ИГРОВЫЕ ФОРМЫ КОММУНИКАЦИИ
GAME FORMS OF COMMUNICATION

Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 1 (43). С. 53–61.
ISSN 2070-0695 (print).
Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2022;1(43):53-61. ISSN 2070-0695 (print).

Научная статья

УДК 316:004.946
doi: 10.47475/2070-0695-2022-10106

ОТОЖДЕСТВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА С ЕГО ИГРОВЫМ АВАТАРОМ В РАМКАХ ИГРОВЫХ МЕТАВСЕЛЕННЫХ. ПОВСЕДНЕВНЫЕ ПРАКТИКИ В ВИДЕОИГРАХ

Павел Евгеньевич Архипов
Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия, muboringdrama@yandex.ru, ORCID: 0000-0001-9224-7681

Аннотация: Роль видеоигр (преимущественно с мобильных платформ) в повседневной жизни современного человека увеличилась. В итоге они научились встраиваться в реальность и встраивать ее в себя. В статье мы представляем новый взгляд на тенденции развития видеоигровой индустрии, и даем прогнозы относительно возможного будущего, где видеоигры будут неразрывно связывать реальный и виртуальные миры.

Ключевые слова: видеоигры, смартфон, повседневность, интерактивность, телепрограмма.

Для цитирования: Архипов П. Е. Отождествление человека с его игровым аватаром в рамках игровых метавселенных. Повседневные практики в видеоиграх // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 1 (43). С. 53–61. doi: 10.47475/2070-0695-2022-10106

Original article

IDENTIFICATION OF A PERSON WITH HIS GAME AVATAR IN GAME METAVERSE. EVERYDAY PRACTICES IN VIDEO GAMES

Pavel E. Arkhipov
Ural Federal University, Ekaterinburg, myboringdrama@yandex.ru, ORCID: 0000-0001-9224-7681

Abstract: The role of video games (mainly from mobile platforms) in the daily life of modern person has changed and increased. The features of mobile games have made them the most popular entertainment in the world. As a result, mobile games and it's «big brothers» – AAA games from PC, Xbox, PlayStation etc. became to integrate into reality and integrate reality inside itself. Changes in the gaming industry, the popularity of games and circumstances have led to the formation of metaverses. In the article we present a new look at the trends in the development of the video game industry, and make predictions about a

© Архипов П. Е., 2022

possible video games future. We base our conclusions on Newzoo reports and analytical materials by active employees of the gaming industry. In the process of studying we find out the significance of the influence of mobile games not only on the entire gaming industry, but also on the whole world. Last but not least we focus on the social role of all video games in general. If the growth rate of the gaming industry does not slow down and the direction of development continues we can see a world where the virtual and real universes will be inextricably linked.

Key words: video games, smartphone, everyday life, interactivity, TV program.

For citation: Arkhipov PE. Identification of a person with his game avatar in game metaverse. Everyday practices in video games. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*. 2022;1(43):53-61. (In Russ.). doi: 10.47475/2070-0695-2022-10106

Введение

В том, что в настоящее время «видеоигры являются одним из самых динамично развивающихся IT-рынков в мире» [4. С. 79], не приходится сомневаться благодаря наглядной статистике. Согласно данным аналитической компании DFC Intelligence в 2020 году количество людей, играющих в видеоигры, превысило 3 миллиарда [12]. Ориентировочно это 40% населения всего мира. Но особенно примечательным нам видится даже не этот факт, а внутреннее разделение в игровой индустрии. Как отмечает все та же DFC Intelligence, почти половина игроков в качестве основной игровой платформы использует смартфоны. Сегмент игр на мобильных устройствах значительно опережает все остальные по темпам роста. Именно благодаря ему индустрии удалось обогнать даже самые смелые предположения аналитиков из Newzoo, предрекавших преодоление рубежа в 3 миллиарда игроков лишь в 2023 году [14].

Эксперты часто связывают резко возросшую популярность мобильных игр с технологическим бумом. Они отмечают, что «последнее поколение мобильных устройств имеет цветные экраны высокого разрешения, улучшенную память и другие функциональные возможности, позволяющие сделать мобильные игры более привлекательными, снизить стоимость разработки и приблизить их к играм на “традиционных” платформах» [1. С. 178]. С этим фактом трудно поспорить, но он никак не объясняет тотальное превосходство сектора мобильных игр не только над секторами игр для персональных компьютеров и консолей, но и над любыми другими явлениями из сферы развлечений в целом. Ссылаясь на исследование MY.GAMES, портал «Коммерсант» еще в 2020 году сообщал о том, что «россияне предпочитают игры на смартфонах прочим развлечениям» [7]. Спустя год можно отметить лишь то, что мобильные игры еще прочнее укрепились в своей нише. Аналогичную ситуацию мы можем наблюдать в азиатских регионах и части европейских. Пожалуй, единственным исключением из правил остается США, где первенство остается за консолями, потому что «страна ориентирована на крупные дорогие блокбастеры» [7].

Директор по стратегическому развитию MY.GAMES Илья Карпинский, в свою очередь, проводит параллели между популярностью мобильных видеоигр и экономической ситуацией в странах, акцентируя внимание на благосостоянии игроков: «Игры на консолях стоят дорого, даже при относительно невысокой цене на сами устройства. А персональный компьютер нужно постоянно менять на более мощный и дорогой, чтобы новинки от ведущих разработчиков шли нормально. Те, кто не может себе этого позволить, выбирает либо скромные игры для ПК, либо доступные приложения для планшета или смартфона» [10]. Опять же, аргумент имеет место, однако слабо сходится со статистическими показателями. Согласно свежему отчету NewZoo по глобальному рынку видеоигр, мобильные игры принесли в 2021 году 52% от общей прибыли индустрии [13]. То есть платежеспособная аудитория также склонна выбирать игры на мобильных устройствах.

В связи с указанным выше нам видится, что эксперты зачастую упускают одну важную причину популярности мобильных игр. А именно отказ от присущей играм с крупных платформ роли «способа эскапизма». Игры с мобильных платформ первые задали тренд на то, чтобы встраиваться в повседневность вместо того, чтобы отвлекать от нее игрока. В итоге тренд начал распространяться и на проекты с крупных платформ, благодаря чему многие современные видеоигры сильнее тяготеют к преображению и отражению реальности, нежели к созданию

нового уникального опыта. И именно благодаря этому они начинают проникать в различные сферы, создавать новые и заменять собой многие ежедневные привычки и ритуалы, а также корректировать ритм жизни. Особенно заметным и значимым это стало в период пандемии, ознаменовавшей самый настоящий ренессанс в истории мобильного гейминга.

Обзор работ по теме

Тема мобильных игр и их влияние на будущее игровой индустрии в целом и метавселенных в частности практически не исследована. Даже о самих мобильных играх мы можем видеть, как правило, работы по продвижению, не содержащие анализа непосредственно видеоигр. Однако даже в них иногда тема косвенно затрагивается, ведь сущность видеоигры также влияет на ее успешность. Потому хотелось бы упомянуть в этом разделе исследование Д. С. Ильянова, Т. К. Чернышева, М. А. Юревича «Источники роста экономики в XXI веке: индустрия видеоигр», а также статью А. Ю. Агеева «Особенности проектирования интеллектуальных игр для реализации на мобильных платформах».

В остальном же основным источником информации по теме могут послужить отчеты с крупнейшего аналитического портала Newzoo. Наиболее показательным сегодня является свежий Introduction to the Metaverse Report за 2021 год, однако с точки зрения статистики важен и Global Game Market. В качестве вспомогательного источника информации следует обратить внимание на материалы, в которых об игровой индустрии говорят сами представители игровой индустрии – аналитики и разработчики. Таковы подкаст РБК «Как мобильные игры захватили мир» или исследование IGN «Почему мобильные игры так популярны среди казуальных геймеров».

Цель, задачи, материал исследования, которому посвящена статья

Цель нашего исследования – пролить свет на вопросы экзистенции мобильных игр, а также оценить их влияние на игровую индустрию. А после рассмотреть то, как индустрия начинает создавать тренд на метавселенные и объединять в себе реальный и виртуальный миры. В этом контексте нам кажется важным анализировать видеоигры как одну из форм медиакоммуникации. Мы полагаем, что они обладают значительным медиакоммуникативным потенциалом. В соответствии с этим мы проводим в данной статье обзор ситуации в видеоигровой индустрии. В соответствии с заданной целью мы ставим перед собой следующие задачи:

1. Изучить наиболее популярный сегмент видеоигровой индустрии, а именно – мобильные игры;
2. Оценить их влияние на игровую индустрию в целом;
3. Показать то, как они стимулируют создание метавселенных, в которых будут объединяться не только несколько виртуальных миров, но и виртуальный мир с реальным;
4. Сделать выводы на основании полученных данных.

Материалом для исследования преимущественно послужат отчеты аналитических компаний, исследования рынка от профильных сайтов, а также комментарии людей, плотно взаимодействующих с индустрией.

Мобильные игры: причины популярности, особенности, основные механики, задаваемые тренды

А. Буренков в материале «Геймплей как образ жизни. Круглый стол о видеоиграх, современном искусстве и архитектуре» отмечает интересную особенность влияния глобальной пандемии на жизнь человечества. А именно то, что в 2020 году глобальным культурным феноменом стала выпущенная компанией Nintendo видеоигра для мобильной платформы Nintendo Switch «Animal Crossing: New Horizons». Данная игра продалась тиражом более чем в 13 миллионов копий лишь за первые пару месяцев и стала симуляцией реальности в условиях ковидных ограничений. Люди могли «проводить в игровом пространстве отпуска, свадьбы и даже показы моды, устраивать церемонии награждения и просто встречаться с близкими, то есть заниматься всем тем, чего запертое на карантине человечество оказалось лишено в реальной жизни» [2]. Именно неспешность игрового процесса, позволяющая отвлечься от него в любой момент, а также привязка игры к сезонам и времени суток позволили «достичь синхронизации с опытом самоизоляции, <…> справиться со стрессом периода пандемии в процессе превращения пустынного острова в

небольшой уютный городок» [2]. Сам автор отмечает, что неожиданная популярность видеоигры, рассчитанной в основном на детскую аудиторию, среди взрослых вызвана тем, что в ней могли быть «отработаны и сэмулированы базовые привычки человека, которых он оказался лишенным в период карантина. Медитативный геймплей игры помогал успокоиться, учил видеть маленькие чудеса в повседневности и радоваться каждому дню, пытался преобразить пользовательский опыт взаимодействия с окружающей его реальностью» [2].

Как можно заметить, побег от реальности в данном случае уступил замещению и преображению, расширению границ повседневности путем грамотного и аккуратного встраивания. Подобные игры с мобильных платформ не стремятся заменить собой жизнь, а ставят своей целью дать то, чего в ней не хватает, пусть и в суррогатном виде. К подобным проектам можно отнести такие популярные игры для смартфонов, как Arknights (головоломка, где игрок выступает в роли тактика на военных операциях), Genshin Impact (экшен в фэнтезийной вселенной) и многие другие. Они имеют высокую популярность, потому что позволяют не отвлечься от жизни, а добавить в нее новые ритуалы и придать чувство стабильности. Сделано это через простые, но эффективные механики, которые мы хотели бы кратко перечислить.

1. *Ограниченность игровой сессии*. В отличие от опыта игры на большинстве крупных платформ вроде PC, Xbox и PlayStation, где игровая сессия ограничена лишь временем самого игрока, в играх на мобильных платформах часто встречается механика «энергии», называемая «маной» или «силой» в зависимости от сеттинга. Восстанавливается она в течение реального времени, что делает игровые сессии короткими. Игрок может пройти лишь ряд стадий, из-за чего вынужден возвращаться к игре несколько раз за день, не выделяя для нее определенного времени. То есть, будет играть в промежутках между учебой или работой.

2. *Привязанность событий к сезону и времени суток.* Получить внутриигровые ресурсы, развить персонажей, забрать награды, пройти определенную ветку сюжета можно лишь в определенные промежутки реального времени. Причем актуально это и для выполнения так называемых ежедневных заданий или «дейликов», обновляющихся в определенный час и исчезающих спустя сутки. Это вынуждает игрока корректировать свой образ жизни согласно игровому расписанию. Успешное выполнение условий создает ощущение проделанной работы и приносит удовлетворение вне зависимости от приложенных усилий.

3. *Бесконечность контента вкупе с постоянным ощущением прогрессии.* Внутриигровой аватар человека способен развиваться бесконечно. Ограниченность каждой отдельной сессии позволяет растягивать опыт игрока на долгие годы, в результате чего проект наполняется контентом быстрее, чем игрок способен его исследовать. При этом часто подобные видеоигры сделаны так, чтобы создавать для них контент было легко и быстро, или это могли бы делать даже сами игроки.

4. *Сниженная степень участия самого игрока.* Во время игры в подобные видеоигры игрок не обязательно должен быть полностью сконцентрирован на процессе. Часто проекты на мобильных устройствах и портативных платформах предлагают автоматизацию большинства процессов, оставляя игроку лишь менеджмент ресурсов. Отдельные элементы игры требуют лишь однократного участия в них игрока, после чего они способны проходить в фоновом режиме. По сути, игрок выбирает направление для расходования той самой энергии, о которой упоминается в первом пункте. Вовлеченность игрока в процесс варьируется от игры к игре (например, в набирающем популярность жанре Idle RPG она сведена до минимума), при этом она значительно ниже, чем в видеоиграх на больших платформах, и может быть регулируемой.

5. *Механика лутбоксов, или сюрприз-механика.* В процессе игры человек может получать случайные награды за внесение внутриигровой или реальной валюты. Обычно процесс оформлен как миниигра или зрелищный заскриптованный ролик, подогревающий ожидание. Основными наградами являются внутриигровые персонажи или средства их кастомизации с целью достижения уникальности. При этом получаемые награды могут как напрямую влиять на игровой процесс, так и иметь исключительно косметический эффект в зависимости от конкретной видеоигры. Механика часто подвергается осуждению из-за своего сходства с азартными играми и имеет неоднозначный законный статус в отдельных странах. Однако широкое распространение в мобильных проектах не позволяет проигнорировать ее. Получение желаемого объекта или редкой

награды часто становится поводом для того, чтобы поделиться с друзьями/сообществом успешным результатом.

В итоге мы имеем видеоигры, которые протекают по большей части в фоновом режиме, чем оказываются привлекательными для многих категорий игроков. Такие игры способны приносить удовольствие и при этом не требуют нашего постоянного присутствия. Именно поэтому они имеют сегодня наибольшую популярность среди всех. Здесь можно провести параллели между данным этапом в развитии видеоигр и телевидением.

М. Мясникова в работе «Функционирование телевидения в контексте культуры повседневности» сообщает о том, что «телевидение подражает ритму повседневности» [8. С. 156]. Это коррелируется с ситуацией в подобных видеоиграх. Деятельность игрового аватара также привязана ко времени, хоть и более условно, из-за чего игрок ощущает стабильность от своевременного взаимодействия с игрой. М. Мясникова, говоря о TV, отмечает, что «люди включаются в социум не только за счет считываемого с телеэкрана опыта, но и путем замещения собственных действий и поступков существованием телевизионным, призрачным» [8. С. 158]. Также и недостаток событий в жизни компенсируется событиями в подобных видеоиграх. Игроки с нетерпением ждут определенного «ивента» и подстраивают под него свою жизнь, как под телепрограмму. Происходит это потому, что в результате коротких, но концентрированных сессий игрок постепенно приходит к достижениям, которые с учетом затраченного времени кажутся весомыми и личными.

И ровно так же, как «телевидение играет роль некоего суррогата, заменителя, компенсирующего человеку то, чего он лишен в своей собственной повседневной жизни, а именно: острых ощущений, ярких красок, неожиданностей» [8. С. 158], эту роль постепенно замещают мобильные видеоигры. Обнаруживаются и другие сходные черты во взаимодействии человека с телевидением и видеоигрой. Как правило, на своем устройстве игроки имеют несколько игр, и переключение между ними схоже с серфингом телеканалов. Игра также может быть оставлена на фоне, то есть не отвлекать от основного занятия или, наоборот, погружать в себя игрока исключительно по желанию последнего. Именно эта игровая интерактивность (куда более значительная, чем в ходе телесмотрения), а также наличие выбора вкупе с возможностью для игрока достижения виртуальных «вершин» (попадать в топы лидеров), при этом нахождения в реальной жизни, усиливает растущую популярность видеоигр.

Метавселенные: следующий этап развития игровой индустрии, объединение виртуальных и реального миро**в**

Такие тенденции начинают влиять и на видеоигры с более крупных платформ. Они начинают использовать сходные механики и не только преображать реальность, но и включать в себя элементы реального мира. При этом значимый упор, как и в большинстве мобильных проектов, сделан на социальность. Не зря эксперты отмечают, «консольные игры – конкурент большого кино, а мобильные игры работают на другом поле. Они конкурируют, например, с Facebook» [7]. В описываемых выше проектах зачастую оказывается больше общего с социальными сетями, ведь они либо включают в свой процесс общение между игроками напрямую, либо активно провоцируют его. Это также является дополнительным фактором, на основании которого видеоигры можно причислить к современным формам медиакоммуникации. Их медиакоммуникативный потенциал раскрывается и с точки зрения прямого взаимодействия людей с помощью игровых интерфейсов.

В качестве примера можно привести концерты популярных исполнителей, проходящие в Fortnite, на которые люди приходят в определенное реальное время, а в ожидании проводят несколько игровых сессий прямо внутри видеоигры. Действия «сходить на концерт любимого исполнителя» и «поиграть» не замещают и не противодействуют друг другу, а буквально сливаются в единое целое. Рассказывая о подобных событиях, игровые журналисты делают акцент на живом, импровизационном взаимодействии всех участников процесса. Так, например, был охарактеризован концерт популярного ди-джея порталом DTF: «Для этого сета Marshmello надел костюм motion capture и качал 10-миллионную Fortnite-толпу в реальном времени. Возможно, именно в этот момент игровая индустрия подобралась к метавселенной ближе, чем когда-либо» [6].

Ключевым в данном случае выступает термин «метавселенная», плотно закрепившийся в современной индустрии видеоигр. Впервые употребленный в 1992 году писателем-фантастом Нилом Стивенсоном он оформился и стал широко использоваться в значении «интернет будущего, который объединит множество устойчивых, коллективных, трехмерных виртуальных пространств в единую вселенную, тесно переплетенную с реальностью» [6].

Аналитический портал Newzoo предлагает такие критерии определения принадлежности проектов к «метавселенным»:

1) наличие новых социальных способов взаимодействия внутри игры;
2) инновации в подаче контента, технологиях и гейм-дизайне;
3) растущая популярность концепта «постоянного цифрового владения» (прим. автора: ценность виртуальных объектов приравнивается к ценности реальных);
4) слияние разных игровых миров;
5) растущая важность внутриигровой самоидентификации и кастомизации;
6) слияние цифровых и реальных миров [13].

Исходя из этих критериев, логично сделать предположение, что именно мобильные игры придали необходимый импульс для развития метавселенных. Социальные способы взаимодействия внутри игры, как и установка новых социальных связей в реальной жизни на почве общих интересов, характерны не только для мобильного гейминга. Однако идеи цифрового владения (как пример – коллекционирование игровых персонажей), коллабораций с другими игровыми мирами (в качестве примера можно привести кроссовер Rainbow Six Sidge и Arknights, для которого была написана отдельная альтернативная история) и слияния цифрового мира с реальным активно развивались именно на мобильных площадках. Реализация и развитие заложенных мобильными играми идей дополнения реальности и ложатся в основу метавселенных, плотно с реальностью взаимодействующих.

Игровой критик Алексей Макаренков, раскрывая тему метавселенных в своем видео, приводит абстрактный пример: «В прекрасном мире будущего мы будем играть в какой-нибудь Battlefield, где можно покупать режимы, скины, оружие, сделанные другими игроками. В перерыве между штурмом, баттл-роялем и мобой (прим. автора: слэнговое наименование игровых режимов) будем надевать шлемы и посещать концерты какого-нибудь Sabaton, просто кликнув на соседнюю вкладку, а узнаем мы о нем, потому что бот прямо во время матча шепнет нам об этом на ушко и также напомнит, что у нас назначена рабочая встреча прямо тут же на променаде Верданска, добавленного в игру в рамках коллаборации вселенных» [5]. Автор сразу же отмечает, что это лишь гротескное описание, однако его отдельные части уже реализованы в играх, и подобная конвергенция активно идет.

Заключение

«На фоне увлечения и больших ожиданий одних, скепсиса и недоверия других, видеоигры стремительно становятся частью нашей повседневности, частью мира и общества» [3], – пишут авторы портала «Победа», рассказывая о выставке игр. Так что процесс слияния виртуальной и объективной реальности проходит открыто, и описываемые в данной статье видеоигры – лишь один из этапов. Вероятно, в ближайшем будущем переплетение реальности и видеоигр станет настолько крепким, что и вся человеческая жизнь в значительной степени будет сведена к взаимодействию с различными интерфейсами. Такой исход событий крайне выгоден для крупных компаний из индустрии, ведь сохранение пользователей в своей системе позволяет увеличивать прибыль. Как отмечает автор с портала VC.ru, «поиск способов удержания пользователей на более долгое время является главным приоритетом для разработчиков» [11].

Не отстают от тренда к объединению всех элементов сетевой жизни в несколько общих крупных систем и ведущие IT-компании мира, как, например, Facebook, с недавних пор переименованный в Meta. Как раз это изменение сигнализирует о том, что концепт развивается и подхватывается самыми крупными деятелями, и, как заявляет глава Meta Марк Цукерберг, «компания хочет создать новые возможности для социализации, совместив реальный и виртуальные миры» [9]. Видеоигры же в данных условиях рискуют стать лишь одним из инструментов, необходимых для успешной работы метавселенных, трехмерными площадками для различных социальных взаимодействий.

Выводы и перспективы исследования

Первые попытки вроде Second Life или Roblox, имеющие лишь некоторые элементы полноценных игровых платформ вроде реально работающей экономики и т.д., показали, что аудитория воспринимает прогресс в направлении создания метавселенных благосклонно. Мобильные игры реализовали в себе несколько ключевых концептов и смогли стать самым популярным развлечением во всем мире. Также стоит отметить тенденцию на поглощение малых компаний-разработчиков крупными, что означает постепенный переход авторских прав на разные виртуальные миры в одни руки.

Таким образом, можно заключить, что для трансформации видеоигр в бесконечно обновляемые, генерирующие события интерактивные вселенные практически не осталось преград не только в техническом, но и юридическом планах. На основании полученных данных мы можем с уверенностью прогнозировать, что встраивание современных видеоигр в реальность станет лишь промежуточным звеном между устаревшим концептом видеоигр как способа эскапизма и концептом будущего, где видеоигра и реальность становятся неразрывными явлениями.

Список источников

1. Агеев А. Ю. Особенности проектирования интеллектуальных игр для реализации на мобильных платформах // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. 2008. № 52. С. 178–183.

2. Буренков А. Геймплей как образ жизни // aroundart. 2020. 29 авг. URL: http://aroundart.org/2020/08/29/burenkov-videoigry-krugly-stol/ (дата обращения: 23.09.2021).

3. Видеоигры как искусство. Цифровая выставка в «Белой галерее // Победа. 2017. 6 окт. URL: https://vpobede.ru/news/video-igry-kak-iskusstvo-cifrovaya-vystavka-v-beloy-galeree (дата обращения: 24.09.2021).

4. Ильянов Д. С. Источники роста экономики в XXI веке: индустрия видеоигр // Теоретическая и прикладная экономика. 2020. № 3. С. 78–89.

5. Макаренков А. Как игровые метавселенные захватят мир? И чуть-чуть про нейросети в играх // YouTube. 2021. URL: https://youtu.be/3WrClDWbh84 (дата обращения: 22.09.2021).

6. Метавселенные в играх и киберспорте: от Fortnite до Navination // DTF. 2020. 29 авг. URL: https://dtf.ru/gameindustry/295640-metavselennye-v-igrah-i-kibersporte-ot-fortnite-do-navination (дата обращения: 23.09.2021).

7. Морошкина А. Как мобильные игры захватили мир: подкаст РБК Тренды «Забегая вперед» // RBC. 2020. 29 авг. URL: https://trends.rbc.ru/trends/futurology/5fdb67929a79479e5227e2d2 (дата обращения: 23.09.2021).

8. Мясникова М. А. Функционирование телевидения в контексте культуры повседневности // Известия Урал. гос. ун-та, 2008. № 56. Сер 1: Проблемы образования, науки и культуры. Вып. 23. С. 151–161.

9. Объедков Е. Что такое метавселенные и как они изменят игры // App2top. 2020. 29 авг. URL: https://app2top.ru/industry/chto-takoe-metavselennye-i-kak-oni-izmenyat-igry-newzoo-188837.html (дата обращения: 23.09.2021).

10. Силко Г. Игры на смартфонах стали глобальным трендом // Коммерсантъ. 2020. 29 авг. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4389161 (дата обращения: 23.09.2021).

11. Тренды мобильных игр в 2021 году – обзор индустрии мобильных игр // VC. 2020. 15 Aug. URL: https://vc.ru/flood/273356-trendy-mobilnyh-igr-v-2021-godu-obzor-industrii-mobilnyh-igr (дата обращения: 23.09.2021).

12. Bankhurst, A. Three Billion People Worldwide Now Play Video Games, New Report Shows // IGN. 2020. 15 Aug. URL: https://www.ign.com/articles/three-billion-people-worldwide-now-play-video-games-new-report-shows (дата обращения: 23.09.2021).

13. Newzoo: Introduction to the Metaverse Report // NewZoo: [сайт]. 2020. 29 авг. URL: https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-intro-to-the-metaverse-report-2021-free-version/ (дата обращения: 23.09.2021).

14. Palumbo, A. Games Industry to Surpass 3 Billion Users and $200 Billion in Revenue by 2023 // wccftech. 2020. 25 Jun. URL: https://wccftech.com/games-industry-to-surpass-3-billion-users-and-200-billion-in-revenue-by-2023/ (дата обращения: 24.09.2021).

References

1. Ageev, A. Y. (2008). Osobennosti proektirovaniya intellektual'nyh igr dlya realizacii na mobil'nyh platformah [Features of designing intelligent games for implementation on mobile platforms]. *Nauchno-tekhnicheskij vestnik informacionnyh tekhnologij, mekhaniki i optiki* [Scientific and technical bulletin of information technologies, mechanics and optics], 52, pp. 178–183 (in Russ).

2. Burenkov, A. (2020). Gejmplej kak obraz zhizni [Gameplay as a way of life]. *aroundart,* available at: http://aroundart.org/2020/08/29/burenkov-videoigry-krugly-stol/ (accessed 23.10.2021) (in Russ).

3. Videoigry kak iskusstvo. Cifrovaya vystavka v «Beloj galeree» (2017). [Video games as art. Digital exhibition at the White Gallery]. *Pobeda*, 6 Oct, *available at:* https://vpobede.ru/news/video-igry-kak-iskusstvo-cifrovaya-vystavka-v-beloy-galeree (*accessed* 24.10.2021) (in Russ).

4. Ilyanov, D. S., Chernysheva, T. K. & Yurevich, M. A. (2020). Istochniki rosta ekonomiki v XXI veke: industriya videoigr [Sources of economic growth in the XXI century: the video game industry]. *Teoreticheskaya i prikladnaya ekonomika* [Theoretical and Applied Economics], 3, pp. 78–89 (in Russ).

5. Makarenkov, A. (2021). Kak igrovye metavselennye zahvatyat mir? I chut'-chut' pro nejroseti v igrah [How will gaming metaverses take over the world? And a little bit about neural networks in games]. *YouTube*, available at: https://youtu.be/3WrClDWbh84 (accessed 26.10.2021) (in Russ).

6. Metavselennye v igrah i kibersporte: ot Fortnite do Navination (2020). [Metaverses in games and esports: from Fortnite to Navigation]. *DTF*, 29 Aug, available at: https://dtf.ru/gameindustry/295640-metavselennye-v-igrah-i-kibersporte-ot-fortnite-do-navination (accessed 29.10.2021) (in Russ).

7. Moroshkina, A. (2020). Kak mobil'nye igry zahvatili mir: podkast RBK Trendy «Zabegaya vpered» [How Mobile Games have taken over the World: RBC Trends Podcast "Looking Ahead"]. *RBC,* 29 Aug, available at: https://trends.rbc.ru/trends/futurology/5fdb67929a79479e5227e2d2 (accessed 27.10.2021) (in Russ).

8. Myasnikova, M. A. (2008). Funkcionirovanie televideniya v kontekste kul'tury povsednevnosti [Functioning of television in the context of everyday culture]. *Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universtiteta, Ser 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury* [Bulleten of the Ural State University. Ser 1: Problems of education, science and culture], 56*,* 23, pp. 151–161 (in Russ).

9. Obedkov, E. (2020). Chto takoe metavselennye i kak oni izmenyat igry [What are metaverses and how will they change games] *// App2top,* 11 Oct, available at: https://app2top.ru/industry/chto-takoe-metavselennye-i-kak-oni-izmenyat-igry-newzoo-188837.html (accessed 15.10.2021) (in Russ).

10. Silko, G. (2020). Igry na smartfonah stali global'nym trendom [Games on smartphones have become a global trend] *// Kommersant* [Kommersant] 22 Oct, available at: https://www.kommersant.ru/doc/4389161 (accessed 13.10.2021) (in Russ).

11. Trendy mobil'nyh igr v 2021 godu – obzor industrii mobil'nyh igr [Mobile Gaming Trends in 2021 - Mobile Gaming Industry Overview]. *VC,* 2020, 15 Aug. – available at: https://vc.ru/flood/273356-trendy-mobilnyh-igr-v-2021-godu-obzor-industrii-mobilnyh-igr (accessed 23.09.2021) (in Russ).

12. Bankhurst, A. (2020). Three Billion People Worldwide Now Play Video Games, New Report Shows. *IGN*, 15 Aug, available at: https://www.ign.com/articles/three-billion-people-worldwide-now-play-video-games-new-report-shows (accessed 23.09.2021).

13. Newzoo: Introduction to the Metaverse Report. *NewZoo*, 2020, 17 Oct, available at: https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-intro-to-the-metaverse-report-2021-free-version/ (accessed 12.11.2021).

14. Palumbo, A. (2020). Games Industry to Surpass 3 Billion Users and $200 Billion in Revenue by 2023. wccftech, 25 Jun, available at: https://wccftech.com/games-industry-to-surpass-3-billion-users-and-200-billion-in-revenue-by-2023/ (accessed 28.09.2021).

Информация об авторе

П. Е. Архипов – аспирант, Департамент «Факультет журналистики», кафедра периодической печати и сетевых изданий.

Information about the author

Pavel E. Arkhipov – postgraduate student, Department “Faculty of Journalism”, cathedra of Periodicals and Online Publications

Статья поступила в редакцию 24.12.2021; одобрена после рецензирования 21.02.2022;
принята к публикации 24.02.2022.
The article was submitted 24.12.2021; approved after reviewing 21.02.2022;
accepted for publication 24.02.2022.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
The author declares no conflicts of interests.