

Значимость игровой индустрии для рекламы и PR

Научный руководитель – Гурнак Александра Владиславовна

Обозовская Злата Валерьевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: gorudo.me@gmail.com

Компьютерные игры в современном мире являются неотъемлемой частью жизни большого количества людей. Согласно исследованию аналитической компании DFC Intelligence количество пользователей видеоигр в 2023 году составляет почти 46% населения планеты - около 3,7 миллиардов людей [8]. Кроме того, следует понимать, что “реальная виртуальность”, о которой писал Мануэль Кастельс [4], уже стала полноценной частью нашей повседневности, поэтому нужно принять во внимание влияние индустрии интерактивных развлечений. Актуальность выбранной темы обусловлена значительным ростом потребительской аудитории и увеличением количества продуктов категории на рынке. Поэтому данная работа может быть полезна для специалистов в области продвижения и разработки компьютерных игр. К тому же важно отметить, что результаты и выводы, сделанные в ходе анализа, могут помочь различным исследовательским центрам с практической точки зрения.

По мнению Тома Виймана, аналитика NewZoo, в 2024 году ожидается значительный подъём игровой индустрии, особенно в секторе мобильных игр [9]. Такие выводы связаны со статистикой продаж видеоигр в 2023 году, когда общие доходы составили 184 миллиарда долларов [6]. Обзор конъюнктуры рынка от NewZoo позволяет сделать вывод, что в 2022 году на европейский континент приходилось 34,1 миллиарда долларов покупок, что составляет 17% от общих продаж игрового рынка [7]. Там же выдвинуто предположение, что в 2024 году общая сумма доходов составит 225,7 миллиардов долларов. Учитывая рост аудитории и прибыли от продажи игр и покупок на платформах, стоит изучить влияние рекламных кампаний на данную категорию рынка.

Способы продвижения компьютерных игр осуществляются не только посредством сети “Интернет”, но и в реальности. Модные дома нередко интегрируют новые коллекции в видеоигры, что является ярким примером взаимодействия виртуальной и реальной жизни. Например, компания Gucci провела коллаборацию с игрой Tennis Clash. Tennis Clash - реалистичный симулятор большого тенниса и одежду бренда Gucci теперь можно купить и в игре [2]. Такие интеграции характерны не только для модной индустрии, но и для продвижения кино. Финальный трейлер фильма Кристофера Нолана “Довод” впервые показывали онлайн - на виртуальном экране в игре Fortnite [3]. Fortnite не обошёл стороной и рынок детских товаров, например, в 2020 году в рейтинге самых продаваемых игрушек 4-е место заняли игрушки по мотивам Fortnite [5].

Все перечисленные факты говорят за себя: игровая индустрия уже стала полноценной частью рынка товаров и услуг, поэтому PR-специалистам и маркетологам необходимо принять во внимание скорость развития и популярность компьютерных игр. Для тех, кто связан с продвижением и рекламой, индустрия виртуальных развлечений может стать возможностью не только стать профессионалом в новой области, но и поработать с гениями нашего времени, например, такими как Хидэо Кодзима [1].

Источники и литература

- 1) Вулф Т. Кодзима - гений. История разработчика, перевернувшего индустрию видеоигр. — Бомбора, 2019. — 600 с.
- 2) Дом объединился с Tennis Clash, наиболее близкой к реальному теннису мобильной игрой, созданной Wildlife [Электронный ресурс] // Gucci. — 2019. — URL: <https://www.gucci.com/int/ru/st/stories/article/gucciTennisClash>. Дата обращения: 08.01.2024.
- 3) Елистратов В. Премьера трейлера «Довода» состоится в Fortnite [Электронный ресурс] // DTF. — 2020. — URL: <https://dtf.ru/cinema/138066-premera-trejlera-dovoda-sostoitsya-v-fortnite>. Дата обращения: 08.01.2024.
- 4) Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 609 с.
- 5) Романова Т. Продажи игрушек по мотивам видеоигр выросли почти в 3,5 раза [Электронный ресурс] // Ведомости — 2020. — URL: https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2020/09/01/838483-prodazhi-igrushek?fbclid=IwAR0ALKTuNdDUgtYWLE0o29Saa0DOEkB7V89UDYQRErPni00e1yBYI_84glY. Дата обращения: 08.01.2024.
- 6) Batchelor James GamesIndustry.biz presents... The Year In Numbers 2023 [Электронный ресурс] // GamesIndustry.biz — 2023. — URL: <https://www.gamesindustry.biz/gamesindustrybiz-presents-the-year-in-number-2023>. Дата обращения: 12.01.2024.
- 7) Global Games Market Report [Электронный ресурс] // Newzoo — 2022. — URL: https://app2top.ru/wp-content/uploads/2022/07/2022_Newzoo_Free_Global_Games_Market_Report.pdf. Дата обращения: 08.01.2024.
- 8) Global Video Game Consumer: Market Overview [Электронный ресурс] // DFC Intelligence — 2023. — URL: <https://www.dfcint.com/product/global-video-game-consumer/>. Дата обращения: 08.01.2024.
- 9) Sinclair В. New hardware, more layoffs, AI in game dev: Analyst predictions for 2024 [Электронный ресурс] // GamesIndustry.biz — 2024. — URL: <https://www.gamesindustry.biz/new-hardware-more-layoffs-ai-in-game-dev-analyst-predictions-for-2024>. Дата обращения: 12.01.2024.