

Язовская Ольга Валерьевна**Yazovskaya Olga Valeryevna**

кандидат культурологии, доцент кафедры истории философии, философской антропологии, эстетики и теории культуры Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, старший преподаватель кафедры восточных и романо-германских языков факультета Евразии и Востока Челябинского государственного университета

PhD in Cultural Studies, Associate Professor, History of Philosophy, Philosophical Anthropology, Aesthetics and Theory of Culture Department, Ural Federal University, Senior Lecturer, Department of Oriental and Romance-Germanic Languages, Faculty of Eurasia and East, Chelyabinsk State University

Кузьмин Дмитрий Олегович**Kuzmin Dmitry Olegovich**

соискатель кафедры истории философии, философской антропологии, эстетики и теории культуры Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина

PhD student, History of Philosophy, Philosophical Anthropology, Aesthetics and Theory of Culture Department, Ural Federal University

НОВЫЕ ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ (НА ПРИМЕРЕ ФРЕЙМ-АНАЛИЗА СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ АНИМЕ-ФЕСТИВАЛЕЙ) [1]

NEW FORMS OF SOCIAL INTERACTION IN MASS CULTURE: FRAME ANALYSIS OF CONTEMPORARY ANIME FESTS IN RUSSIA [1]

Аннотация:

В статье представлено исследование новых форм социального взаимодействия, появившихся в конце XX – начале XXI в. под влиянием виртуальной реальности, на примере фестивалей современной японской массовой культуры в России (аниме-фестивалей). В качестве введения в тему прослеживается история развития феномена аниме-фестивалей и представленных в рамках их проведения публичных сессий видеоигр, отмечается значимость данных явлений для современной российской молодежи и констатируется их текущее состояние. Посредством теории фреймов и концепта вовлеченности Ирвинга Гофмана проводится анализ аниме-фестивалей на примере фестивалей в Екатеринбурге («АзияБриз», «Чибифест») как сложных комплексных событий, для которых определяются типы фреймов, входящих в их состав, в том числе фрейм театра для характеристики косплей-шоу и фрейм выставки, описывающий публичные сессии видеоигр танцевального типа.

Ключевые слова:

массовая культура, японская культура, фрейм-анализ, вовлеченность, Ирвинг Гофман, аниме-фестиваль, Россия, современность.

Summary:

The study presents an inquiry into the new forms of social interaction that had emerged in the late 20th – early 21st century under the influence of virtual reality, demonstrated by the festivals of contemporary Japanese culture (anime fests) hosted in Russia. History and evolution of the anime fest phenomenon and public videogame sessions included in it, as well as its significance for contemporary Russian youth, serve as an introduction into the topic. Utilizing Erving Goffman's frame theory and the concept of involvement, anime fests hosted in Yekaterinburg (AsiaBreeze, ChibiFest) are analyzed, showing them as complex events with multitudes of frames operating within them, including a theater frame for characterizing a cosplay show and an exhibition frame describing public sessions of dance-type video games.

Keywords:

popular culture, Japanese culture, frame analysis, involvement, Erving Goffman, anime festival, Russia, modernity.

Современная массовая культура развивается на стыке виртуального и реального и благодаря этому образует новые формы социального взаимодействия. В рамках теории фреймов И. Гофман выделяет самые разные формы такого взаимодействия, которые могут быть применены для интерпретации коллективных форм массовой культуры. В общем виде он различает первичные системы фреймов, или схемы интерпретаций событий, как природные, т. е. зависящие от естественных природных или же физических факторов, и социальные, происходящие по воле человека и обладающие определенной целью. Природные первичные фреймы основываются на законах природы, а социальные первичные фреймы формируются правилами общества с поправкой на природные фреймы. Из первичных фреймов ситуации могут переключаться в более сложные формы фреймов и все дальше отдаляться от восприятия реального мира. Такими переключателями, которые по своей форме также являются либо элементами фреймов, либо видами сложных фреймов, выступают: выдумка, состязание, церемониал, техническая переналадка и пересадка

[2, с. 109]. Более того, есть достаточно сильные по характеру вовлеченности типы фреймов, которое могут подменять реальность и создавать свою систему первичных фреймов. Примером таких фреймов выступают спорт и театр. «Именно театр и спорт сильнее всего могут увлечь зрителей и породить собственную область бытия. Границы, налагаемые на эту деятельность, придают ей неповторимое очарование. История этих границ – это история того, как игра обретает новую жизнь. Свою историю имеют и настройки, и первичные системы фреймов», – отмечает И. Гофман [3]. Названия прочих фреймов будут зависеть от основной оболочки, т. е. основного явного действия в фрейме. Так, мы можем вести речь о фреймах магазина, урока, похода в кино и т. д.

Все вышеперечисленные фреймы определяют характер поведения человека в рамках той или иной ситуации, но не показывают степень его включенности в событие, которая будет располагаться на шкале от поверхностного участия до полного погружения. В этой связи интерес представляет концепт вовлеченности. В отдельном эссе «Удовольствие в играх» И. Гофман предлагает по-новому взглянуть на взаимодействие зрителя с продуктом массовой культуры – настольной игрой – и использует для этого понятие вовлеченности [4]. На наш взгляд, употребление данного концепта может быть расширено и применено к другим жанрам массовой культуры, что позволит выйти за рамки теорий общества потребления [5]. В проведенном ранее исследовании нам удалось установить, что именно вовлеченность служит условием формирования удовольствия, которое изначально не заложено в культурный продукт, а появляется в процессе взаимодействия зрителя и продукта массовой культуры [6]. В этом ключе значимым представляется анализ как новых фреймов, так и степеней вовлеченности в них применительно к актуальным феноменам массовой культуры. И самым ярким примером здесь могут служить фестивали современной японской массовой культуры, или же аниме-фестивали, которые последние 15 лет в большом количестве проводятся в нашей стране.

Данные фестивали являются частью субкультуры отаку, или субкультуры фанатов аниме и манги [7, р. 379]. Исторически субкультура отаку сложилась в Японии после Второй мировой войны и, согласно Е.Л. Катасоновой, в своем развитии прошла несколько этапов: начиная от первого поколения 1950–60-х гг. с его увлечением киножанром токусацу или спецэффектами, далее к поколению 1960–70-х гг., ориентированному на японскую научную фантастику, затем к третьему поколению 1970–80-х гг., превратившему свое увлечение в некую параллельную игровую реальность, и в заключение к четвертому поколению начала 1990-х гг. с его эстетикой кавайи [8, с. 268–269]. В рамках второго поколения отаку в середине 1970-х гг. проявляются первые прообразы современных аниме-фестивалей в виде ярмарок любительской манги, где часть участников переодевалась в костюмы любимых персонажей и участвовала в косплее (от англ. *costume play*) – костюмированном дефиле. Е.Л. Катасонова выделяет следующие предпосылки этого явления: субкультура рокабири, или же любители рок-н-ролла с их экстравагантными костюмами и прическами, ролевое движение, в особенности фанаты фильма «Шоу ужасов Рокки Хоррора» (реж. Дж. Шармен, мировая премьера 14.08.1975), а также фестивали любителей научной фантастики в США, где проводились маскарады и костюмированные выступления [9].

В результате научно-фантастические фестивали дополняются косплей-шоу и дефиле, а с 1990-х гг. косплей становится самостоятельным направлением, популярным во многих странах мира. К примеру, американский исследователь Роланд Келтс отмечает не только рост спроса на саму продукцию японской массовой культуры в виде манги и аниме в США, но и возрастающий интерес к субкультуре отаку, значимой частью которой и являются аниме-фестивали, где каждый из участников выступает уже не только как потребитель культурного продукта, но и как автор своего комикса или же постановки в образе любимого героя (косплей). «Если для фанатов аниме и манги есть эквивалент рок-концерта, это аниме-выставка, или комикс-конвент», – пишет Р. Келтс [10, р. 145].

В несколько ином ключе шло развитие субкультуры отаку в России. К нам данная субкультура пришла позднее – в 1990-е гг. Согласно исследованию Ю.Д. Михайловой, ею увлекались молодые люди из интеллигентных семей, имеющие доступ в Интернет и обладающие знанием иностранных языков. По мере развития интернета росло и число поклонников, что в конечном итоге в начале 2000-х гг. позволило появиться целому аниме-движению. Ю.Д. Михайлова отмечает, что «в середине 1990-х гг. аниме и манга стали психологической отдушиной; способом идентификации молодежи из малообеспеченных интеллигентных семей, которая чувствовала отвращение к новым капиталистическим отношениям и ассоциирующейся с ней криминальной средой» [11, с. 153]. Постепенно отаку в России стали объединяться в аниме-клубы и проводить встречи любителей аниме и манги. Первым осенью 1996 г. открылся московский клуб «Р.Ан.Ма», в дальнейшем клубы стали открывать и в других городах. Так, в Екатеринбурге аниме-клуб «Хакую» появился в 1998 г. Согласно Ю.Д. Михайловой, формой работы клубов было проведение встреч: анимки в виде квартирных посиделок за просмотром нового аниме с небольшим числом

участников, тусовки как более крупные встречи с возможностью обмена и покупки кассет и дисков, а также демонстрацией косплея, аниме-фестивали на площадках различных домов культуры, получившие свое распространение с 2000-х гг.

Современный масштаб развития аниме-движения в России можно проследить по данным сайта тематических объявлений «Anime conventions», где приводятся анонсы мероприятий аниме-тематики по всей стране за последние годы. Так, согласно данным этого сайта, в 2017 г. было проведено 148 мероприятий, посвященных японской массовой культуре, в 2018 г. – 162, а в 2019 г. запланировано 151 мероприятие в России. Представленные мероприятия отличаются по своему масштабу: от локальных встреч, вечеринок до региональных и общероссийских фестивалей. География мероприятий также довольно обширна: большая часть городов-миллионников хотя бы один раз в год проводит крупное мероприятие, посвященное современной японской культуре. В 2017 г. мероприятия заявили 55 городов, в 2018 г. – 51 город, в 2019 г. – 57 городов [12].

Рассмотрим составляющие современного российского аниме-фестиваля на примере фестивалей, которые организует аниме-клуб «Хакурю» в Екатеринбурге. Фестивали последние несколько лет проводятся по одному и тому же формату дважды в год и идут в течение одного дня. Основываясь на данных сайта фестиваля и его архивной части, где представлены программы зимних и летних однодневных фестивалей «ЧибиФест» и «АзияБриз», мы можем определить для них набор фреймов. Системообразующим фреймом служит фрейм театра, поскольку основной упор всех фестивалей сделан на косплей-шоу, которое состоит из нескольких блоков выступлений, где среди прочего представлены парное и одиночное дефиле, командное дефиле, театрализованные постановки, вокальные и танцевальные выступления [13]. Каждый формат выступления организован по-разному, но общим остается взаимодействие зрителя и выступающего, поэтому мы можем обозначить данную часть фестиваля единым фреймом. Безусловно, данный фрейм вовлекает максимальное число зрителей и участников и вызывает наибольший интерес, что хорошо прослеживается по отзывам о проведенных фестивалях в группе «АзияБриз» в социальной сети «ВКонтакте» [14].

С точки зрения вовлеченности здесь можно говорить о вовлеченности как зрителя, так и участника. И если для зрителя вовлеченность будет двигаться по шкале от низкой заинтересованности до пристального наблюдения за происходящим на сцене, то для участника вовлеченность будет располагаться на шкале от незначительного участия в процессе выступления как помощника до полного погружения в образ своего персонажа. Далее мы можем выделить ряд других фреймов, например фрейм ярмарки и кафе, где четко прослеживаются роли продавца и покупателя; учебный фрейм мастер-классов и лекций, где реализуются роли учителя и ученика; отдельным фреймом выступает фрейм примерной, где участники занимаются подготовкой к выступлениям, здесь проявляются роли участника, помощника и волонтера.

Более сложным для анализа представляется фрейм стендов, предлагающих различного рода интерактивное участие в среде того или иного сюжета массовой культуры (например, стенд по киновселенной «Звездные войны»), где могут реализовываться роли учителя и ученика или же автора и жюри, если на стенде проводится обучение или конкурс творческих работ соответственно. В рамках фрейма стендов также проводятся соревнования по видеоиграм. Данный процесс представляет наибольший интерес с точки зрения описания фрейма, ролей внутри него и установления характера вовлеченности его участников.

Видеоигры в процессе своего технологического развития изначально восходили к механическим игровым автоматам и выступали как публичное событие. Бум игровых автоматов пришелся на 1980-е гг. Т. Донован описывает эти события в США следующим образом: «Ажиотаж вокруг видеоигр вспыхивал и разгорался в каждом уголке американской жизни. Ненасытная жажда публики к электронным играм преобразила ландшафт розничной торговли. Залы игровых автоматов возникли в каждом торговом центре и на каждой главной улице» [15, с. 113]. Публичная составляющая сформировала определенную культуру игры или же фрейм, схожий с фреймом театра, когда у игрового автомата собирались зрители: кто-то подбадривал игрока, получая удовольствие от наблюдения за искусно выполняемыми маневрами и действиями, кто-то просто ждал своей очереди, надеясь, что стоящий у автомата допустит ошибку и проиграет. Сейчас подобные сцены можно наблюдать, например, как на тематических конвентах, посвященных непосредственно настольным или видеоиграм, так и на фестивалях различных субкультур, в том числе и аниме-фестивалях.

Публичное событие всегда подразумевает наличие публики, это основной фактор, обуславливающий социальность события. Чтобы изучить видеоигры как публичные явления и проанализировать процессы взаимодействия, происходящие в них, исследователи Тайваньского университета Линь Холин и Сунь Чунцай предложили перевести фокус внимания с игроков как центральных элементов события публичной видеоигры на зрителей и рассмотреть их с позиций фрейм-

анализа Ирвинга Гофмана. Они представили анализ публичного события игры на игровых автоматах «Dance Dance Revolution», «Guitar Freaks», «Drum Mania» и «Rock Fever» и проследили особенности взаимоотношений, поведения и коммуникации игроков и публики на данных примерах. По их мнению, публичная игровая сессия может реализовываться как один из трех фреймов: это может быть фрейм выставки (showroom), фрейм спортзала (gymnasium), фрейм клуба (clubroom), каждый из которых включает свои модели поведения и формы взаимодействия [16, р. 130]. Фрейм выставки подразумевает преимущественно невербальную коммуникацию, внимание публики направлено на игрока: в этот момент, как правило, нет взаимодействия между игроком и зрителями, общение между зрителями также не приветствуется, поскольку может нарушить концентрацию игрока. Фрейм спортзала начинает воспроизводиться, когда вокруг игровых автоматов создается очередь. Игроки, ожидающие своей очереди, как правило, невербально показывают окружающим и заинтересованным, что ожидают завершения игровой сессии. Внимание вовлеченных в этот фрейм направлено на себя: они или практикуются, или проводят время в телефоне, или развлекают себя принесенными игрушками. Фрейм клуба характеризуется свободной коммуникацией всех вовлеченных, обменом мнениями, знаниями, свободной и непринужденной дискуссией. Авторы отмечают: «Во фрейме спортзала отсутствие видимых связей вызвано концентрацией игроков на упражнениях, нежели на других участниках. Во фрейме выставки однонаправленные отношения характера “все на одного” устанавливаются между исполнителем и публикой. Напротив, фрейм клуба обнаруживает взаимодействие характера “множество со множеством”, в которое вовлечены мастера, новички, любители и профессионалы...» [17].

Таким образом, видеоигры переносятся из гостиных и спален в залы игровых автоматов, кинотеатры, бары и даже музеи [18]. Они перестают быть преимущественно частным развлечением и возвращаются в публичное пространство, получая новые формы реализации, такие как, например, LAN-вечеринки (собрания фанатов видеоигр и кастомизации компьютеров, как профессионалов, так и любителей, проходящие на территории, объединенной локальной сетью, и требующие от посетителей приходить со своими ПК; наиболее масштабные могут собирать от тысячи человек и длиться несколько дней) [19, р. 365], стенды виртуальной реальности и управляемые движениями танцевальные вечеринки.

В этой связи вернемся к нашему рабочему примеру фестиваля «АзияБриз» в Екатеринбурге. На фестивале, проходившем в августе 2019 г., как и на фестивалях прошлых лет, присутствовала отдельная секция, оборудованная консолью Xbox 360 с контроллером движений Kinect и запущенной игрой «Just Dance» (аналог «Dance Dance Revolution»), суть которой сводится к тому, что игрок повторяет за виртуальным танцором движения, а игра оценивает, насколько точно он эти движения выполнил [20]. Секция была доступна для посещения любым желающим и на протяжении всего фестиваля не пустовала сколько-нибудь значительное время. В этом случае мы можем охарактеризовать данную секцию в большей степени как фрейм выставки, поскольку игрок в процессе игры сосредоточен на выполнении заданий и вовлечен в игру, а зрители выступают наблюдающими за его успехами и могут демонстрировать различные степени вовлеченности: от сильной заинтересованности и переживаний за достижения игрока до отрешенного присутствия.

Подводя итоги, мы можем сказать, что развитие массовой культуры на стыке реального и виртуального приводит к формированию новых интерпретаций уже устоявшихся форм социального взаимодействия, устоявшихся фреймов. И поскольку виртуальность тяготеет к формированию альтернативной реальности, то наиболее значимыми становятся те формы фреймов, которые этому способствуют в большей степени. И. Гофман относит к подобного рода фреймам спортивный и театральный фреймы как наиболее сильные по степени вовлеченности и сложные по составу, т. е. состоящие из первичных фреймов. Массовая культура трансформирует данные фреймы в рамках новых форм социального взаимодействия.

Такого рода новые формы мы рассмотрели на примере одного из актуальных феноменов массовой культуры в России – аниме-фестиваля как сложного события, состоящего из комплекса фреймов. Во-первых, мы определили значимость данных фестивалей для российской молодежи, увлекающейся японской массовой культурой, и их количественную распространенность в последние годы. Далее, мы обратились к конкретному и наиболее типичному примеру аниме-фестиваля – фестивалю «АзияБриз» в Екатеринбурге – и выявили следующие типы фреймов: фрейм театра применительно к косплей-шоу, где достаточно сильна вовлеченность как зрителей, так и участников, фрейм ярмарки и кафе с его ролями продавца и покупателя, учебный фрейм с его ролями учителя и ученика, фрейм примерной (роли участника, помощника и волонтера), а также составной фрейм стендов, включающий в себя учебный фрейм, фрейм конкурса и фрейм выставки.

Последний тип фреймов был реализован на стенде с танцевальной видеоигрой и представлял для нас наибольший интерес, так как видеоигра как культурный феномен не предпола-

гает непосредственного присутствия публики. Но применительно к современной массовой культуре ряд исследователей констатируют возвращение видеоигр в публичное пространство в рамках таких фреймов, как фреймы спортзала, выставки и клуба (Линь Холинь и Сунь Чунцай). В случае рассматриваемого нами стенда наиболее явно был реализован именно фрейм выставки, поскольку в нем были представлены роли игрока и зрителей.

Ссылки и примечания:

1. Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант № 17-33-01080 «Проблема вовлеченности в массовую культуру: эстетическая специфика, субъективные смыслы, социальные практики».
2. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / пер. с англ. под ред. Г.С. Батыгина и Л.А. Козловой. М., 2003. 752 с.
3. Там же. С. 119.
4. Goffman E. *Encounters: Two Studies in the Sociology of Interaction*. Indianapolis, 1961. 152 p.
5. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / пер. с фр. О.А. Печенкиной. Тула, 2013. 204 с.
6. Неменко Е.П., Сухов А.А., Язовская О.В. Концепт вовлеченности в исследованиях зрительского опыта: теория и практики // Известия Уральского федерального университета. Сер. 3. Общественные науки. 2018. Т. 13, № 4 (182). С. 182–192.
7. Obraugh S., Buckley S. Otaku // *Encyclopedia of Contemporary Japanese Culture* / ed. by S. Buckley. L. ; N. Y., 2002. P. 379–380.
8. Катасонова Е.Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах: очерки современной японской массовой культуры. М., 2012. 357 с.
9. Там же. С. 146–147.
10. Kelts R. *Japanamerica: How Japanese Pop Culture Has Invaded the U.S.* N. Y., 2006. 256 p.
11. Михайлова Ю.Д. Зарождение субкультуры аниме и манги в российском обществе и образ Японии // Манга в Японии и России: субкультура отаку, история и анатомия японского комикса / ред.-сост. Ю.А. Мэрага. М. ; Екатеринбург, 2015. С. 149–173.
12. Anime conventions [Электронный ресурс]. URL: <http://anime-conventions.ru> (дата обращения: 20.11.2019).
13. Сайт фестиваля «АзияБриз» [Электронный ресурс]. URL: <https://asiabreeze.ru/гостям>; <https://asiabreeze.ru/архив-прошедших-фестивалей> (дата обращения: 03.11.2019).
14. Официальная группа фестиваля «АзияБриз» [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/animefest_ekb (дата обращения: 03.11.2019).
15. Донован Т. Играй! История видеоигр / пер. с англ. И. Воронина. М., 2014. 648 с.
16. Lin H., Sun C.-T. The Role of Onlookers in Arcade Gaming: Frame Analysis of Public Behaviours // *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 2011. Vol. 17, no. 2. P. 125–137. <https://doi.org/10.1177/1354856510397111>.
17. Ibid. P. 134.
18. Roccetti M., Marfia G., Semeraro A. Playing into the Wild: A Gesture-based Interface for Gaming in Public Spaces // *Journal of Visual Communication and Image Representation*. 2012. Vol. 23, no. 3. P. 426–440. <https://doi.org/10.1016/j.jvcir.2011.12.006>.
19. *The Routledge Companion to Video Game Studies* / ed. by M.J.P. Wolf and B. Perron. N. Y., 2014. 544 p.
20. Официальная группа фестиваля «АзияБриз»: Карта летнего фестиваля 2019 [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/animefest_ekb?w=wall-2873109_58407 (дата обращения: 03.11.2019).

References:

- Baudrillard, J & Pechenkina, OA (trans.) 2013, *Simulacra and Simulation*, Tula, 204 p., (in Russian).
- Donovan, T & Voronin, I (trans.) 2014, *Play! The History of Video Games*, Moscow, 648 p., (in Russian).
- Goffman, E 1961, *Encounters: Two Studies in the Sociology of Interaction*, Indianapolis, 152 p.
- Goffman, E, Batygin, GS & Kozlova, LA (eds, trans.) 2003, *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Moscow, 752 p., (in Russian).
- Katasonova, EL 2012, *Japanese in the Real and Virtual Worlds: Essays on Contemporary Japanese Mass Culture*, Moscow, 357 p., (in Russian).
- Kelts, R 2006, *Japanamerica: How Japanese Pop Culture Has Invaded the U.S.*, New York, 256 p.
- Lin, H & Sun, CT 2011, 'The Role of Onlookers in Arcade Gaming: Frame Analysis of Public Behaviours', *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 17, no. 2, pp. 125-137, <https://doi.org/10.1177/1354856510397111>.
- Mikhailova, YuD 2015, 'The Origin of the Subculture of Anime and Manga in Russian Society and the Image of Japan', in YuA Magera (ed., comp.), *Manga in Japan and Russia: The Otaku Subculture, History and Anatomy of the Japanese Comic Book*, Moscow, Yekaterinburg, pp. 149-173, (in Russian).
- Nemenko, EP, Sukhov, AA & Yazovskaya, OV 2018, 'The Concept of Engagement in Research on Spectator Experience: Theory and Practice', *Izvestija Uralskogo federalnogo universiteta*, vol. 13, no. 4 (182), pp. 182-192, (in Russian).
- Obraugh, S & Buckley S (ed.), 2002, 'Otaku', *Encyclopedia of Contemporary Japanese Culture*, London, New York, pp. 379-380.
- Roccetti, M, Marfia, G & Semeraro, A 2012, 'Playing into the Wild: A Gesture-based Interface for Gaming in Public Spaces', *Journal of Visual Communication and Image Representation*, vol. 23, no. 3, pp. 426-440, <https://doi.org/10.1016/j.jvcir.2011.12.006>.
- Wolf, MJP & Perron, B (eds) 2014, *The Routledge Companion to Video Game Studies*, New York, 544 p.

Редактор: Сергейчик Людмила Ивановна
Переводчик: Ездина София Александровна