

## Коммуникационная политика в индустрии видеоигр в рамках борьбы с пиратством

Научный руководитель – Говорова Ангелина Валерьевна

*Гарцева Полина Евгеньевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия  
*E-mail: gartsevape@gmail.com*

Определение пиратства звучит следующим образом: "незаконное копирование и распространение чужой аудио и видеопродукции, компьютерных программ, книг и т. п." Ежегодный урон индустрии видеоигр в результате действий пиратов оценивается в миллиарды долларов. По данным международного англоязычного издания PC Gamer за 2016 год, 90% игроков, использующих ПК (персональных компьютерах) хотя бы раз в жизни скачивали пиратскую игру. 35% игроков на ПК признают, что постоянно скачивают пиратские игры. #\_ftn1

Борьба с пиратством на законодательном уровне не всегда эффективна. Судебные блокировки сайтов несложно обойти, а во многих странах за пользование пиратским контентом не предусмотрено никаких санкций. В подобных условиях производитель видеоигр вступает с пиратством в соревнование за благосклонность потребителя и выстраивает коммуникационную политику, чтобы «убедить» пользователя отдать предпочтение лицензионному контенту (под коммуникационной политикой понимается совокупность методов продвижения товара на рынке, включающая в себя PR, рекламу, стимулирование сбыта и т.п.).

Цель данной работы - рассмотрение коммуникационной политики компаний, занимающихся разработкой, изданием и распространением видеоигр, как способа борьбы с пиратством в индустрии.

Задачи работы:

- 1). Исследовать причины пиратства в индустрии видеоигр.
- 2). Продемонстрировать, что коммуникационная политика издателя влияет на пиратство наравне с правовой культурой пользователей и высокой стоимостью игр.
- 3). Проанализировать опыт борьбы с пиратством с помощью средств коммуникационной политики разработчиков, издателей и дистрибуторов видеоигр.

В данной работе рассматриваются крупные издатели, занимающиеся AAA-проектами (т.е. с самым высоким бюджетом и уровнем продвижения на рынке видеоигр).

В подавляющем большинстве случаев пиратство в индустрии видеоигр связано со стоимостью продукта. В ходе опроса, проведенного PC Gamer, от 40 до 80% опрошенных (в зависимости от страны и дохода) признавались, что пользуются пиратским контентом, поскольку не могут позволить себе купить лицензионный #\_ftn2. Данную проблему отчасти решает грамотная система скидок, которую, например, успешно реализует сервис игровой дистрибуции Steam. По статистике, в период скидок в Steam возрастает как количество покупок игры, так и выручка издателя.

Однако неправильно было бы рассматривать современное пиратство как исключительно экономическое явление. Отношение общественности к компании, причастной к созданию видеоигры, также влияет на то, сколько копий новой игры будет куплено, а сколько приобретено нелегальным путем (22% опрошенных PC Gamer на вопрос «Считаете ли вы,

что неправильно скачивать пиратские игры?» ответили «Зависит от того, кто сделал игру»). На имидж разработчика, издателя или распространителя воздействуют различные факторы: официальные заявления, публикации в игровых СМИ, ценовая политика и даже использование DRM (программные средства, которые намеренно ограничивают либо затрудняют различные действия с данными в электронной форме (копирование, модификацию, просмотр и т. п.) либо позволяют отследить такие действия).

В наше время производитель видеоигр находится под постоянным вниманием общественности и должен быть готов к тому, что каждый его шаг, даже напрямую не связанный с рекламой или паблик рилейшнз, будет обсуждаться игровыми изданиями, сайтами и простыми пользователями, и в конечном итоге повлияет на его образ в глазах потенциального потребителя. Специфика рынка видеоигр такова, что издатели конкурируют не только между собой, но и с гигантской индустрией пиратства, в связи с чем борьба с пиратством переходит из области технологий в область коммуникации с потребителем.

#\_ftnref1 <http://www.pcgamer.com/pc-piracy-survey-results-35-percent-of-pc-gamers-pirate/>

#\_ftnref2 <http://www.pcgamer.com/pc-piracy-survey-results-35-percent-of-pc-gamers-pirate/>

#### Источники и литература

- 1) Даррен Т. Цифровое пиратство. Как пиратство меняет бизнес, общество и культуру.
- 2) Стейнберг С. VIDEOGAME MARKETING AND PR Vol. 1: Playing to Win.
- 3) Галёнкин С. Маркетинг игр.
- 4) <http://www.pcgamer.com/pc-piracy-survey-results-35-percent-of-pc-gamers-pirate/>
- 5) <http://www.cossa.ru/152/6379/href=?CODE=152&EL=6379>
- 6) <https://vc.ru/p/games-pirates>