций, в силу специфики информационной политики интернет-изданий» [15].
- Площадки пользовательского контента предоставляют аудитории «больше открытых возможностей для взаимодействия с контентом (прямое комментирование, шеринг и другие варианты непосредственной сетевой коммуникации), что для части аудитории является решающим фактором при выборе источника информации и облегчает взаимодействие с этим источником» [15].

– Площадки пользовательского контента отличаются «большей свободой в размещении контента, на который в сетевых средствах массовой информации распространяются как редакционные, так и законодательные ограничения (например, на наличие нецензурной брани), что создает у аудитории пользовательских платформ ощущение открытости таких ресурсов для свободного комментирования и отсутствия внешнего контроля, хотя на самом деле такая точка зрения не соответствует действительности» [15].

– В материалах, где может быть рассчитан «trust-индекс (отзывы покупателей, рекомендации клиентов и так далее), пользовательские платформы представляют для аудитории наибольший интерес, поскольку в целом не являются подконтрольными рекламодателю, как это происходит в ряде средств массовой информации, и могут свободно размещать нецензурированные пользовательские оценки» [15].

Так как сейчас интернет является неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, один из основных видов деятельности пользователей интернета – создание, публикация и потребление пользовательского контента. Такой контент включает в себя фотографии, видео, посты в социальных сетях, блоги и многое другое. Этот контент оказывает огромное влияние на общество и его развитие. Поэтому в данной работе также будет рассмотрен вопрос о характеристиках пользовательского контента и его основных функциях.

Одной из основных характеристик пользовательского контента является его доступность. Пользователи имеют возможность публиковать контент в интернете на различных платформах и в различных форматах.

Второй характеристикой пользовательского контента является его разнообразие. Пользователи публикуют в интернете контент на самые разные темы: от рецептов блюд до политических обсуждений, от фотографий котиков до научных статей.

Третьей характеристикой пользовательского контента является его интерактивность. «Пользователи могут не только создавать контент, но и обсуждать его, оценивать и комментировать» [29].

Также пользовательский контент реализует функцию самовыражения и самопрезентации. Пользовательский контент позволяет пользователям выражать свои идеи и мнения, делиться своим опытом и знаниями. Он также позволяет пользователям представлять себя в лучшем свете, создавая для себя определенный имидж.

Далее можно сказать о функции информирования. Пользовательский контент может служить источником информации по различным темам. Это объясняется тем, что этот контент создается людьми, которые имеют определенный опыт и знания на определенную тему, также он отличается оперативностью, так как девайсы сейчас позволяют создавать контент, даже когда ты находишься в общественном транспорте [39].

Поговорит о функции социальной интеракции. Пользовательский контент позволяет взаимодействовать друг с другом, обсуждать интересные темы и общаться на различные темы в онлайн-среде. Это является немаловажной функцией, так как именно взаимодействие и отклик мотивируют авторов пользовательского контента создавать свои материалы и публиковать их в открытом доступе, для авторов важна оценка их деятельности и обратная связь их творчеству или деятельности, которой они занимаются [1].

Таким образом, пользовательский контент представляет собой важный источник информации, интерактивного общения и самовыражения. Он играет ключевую роль в развитии интернета и общества в целом. Поэтому важно понимать характеристики пользовательского контента и его основные функции, чтобы использовать его в наиболее эффективных целях.

Когда люди создают или разделяют контент, они могут вносить в него свою уникальную перспективу и таким образом формировать общественное мнение. Однако, как и любой контент, пользовательский контент может быть

качественным или некачественным. Критерии, определяющие качество пользовательского контента, являются важной темой не только для исследователей, но и для всех, кто работает в области интернет-технологий и медиа.

Поговорим о понятии качества пользовательского контента. Первым шагом в определении критериев качества пользовательского контента является понимание, что подразумевается под термином «качество» [34]. Как отмечают исследователи, среди которых Н. А. Васильев, Ю. В. Харланова, Н. В. Яблоновская, качество пользовательского контента зависит от нескольких факторов, таких как:

- уникальность – контент должен быть оригинальным и не копированным с других сайтов;
- актуальность – контент должен быть свежим и соответствовать трендам и событиям в индустрии [36];
- читаемость – контент должен быть написан в хорошем, понятном языке, не содержащем грамматических ошибок;
- релевантность – контент должен быть направлен на интересы целевой аудитории и быть потенциально полезным, то есть соответствовать запросам и ожиданиям аудитории [2].

Эти факторы могут помочь оценить контент со стороны формально-содержательной характеристики.

Далее отметим методы измерения качества пользовательского контента. Одним из подходов к измерению качества пользовательского контента является использование метрик. Как отмечают некоторые исследования, метрики качества, такие как объемы трафика, время нахождения на странице и количество обратных ссылок, позволяют оценить, насколько интересен контент для пользователей. Однако эти метрики могут не быть достаточными для оценки качества пользовательского контента в полном объеме.

Другой подход – использование автоматического анализа контента. Это может включать в себя анализ ключевых слов, семантического анализа, классификации текста и определение наличия грамматических ошибок. Эта методика позволяет быстро проверить большое количество контента и выявить основные проблемы.

С другой стороны, может быть полезным проводить ручную проверку качества контента, особенно в случаях, когда необходимо оценить содержательную составляющую. «Ручная проверка может помочь идентифицировать подозрительную информацию, сомнительные ссылки или агрессивные высказывания» [2].

Оценка качества пользовательского контента является важной темой для всех, кто работает в области медиа и интернет-технологий. Понимание того, что является качественным контентом и как оценить его качество, может помочь создать более актуальный и интересный контент для пользователей. «Проведение регулярных оценок качества пользовательского контента может помочь снизить риск публикации некачественного или недостоверного контента, что позитивно скажется на репутации сайта» [21].

В эру цифровой коммуникации пользовательский контент является одним из главных источников информации. Пользовательский контент существует в различных формах, включая тексты, изображения, видео и звук. Он может быть создан внутри социальных медиа, блогов, форумов, электронных писем и других каналов коммуникации. В этом пункте будет рассмотрено, как разнообразный пользовательский контент влияет на общение, мнения и поведение людей.

Текстовый контент является самой распространенной формой пользовательского контента. Данный контент может быть написан на разных языках и предоставляться в различных форматах, таких как статьи, блоги или электронные книги. Важно отметить, что не все текстовые сообщения соответствуют нормам технического письма и некоторые могут содержать ошибки и опечатки.

Текстовый формат пользовательского контента в интернете имеет множество применений в современном мире, в том числе и в журналистике. Этот формат может быть использован для публикации новостной информации, статей, комментариев, рецензий и многого другого. Данный формат обладает рядом преимуществ, которые позволяют добиться успеха в работе журналиста.

Во-первых, текстовый формат обладает простотой и понятностью. Большинство пользователей интернета предпочитает читать текст, чем смотреть видео или слушать аудио. Текстовый формат также позволяет передать большое количество информации за короткий период времени, что является особенно важным для новостных материалов.

Во-вторых, текстовый формат позволяет существенно улучшить поисковую оптимизацию веб-сайтов. Большинство пользователей, ищущих информацию в интернете, используют поисковые системы. Оптимизация текстового формата контента веб-сайта позволяет улучшить его позиции в поисковой выдаче, что способствует привлечению большего числа посетителей.

Третье преимущество текстового формата – это его удобство для чтения на мобильных устройствах. Большинство пользователей интернета используют смартфоны или планшеты для доступа к контенту. Текстовый формат позволяет добиться удобства чтения на любых мобильных устройствах.

Текстовый формат пользовательского контента в интернете является неотъемлемой частью, в том числе журналистского процесса. Этот формат позволяет передавать информацию более эффективно, улучшить поисковую оптимизацию сайта, удобство чтения на мобильных устройствах. Эти преимущества помогают добиться успеха в работе и привлечь большую аудиторию читателей.

Изображения и видеоконтент являются более выразительными формами пользовательского контента. Они позволяют людям передавать эмоции,

настроение и информацию через визуальный язык. Изображения могут быть использованы в качестве средства рекламы, маркетинга или дизайна. Видеоконтент может использоваться, чтобы передать более сложную информацию, обучающие материалы, обзоры продуктов или просто для развлечения.

В настоящее время фото- и видеоконтент являются наиболее популярными средствами пользовательского контента в интернете. Они играют важную роль в гражданской журналистике, позволяя авторам передавать информацию через более увлекательные и доступные виды контента, которые могут быть легко понятны для широкой аудитории.

Фотоконтент является одним из самых популярных типов пользовательского контента в интернете. Это связано с тем, что фотографии могут передавать мощные эмоциональные сообщения и сильные впечатления. Фотографии также могут быть использованы для создания иллюстраций, тем самым улучшая восприятие статьи и привлекательность для читателей. Фотоконтент также широко используется в социальных сетях, где пользователи могут делиться своими личными фотографиями и статьями, содержащими фотографии.

Одним из самых эффективных видов пользовательского контента в журналистике является видео. Видеоконтент включает в себя записи и живые трансляции, которые могут быть загружены на веб-сайты и социальные сети. Они также могут быть включены в новостные статьи и репортажи. Видеоконтент может передавать значительно больше информации, чем текстовый или фотоконтент, так как содержит звук, движение, элементы действия и кадры. Это позволяет пользователям сообщать о событиях более точно и обеспечивает более реалистичное представление о происходящем.

За последние годы наблюдалось значительное увеличение потока видеоконтента на платформах веб-сайтов и социальных сетей. Это связано с широким распространением устройств с высококачественными камерами, а также с ростом интернет-трафика. Кроме того, многие журналисты начали

выпускать свои собственные видеоматериалы, используя социальные сети и YouTube-каналы. Это позволяет им достигать широкой аудитории и увеличивать свой охват.

Кроме фото- и видеоконтента также используют другие типы пользовательского контента, такие как графики, анимации и многие другие. Однако, фото и видео являются наиболее популярными и эффективными средствами передачи информации.

В целом, пользовательский контент в интернете получил огромную популярность среди авторов и пользователей интернета. Пользователи используют фото и видео, чтобы наиболее эффективно передавать информацию и привлекать внимание аудитории. «Это свидетельствует о необходимости использовать новые технологии для развития контента и улучшения качества, в том числе, новостных материалов» [38].

Аудиоконтент используется для передачи информации через звук. Он может включать музыку, аудиокниги, подкасты и другие формы аудиорекламы. Аудио контент может быть удобен для людей, которые находятся в движении или не имеют средства для чтения текстового или видео контента.

Аудиоконтент является одним из наиболее удобных и доступных форм для пользовательского контента. Он позволяет передавать аудиоинформацию в ясном и понятном виде, что делает его незаменимым инструментом в журналистской деятельности.

Одним из самых популярных форм аудио пользовательского контента является MP3. Данный аудиоформат был разработан в 1991 году и с тех пор стал доминирующим форматом для хранения и передачи аудиоинформации в интернете. Он позволяет сжимать аудиозаписи с минимальными потерями качества звука, что позволяет пользователям быстро и легко загружать и передавать файлы с высоким качеством звука.

Несмотря на широкое использование аудиоформатов, имеются и некоторые недостатки использования данного вида контента. Например,

некоторые пользователи могут испытывать трудности в проигрывании определенных форматов на своих устройствах, а также возникают проблемы со совместимостью между различными платформами и программами.

Тем не менее, аудиоконтент остается неотъемлемой частью современной журналистики и помогают журналистам по всему миру передавать свои истории в форме удобной и доступной для читателей.

Каждая форма пользовательского контента имеет свои сильные стороны и слабые стороны, и выбор определенной формы зависит от содержания и цели. В будущем пользовательский контент будет продолжать меняться и эволюционировать, и важным будет умение жить в условиях информационной перегрузки.

Аудиоконтент имеет широкое применение при создании, распространении и потреблении пользовательского контента. Рассмотрим основные области использования аудиоконтента.

Одним из наиболее распространенных форм пользовательского контента является музыка. Форматы MP3, AAC и OGG являются наиболее используемыми форматами в онлайн-музыкальных сервисах. Эти форматы обеспечивают отличное качество звучания и при этом занимают небольшой объем памяти. Сейчас любой пользователь может делиться своим музыкальным творчеством, размещая свои произведения на музыкальных стриминговых сервисах.

Подкасты также являются аудиофайлами, предназначенными для онлайн-вещания. Форматы MP3 и AAC широко используются в подкастах. Этот тип контента позволяет пользователям создавать и распространять свои собственные шоу, которые могут быть скачаны и прослушаны в любое время и в любом месте.

Аудиоконтент используется для предоставления аудиокниг, что позволяет пользователям прослушивать книги, вместо чтения. Кроме того, многие из этих файлов являются сокращенной версией полного аудио и используются в качестве демонстрационного материала или образца.

Многие образовательные учреждения предоставляют свои лекции и презентации в аудио форматах таких как MP3, AAC и других, чтобы студенты могли сохранить эти файлы и прослушивать их в любое время. Аудио лекции также могут быть размещены в сети и стать частью научно-популярного пользовательского контента [4].

В целом аудиоконтент широко используется для создания, распространения и потребления пользовательского контента. Форматы MP3, AAC и OGG являются наиболее распространенными и обеспечивают высокое качество звучания при минимальном размере файла. Кроме того, использование аудио форматов упрощает воспроизведение пользовательского контента, как в онлайн-сервисах, так и в офлайн-режиме.

В заключение, следует отметить, что пользовательский контент является неотъемлемой частью интернет-среды и оказывает значительное влияние на ее развитие и функционирование. Пользовательский контент полезен как для маркетинга и продвижения различных компаний, так и для развития своего личного блога, страницы в социальной сети, канала с подкастами или научно-популярного блога. Важно, чтобы пользовательский контент становился качественнее, ведь с каждым годом пользователей, которые следят за тем или иным автором становится больше. Необходимо понимать, что автор несет некую ответственность перед своей аудиторией, так как его контент не проходит никакой редакции, он может и негативно повлиять на человека. Поэтому важно, чтобы авторы, которые производят пользовательский контент ответственно относились к публикуемому материалу. Благодаря пользовательскому контенту, мы можем создавать и распространять информацию в реальном времени, выражать свои мнения, делиться опытом. Однако важно понимать, что пользовательский контент несет в себе как положительные, так и отрицательные аспекты. В связи с этим необходимо учиться правильно использовать пользовательский контент, учитывать его влияние на общество и зеркально отображать свои ценности и убеждения в нем.

1.2. Научные представления о жанрах и форматах

Жанры и форматы в журналистике являются важной темой изучения. Они не только определяют то, что пишется для аудитории, но и как это делается. Жанры и форматы помогают журналистам организовать информацию и лучше донести ее до читателей. Также это помогает лучше понимать то, как журналистика влияет на общество и наше восприятие мира в целом. В данном пункте нашей научной работы мы рассмотрим научные представления о жанрах и форматах.

Теория журналистских жанров уже давно является одной из самых дискуссионных тем в научных кругах. Интерес к систематизации различных журналистских материалов и их упорядочиванию возник у исследователей еще в ранние советские годы. Однако современные печатные и сетевые издания редко представляют «чистые» жанры, все чаще можно встретить материалы, которые могут содержать в себе предметно-методологические признаки, относящиеся к разным жанрам.

Также относительно недавно в научный оборот введено понятие формата, которое можно трактовать по-разному: как вид творчества, тип издания, вид коммуникативного канала или способ подачи информации. Последнее значение формата для нас наиболее интересно, так как мы видим явное пересечение с жанровой проблематикой.

В практической журналистике «присутствует очевидное смешение понятий «формат» и «жанр» («в формате заметки», «очерк в формате издания», «в жанре лонгрид»), что также порождает трудности у исследователей при квалифицировании эмпирического материала. Поэтому сначала следует определиться, что мы будем понимать под журналистскими жанрами и под форматами как способами подачи информации» [33]. И начать стоит с категории жанра, подробно изученной исследователями.

Теория отечественной журналистики на данный момент не приобрела общепринятого и укрепившегося представления о жанре, даже несмотря на то,

что жанровая теория зародилась достаточно давно. Такой термин как «жанр» появился во французском классицизме где-то в середине XVII века. Он служил для разделения произведений разного вида, которые создавались тем или иным видом творчества. В дословном переводе с французского «genre» обозначает «род, вид».

В разных областях творчества этому процессу благоприятствовали разные условия. В живописи, например, решающую роль в развитии того или иного жанра играла тематика или предмет отображения. «В скульптуре жанровые разновидности произведений определялись особенностями материала и формы или типом художественного обобщения (аллегория, портрет, монумент). В архитектуре, напротив, преобладает назначение творческого продукта, то есть его функция. Каждый род творчества представлен развитой системой жанров с несколькими уровнями (подсистемами), поскольку каждый жанр содержит в себе другой подраздел («поджанры»). В художественной литературе жанры устанавливаются в рамках отнесения произведения к тому или иному литературному роду. Можно предположить, что любая творческая деятельность порождает в процессе своего развития богатую палитру жанров. Однако их понимание, осмысление законов жанрообразования и тенденций развития жанров в разных творческих областях происходит с разных позиций, под разными углами зрения и с разной скоростью» [23].

Наиболее развитый подход к жанрам и их формированию – литературоведческий. С точки зрения Б. В. Томашевского, жанры – это «специфические приемы», характеризующиеся определенной устойчивостью. То есть жанры – это «специфические методы», характеризующиеся определенной стабильностью. В 1990-е годы понятие журналистского жанра в отечественном представлении уходило корнями в филологию. Традиционно жанр рассматривался как группа журналистских материалов с устойчивыми содержательными и формальными характеристиками. Все жанры объединяли следующие признаки:

- идейно-политическая позиция, с которой освещаются явления, факты действительности;
- верность жизненной правде, опора на неопровержимый материал действительности;
- нацеленность на достижение положительных результатов в коммунистическом воспитании народа.

В число признаков, по которым жанры различались, входили:

- своеобразие предмета (объекта) познания, отображения, диктовавшее характер творческого процесса;
- различные функции, познавательные-воспитательные задачи;
- широта освещения действительности и соответствующий масштаб выводов и обобщений;
- выразительно-изобразительные средства.

В соответствии с проявлением этих признаков жанры были «поделены на три большие группы: информационные, аналитические, художественно-публицистические» [32].

Е. И. Пронин связывает информационные жанры с необходимостью «отражать факты действительности, аналитические – с необходимостью передавать мнения о них, а художественно-публицистические – с необходимостью воспроизводить психологические особенности восприятия мира человеком через его ассоциации. При этом они делают акцент на роли интерпретации как момента журналистской деятельности во всех трех случаях». Также исследователь при построении своей типологии использовал принцип перекрестной классификации» [26]. Журналистские жанры он поделил по двум основаниям. «Первый – по предмету отображения (реалии, позиции, идеалы, шедевры, мнения, контакты, решения, эффекты). Второй – по уровню осмысления (оповещение, ориентирование, коррекция, символизация)» [26].

Современные исследования в основном базируются на том же понимании жанра, но утверждают, что прежние классификации устарели и нуждаются в замене. Современные исследования не проводят различия между общими и специфическими жанровыми характеристиками. Вместо этого основное внимание уделяется специфическим характеристикам, то есть тем, которые уникальны для каждого жанра. Они раскрываются, уточняются и дополняются, чтобы можно было развивать новые идеи.

Так Л. Е. Кройчик определяет жанр как «относительно устойчивую структурно-содержательную организацию текста, обусловленную своеобразным отражением действительности и характером отношения к ней творца», детализирует творческие задачи журналиста и на этом основании предлагает рассматривать вместо трех пять жанровых групп.

Оперативно-новостные тексты. Суть этих текстов – актуальность, то есть новости, содержащие информацию, которая не известна широкой публике. В центре каждого сообщения – факты, то есть то, что произошло во времени и пространстве. Факты фиксированы, а представления и интерпретации фактов изменчивы. «Нам не нужно говорить о масштабах, общем значении и последствиях фактов: восприятие фактов «зависит от типа информации и уровня аудитории, а также от ее интересов (социальных, этических, возрастных и профессиональных)». Поэтому главная задача любого средства массовой информации – обеспечить поток информации, максимально репрезентативный и отвечающий потребностям аудитории». Читатели, слушатели и зрители сами выбирают из потока информации то, что их интересует [17].

Оперативно-исследовательские тексты. Определим, что характеризует репортаж, отчет и интервью как журналистский жанр. Несмотря на всеобщий интерес к новостям, акцент делается не на практической ценности передаваемой информации, а на ее интерпретации. Важно подчеркнуть, что анализ в репортаже, интервью и отчете – это не самоцель, а естественное следствие событий, о которых рассказывается или которые комментируются.

В новостных сообщениях, репортажах и интервью нарративные и описательные элементы преобладают над логическими и рациональными. Факты, сообщаемые в новостных сообщениях, появляются в газетах, радио- и телепрограммах в виде богатого материала, в котором приводятся подробности и детали с места события, а также комментируются и оцениваются произошедшие события.

Исследовательско-новостные тексты. Эту группу текстов объединяет, с одной стороны, суть передаваемой информации, а с другой – стремление говорящего проанализировать проблему и оценить описанные факты. Таким образом, оперативный повод превращается в реальную и прочную проблему. В этом жанре используются факты, которые уже известны публике благодаря текущим событиям. Например, заметки о театральной премьере часто предшествуют рецензии на спектакль. Акцент смещается от актуальности к значимости, от описания событий к интерпретации или комментарию. В этом типе письма преобладают логические и рациональные методы исследования, но, в отличие от чисто исследовательских текстов (статей, писем, рецензий), в данном случае оно опирается на прочную эмпирическую базу – реальные факты, составляющие основное содержание повествования.

Исследовательские тексты. Определим особенности исследовательских текстов. Прежде всего, они основаны не на изложении фактов, а на их логическом и рациональном анализе. В центре повествования система рассуждений журналиста, которая иногда подчеркивает абстрактность используемых фактов. Во-вторых, в таких статьях часто воспроизводятся не только факты, которые журналист наблюдал сам, но и информация, полученная им другим путем. Чтобы убедительно описать исследуемое явление, автор опирается на разнообразные источники, иногда сопоставляя противоположные точки зрения и широко используя цитаты. В-третьих, исследовательский стиль стремится представить проблему в научном ключе, сохраняя при этом индивидуальные языковые особенности говорящего.

Исследовательско-образные тексты. Журналистика, создающая образ, с точки зрения методологии исследования схожа с искусством. Это связано с тем, что персонажи входят в медиатекст как некий социальный и нравственный синтез, позволяющий исследовать поведение и переживания героя, автора и рассказчика. Жанр образной журналистики изображает психологически точную реальность. Общеизвестно, что тексты СМИ не могут сравниться с психологией в изображении внутреннего мира человека. «Однако психология находит отражение на всех уровнях журналистского произведения: автор, главный герой, рассказчик и аудитория» [17].

А. А. Грабельников также уточняет функциональный спектр журналистики и выделяет четыре журналистские функции – информационную, объясняющую, оценивающую, побуждающую. «Затем исследователь задает и четыре вектора типологии жанров. А. А. Грабельников также отмечает, что использование того или иного жанра в то или иное время зависит в основном от социально-исторических условий, которые могут требовать или не требовать использования именно этого жанра. По этой же причине, наряду с традиционными жанровыми формами, на страницах газет и журналов могут появляться новые жанры. Исследователи отмечают, что особенности международной журналистики, качество и специфика средств массовой информации, растущая конкуренция между газетами, радио и телевидением привели к изменениям в системе жанров» [7].

В работе А. А. Тертычного «жанр рассматривается как традиционное понятие (исторически сложившиеся типы текстов с устойчивыми характеристиками), но предлагаются возможности репрезентации действительности в рамках устойчивых характеристик жанра. Кроме того, он расширяет рамки представлений о бытующих в периодической печати жанрах за счет включения в них не только жанров журналистики, но и жанров других видов творческой деятельности, производящих массовую информацию» [31]. Таким образом он осуществляет «одну из первых попыток представить совокупную жанровую структуру текстов СМИ. В его трудах предмет в

журналистике изучен достаточно полно. Он включает в себя феномены из разных сфер деятельности, например, из экономики, политики, права, религии, морали и т.д. Эти же сферы нередко называют объектом журналистики». Проводя различие между предметом и объектом журналистики, следует иметь в виду, что «предмет не есть вещь, существующая рядом с объектом» [31]. «Содержание предмета говорит не о нем самом, а об определенном «аспекте внешнего объекта»» [20]. Таковым «аспектом объекта» (т.е. предметом) журналистики в целом признается «современность в совокупности множества составляющих ее социальных ситуаций» [5].

При создании контента важно определить цель (информировать, анализировать, создавать образ чего-либо). При определении цели публикации текста (публикационная цель) можно выделить следующее:

- «не добиваться определенного идеологического или иного воздействия на читателя (т.е. удовлетворять коммерческие интересы издания);
- достичь определенного эффекта. Это результат: а) объективной информации; б) манипулятивного воздействия (или дезинформации))» [31].

Далее обратимся к методам исследования предмета в жанра. «По мнению ряда исследователей, в журналистике существует две основные группы методов «преобразования» объективной действительности в ее информационный аналог» [6]. «А именно: рационально-познавательные и художественные методы. К каким жанровым «последствиям» ведет применение рационально-познавательных методов действительности можно понять в полной мере, вспомнив, что эти методы включают в себя два уровня познания – эмпирический и теоретический» [25].

Среди эмпирических методов исследования в данном направлении выделяют метод наблюдения (открытое и скрытое, включенное и невключенное, прямое и косвенное, кратковременное и длительное), метод

проработки документов (качественное и формализованное), методы интервью, беседы, опроса, анкетирования, метод эксперимента. Среди теоретических методов исследователи выделяют формально-логические методы (индуктивное умозаключение, дедуктивное умозаключение, традуктивное умозаключение), содержательно-логические методы (анализ и синтез, гипотетический метод, метод историзма, логических методов, частные и конкретные методы). А также художественный метод.

Другой вариант изучения журналистских жанров представлен работами, в которых авторы представляют западный подход к аутентичной журналистике. О. Р. Самарцев, ориентируясь на британскую модель, рассматривает все журналистские жанры как стилеориентированные. «Самарцев, ссылаясь на британскую модель журналистики, рассматривает все журналистские жанры как два типа письма – новостные репортажи и написание статей в газетах и журналах, ориентированных на публицистический и эссеистический стиль. В этом контексте он описывает основные характеристики профессионального поведения журналистов» [24].

А. В. Колесниченко синтезирует опыт отечественных журналистов с рекомендациями современных американских и немецких медиаконсультантов. «Основываясь на этом, он вычленяет из всего многообразия жанров средств массовой информации группу наиболее употребительных сегодня жанровых форм, которые называет «жанрами прикладной журналистики», и дает развернутую картину работы над ними» [14].

В журналистике, как и в литературе, есть две формы произведения, независимо от жанра: «внешняя» форма и «внутренняя» форма. Внешняя форма – это объем и структура произведения, а внутренняя – идеи, темы, настроения, отношение к жизни и так далее. Взаимосвязь между «внешней» и «внутренней» формой отражается на каждом этапе творческого процесса в журналистике. Исходя из «внешних» параметров, журналисты определяют структуру и объем своей работы. В то же время они понимают, что

существуют четкие границы этих параметров. Заметка не должна быть слишком длинной, а очерк – слишком коротким. Исходя из «внутренних» характеристик, журналист решает, какой жанр использовать для наилучшего выражения определенной точки зрения или темы. Мы видим, что «внешние» и «внутренние» параметры того или иного жанра влияют на творчество писателя и определяют способ видения и понимания некоторых аспектов мира. «В случае с журналистским творчеством форма, понимаемая как тип, жанр и так далее, определяет не только когнитивные границы выбранной писателем формы, но и визуальные границы выбранной формы» [12].

Рассмотрим понятие формата в журналистике. Формат средства массовой информации – это «стандарты организации информационного потока, которые оптимизируют процесс серийного выпуска контента на определенной платформе для конечного потребителя». В контексте журналистского творчества, важно уточнить, что речь идет, прежде всего, о форме материала, о том, как он выглядит, какой имеет вид. Поэтому здесь на первый план выходят не столько содержательные характеристики, сколько формальные, которые перманентно прослеживаются в материалах подобного вида. Следовательно, «можно говорить о том, что формат как способ подачи информации – это устоявшийся вид материалов медийного характера, обладающий специфическими признаками. На наш взгляд, признаки журналистских жанров – это предмет, метод и функция – возможно использовать и для анализа форматов журналистики, но с акцентом на форме, на «упаковке» публикации» [33].

Понятие «формат» в современном понимании используется в основном «для обозначения набора характеристик коммуникационного объекта, когда он воспринимается как информационный продукт, адресованный аудитории. В условиях рынка эти характеристики представляют собой набор критериев, по которым объект сопоставляется с другими коммуникационными объектами для определения его коммерческой жизнеспособности. Исходя из этих критериев, принимается решение о возможности или невозможности,

уместности или неуместности представления произведения публике». Подобно тому, как поверхность, объем и форма предметов определяют их положение в мире вещей, форма определяет положение информационных продуктов в процессе их перемещения на информационном рынке. Поэтому можно сказать, что форма – это понятие коммуникативной науки, характеризующее положение объекта коммуникации в потоке информации, поступающей в общество.

Анализ сложившейся ситуации показывает, что объективные обстоятельства, в силу которых возникло расширение смыслового поля понятия «формат», существуют. Во всяком случае некоторые из них видятся с определенностью.

Рассмотренные обстоятельства выступили факторами, которые вызвали расширение диапазона значений понятия «формат». На сегодняшний день в журналистской практике можно зафиксировать несколько позиций его употребления. Наиболее отчетливо обнаруживают себя следующие из них.

- «Формат в своем изначальном значении – как совокупность внешних характеристик предмета коммуникации, передающих его размер и особенности формы» [18].
- «Формат в значении «тип издания» – при этом в качестве критериев соответствия, на основе которых принимаются или отклоняются предлагаемые тексты, выступают типологические характеристики издания, прежде всего его концепция («У нас этот материал не пойдет, это не наш формат. Концепция газеты ориентирована на другую тематику»» [18].
- «Формат в значении «род творчества» – в качестве критериев соответствия в этом случае выступают признаки принадлежности произведения к данному роду творчества («Мы издаем сборник публицистических текстов, а Вы предлагаете научную статью, это же совсем другой формат!»» [18].

- «Формат в значении «вид творчества» – критериями соответствия становятся жанровые признаки материала («Полоса новостей, а Вы предлагаете сюда целых три материала другого формата. Ну, с какой стати ставить здесь эссе об архитекторе?»» [18].
- «Формат в значении «вид коммуникационного канала» – критериями соответствия оказываются признаки пригодности знаковых систем, в которых объективировано произведение, к успешному распространению через данный коммуникационный канал («На радио форматы четко делятся на музыкальные и разговорные»» [18].
- «Формат в значении «способ подачи» – в качестве критериев соответствия рассматриваются свойства, определяющие пригодность произведения к размещению в рамках существующей сетки телерадиовещания или графической модели издания («Надо переделать Ваш материал. Такой «кирпич» без подзаголовков – это не наш формат!»» [18].

На латинском языке формат – это «вид, внешнее оформление». Изначально термин появился в полиграфии и обозначал «размер печатного издания, размер листа». Позже формат стал использоваться как общий термин, наряду с типографской номенклатурой, обозначающей конкретные размеры издания, такие как А4, А3 и А2. Теперь речь идет не просто о визуальном макете или размере, а о конкретном формате, стандарте для полиграфической отрасли. В этой терминологии термин «стандарт» предназначен для профессионального сознания.

В 1990-е годы в рамках всеобщей компьютеризации появился еще один формат: формат как некая структура, определенные параметры, свойства и возможности, некий электронный стандарт (DVD, MP3-формат), на котором могут работать соответствующие компьютерные программы. Большинство из нас, обычных пользователей, не могли игнорировать этот компьютерный термин, но воспринимали лишь одну из его составляющих – структуру,

стандарт, а не его особые, очень сложные свойства, доступные только компьютерщикам.

В СМИ под форматом могут скрываться и скрываются следующие понятия:

- «разновидности СМИ (электронные, печатные или Интернет): в зависимости от формата коммуникации (письменной и электронной)»;
- «технология коммуникации с общественностью: формат онлайн-коммуникации»;
- «особенности правового регулирования отношений СМИ и власти: новый формат местных СМИ (местные СМИ по закону обязаны публиковать все решения местной власти)»;
- «канал коммуникации: в формате вербальной коммуникации, внутреннего монолога» [28].

А. А. Тертычный говорит о таком понятии, как «формат издания». Это можно визуализировать как набор характеристик конкретного носителя или СМИ. Можно предположить, что понятие «формат издания» связано с понятиями «профиль издания» и «тип издания» как единое (подвидовое) понятие с понятиями «вид» и «род». Итак, мы понимаем, что в отличие от профильной и типологической моделей издания, формат издания опирается как на значимые для данного типа изданий в целом общие существенные характеристики и на особенные характеристики отдельных видов изданий, входящих в эту группу, так и на единичные признаки, свойственные только этому конкретному изданию, (единственному) из множества других, входящих в данную типологическую, профильную группу. Именно эти уникальные признаки придают данному конкретному СМИ уникальность и отличают его от всех других средств массовой информации. Итак, когда мы говорим о формате изданий, вольно или невольно имеется в виду именно эта его неповторимость. Конечно, «уникальные» для других изданий данные подчеркивают его «особость», его своеобразие, его отличие от всех других.

Таким образом, можно сказать, что формат издания – это фиксированное, стереотипное представление о наборе его типологических, профильных и индивидуальных характеристик, которым должны соответствовать все выпуски данного средства массовой информации (на протяжении всего срока действия этого стереотипного представления). Такая стереотипная идея или формат публикации состоит из набора представлений (не всегда обоснованных, произвольных) о наиболее важных, с точки зрения создателя (учредителя, владельца) СМИ, его характеристиках. В основном это следующие представления.

Представление о целях издания (нацеленность на конечный результат деятельности СМИ в обществе). На сегодняшний день существует множество представлений о целях СМИ. Среди них, например, присутствуют следующие цели:

- «объективное информирование;
- социальная защита;
- развлечение;
- регулирующее воздействие и так далее» [30].

В электронных СМИ (в частности, радио и телевидение), форматы подробно описывают все элементы, из которых состоит «тело» эфира или передачи. Например, формат радиостанции определяют:

- музыкальные особенности: типы мелодий; количественное соотношение между мелодиями различных типов; правила ротации мелодий; зависимость соотношения мелодий от времени суток;
- особенности работы ведущего: количество одновременно работающих ведущих; свободная работа в эфире или в рамках определенных сообщений, комментариев; наличие игр, викторин и их привязка ко времени суток, так называемый интерактив; эмоциональная манера ведения выпусков; стиль речи;

- новостные или информационные выпуски: тематика; количество и время выходов информационных блоков в эфир; соотношение объемов между информационными и музыкальными блоками;
- рекламные выпуски: тематика; количество и время выходов рекламных блоков в эфир; соотношение объемов между рекламными и прочими блоками.

Формат телепрограммы определяют:

- оформление студии;
- особенности работы ведущего: количество одновременно работающих ведущих; требования к внешнему виду, стилю поведения и речи; эмоциональная манера ведения передачи;
- наличие и особенности звукового и видеосопровождения;
- наличие приглашенных участников и требования к ним: их количество; параметры различия (пол, внешний вид, образование, социальное и семейное положение, сфера деятельности); размещение их в студии; степень свободы доступа к микрофону; наличие и распределение ролей;
- наличие новостных блоков: тематика; количество и время их включений; объем общих и каждого блока;
- наличие рекламных блоков: тематика; количество и время их включений; объем общих и каждого блока.

Формат телеканала определяют:

- допустимые форматы всего контента, из которого он состоит;
- продолжительность, ротация передач и общий график вещания;
- идентифицирующий логотип;
- перебивки между блоками контента.

Формат телеканала крайне редко можно определить понятием жанр, так как чаще всего телеканал состоит из разнородных медиапродуктов (фильмы, новостные блоки, разнообразные передачи, реклама и т.д.).

Форматы печатных СМИ обуславливаются предметно-тематической направленностью, целевым назначением, охватом, внешним видом издания, его размерами, объемом, периодичностью выходов, допустимым контентом. Например, формат газет и журналов определяют:

- направление и специализация (художественные, публицистические, развлекательные, научные, рекламные, информационные; универсальные, специализированные);
 - охват (международные, общероссийские, межрегиональные, территориальные, этнических общностей, профессиональных, возрастных, гендерных, конфессиональных и т.п. групп);
 - качество и тип бумаги; качество печати, наличие цвета; количество полос (газеты), страниц (журналы);
 - наличие и качество иллюстраций, их допустимый объем;
 - физический размер издания;
 - линейные размеры;
 - метрический размер;
 - оформление первой и последней полос (газеты), 1-4-й страниц обложки (журналы);
 - перечень рубрик, разделов и их объем;
 - наличие и объем рекламных блоков, их допустимая тематика; порядок распределения материалов по полосам (газеты), по страницам (журналы);
 - периодичность выходов; время выхода: утро, вечер (для газет)
- [19].

Из вышесказанного можно заключить, что «жанр – это структура представления материала в журналистском тексте. В каждом жанре есть свои специфические структурно-семантические признаки. Например, в аудиовизуальных СМИ элементы, составляющие контент, могут быть созданы в соответствии с каким-либо жанром. Но их количество, последовательность,

продолжительность, время выхода в эфир, объем, количество и время выходов рекламных блоков в эфир и способ подачи – определяет формат» [19].

Таким образом, формат – это, в первую очередь, упаковка материала, от которой зависят количественные показатели. В рамках нашего исследования, мы выделили два понятия «формат». Формат, применительно к пользовательскому контенту – это материалы, созданные на основе какого-либо бренда или ссылающиеся на него, публикуемые пользователями. Формат, применительно к продукту пользовательского контента (медиатексту) – это рамки, в которые данный контент поставлен ограничениями или особенностями площадки, на которой публикуются материалы пользователя. Формат пользовательского контента отличается от жанра тем, что он никак не определяет наполнение, а лишь обеспечивает форму и упаковку материала.

В данном параграфе мы проанализировали научные представления о жанрах и форматах. Рассмотрели различные научные источники и традиционные представления. И можем сделать вывод, что формат средства массовой информации – это стандарты организации информационного потока, которые оптимизируют процесс серийного выпуска контента на определенной платформе для конечного потребителя. В контексте журналистского творчества, важно уточнить, что речь идет, прежде всего, о форме материала, о том, как он выглядит, какой имеет вид. Что касается жанров, то они традиционно рассматривались как группа журналистских материалов с устойчивыми содержательными и формальными характеристиками и были поделены на три большие группы: информационные, аналитические, художественно-публицистические.

Глава 2 Анализ жанровых и форматных характеристик пользовательского контента о видеоиграх

2.1. Анализ жанровых характеристик в формате пользовательского контента о видеоиграх

В данном параграфе научно-исследовательской работы мы будем анализировать жанровые характеристики, присущие такому формату, как пользовательский контент. Целью данного раздела является выявление жанров контента в данной области. Эмпирическая база состоит из пользовательских каналов, которые публикуют контент о видеоиграх на различных площадках. Далее мы подробнее рассмотрим площадки, которые выбрали для анализа.

YouTube – видеохостинговая площадка, предназначенная для загрузки, просмотра и обмена видео. Среди основных характеристик YouTube можно выделить большой архив видеоконтента, разнообразие тем и жанров и широкую аудиторию пользователей. Российская аудитория площадки на 2024 год составляет 96,52 миллиона пользователей в месяц. Среди возрастных категорий пользователей нет преобладающих показателей, но если выделить, то наибольшую часть составляют люди от 25 до 34 лет (20,7% от всех пользователей).

Twitch – это площадка для стриминга видеоигр и другого контента в реальном времени. Основной фокус Twitch – игровой видеоконтент, однако здесь можно найти трансляции музыки, разговорные шоу и другие виды контента. Среди основных характеристик площадки можно выделить акцент на интерактивном контенте и широкие возможности для стриминга. Так как площадка предназначена для онлайн трансляций, то показатели активности лучше представить в количестве просмотренных часов. Так, только за декабрь 2023 года, пользователи просмотрели 1,8 миллиарда часов контента. Основная

аудитория площадки – пользователи от 18 до 35 лет, что составляет 60% от всех пользователей.

Telegram – позиционируется создателями как мессенджер, но со временем приобретает всё больше функций социальной сети. Данная площадка позволяет общаться с пользователями через текстовые сообщения, аудио, видео, и фото. Основная особенность Telegram – высокая безопасность сообщений благодаря криптографическим протоколам. Помимо общения, в Telegram также можно создавать каналы и чаты для распространения информации среди подписчиков. По данным на 2024 год, мессенджер используют 900 миллионов человек ежемесячно. Основная аудитория Telegram – пользователи от 25 до 34 лет (29,4%), на втором месте возрастная группа от 35 до 44 лет (23,8%).

Начнем наше исследование с площадки YouTube. Мы проанализировали жанровые характеристики на 5 пользовательских каналах: Kuplinov Play, Симбочка Пимпочка, ХОМА - ГТА 5 РП, Fenya и Panik2D. Данные каналы имеют разное количество подписчиков и разную тематическую направленность. Также важным критерием при отборе эмпирического материала послужило видеоигровое разнообразие.

Первый пользовательский канал, с которого мы начали свое исследование – Kuplinov Play. За основу эмпирического материала мы взяли контент, публикуемый с сентября 2023 по май 2024 года. За этот период на канале пользователя вышло 155 видеороликов. Мы проанализировали каждый десятый ролик за этот период, чтобы через время проанализировать жанровые характеристики.

В рассмотренных нами видеороликах автор использовал такие видеоигры, как Final dose, Mortal Kombat 1, Underground Blossom, Spider-Man 2, Симулятор русской деревни, House Flipper 2, The Baby In Yellow, The Exit 8, Resident Evil, Goat Simulator 3, Akai Onna, Supermarket Simulator, Fears to Fathom и Repair this. Во всех видеороликах автор показывает прохождение видеоигры. По каждой игре автор публикует несколько фрагментов, так как

средний хронометраж ролика 40 минут, а время прохождения некоторых видеоигр более 10 часов. В процессе исследования было отмечено, что каждая первая часть цикла роликов по конкретной игре начинается с перечисления и демонстрации возможных настроек и объяснения, для чего они используются. То есть сразу же заметна практическая значимость для заинтересованной аудитории, в данном контенте можно выделить признак информационной заметки, так как автор кратко описывает факт действительности в рамках игры. Далее, в каждом видеоролике мы наблюдаем, как автор демонстрирует прохождение игры. В процессе, он показывает и рассказывает о механиках действий, о событиях, которые происходят внутри игры по сюжету. Здесь мы можем заметить признак такого жанра, как познавательно-тематический репортаж, так как действия происходят «с места событий», но не в режиме прямого эфира. Автор является косвенным участником происходящего, и может комментировать и давать свою оценку виртуальной действительности. Во всех роликах автор настроен позитивно и много шутит. Поэтому в каждом видео на данном канале отчетливо наблюдается признак художественно-публицистического жанра – сатирический комментарий. Проявляется он в коротких юмористических реакциях на происходящие события, игровых персонажей или неудачные попытки автора пройти то или иное задание в игре.

Следующий пользовательский канал, который мы проанализировали по жанровым характеристикам - Симбочка Пимпочка. За основу эмпирического материала мы взяли контент, публикуемый с сентября 2023 по май 2024 года. За этот период на канале пользователя вышло 18 видеороликов. Так как не все вышедшие ролики за этот период относятся к теме нашего исследования, мы проанализировали 9 видео, снятые по видеоиграм.

В рассмотренных нами видеороликах, пользователь снимал такие видеоигры, как Roblox и Minecraft. Так как обе игры не имеют сюжетного прохождения, то мы видим, что ролики снимаются на созданные пользователем темы, например, такие как «Я разрушил весь Roblox!», «Строю мемы в майнкрафте!». Средний хронометраж роликов – 15 минут. Видео

между собой не связаны ничем, кроме игры и аватара пользователя – кота Симбочки. Эти игры позволяют пользователю создать свой «мир» или, так называемую, комнату. Именно в них происходят действия, записанные пользователем на видео. Автор контента в образе кота ходит по локации, выполняет различные задания или «квесты», а также комментирует все происходящее от первого лица и разговаривает с другими игроками. Чаще всего в контенте данного пользователя наблюдается признак жанра заметка. Так как в самом видео не прослеживается одна цельная мысль или идея, которую хочет донести автор. Видео, скорее собрано из маленьких кусочков, которые сообщают нам о том или ином факте действительности в рамках игры. Так как автор во время записи ролика общается с другими игроками через голосовой чат, обсуждает процессы игры и свои впечатления, мы можем увидеть в этом признак такого аналитического жанра, как беседа. Также все ролики построены на юмористической основе и шутках, поэтому мы снова видим признак сатирического комментария.

Далее мы проанализировали пользовательский канал – ХОМА - ГТА 5 РП. За основу эмпирического материала мы взяли контент, публикуемый с сентября 2023 по май 2024 года. За этот период на канале пользователя вышло 9 видеороликов. Мы проанализировали все видеоролики за этот период, чтобы проанализировать жанровые характеристики у данного пользователя.

В рассмотренных нами видеороликах, пользователь задействовал такую видеоигру, как GTA 5 RP. Все видео на канале посвящены именно этой игре, что мы можем наблюдать и из названия пользовательского канала. В видео данного автора мы наблюдаем обучающую составляющую. Так называемый «гайд», который обозначает справочник или пособие, в данном случае по улучшению «скилла» в видеоигре. В данном видео автор выделил три блока: основная теория, микро игра и макро игра. В каждом блоке он рассказывает фишки, повышающие умения и анализирует частые ошибки игроков, которые эти умения понижают. Таким образом, мы можем выделить характеристики такого аналитического жанра, как корреспонденция, так как автор даёт

пользователям «пищу для размышлений» по конкретному вопросу и советует ряд действий для улучшения навыка игры. Игра GTA 5 RP является симулятором жизни с открытым миром. И мы видим, как пользователь создал ролик, где он рассказывает историю об ограблении игрового банка. История ведется от первого лица, комментируются все происходящие события и наглядно показываются все детали, в которых пользователь принимал участие. Таким образом, мы можем выделить здесь признаки событийного репортажа. Среди проанализированных нами роликов, также есть видео «Топ 10 лайфхаков на GTA 5 RP», где автор дает развернутое объяснение тому, как нужно поступать в определенных ситуациях в игре. Также рассказывает фишки, которые другие пользователи могут применить в процессе своей игры, чтобы достичь какого-либо результата. Здесь мы отметили признаки аналитического жанра – рекомендация (совет) по А. А. Тертычному.

Следующим пользовательским каналом, который проанализирован, стал Fenya. За основу эмпирического материала мы взяли контент, публикуемый с сентября 2023 по май 2024 года. За этот период на канале пользователя вышло 37 видеороликов. Был проанализирован каждый пятый ролик за этот период, чтобы через время проанализировать жанровые характеристики.

В рассмотренных видеороликах, пользователь задействовал такие видеоигры, как Counter-Strike 2 и PUBG: Battlegrounds. Некоторые видеоролики автора посвящены демонстрации игры, никаких конкретных тем пользователь не поднимает. Он дает зрителям возможность почувствовать сопричастность к процессу игры, не акцентируя внимания на каких-либо деталях. Но в определенный момент игры, когда происходят какие-то, выбивающиеся из основной череды, события, автор вставляет в кадр мемы, связанные с произошедшим. Так как в теории журналистики идут споры, считать ли мем жанром, мы лишь упомянем, что можем напрямую отнести данные признаки к жанру мем. Если опираться на классическую теорию, то мы можем заметить признаки художественно-публицистического жанра – шутка. В роликах пользователя мы также видим, как он рассказывает о

событии, напрямую связанным с игрой. Разработчики заменили версию игры CS:GO на Counter-Strike 2, сделав недоступной предыдущую версию. Пользователь рассказывает об этом событии, раскрывая подробности и вносит ясность. Конкретизирует, как это повлияет на игроков и что изменится в механике самой игры, объясняет к каким последствиям должны быть готовы другие пользователи. В данном случае, мы можем выделить характеристики аналитической корреспонденции. На канале автора мы также просмотрели видео, в котором он открывает, так называемые, кейсы. Это некий вид лотереи в игре, где за игровую валюту покупается «ящик» из которого могут выпасть ценные игровые ресурсы. Так как мы не заметили в данном ролике никакой информационной ценности для зрителя, а просто описание и демонстрацию факта действия, мы отметим здесь признаки обычной заметки.

Последним пользовательским каналом, который мы проанализировали на видеохостинговой площадке YouTube, стал канал Panik2D. За основу эмпирического материала мы взяли контент, публикуемый с сентября 2023 по май 2024 года. За этот период на канале пользователя вышло 17 видеороликов. Мы проанализировали каждый второй ролик за этот период, чтобы через время проанализировать жанровые характеристики.

В анализируемых видеороликах, пользователь снимал такие видеоигры, как Space Station 14, RimWorld, The Sims 3, 7 Days to Die, TERMINUS, The Sims 4, PALWORLD и Voices Of The Void. Игры на канале разные, но тематически прослеживается, что автор снимает много видео с «выживаниями» и выбирает соответствующие игры. Так как названия его видео, например, какие как «100 дней ХАРДКОРА в The Sims 3», «100 Дней Безумия в 7 Days to Die», «100 дней ХАРДКОРА в PALWORLD» наводят на мысль, что автор бросает вызов не только самому себе, но и своим зрителям. Так как в классических жанрах журналистики мы не можем выявить схожих характеристик, то мы наблюдаем признаки такого жанра, как челендж, выделенного И. А. Текутьевой [29]. В роликах, в основном, присутствует описательная функция. Пользователь рассказывает, как он проходит игры в режиме выживания, дает комментарии,

ни к кому при этом не обращается. Поэтому здесь мы также можем выделить признаки познавательно-тематического репортажа и хроникальной заметки.

Продолжим наше исследование на площадке Twitch. Мы проанализировали жанровые характеристики на 5 пользовательских каналах: AxeSay7, k_i_r_a, Nix, orkpod и Wprotvbanke. Данные каналы также имеют разное количество подписчиков и разную тематическую направленность. Важным критерием при отборе эмпирического материала снова послужило видеоигровое разнообразие.

Первый пользовательский канал на площадке Twitch, с которого мы начали свое исследование – AxeSay7. За основу эмпирического материала мы взяли контент, публикуемый с сентября 2023 по май 2024 года. Мы учли особенность площадки и возможность пользователей не сохранять свои прямые трансляции, поэтому рассматривали только тот контент, который автор решил оставить в своем профиле, чтобы все желающие смогли в любой момент посмотреть запись прямого эфира. За этот период на канале пользователя сохранено 13 видеороликов. Мы проанализировали каждый второй ролик за этот период, чтобы проанализировать жанровые характеристики.

В анализируемых нами видеороликах, пользователь задействовал такие видеоигры, как Wuthering Waves и Genshin Impact. Длительность сохраненных трансляций варьируется от 5 до 12 часов, что достаточно много. Поэтому мы не стали просматривать ролики целиком, а анализировали их эпизодически. В середине мая вышла новая игра Wuthering Waves. Большое количество пользователей ждали её выхода и, соответственно, релиз этой игры вызвал большой ажиотаж среди подписчиков данного пользователя. Поэтому на канале данного автора мы видим ролик, который вышел в день релиза данной видеоигры. В данном ролике мы увидели признаки новостной заметки. Автор рассказывает об этой новости своим подписчикам, также демонстрирует механики, рассказывает, как эта игра работает и о её сюжете. Так как игра не переведена на русский язык, автор переводит и рассказывает своим зрителям

о сюжете, который сопровождается в игре текстом. Поэтому на канале пользователя присутствуют признаки такого жанра, как обзор. Разработчики игры Genshin Impact выпустили нового игрового персонажа, которого может получить каждый игрок, если сможет соблюсти определённые условия. На своих трансляциях автор рассказывает о том, что для каждого персонажа в игре необходимо установить определённые настройки, для того чтобы игрок мог эффективно использовать его. И так как вышел новый персонаж, о котором игроки мало знают, пользователь показывает, как правильно его настроить, какие игровые материалы ему нужно отдать, чтобы он проявил всю свою мощь. Здесь мы видим признаки рекомендации. Остальные видео автора посвящены гайдам по сборке отрядов, и обзором на других персонажей, в частности, он показывает, как правильно ими пользоваться, их максимальную эффективность и как её добиться. В данном случае мы видим признаки гайда – жанра, выделенного И. А. Текутьевой [29].

Далее был проанализирован пользовательский канал k_i_r_a. За основу эмпирического материала мы взяли контент, публикуемый с сентября 2023 по май 2024 года. За этот период на канале пользователя сохранен 51 видеоролик. Мы проанализировали каждый пятый ролик, сохраненный на аккаунте автора за этот период, чтобы через время проанализировать жанровые характеристики у данного пользователя.

В анализируемых видеороликах, пользователь снимал такие видеоигры, как Hearthstone, Another Crab's Treasure, Grand Theft Auto V, Grounded, World of Warcraft, Ori and the Blind Forest, Planetbase, Love, Money, Rock'n'Roll. Средняя длительность сохраненных трансляций 6 часов, поэтому мы также просматривали их эпизодически. В большинстве роликов автора наблюдается активное общение с подписчиками. То есть во время трансляции игры, игра не является основным объектом ролика. Зрители во время прямой трансляции задают автору в чат вопросы об ее жизни, спрашивают мнение на тот или иной счет, а пользователь активно отвечает, рассказывая при этом истории и примеры из своей жизни. Таким образом, здесь мы наблюдаем характеристики

такого жанра, как интервью. Также можно заметить признаки выступления, когда человек обращается к аудитории и является основным объектом показа. В некоторых видео автор всё-таки делает акцент на самой игре. Например, в колодостроительной игре Hearthstone она показывает какие карточки использует, объясняет какие ходы делает и почему. Если зрителем в моменте не понятно то, или иное действие, пользователь видит сообщения в чате и более подробно объясняет, как это сделать или зачем. Поэтому здесь присутствуют признаки таких жанров как рекомендация. Но также можно найти сходства и с комментарием.

Следующим пользовательским каналом эмпирической базы стал Nix. За основу эмпирического материала мы взяли контент, публикуемый с сентября 2023 по май 2024 года. За этот период на канале пользователя сохранено и доступно 26 видеороликов. Мы проанализировали каждый третий ролик за этот период, чтобы через время проанализировать жанровые характеристики.

В анализируемых видеороликах пользователь снимал такие видеоигры, как Sekiro: Shadows Die twice и Dota 2. Средняя длительность сохраненных трансляций 7 часов, поэтому мы также просматривали их эпизодически. У данного пользователя на аккаунте есть серия роликов по игре Sekiro: Shadows Die twice. Автор практически не разговаривает. На самом видео мы наблюдаем маленькое окошко с изображением автора, на основном экране мы видим процесс игры. Таким образом, пользователь демонстрирует нам прохождение, никак не комментируя происходящее. Но так как на экране фиксируются все детали происходящего в видеоигре, то зрители, которые смотрят эту трансляцию, без комментариев понимают, что происходит. Таким образом, здесь мы видим признаки такого информационного жанра, как прямое включение. Зрители в режиме реального времени могут следить за изменениями и процессом прохождения игры. В сохранённых видеороликах трансляции об игре Dota 2, мы видим, как автор показывает процесс игры двух команд, сражающихся между собой в режиме online. В данной игре ведётся счёт и статистика, поэтому побеждает только одна команда. В роликах по

данной игре автор активно комментирует происходящее, обсуждает приёмы, которые используют команды. Таким образом, пользователь, являясь членом одной из команд, комментирует матч, подобно спортивному мероприятию. Не зря киберспортивные дисциплины признали официальным видом спорта. Поэтому на канале этого пользователя явно прослеживаются признаки такого жанра, как спортивный репортаж.

Далее был проанализирован пользовательский канал orkrod. За основу эмпирического материала мы взяли контент, публикуемый с сентября 2023 по май 2024 года. За этот период на канале пользователя сохранен 51 видеоролик. Мы проанализировали каждый пятый ролик, сохраненный на аккаунте автора за этот период, чтобы через время проанализировать жанровые характеристики у данного пользователя.

В анализируемых видеороликах пользователь задействовал такие видеоигры, как Hearthstone, World of Warcraft, Buckshot With Friends, Hades II, Stellar Blade, 7 Days to Die, HELLDIVERS 2, Content Warning, Factorio, Scrap Mechanic. Средняя длительность сохраненных трансляций 5 часов, поэтому мы просматривали видеоконтент на данном канале эпизодически. Во время прямых трансляций на канале пользователя, не всегда сама игра является основным объектом. Автор часто подключает других пользователей к возможности голосового сопровождения видео. Эти пользователи задают автору вопросы, например, «есть ли у него цель в жизни?». Автор развёрнуто отвечает на поставленные вопросы и рассуждает на заданные темы. Данный контент имеет много общего с жанром интервью. Также можно отметить, что в начале некоторых роликов, когда идёт трансляция по многопользовательской игре, автор подключает туда своих знакомых пользователей. Перед началом игры они все вместе общаются, обсуждают какую-либо тему, чаще всего, касающуюся игры, которая будет транслироваться на стриме. Конечно, не в чистом виде, но мы можем наблюдать здесь признаки ток-шоу. Чаще всего пользователь и его компания шутят и преподносят контент в юмористической форме. Объектом для шуток

чаще всего выступает игра, другие пользователи или сам автор. Здесь мы видим прямые признаки такого художественно-публицистического жанра, как шутка, а также сатирический комментарий.

Последним пользовательским каналом, который мы проанализировали на стриминговой площадке Twitch, стал канал Wprotvbanke. За основу эмпирического материала мы взяли контент, публикуемый с сентября 2023 по май 2024 года. За этот период на канале пользователя вышло 45 видеороликов. Мы проанализировали каждый пятый ролик за этот период, чтобы через время проанализировать жанровые характеристики.

В анализируемых нами видеороликах, пользователь снимал такие видеоигры, как Red Dead Redemption 2, Rauniot, World of Warcraft, Grand Theft Auto V. Средняя длительность сохраненных трансляций 5 часов, поэтому мы также просматривали их эпизодически. Мы видим, что автор часто комментирует происходящее в процессе игры. Причём от конкретной видеоигры это не зависит. Намеренно автор не подключает каких-либо пользователей к процессу съемки трансляции. Если другие пользователи и появляются, то это другие игроки с микрофоном, которые обращаются к пользователю внутри игры, просят помочь или задают какой-либо вопрос по игре. При этом, автор не говорит на отстраненные от игры темы, а походу обсуждает все происходящее на экране. И так как запись велась в режиме реального времени, мы можем наблюдать здесь признаки прямого включения. Также мы обратили внимание, что пользователь, находясь в процессе игры, зачастую погружается в неё настолько, что не отвлекается на реальность и разговаривает со зрителем так, будто он сам на самом деле находится в этой игре и в этом виртуальном мире. То есть он транслирует ту действительность, которая актуальна для внутриигрового мира. Говорит о проблемах этой виртуальной реальности, о её событиях, об историях вымышленных персонажей. Таким образом, здесь мы можем наблюдать характеристики такого художественно-публицистического жанра, как легенда. Как и у многих

других пользователей, мы видим большую долю юмористического контента. Так что здесь мы тоже выделим признак шутки и сатирического комментария.

Закончим наш анализ площадкой Telegram. Мы проанализировали жанровые характеристики на 5 пользовательских каналах: Vanilla Impact, Лига Легенд от Зака, Арс про видеоигры, Шиза Флетчера и Никита Бурбон – всё об играх. Данные каналы имеют разное количество подписчиков и разную тематическую направленность. Также важным критерием при отборе эмпирического материала послужило разнообразие контента.

Первый пользовательский канал на площадке Telegram, с которого началось исследование, – Vanilla Impact. За основу эмпирического материала мы взяли контент, публикуемый с сентября 2023 по май 2024 года. Мы учли, что большая часть контента на данной площадке – текстовая, а поэтому частота публикации может быть намного выше, чем на, проанализированных нами ранее, площадках. За этот период на канале пользователя вышло более 1000 публикаций. Мы проанализировали каждую пятидесятую публикацию за этот период, чтобы через время проанализировать жанровые характеристики.

В анализируемых публикациях, пользователь пишет о такой видеоигре, как Genshin Impact, отсылка на эту игру есть также в названии пользовательского канала. Абсолютное большинство публикаций на канале сопровождаются изображениями, артами и скриншотами по игре. На канале достаточно много публикаций о выходе новых персонажей и других обновлениях в игре, которые значительно меняют процесс для игроков. Здесь мы видим признак заметки. Также мы видим ряд публикаций о предстоящем выходе новой локации «Натлан», со временем раскрывается все больше подробностей об обновлении, поэтому мы можем наблюдать признаки такого аналитического жанра, как мониторинг. Также выкладывается информация о внутриигровых персонажах, их характеристиках, умениях, особенностях. Приводится сравнение с другими персонажами. Поэтому здесь также присутствует признак обзора. Достаточно цикличными являются публикации о сборках персонажей для повышения их эффективности, подборки оружия

для улучшения показателя урона. Поэтому на канале присутствуют характеристики такого жанра, как рекомендация. Не реже раза в неделю, выходят публикации о стороннем сервисе для пополнения внутриигровой валюты. Рассказывается о его преимуществах и дается положительная оценка. Мы можем заметить здесь характеристики аналитического пресс-релиза, который также подразумевает продвижение определённой организации с акцентом на потребности в ней аудитории.

Далее мы проанализировали пользовательский канал «Лига Легенд» от Зака. За основу эмпирического материала мы взяли контент, публикуемый с сентября 2023 по май 2024 года. За этот период на канале пользователя вышло более 2200 публикаций. Мы проанализировали каждую пятидесятую публикацию автора за этот период, чтобы через время проанализировать жанровые характеристики у данного пользователя.

В анализируемых нами публикациях, пользователь рассказывает о такой видеоигре, как League of Legends, в названии канала также присутствует отсылка на данную игру. Почти все публикации на канале пользователя состоят из изображений, не сопровождающихся каким-либо текстом. В абсолютном большинстве, на этих изображениях, так называемые, мемы. Эти мемы созданы по ситуациям из игры League of Legends. В этих мемах мы видим кратко и шуточно описанные ситуации из игры. Таким образом, видим ярко выраженные признаки шутки и анекдота. Также в них автор высказывает свое мнение об игровых ситуациях и свое отношение к ним. Поэтому здесь также присутствуют признаки сатирического комментария. Так как в этой игре одновременно участвуют 10 игроков, в конце каждой «катки» формируется статистика по результатам каждого пользователя. На канале автора присутствуют скриншоты этих статистик, в которых наглядно показывается рейтинг игроков. Поэтому здесь мы видим яркий признак такого аналитического жанра, как рейтинг. Присутствуют публикации с информацией об обновлениях, где автор рассказывает своим подписчикам, что изменится в игре в ближайшее время. Тут мы видим характеристику заметки.

Как и у предыдущего пользователя, мы наблюдаем публикации с рассказом о стороннем сервисе, его преимуществах и пользе для игроков. Также оставляется активная ссылка, чтобы любой человек мог сразу перейти по ней. Автор также заявляет, что сам использует этот сервис, поэтому здесь мы наблюдаем признаки аналитического пресс релиза.

Следующим пользовательским каналом, который проанализировали стал Арс про видеоигры. За основу эмпирического материала мы взяли контент, публикуемый с сентября 2023 по май 2024 года. За этот период на канале пользователя вышло 46 публикаций. Мы проанализировали каждую третью публикацию, чтобы через время проанализировать жанровые характеристики.

В анализируемых публикациях, пользователь пишет про большое количество видеоигр. Перечислять их все здесь мы не стали, так как в некоторых публикациях упоминается от одной до тридцати различных игр. Например, автор пишет про серию видеоигр, которые, как он заявляет, являются одними из его любимых. В такого вида публикациях он рассказывает об описании геймплея, музыкальном оформлении и визуале, описывает преимущество данных видеоигр, их особенности и уникальность. Здесь мы можем наблюдать характеристики обзора. Также автор выделяет моменты, за которые игру можно похвалить и поругать. Эта характеристика сопоставляется нами с жанром рецензия. Пользователь составил собственную систему оценок, и в конце каждой публикации определяет игру в А, В или S класс. Также подводит итог о количестве часов, которые он потратил на прохождение игры, что сопоставимо с мониторингом. Последним пунктом публикации является строчка «в коллекцию», где пользователь ставит отметку «оставил» или «не оставил», таким образом потенциально влияя на мнение своих подписчиков. Этот пункт несет в себе характеристику такого жанра, как рекомендация. Также имеются публикации в которых автор рассказывает об играх, которые он проходил в текущем месяце, например, в феврале. По сути он резюмирует некий факт действительности, произошедший в его жизни,

таким образом, здесь мы можем увидеть признаки жанра заметка. Есть публикация, в которой пользователь подводит итоги 2023 года и составляет свой собственный рейтинг игр, которые он прошел за этот год. Здесь мы можем видеть прямую связь с жанром рейтинг. Ещё одной публикацией, где прослеживается этот жанр является составление «Топ-30» игр, по мнению автора.

Далее мы проанализировали пользовательский канал Шиза Флетчера. За основу эмпирического материала мы взяли контент, публикуемый с сентября 2023 по май 2024 года. За этот период на канале пользователя вышло порядка 1000 публикаций. Мы проанализировали каждую пятидесятую публикацию автора за этот период, чтобы через время проанализировать жанровые характеристики у данного пользователя.

В анализируемых нами публикациях, пользователь рассказывает о такой видеоигре, как GTA 5 RP. Большинство проанализированных нами публикаций на канале пользователя являются короткими записями о новостях игры. Например, добавление в игру нового автомобиля, изменение скорости некоторых автомобилей, изменения в управлении. Таким образом, мы можем сделать вывод, что большинство публикаций пользователя имеют признаки новостной заметки, и являются основным жанром канала. Также, среди коротких высказываний автора, например, его реакции на игровую лотерею, мы видим достаточно эмоциональный контекст. Здесь мы можем заметить признаки реплики. Присутствуют и публикации, в которых пользователь высказывает свое мнение о том или ином процессе игры, делая акцент на его преимуществе или недостатке. В таких публикациях мы видим признаки комментария. Помимо текстовых публикаций, присутствуют также публикации в голосовом формате, где пользователь обращается к своим подписчикам и сообщает им какую-либо новость или высказывает свое мнение об игре. В данном случае, автор является единственным объектом, поэтому здесь мы видим характеристики выступления.

Последним пользовательским каналом, который мы проанализировали на площадке Telegram, стал канал Никита Бурбон – всё об играх. За основу эмпирического материала мы взяли контент, публикуемый с сентября 2023 по май 2024 года. За этот период на канале пользователя вышло 63 публикации. Мы проанализировали каждую третью публикацию за этот период, чтобы через время проанализировать жанровые характеристики.

В анализируемых публикациях пользователь ссылается на достаточно большое количество видеоигр, поэтому сюда мы их выносить не стали. На канале автора присутствуют публикации, где он рассказывает про мобильную игру и пишет инструкцию по установке конкретной игры и порядок действий, которые необходимо предпринять, чтобы играть в неё вместе со своими друзьями. Здесь мы наблюдаем признак рекомендации или совета. Также присутствуют публикации о каких-либо событиях, например, юбилейный год с выхода игры GTA V или новость о выходе трейлера по игре. Таким образом, мы видим признаки новостной заметки. Помимо этого, есть публикации, где автор составляет собственный «Топ-10» по играм, которые он распределяет по местам. К каждой игре он оставляет ссылку, по которой пользователи могут с ней знакомиться. Здесь наблюдаются характеристики такого жанра, как рейтинг. Пользователь также ведёт рубрику, где рассказывает своим подписчикам о, так называемых, «багах» (ошибках в программе или в системе, приводящих к неожиданному поведению программы и, как следствие, выдаче некорректного результата) в игре. Он информирует, как об их появлении, так и устранении. Так как для онлайн видеоигр подобное явление не редкость, у автора собрался целый цикл публикаций на эту тему. Здесь мы можем видеть признаки такого жанра как мониторинг.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что в пользовательском контенте о видеоиграх присутствует большое количество жанровых характеристик, которые перекликаются с, общепринятыми исследователями, жанрами. Зачастую, мы наблюдаем их не в чистом виде, но необходимо понимать, что пользователи интернет-площадок, как правило, не

руководствуются никакими правилами написания или съемки своего контента, а иногда и сознательно нарушают эти жанровые рамки. У пользователей естественным образом выходит создавать контент, так или иначе, сопоставимый с известными нам жанрами. Таким образом, жанры пользовательского контента трансформируются и, зачастую, представляют собой смесь жанров или даже новые их виды, которые, на данный момент, в классическую жанровую систему не занесены. Сюда можно отнести мемы, челленджи, гайды и летсплеи. Мы можем сделать вывод, что в проанализированных нами роликах на площадке YouTube, присутствуют характеристики таких информационных жанров, как заметка или хроникальная заметка, а также событийный и познавательно-тематический репортаж. Среди аналитических жанров на площадке YouTube мы выделили характеристики таких жанров, как беседа, корреспонденция, рекомендация и совет. Среди художественно-публицистических жанров, нами были выделены признаки таких, как сатирический комментарий и шутка. Помимо этого, был выделен такой жанр, как челлендж, определённый исследователем И. А. Текутьевой. На основании анализа пользовательского контента о видеоиграх на стриминговой площадке Twitch, мы можем сделать вывод о том, что там присутствуют характеристики таких информационных жанров, как новостная заметка, интервью, выступление, прямое включение, спортивный репортаж. Среди аналитических, на площадке были выявлены признаки таких жанров, как обзор, рекомендация, ток-шоу. Также были выявлены характеристики таких художественно-публицистических жанров, как шутка, сатирический комментарий и легенда. Помимо этого, был выделен такой жанр, как гайд, определённый исследователем А. И. Текутьевой. Проанализировав пользовательский контент о видеоиграх на площадке Telegram, мы можем сделать вывод, что там присутствуют характеристики таких информационных жанров, как заметка и выступление. Среди аналитических, мы выделили признаки таких жанров, как мониторинг, обзор, рекомендация, совет, аналитический пресс-релиз, комментарий, рейтинг, рецензия и реплика. Среди

художественно-публицистических были выявлены признаки таких жанров как, шутка, анекдот и сатирический комментарий. На основании вышеизложенного, мы можем сделать вывод, что на площадке YouTube чаще всего пользовательский контент о видеоиграх публикуется в информационных жанрах. На площадке Twitch, среди пользовательского контента о видеоиграх, также преобладают информационные жанры. А на площадке Telegram, большая часть пользовательского контента о видеоиграх публикуется в аналитических жанрах.

2.2. Классификация жанров и форматов пользовательского контента о видеоиграх

В данном параграфе научно-исследовательской работы будет представлена классификация пользовательских каналов при помощи метода типологизации. Целью данного раздела является выявление типологических характеристик пользовательского контента о видеоиграх и классификация жанров, присущих данному типу контента. Эмпирическая база состоит из пятнадцати пользовательских каналов на трёх площадках, которые мы анализировали в пункте 2.1 данной исследовательской работы.

Площадки, на которых будет проводиться типологический анализ: YouTube, Twitch и Telegram.

Пользовательские каналы, которые будут проанализированы по типологическим характеристикам: на площадке YouTube – Kuplinov Play, Симбочка Пимпочка, ХОМА - ГТА 5 РП, Fenya и Panik2D, на площадке Twitch – AxeSay7, k_i_r_a, Nix, orkpod и Wprotvbanke, на площадке Telegram – Vanilla Impact, Лига Легенд от Зака, Арс про видеоигры, Шиза Флетчера и Никита Бурбон – всё об играх.

Каждый канал будем анализировать по следующим критериям. Типоформирующие признаки: пользователь (кто создает и публикует данный контент), цель (для чего создается и публикуется данный контент), аудитория

(для кого создается и публикуется данный контент). Содержательные характеристики: рубрики или разделы канала, жанры, в которых публикуется контент. Измеримые параметры: формат (длительность, тип контента, режим передачи контента и наличие рекламных блоков), периодичность, тираж. В нашем случае, тираж будет измеряться в количестве подписчиков.

Первый пользовательский канал о видеоиграх, который будем анализировать, – канал пользователя Kuplinov Play. Начнем типологический анализ с типифицирующих признаков.

Пользователь. Дмитрий Куплинов – российский ютубер, создатель и владелец пользовательского канала. Свою деятельность начал в 2012 году.

Цель. Несмотря на то, что контент на данном канале снимается о прохождении различных видеоигр и, казалось бы, имеет практическую ценность для аудитории, помогает сориентироваться в многообразии всевозможных видеоигр, основной целью ведения канала, со слов автора, является развлечение аудитории. То есть контент изначально подразумевает развлекательную функцию.

Аудитория. Так как канал не зафиксирован на какой-то конкретной видеоигре, а демонстрирует их большое количество, то целевой аудиторией являются геймеры в целом.

Далее рассмотрим содержательные характеристики.

Рубрики и разделы. На канале присутствует 468 разделов (плейлистов). Перечислять их все, мы не будем. Каждый раздел посвящен прохождению конкретной игры и включает в себя от 3 до 58 видео. Среди рубрик выявлена только одна – прохождение.

Жанры. Среди жанров, представленных на канале мы смогли выделить: информационную заметку, познавательно-тематический репортаж и сатирический комментарий.

Далее рассмотрим измеримые параметры.

Формат. Форматные особенности данного канала заключаются в том, что весь представленный контент публикуется в виде видеороликов, средняя

длительность которых от 40 до 120 минут. Режим передачи – заранее записанный видеоролик. Рекламный блок на канале присутствует.

Периодичность. В среднем за месяц на канале публикуется от 20 до 25 роликов, а в неделю от 4 до 5.

Тираж. На май 2024 года на канале насчитывается 16,6 миллионов подписчиков. С декабря 2012 года все видеоролики пользователя набрали более 7 миллиардов просмотров.

Следующий пользовательский канал о видеоиграх, который мы будем анализировать – канал пользователя Симбочка Пимпочка. Начнем типологический анализ с типоформирующих признаков.

Пользователь. Артем – казахстанский ютубер, создатель и владелец пользовательского канала, который обрел популярность благодаря видео с котом Симбой. Свою деятельность начал в 2020 году.

Цель. Основная цель канала развлекательная, так как на большая часть контента направлена именно на развлечение аудитории. Но так как на канале присутствуют не только игры других создателей, но и игры, созданные самим автором контента, то также можно проследить вторичную цель – реклама.

Аудитория. Так как аватаром канала является анимированный кот Симбочка, а сами игры не являются центральным объектом видео, а лишь инструментом для съемки, то мы можем сделать вывод, что аудитория канала не геймеры. В основном это заинтересованная в персонаже аудитория. Так как видео сделаны в виде некоего мультфильма, мы предполагаем, что большая часть аудитории – детская.

Далее рассмотрим содержательные характеристики.

Рубрики и разделы. На канале присутствует 22 раздела (плейлиста). Среди которых «Ответы на вопросы», «Музыка», «Игры Симбочки», «Анимации». Каждый раздел включает в себя от 2 до 73 видео.

Жанры. Среди жанров, представленных на канале мы смогли выделить: заметка, беседа и сатирический комментарий.

Далее мы рассмотрим измеримые параметры.

Формат. Форматные особенности данного канала заключаются в том, что весь представленный контент публикуется в виде видеороликов, средняя длительность которых 15 минут. Режим передачи – заранее записанный видеоролик. Рекламный блок на канале присутствует.

Периодичность. В среднем за месяц на канале публикуется 2-3 ролика, а в год от 25 до 30.

Тираж. На май 2024 года на канале насчитывается 13,3 миллионов подписчиков. С апреля 2020 года все видеоролики пользователя набрали почти 6 миллиардов просмотров.

Далее проанализируем пользовательский канал о видеоиграх, под названием ХОМА - ГТА 5 РП. Начнем типологический анализ с типифицирующих признаков.

Пользователь. Илья Хоменко – российский ютубер, создатель и владелец пользовательского канала. Свою деятельность начал в 2017 году.

Цель. Основной целью канала является развлекательная функция. Как пишет сам автор в описании своего канала «Ты попал на игровой, развлекательный канал по одной из самых популярных игр нашего времени - Grand Theft Auto V».

Аудитория. Основной аудиторией канала являются пользователи такой игры, как Grand Theft Auto V или же заинтересованные игрой наблюдатели.

Далее рассмотрим содержательные характеристики.

Рубрики и разделы. На канале присутствует 8 разделов (плейлистов). Некоторые разделы посвящены игре на разных серверах. Также присутствует рубрика «Гайды и настройки». Разделы включают в себя от 1 до 137 видео.

Жанры. Среди жанров, представленных на канале мы смогли выделить: корреспонденция, событийный репортаж, рекомендация (совет).

Далее мы рассмотрим измеримые параметры.

Формат. Форматные особенности данного канала заключаются в том, что весь представленный контент публикуется в виде видеороликов, средняя

длительность которых 20 минут. Режим передачи – заранее записанный видеоролик. Рекламный блок на канале отсутствует.

Периодичность. В среднем за месяц на канале публикуется 1-2 ролика.

Тираж. На май 2024 года на канале насчитывается 202 тысячи подписчиков. С июля 2017 года все видеоролики пользователя набрали более 41 миллиона просмотров.

Следующим мы проанализируем пользовательский канал о видеоиграх, под названием Fenya. Начнем типологический анализ с типифицирующих признаков.

Пользователь. Артем Харебин – российский ютубер, создатель и владелец пользовательского канала. Свою деятельность начал в 2015 году.

Цель. Основной целью канала является просвещение аудитории об играх Counter-Strike 2 и PUBG: Battlegrounds.

Аудитория. Основной аудиторией канала являются пользователи таких игр, как Counter-Strike 2 и PUBG: Battlegrounds или же заинтересованные игрой наблюдатели.

Далее рассмотрим содержательные характеристики.

Рубрики и разделы. На канале присутствует 17 разделов (плейлистов). Среди них присутствуют рубрики «Челленджи» и «Открытие кейсов». Другие разделы посвящены конкретным играм или ситуациям из них. Разделы включают в себя от 2 до 316 видео.

Жанры. Среди жанров, представленных на канале мы смогли выделить: шутка, аналитическая корреспонденция и заметка.

Далее мы рассмотрим измеримые параметры.

Формат. Форматные особенности данного канала заключаются в том, что весь представленный контент публикуется в виде видеороликов, средняя длительность которых 18 минут. Режим передачи – заранее записанный видеоролик. Рекламный блок на канале отсутствует.

Периодичность. В среднем за месяц на канале публикуется 4 ролика. То есть, 1 ролик в неделю.

Тираж. На май 2024 года на канале насчитывается 1,09 миллионов подписчиков. С сентября 2015 года все видеоролики пользователя набрали более 399 миллионов просмотров.

Далее проанализируем пользовательский канал о видеоиграх, под названием Panik2D. Начнем типологический анализ с типифицирующих признаков.

Пользователь. Николай Никольский – российский ютубер, создатель и владелец пользовательского канала. Свою деятельность начал в 2023 году.

Цель. Основной целью канала, со слов автора, является рассказ о видеоиграх для других пользователей.

Аудитория. Так как автор в своих видео задействует различные видеоигры, то основной аудиторией канала являются геймеры.

Далее рассмотрим содержательные характеристики.

Рубрики и разделы. На канале присутствует два раздела (плейлиста). Первый раздел называется «100 дней хардкора», туда автор включает все видео с играми, в которых он устанавливал себе самые сложные настройки. Следующий раздел «как я выживал?!» посвящен рассказу о том, как пользователь пытался пройти различные игры. Разделы включают в себя от 2 до 13 видео.

Жанры. Среди жанров, представленных на канале мы смогли выделить: челлендж, познавательно-тематический репортаж и хроникальная заметка.

Далее мы рассмотрим измеримые параметры.

Формат. Форматные особенности данного канала заключаются в том, что весь представленный контент публикуется в виде видеороликов, средняя длительность которых 60 минут. Режим передачи – заранее записанный видеоролик. Рекламный блок на канале отсутствует.

Периодичность. В среднем за месяц на канале публикуется от 2 до 5 роликов.

Тираж. На май 2024 года на канале насчитывается 24,3 тысячи подписчиков. С апреля 2023 года все видеоролики пользователя набрали более 3 миллионов просмотров.

Далее проанализируем пользовательский канал о видеоиграх AxeSay7 на площадке Twitch. Начнем типологический анализ с типифицирующих признаков.

Пользователь. Виктор – российский стример и ютубер, создатель и владелец пользовательского канала. Площадка не позволяет отследить, когда пользователь начал вести свою деятельность.

Цель. Основной целью канала является разбор таких игр как Wuthering Waves и Genshin Impact.

Аудитория. Основной аудиторией канала являются пользователи таких игр, как Wuthering Waves и Genshin Impact.

Далее рассмотрим содержательные характеристики.

Рубрики и разделы. Разделы на канале отсутствуют, мы видим, что все видео находятся в одном блоке. Среди рубрик мы выделили: перевод игры с английского на русский и рассказ об обновлениях игр.

Жанры. Среди жанров, представленных на канале, выделены: новостная заметка, обзор, рекомендация и гайд.

Далее мы рассмотрим измеримые параметры.

Формат. Форматные особенности данного канала заключаются в том, что весь представленный контент публикуется в виде видеороликов, сохраненных с прямых трансляций. То есть у пользователей есть возможность просматривать видео как в режиме реального времени, так и пересматривать запись с конкретного стрима. Средняя продолжительность таких видео 5 часов. Самая долгая трансляция длилась 12,5 часов. Режим передачи – онлайн (стрим) и сохраненные записи стримов. Рекламный блок на канале присутствует.

Периодичность. В среднем в неделю на канале выходит шесть трансляций.

Тираж. На май 2024 года на канале насчитывается 70 тысяч подписчиков.

Следующим мы проанализируем пользовательский канал о видеоиграх k_i_r_a. Начнем типологический анализ с типформирующих признаков.

Пользователь. Кира Воронова – российский стример, создатель и владелец пользовательского канала. Площадка не позволяет отследить, когда пользователь начал вести свою деятельность.

Цель. Основной целью канала является развлекательная функция. Несмотря на то, что почти все видеотрансляции посвящены видеоиграм, пользователь не делает на них большого акцента.

Аудитория. Основной аудиторией канала являются геймеры, в частности пользователи игры Heartstone, а также заинтересованные наблюдатели.

Далее рассмотрим содержательные характеристики.

Рубрики и разделы. На канале присутствует два раздела. В первом находятся все сохраненные видео. Другой раздел посвящен недавним ярким моментам. Рубрик на данном канале мы не выявили.

Жанры. Среди жанров, представленных на канале мы смогли выделить: интервью, выступление, рекомендация, комментарий.

Далее мы рассмотрим измеримые параметры.

Формат. Форматные особенности данного канала заключаются в том, что весь представленный контент публикуется в виде видеороликов, сохраненных с прямых трансляций. То есть у пользователей есть возможность просматривать видео как в режиме реального времени, так и пересматривать запись с конкретного стрима. Средняя продолжительность таких видео 6 часов. Самая долгая трансляция длилась 8 часов. Режим передачи – онлайн (стрим) и сохраненные записи стримов. Рекламный блок на канале отсутствует.

Периодичность. В среднем в неделю на канале выходит 6 трансляций.

Тираж. На май 2024 года на канале насчитывается 83,4 тысячи подписчиков.

Далее мы проанализируем пользовательский канал о видеоиграх Nix. Начнем типологический анализ с типоформирующих признаков.

Пользователь. Александр Левин – российский стример, создатель и владелец пользовательского канала. Площадка не позволяет отследить, когда пользователь начал вести свою деятельность.

Цель. Основной целью канала является демонстрация прохождения различных видеоигр.

Аудитория. Основной аудиторией канала являются геймеры, в частности пользователи игры Dota 2, а также заинтересованные наблюдатели.

Далее рассмотрим содержательные характеристики.

Рубрики и разделы. На канале присутствует два раздела. В первом находятся все сохраненные видео. Другой раздел посвящен недавним ярким моментам. Среди рубрик на данном канале мы выявили прохождение одиночных игр и многопользовательские игры.

Жанры. Среди жанров, представленных на канале мы смогли выделить: прямое включение, спортивный репортаж.

Далее мы рассмотрим измеримые параметры.

Формат. Форматные особенности данного канала заключаются в том, что весь представленный контент публикуется в виде видеороликов, сохраненных с прямых трансляций. То есть у пользователей есть возможность просматривать видео как в режиме реального времени, так и пересматривать запись с конкретного стрима. Средняя продолжительность таких видео от 4 до 7 часов. Режим передачи – онлайн (стрим) и сохраненные записи стримов. Рекламный блок на канале присутствует.

Периодичность. В среднем в месяц на канале выходит 7-12 трансляций.

Тираж. На май 2024 года на канале насчитывается 775,5 тысяч подписчиков.

Следующим мы проанализируем пользовательский канал о видеоиграх orkprod. Начнем типологический анализ с типоформирующих признаков.

Пользователь. Аркадий – российский стример, создатель и владелец пользовательского канала. Площадка не позволяет отследить, когда пользователь начал вести свою деятельность.

Цель. Основной целью канала является демонстрация прохождения различных видеоигр.

Аудитория. Основной аудиторией канала являются геймеры, так как все материалы канала посвящены разным видеоиграм.

Далее рассмотрим содержательные характеристики.

Рубрики и разделы. На канале присутствует два раздела. В первом находятся все сохраненные видео. Другой раздел посвящен недавним ярким моментам. Среди рубрик на данном канале мы выявили нарезки игровых ситуаций.

Жанры. Среди жанров, представленных на канале мы смогли выделить: интервью, ток-шоу, шутка, сатирический комментарий.

Далее мы рассмотрим измеримые параметры.

Формат. Форматные особенности данного канала заключаются в том, что весь представленный контент публикуется в виде видеороликов, сохраненных с прямых трансляций. То есть у пользователей есть возможность просматривать видео как в режиме реального времени, так и пересматривать запись с конкретного стрима. Средняя продолжительность таких видео от 3 до 6 часов. Режим передачи – онлайн (стрим) и сохраненные записи стримов. Рекламный блок на канале отсутствует.

Периодичность. В среднем в неделю на канале выходит 6-9 трансляций.

Тираж. На май 2024 года на канале насчитывается 253,8 тысячи подписчиков.

Завершив типологический анализ на площадке Twitch пользовательским каналом Wprotvbanke. Начнем типологический анализ с типоформирующих признаков.

Пользователь. Эдгар Мекш – российский стример, переехавший из Латвии, создатель и владелец пользовательского канала. Площадка не позволяет отследить, когда пользователь начал вести свою деятельность.

Цель. Основной целью канала является демонстрация прохождения различных видеоигр.

Аудитория. Основной аудиторией канала являются геймеры, так как все материалы канала посвящены разным видеоиграм.

Далее рассмотрим содержательные характеристики.

Рубрики и разделы. На канале присутствует три раздела. В первом находятся все сохраненные видео. Другой раздел посвящен недавним ярким моментам. Третий раздел посвящен личной жизни автора. Среди рубрик на данном канале мы выявили прохождение видеоигр и общение.

Жанры. Среди жанров, представленных на канале мы смогли выделить: прямое включение, легенда, шутка, сатирический комментарий.

Далее мы рассмотрим измеримые параметры.

Формат. Форматные особенности данного канала заключаются в том, что весь представленный контент публикуется в виде видеороликов, сохраненных с прямых трансляций. То есть у пользователей есть возможность просматривать видео как в режиме реального времени, так и пересматривать запись с конкретного стрима. Средняя продолжительность таких видео от 4 до 6 часов. Режим передачи – онлайн (стрим) и сохраненные записи стримов. Рекламный блок на канале отсутствует.

Периодичность. В среднем в неделю на канале выходит 6-7 трансляций.

Тираж. На май 2024 года на канале насчитывается 42,7 тысячи подписчиков.

Первый пользовательский канал о видеоиграх, который мы будем анализировать на площадке Telegram – канал пользователя Vanilla Impact. Начнем типологический анализ с типифицирующих признаков.

Пользователь. Нам не удалось узнать имя пользователя, который на просторах Интернета называет себя Vanilla Impact, но знаем, что это российский блогер, создатель и владелец пользовательского канала.

Цель. Основная цель пользовательского канала – информирование игроков Genshin Impact, так как там выходит множество постов с потенциально полезной информацией.

Аудитория. Аудитория пользовательского канала – игроки Genshin Impact.

Далее рассмотрим содержательные характеристики.

Рубрики и разделы. Особенность площадки не подразумевает наличие каких-либо разделов. Среди рубрик нам удалось выявить такие, как релизы, обзор персонажей, новости игры, подсчет игровой валюты, которую игроки смогут получить за предстоящее обновление, промокоды и коллаборации.

Жанры. Среди жанров, представленных на канале мы смогли выделить: заметка, мониторинг, обзор, рекомендация, аналитический пресс-релиз.

Далее мы рассмотрим измеримые параметры.

Формат. Форматные особенности данного канала заключаются в том, что весь представленный контент публикуется в текстовом виде, зачастую с добавлением какого-либо изображения, реже – видео. Режим передачи – пользователи моментально видят публикуемый контент. Рекламный блок присутствует.

Периодичность. В среднем за месяц на канале выходит более 100 публикаций.

Тираж. На май 2024 года на канале насчитывается 522 тысячи подписчиков.

Следующий пользовательский канал о видеоиграх, который мы будем анализировать на площадке Telegram – канал пользователя Лига Легенд от Зака. Начнем типологический анализ с типформирующих признаков.

Пользователь. Нам не удалось узнать имя пользователя, который на просторах Интернета называет себя Лига Легенд от Зака, но знаем, что это российский блогер, создатель и владелец пользовательского канала.

Цель. Основная цель пользовательского канала – создание и публикация мемов по игре League of Legends. А также информирование пользователей о новостях и статистике по игре.

Аудитория. Аудитория пользовательского канала – игроки League of Legends.

Далее рассмотрим содержательные характеристики.

Рубрики и разделы. Особенность площадки не подразумевает наличие каких-либо разделов. Среди рубрик нам удалось выявить такие, как мемы и арты.

Жанры. Среди жанров, представленных на канале мы смогли выделить: шутка, анекдот, сатирический комментарий, рейтинг, заметка, аналитический пресс-релиз.

Далее мы рассмотрим измеримые параметры.

Формат. Форматные особенности данного канала заключаются в том, что почти весь представленный контент публикуется в виде изображений, с наложенным на них текстом. Режим передачи – пользователи моментально видят публикуемый контент. Рекламный блок отсутствует.

Периодичность. В среднем за месяц на канале выходит около 250 публикаций. В день выходит до 10 публикаций.

Тираж. На май 2024 года на канале насчитывается 2 221 подписчик.

Далее мы проанализируем пользовательский канал о видеоиграх от автора Арс про видеоигры. Начнем типологический анализ с типифицирующих признаков.

Пользователь. Нам не удалось узнать имя пользователя, который на просторах Интернета называет себя Арс про видеоигры, но знаем, что это российский блогер, создатель и владелец пользовательского канала.

Цель. Основная цель пользовательского канала – создание обзоров о видеоиграх, с добавлением собственной оценки.

Аудитория. Аудитория пользовательского канала геймеры, так как весь контент на канале посвящен различным видеоиграм, что отображается в названии самого канала.

Далее рассмотрим содержательные характеристики.

Рубрики и разделы. Особенность площадки не подразумевает наличие каких-либо разделов. Среди рубрик нам удалось выявить такие, как обзор и оценка пройденных игр, пройденные игры за месяц/год, рейтинги и подборки.

Жанры. Среди жанров, представленных на канале мы смогли выделить: обзор, рецензия, мониторинг, рекомендация, заметка, рейтинг.

Далее мы рассмотрим измеримые параметры.

Формат. Форматные особенности данного канала заключаются в том, что почти весь представленный контент публикуется в текстовом формате, с добавлением изображений или ссылок. Режим передачи – пользователи моментально видят публикуемый контент. Рекламный блок присутствует.

Периодичность. В среднем за месяц на канале выходит около 5 публикаций.

Тираж. На май 2024 года на канале насчитывается 194 подписчика.

Следующий пользовательский канал о видеоиграх, который мы будем анализировать на площадке Telegram – канал пользователя Шиза Флетчера. Начнем типологический анализ с типифицирующих признаков.

Пользователь. Влад – блогер, создатель и владелец пользовательского канала.

Цель. Основная цель пользовательского канала – информирование игроков GTA 5 RP о новостях по видеоигре.

Аудитория. Аудитория пользовательского канала – игроки GTA 5 RP, так как весь контент на канале посвящен этой игре.

Далее рассмотрим содержательные характеристики.

Рубрики и разделы. Особенность площадки не подразумевает наличие каких-либо разделов. Среди рубрик нам удалось выявить такие, как анонсы, новости, реакции и рекомендации.

Жанры. Среди жанров, представленных на канале мы смогли выделить: новостная заметка, реплика, комментариев, выступление.

Далее мы рассмотрим измеримые параметры.

Формат. Форматные особенности данного канала заключаются в том, что почти весь представленный контент публикуется в текстовом формате, с добавлением изображений или ссылок. Режим передачи – пользователи моментально видят публикуемый контент. Рекламный блок отсутствует.

Периодичность. В среднем за месяц на канале выходит около 100 публикаций.

Тираж. На май 2024 года на канале насчитывается 23 936 подписчика.

Последний пользовательский канал о видеоиграх, который мы будем анализировать на площадке Telegram – канал пользователя Никита Бурбон – всё об играх. Начнем типологический анализ с типифицирующих признаков.

Пользователь. Никита – белорусский блогер, создатель и владелец пользовательского канала.

Цель. Основная цель пользовательского канала – информирование подписчиков о новостях по различным видеоиграм и составление подборок.

Аудитория. Аудитория пользовательского канала геймеры.

Далее рассмотрим содержательные характеристики.

Рубрики и разделы. Особенность площадки не подразумевает наличие каких-либо разделов. Среди рубрик нам удалось выявить такие, как новости, анонсы, подборки, инструкции и обзоры.

Жанры. Среди жанров, представленных на канале мы смогли выделить: рекомендация (совет), новостная заметка, рейтинг, мониторинг.

Далее мы рассмотрим измеримые параметры.

Формат. Форматные особенности данного канала заключаются в том, что почти весь представленный контент публикуется в текстовом формате, с

добавлением изображений, видео и ссылок. Режим передачи – пользователи моментально видят публикуемый контент. Рекламный блок отсутствует.

Периодичность. В среднем за месяц на канале выходит около 7 публикаций.

Тираж. На май 2024 года на канале насчитывается 5 861 подписчик.

В данном параграфе мы провели анализ жанров и форматов пользовательского контента о видеоиграх. Таким образом, мы смогли проанализировать типологические характеристики пользовательских каналов о видеоиграх. Систематизировать представления о пользователе, цели и аудитории каналов, а также определить разделы и рубрики, жанры, форматные особенности, периодичность и тираж. Мы сделали вывод, что пользователи, публикующие контент в своих блогах в данном сегменте используют такие информационные жанры, как: обычная, новостная, информационная и хроникальная заметка, интервью, познавательно-тематический и событийный репортаж, выступление, прямое включение, спортивный репортаж. Среди аналитических жанров, такие, как: корреспонденция, рецензия, беседа, комментарий, реплика, мониторинг, рейтинг, обзор, рекомендация или совет, аналитический пресс-релиз, ток-шоу. Среди художественно-публицистических жанров, такие, как сатирический комментарий, шутка, легенда, анекдот. Также были выявлены жанры челлендж и гайд, определенные А. И. Текутьевой. Также мы смогли выделить форматные особенности на каждой площадке. Так, на площадке YouTube в пользовательском контенте о видеоиграх присутствует только такой тип контента, как видео, чаще всего длительностью до одного часа. Все ролики записаны и смонтированы заранее. Рекламный блок присутствует не на всех каналах. На площадке Twitch мы также наблюдаем тип видеотрансляции, их особенность в том, что большая часть подписчиков смотрит их в прямом эфире, но также есть возможность просмотреть видео после окончания трансляции, если автор решит сохранить стрим в своем профиле. Длительность трансляций варьируется от одного до тринадцати часов.

Рекламные блоки также присутствуют не на всех каналах. На площадке Telegram форматная особенность пользовательского контента в том, что пользователи выкладывают публикации, в основном, в текстовом формате, зачастую, с добавлением изображений и ссылок, реже – видео. Пользователи могут ознакомиться с контентом сразу же после публикации. Рекламные блоки также присутствуют не на всех пользовательских каналах данной площадки. Таким образом, мы видим, что на площадках YouTube и Twitch выкладывается исключительно такой тип контента, как видео. В то время как на площадке Telegram пользователи используют типы: текст, изображение, ссылки, видео. На площадках YouTube и Telegram есть возможность заранее создать контент, отредактировать его при необходимости, в то время как на площадке Twitch идет прямой эфир, и скорректировать или спрогнозировать происходящее – сложнее. Также мы можем сравнить длительность видеоконтента на площадках YouTube и Twitch. Так, в первом случае видеоролики могут быть непродолжительными – до одного часа, тогда как на стриминговой площадке видеотрансляции в среднем идут 5 часов. Рекламные блоки присутствуют на всех площадках, но не у всех пользователей. Данный критерий больше присущ пользователям с большим количеством подписчиков. Стоит также сказать, что форматы в пользовательском контенте трансформируются и приобретают особые формы, например, формат прямой трансляции у пользователей отличается большой длительностью, что больше подходит под термин «стрим». Также фотоматериалы сделаны не в реальной жизни, а в игровом мире, посредством скриншотов. В данном пункте работы мы смогли выделить группы жанров, присущие каждому отдельному каналу, а также классифицировать их по площадкам. А также были сформированы представления об особенностях форматных характеристик на каждой из трёх, рассмотренных нами, площадок.

Заключение

Предметом анализа научной исследовательской работы выступили жанры и форматы пользовательского контента о видеоиграх. На основании данной работы мы можем сделать вывод, что пользовательский контент является неотъемлемой частью интернет-среды и оказывает значительное влияние на ее развитие и функционирование. Пользовательский контент полезен как для маркетинга и продвижения различных компаний, так и для развития своего личного блога, страницы в социальной сети, канала с подкастами или научно-популярного блога.

Проанализировав научные представления о жанрах и форматах, мы можем сделать вывод, что средства массовой информации организуют информационный поток, которые оптимизирует процесс серийного выпуска контента на определенной платформе для конечного потребителя.

Проанализировав жанры, которые используются авторами при создании пользовательского контента, важно отметить, что в пользовательском контенте о видеоиграх присутствует большое количество жанровых маркеров, которые имеют смежную характеристику с жанрами журналистики. Зачастую, они не присутствуют в пользовательском контенте «в чистом» виде. Это связано с тем, что пользователи интернет-площадок, как правило, не руководствуются никакими правилами написания или видеосъемки контента, а иногда и сознательно нарушают эти жанровые рамки. Тем не менее у пользователей естественным образом получается создавать контент, так или иначе, сопоставимый с известными нам жанрами. Таким образом, жанры пользовательского контента трансформируются и достаточно часто представляют собой синтез жанров или новые жанры, которые используются только при создании пользовательского контента. Сюда можно отнести мемы, челленджи, гайды и летсплеи.

В проанализированных нами роликах на площадке YouTube присутствуют характеристики таких информационных жанров, как заметка

или хроникальная заметка, а также событийный и познавательно-тематический репортаж. Среди аналитических жанров на площадке YouTube мы выделили характеристики таких жанров, как беседа, корреспонденция, рекомендация и совет. Среди художественно-публицистических жанров нами были выделены признаки таких жанров, как сатирический комментарий и шутка. Помимо этого, был выделен такой жанр, как челлендж, определённый исследователем И. А. Текутьевой.

На основании анализа пользовательского контента о видеоиграх на стриминговой площадке Twitch, мы можем сделать вывод о том, что там присутствуют характеристики таких информационных жанров, как новостная заметка, интервью, выступление, прямое включение, спортивный репортаж. Среди аналитических на площадке были выявлены признаки таких жанров, как обзор, рекомендация, ток-шоу. Также были выявлены характеристики таких художественно-публицистических жанров, как шутка, сатирический комментарий и легенда. Помимо этого, был выделен такой жанр, как гайд, определённый исследователем А. И. Текутьевой.

Проанализировав пользовательский контент о видеоиграх на площадке Telegram, мы можем сделать вывод, что на нем присутствуют характеристики таких информационных жанров, как заметка и выступление. Среди аналитических мы выделили признаки таких жанров, как мониторинг, обзор, рекомендация, совет, аналитический пресс-релиз, комментарий, рейтинг, рецензия и реплика. Среди художественно-публицистических были выявлены признаки таких жанров как, шутка, анекдот и сатирический комментарий.

На площадке YouTube чаще всего пользовательский контент о видеоиграх публикуется в информационных жанрах. На площадке Twitch среди пользовательского контента о видеоиграх, также преобладают информационные жанры. А на площадке Telegram большая часть пользовательского контента о видеоиграх публикуется в аналитических жанрах.

Выполнив типологический анализ и классификацию жанров и форматов пользовательского контента о видеоиграх, мы смогли систематизировать представления о пользователе, цели и аудитории каналов, а также определить разделы и рубрики, жанры, форматные особенности, периодичность и тираж. Мы сделали вывод, что пользователи, публикующие контент в своих блогах в данном сегменте, используют такие информационные жанры, как новостная, информационная и хроникальная заметка, интервью, познавательно-тематический и событийный репортаж, выступление, прямое включение, спортивный репортаж. Среди аналитических жанров такие, как корреспонденция, рецензия, беседа, комментарий, реплика, мониторинг, рейтинг, обзор, рекомендация или совет, аналитический пресс-релиз, ток-шоу. Среди художественно-публицистических жанров – такие, как сатирический комментарий, шутка, легенда, анекдот; также были выявлены жанры челлендж и гайд, определенные А. И. Текутьевой.

В ходе исследования были выявлены форматные особенности на каждой площадке. Так, на площадке YouTube в пользовательском контенте о видеоиграх присутствует только такой тип контента, как видео, чаще всего длительностью до одного часа. Все ролики записаны и смонтированы заранее. Рекламный блок присутствует не на всех каналах. На площадке Twitch мы также наблюдаем тип видеотрансляции, их особенность в том, что большая часть подписчиков смотрит их в прямом эфире, но также есть возможность просмотреть видео после окончания трансляции, если автор решит сохранить стрим в своем профиле. Длительность трансляций варьируется от одного до тринадцати часов. Рекламные блоки также присутствуют не на всех каналах. На площадке Telegram форматная особенность пользовательского контента в том, что пользователи выкладывают публикации в основном в текстовом формате, зачастую с добавлением изображений и ссылок, реже – видео. Пользователи могут ознакомиться с контентом сразу же после публикации. Рекламные блоки также присутствуют не на всех пользовательских каналах данной площадки. Таким образом, можно заключить, что на площадках

YouTube и Twitch выкладывается исключительно такой тип контента, как видео. В то время как на площадке Telegram пользователи применяют следующие типы контента: текст, изображение, ссылки, видео. На площадках YouTube и Telegram есть возможность заранее создать контент, отредактировать его при необходимости, в то время как на площадке Twitch используется прямой эфир, и скорректировать или спрогнозировать происходящее – сложнее. Также в процессе исследования была возможность сравнить длительность видеоконтента на площадках YouTube и Twitch. Так, в первом случае видеоролики могут быть непродолжительными – до одного часа, тогда как на стриминговой площадке видеотрансляции в среднем идут пять часов. Рекламные блоки присутствуют на всех площадках, но не у всех пользователей. Данный критерий больше присущ пользователям с большим количеством подписчиков. Стоит также сказать, что форматы в пользовательском контенте трансформируются и приобретают особые формы, например, формат прямой трансляции у пользователей отличается продолжительным хронометражом, что больше подходит под термин «стрим». Также фотоматериалы сделаны не в реальной жизни, а в игровом мире, посредством скриншотов. Таким образом, можно отметить, как площадка влияет на качественную характеристику пользовательского контента.

В данном пункте работы были выделены группы жанров, присущие каждому каналу эмпирической базы, и классифицированы по площадкам; также были систематизированы представления об особенностях форматных характеристик на каждой из рассмотренных в работе площадок.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Беляева Е. В. Характеристика пользовательского и журналистского контента // Молодой ученый. 2022. № 23 (418). С. 587-591.
2. Васильев Н. А. Основные противоречия цифровой трансформации // Гуманитарий Юга России. 2023. №5. С. 17-24.
3. Выровцева Е. В. Медиаобраз преподавателя журналистики: особенности восприятия / Е. В. Выровцева, А. Н. Гришанина, Д. В. Петросян // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. №1 (43). С. 141-149.
4. Гапанович А. В. Пользовательский контент: сущность и правовой режим // Хозяйство и право. 2021. № 4(531). С. 33-41.
5. Горохов В. М. Закономерности публицистического творчества // М.: Мысль, 1975. 190 с.
6. Горохов В. М. Методы журналистского творчества // Вестн. МГУ. Сер. Журналистика, 1973. №1. 151 с.
7. Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе: учеб. пособие для вузов // М.: РИП-холдинг. 2007. 364 с.
8. Дружинин А. М. Цифровизация медиапроизводства: адаптация, целеполагание, аксиологические аспекты / А. М. Дружинин, Ф. Н. Гуров // Гуманитарный вестник. 2022. №2 (94). С. 1-12.
9. Захарова М. В. Пользовательский контент как инструмент формирования лояльности к бренду в цифровой среде // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. №4 (42). С. 29-34.
10. Зиновьева Н. А. Игровые стримы и летсплеи: перспективы социологического анализа // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. 2020. №4. С. 460-474.
11. История медиакритики в России: очерки и материалы: монография / под редакцией В. В. Прозорова // Саратов: СГУ, 2019. 352 с.
12. Ким М. Н. Технология жанра // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2005. №1. С. 156-166.

13. Коданина А. Л. «Игровая» журналистика как массово-коммуникационный феномен / А. Л. Коданина, А. О. Стурова // Ученые записки НовГУ. 2020. №6 (31). С. 1-5.
14. Колесниченко А. В. Практическая журналистика // М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. 177 с.
15. Коноплев Д. Э. UGC против интернет-СМИ: конкурентные стратегии пользовательского контента // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. №3 (41). С. 112-116.
16. Коханова Л. А. Специфика пользовательского контента студентов / Л. А. Коханова, С. Б. Головкин, Т. С. Алексеева, М. И. Губанова, Ю. Е. Черешникова // Социология. 2022. №3. С. 92-98.
17. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста. СПб. 2000. Гл. 5.
18. Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестн. Московского университета, 2010. 320 с.
19. Лащук О. Р. Термин «Формат» в массовой коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. №6. С. 36-40.
20. Лекторский В. А. Принципы воспроизведения объекта в знании // Вопросы философии. 1967. №4. С. 49.
21. Морозова А. А. Проблемы соответствия публикаций социальной сети ВКонтакте критериям качественного контента (на примере «пантеона авторов») / А. А. Морозова, С. Н. Попова // Челябинский гуманитарий. 2020. №3 (52). С. 112-119.
22. Петраш Е. В. Пользовательский онлайн-контент как фактор конкурентоспособности туристской дестинации // Финансовые рынки и банки. 2022. №12. С. 115-120.
23. Распопова С. С. О понятии «Жанр» в теории журналистики // Вестник ЧелГУ. 2012. №6 (260). С. 114-117.

24. Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста // М.: Академ. Проект, 2007. 528 с.
25. Смирнов В. А. Уровни знания и этапы процесса познания // Проблемы логики научного познания. М., 1964. С. 23-52.
26. Социальная практика и журналистский текст / под ред. Я. Н. Засурского, Е. Н. Пронина // М.: Изд-во МГУ, 1990. 173 с.
27. Стоп игра?! Проблемы российского онлайн-гейминга [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. Аналитический обзор от 20.07.2022. - Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/stop-igra-problemy-rossiiskogo-onlain-geiminga> (дата обращения: 26.10.2022).
28. Сурикова Т. И. Смысловое поле понятия «Формат» в массовой коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. №6. С. 25-29.
29. Текутьева И. А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга // Медиасреда. 2016. № 11. С. 107-112.
30. Тертычный А. А. О соотношении понятий «Концепция», «Тип», «Профиль», «Формат» издания // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. №6. С. 8-13.
31. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учебное пособие / А. А. Тертычный // Москва: Аспект Пресс, 2014. 350 с.
32. Томашевский Б. В. Теория литературы. Поэтика // М., 1931. 238 с.
33. Тюрина Е. В. К вопросу о жанрах и форматах в журналистике // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2022. № 1(159). С. 157-158.
34. Харланова Ю. В. Использование социальных сетей как платформы для журналистской деятельности // Цифровизация коммуникативно-культурной памяти: роль журналистики как социального института: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В 2-х ч. Ч. 1. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. С. 139-142.

35. Шевченко Д. А. Влияние механизмов цифровой коммуникации: UGC, EWOM, UX на персонализацию потребительского выбора высшего образования в социальных сетях: кейс кафедры РГСУ // Практический маркетинг. 2023. №6. С. 42-49.
36. Яблоновская Н. В. Подкаст как формат передачи научно-популярной информации (на примере телеграм-канала "Голый землекоп") / Н. В. Яблоновская, М. П. Бондаренко // МедиаВектор. 2022. № 4. С. 131-135.
37. Johnson M. R. Twitch, Fish, Pokémon and Plumbers: Game live streaming by nonhuman actors. *Convergence* / M. R. Johnson, N. J. Jackson. 28(2), 431–450.
38. Li-Chen Cheng. User-Defined SWOT analysis – A change mining perspective on user-generated content/ L. Cheng, K. Chen, M. Lee, K. Li. *Information Processing & Management*, 2021. №58 (5)
39. Nga Ho-Dac. The value of online user generated content in product development// *Journal of Business Research*, 2020. С.136-146
40. Park E. What Are the Salient and Memorable Green-Restaurant Attributes? Capturing Customer Perceptions From User-Generated Content / E. Park, J. Kwon, B. Chae, S. Kim. *SAGE Open*, 11(3)
41. Wang X. Popularising Vlogging in China: Bilibili's Institutional Promotion of Vlogging Culture. *Global Media and China*, 7(4), 441-462.