Медиакоммуникационные технологии и управление проектами в творческих индустриях:
актуальные вопросы и перспективные решения:
материалы Международной научно-практической конференции, 20 декабря 2024 г.
Раздел 3 «Медиакоммуникации в отдельных сферах: проблемы и тренды»

Научная статья
УДК 008, 339.138

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ В ЛОКАЛИЗАЦИИ МОБИЛЬНОЙ ВИДЕОИГРЫ PUBG

Мария Владимировна Рубцова[1], Анна Васильевна Рубцова[2]

[1] Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения,
Санкт-Петербург, Россия
abc33@yandex.ru
[2] Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург, Россия
rubcoaanna42@gmail.com

Аннотация. В статье рассмотрены особенности межкультурной коммуникации и маркетинговых стратегий в локализации мобильной видеоигры PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG). Изучены особенности локализации в Индии и Китае. Делается вывод о необходимости исследования культурных особенностей, их политической и этической интерпретации перед выходом игры на соответствующий рынок.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, маркетинговые стратегии, локализация видеоигры

Для цитирования: Рубцова М. В., Рубцова А. В. Межкультурная коммуникация и маркетинговые стратегии в локализации Saint мобильной видеоигры PUBG // Медиакоммуникационные технологии и управление проектами в творческих индустриях: актуальные вопросы и перспективные решения: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 20 дек. 2024 г.). – СПб.: СПбГИКиТ, 2025. – С. 207–210.

Media Communication Technologies and Project Management in Creative Industries:
Current Issues and Promising Solutions:
Proceedings of the International Scientific and Practical Conference, December 20, 2024
Section 3 “Media communications in certain areas: problems and trends”

INTERCULTURAL COMMUNICATION AND MARKETING STRATEGIES IN THE LOCALIZATION OF THE MOBILE VIDEO GAME PUBG

Mariia Vladimirovna Rubtcova[1], Anna Vasilevna Rubtcova[2]

[1] St. Petersburg State University of Film and Television,
St. Petersburg, Russia
abc33@yandex.ru
[2] St. Petersburg State University,
St. Petersburg, Russia
rubcoaanna42@gmail.com

Abstract. The article examines the features of intercultural communication and marketing strategies in the localization of the mobile video game PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG). The features of localization in India and China are studied. Authors concluded that the need to study cultural features, political and ethical interpretation before the game enters the relevant market is necessary.

Keywords: intercultural communication, marketing strategies, video game localization

PUBG (PlayerUnknown's Battlegrounds) – это бесплатная игра в жанре королевской битвы, совместно разработанная студиями LightSpeed & Quantum и PUBG Studios. PUBG Mobile – это мобильная адаптация компьютерной игры PUBG: Battlegrounds. Первоначально она был выпущена для Android и iOS 19 марта

© Рубцова М. В., Рубцова А. В., 2025

2018 года. Игра была выпущена несколькими издательствами в разных регионах, включая Krafton (Южная Корея), Tencent (Китай) и VNG Games (Вьетнам). Проект стал экономически успешным. Так, к декабрю 2022 года PUBG Mobile скачали около 1,3 миллиарда раз, а её доход составил более $9 миллиардов.

Игровой процесс в мобильной версии не отличается от основной, однако в PUBG Mobile хуже исполнена графическая визуализация в пользу оптимизации на мобильных устройствах, также мобильная версия отличается большей динамичностью. По сюжету 25 команд из 4 человек высаживаются на острове Эрангель, где их ждёт битва против других игроков. В результате этой схватки на острове должен остаться только один победитель или его команда. Сам остров Эрангель находится в Чёрном море и захвачен Советским Союзом. Игра даёт возможность выбрать локацию, в которой будет проводиться матч, в ней присутствуют дополнительные режимы, такие как «Арена» и «W.O.W. Metro Royale». В последнем режиме игроки занимаются исследованием загадочных локаций, в которых можно забрать припасы врагов, улучшить свой арсенал и свой уровень. Также этот режим позволяет создавать свои карты на основе имеющихся. В «Арене» происходит противостояние двух команд из четырёх или восьми человек, что демонстрирует и оттачивает навыки. Игроки в этом режиме имеют EVO уровень, позволяющий им получить новые боеприпасы. Также игра проводит киберспортивные мероприятия.

В основу игры легли некоторые фильмы, посвящённые схожей тематике. Например, «Королевская битва» – японский художественный фильм-выживание 2000 года режиссёра Киндзи Фукасаку по одноимённому роману Косюна Таками. Фильм снят в жанрах антиутопия, триллер, боевик и драма. По сюжету, происходит экономический кризис, в результате которого немалая часть населения Японии потеряла работу. Тогда правительство запускает проект «Королевская битва» и под дулами автоматов заставляет в нём участвовать школьников. Во время экскурсии школьников усыпляют газом и оставляют на необитаемом острове, где 42 школьника на протяжении 3 дней должны убивать друг друга, и, если выживет больше одного человека, ошейники-детекторы на их шеях взорвутся. Один выживший в качестве приза получает свободу. Школьники получают портфели с вещами первой необходимости и группируются в команду.

Похожая тема поднимается в нашумевшем корейском сериале «Игра в кальмара». Вышел он уже позже игры PUPG Mobile в 2021 году, но его первоначальный сценарий был написан ещё в 2009 году. Его жанры также включают антиутопию, триллер и выживание. Автор сериала вдохновлялся японскими мангами о выживании, среди них также была – «Королевская битва». По сюжету 456 человек, имеющих финансовые проблемы, соглашаются принять участие в загадочном турнире по детским играм ради денежного приза, участники ещё не знают, что на самом деле это игра на выживание. Со смертью каждого игрока увеличивается размер приза на 100 млн вон. Жажда наживы или просто нужда заставляют многих персонажей принять условия игры и продолжать рисковать своей жизнью.

Среди западных произведений можно привести в пример «Голодные игры» – американский боевик 2012 года режиссера Гэри Росса, который написал сценарий в соавторстве с Сюзанной Коллинз. Сюжет основан на одноименном романе Сюзанны Коллинз 2008 года. Также в сюжете присутствует деспотичное государство, устраивающее каждый год игры на выживание, за которыми следит весь мир в прямом эфире. Главные герои знакомы с детства, но им выпадает жребий стать врагами, т.к. выжить из 24 участников может только один. Устраиваются эти игры на выживание только ради зрелища.

Сразу после выходы игры стала обсуждаться проблема избыточного насилия. Как таковой сюжет игры PUBG Mobile основан на убийстве других игроков, высадившихся на остров. Выигрывает последний оставшийся игрок или последняя оставшаяся в живых команда. Вся игра изобилует сценами насилия, предлагая его в разных формах и с разным оружием. Например, даже своего члена команды можно поджечь коктейлем Молотова или подорвать гранатой.

Локализация игр – это изменение программного или аппаратного обеспечения игры для конкретных юрисдикций с учётом местных потребностей [4]. Основным вариантом локализации игры PUBG Mobile стала глобальная версия.

Глобальная локализация имеет следующие отличительные черты. Сюжет представлен как высадка десанта. По косвенным признакам можно предположить, что десант высаживается на территорию Советского Союза, а сюжет игры имеет связь с событиями холодной войны. О периоде холодной войны свидетельствуют и экземпляры разбитой техники, часть модификации оружия. Вместе с тем, сам сюжет напрямую с игроками не обсуждается и по факту зависит от их культурного бэкграунда. Ряд молодых игроков, родившихся в XXI веке могут думать, что игра в принципе не имеет никакого сюжета. Тем более что впоследствии стали появляться карты, больше соответствующие борьбе с исламскими террористами или исламским государством (запрещено в России). На ряде карт присутствуют неигровые персонажи (NPC), которые лишь отдаленно могут напоминать советских солдат или исламских террористов. Так как глобальная локализация содержит дополнительную игру в игре Metro, посвященную периоду после ядерной войны, то игроки могут игнорировать попытки создать разный сюжет на картах и думать, что

все происходящее часть обычного игрового зомби-апокалипсиса, а антагонистами являются либо зомби, либо бандитские группировки, захватившие власть в результате анархии после ядреной войны.

Результатом отсутствия внятного сюжета является и образ жизни, предлагаемый игроку. Он участвует в некоем десанте, а после возвращения хорошо проводит время в собственном коттедже на острове, посещая вечеринки в аналогичных коттеджах игроков. Популяризируется модель «сафари» на людей. Где вначале развлечением является пострелять по живым людям, а потом после «работы» повеселиться на вечеринке в компании [3]. Эта модель социально опасна. Например, ряд молодых наемников, прибывающих на Украину из стран Западной Европы, также говорили, что думали, что ехали на подобное «сафари». Столкнувшись с суровой реальностью, они достаточно быстро погибают в результате умелых действий Вооруженных сил Российской Федерации или в лучшем случае попадают в плен [1].

Производители компьютерных игр игнорируют социальные и моральные проблемы, связанные с подобными играми, и, напротив, пытаются усилить развлекательный аспект, утверждая, что это позволит уйти он напрашивающегося сравнения компьютерной игры с реальностью, явно производимого игроками. Действуя в данном направлении глобальная локализация PUBG Mobile пытается уйти от прямой ассоциации с боевыми действиями, предлагая нарядные и шутливые костюмы, яркие и веселые скины на оружие. Так как их можно купить часто только за реальные деньги, яркие костюмы и скины являются частью агрессивной монетизация.

В качестве оправдания и утверждая, что игра не пропагандирует насилие, производитель глобальной локализации ввел системы репутации, которая должна наказывать игроков за нарушение правил. Но сами наказания в виде небольшой по времени приостановке аккаунта вряд ли являются реальными сдерживающими фактами, уменьшающими насилие.

Китайская локализация. Очевидно, что игра PUBG Mobile была неоднозначно воспринята государственными органами разных стран. Первые проблемы у компании издателя Tencent (Тенсент) возникли в Китае. Выпуск игры был приостановлен, она не смогла получить одобрение правительства в течение всего 2018 года. В мае 2019 Tencent объявила, что не будет продолжать попытки одобрить игру. К концу 2019 года была выпущена новая игра на основе PUBG Mobile с названием Game for Peace (перевод «Игра для мира») [2].

Главное отличие китайской локализации от глобальной – это включение игры в линейку военно-патриотического воспитания граждан Китая. Сюжетом игры стала виртуальная тренировка Народно-освободительной арии Китая (НОАК) по борьбе с террористами. Изменены заставки, военная форма, введены патриотические комментарии процесса игры. Цель – подготовка граждан Китая к отражению террористической угрозы. Так как все карты в игре очень похожи на глобальную версию, то террористическая угроза могла исходить от советских войск, исламских террористов, бандитских группировок или зомби.

Так как речь идет именно о тренировке, где игроки противостоят друг другу как спортсмены убрана кровь, предполагаемые ранения или направления удара закрашены зеленым, а не красным цветом.

Сделана попытка смягчить противостояние игроков. «Убитый» игрок поворачивается к активному игроку, машет рукой на прощание и оставляет ящик с оружием и боеприпасами.

При этом в игре используется больше видов оружия, включая современное, например, дроны. Акцент на насилие одобряется так как это героическая операция китайской армии, а само участие в игре подается как важная часть военно-патриотического воспитания.

Доступ к коттеджу игрока и вечеринкам требует очень высокого уровня персонажа и у большинства игроков отсутствует. Это нарушает связь «кровавого сафари»: убийства игроков и последующих вечеринок характерную для глобальной версии.

В игре используется только китайский язык, игру трудно получить через распространённые магазины открытого доступа (например, Google Play на Андроид). Вместе с тем, Tencent не ведет контроль IP-адресов и потому игру без особого труда можно скачать и установить из любой точки мира, используя китайские игровые сайты. Поэтому, например, у игры есть русскоязычное сообщество и свои группы в социальных сетях на русском языке.

Индийская локализация. Судьба индийской локализации оказалась наиболее противоречивой. Высокая популярность игры насторожила правительство. В 2020 году насчитывалось 432 миллиона индийских аккаунтов игры PUBG Mobile [4].

Противоречие игры традиционным индийским ценностям, акценту на миролюбие и осуждение насилия, привели к тому, что 2 сентября 2020 года Министерство электроники и информационных технологий Индии запретило PUBG Mobile в Индии. После этого 30 октября 2020 года Tencent Games прекратила предоставление услуг пользователям в Индии. Все аккаунты были заблокированы, игра была удалена из всех официально доступных индийским гражданам источникам. Игра PUBG Mobile полностью заблокирована до сих пор.

Запрет игры остро обсуждался индийским сообществом игроков. Они были очень недовольны решением правительства, обвиняя его в китаефобии, в отстранении индийских игроков от киберспорта. Игроки полагали, что запрет игры – это результат индийско-китайского противостояния, видели только политические мотивы в действиях правительства и отрицали, что запрет игры вызван проблемой насилия, так как игр, пропагандирующих насилие, довольно много, а запретили именно эту игру. Также игроки отмечали, что в данном случае китаефобия правительства вообще не уместна, так как разработчиком игры является компания Krafton из Южной Кореи, а китайская компания Tencent лишь издатель игры. Поэтому игроки предлагали обратиться к разработчику и поменять издателя и таким образом преодолеть страх перед китайской игровой индустрией.

В результате возникшего широкого резонанса индийское правительство пошло на уступки. В 2023 году издана измененная под требования индийского законодательства игра Battlegrounds Mobile India (BGMI) [4].

Отличия от глобальной и китайской локализации следующий:

- В процессе игры постоянно выскакивают таблички, что игра не основана на реальных событиях, запрещена до 18 лет, в игре не рекомендуется находиться более двух часов.
- Войти в игру можно, только находясь на территории Индии или с индийским ВПН.
- Игра действительно кажется наиболее массовой: в списке из 30 вечеринок, каждая была заполнена и в нее невозможно зайти из-за превышения лимита игроков.
- Красный цвет крови заменен на зеленый, направления удара маркируются зеленым цветом.
- Ужесточены наказания за нападения на товарищей, хотя самих нападений при этом больше.
- Отстает от глобальной и китайской версии, имеет меньше режимов работы и карт.
- Ограниченно использует скины и костюмы, связанные с индийской культурой. Но их немного. Обещанная индийская архитектура при строительстве дома не введена.
- В игре есть английский язык.
- Несмотря на декларацию ненасилия, сам механизм «сафари» не претерпел изменений. Доступ к коттеджу игрока и вечеринкам отрывается на низком уровне персонажа. Игрок убивает на игровых картах и потом веселится на вечеринках. В этом плане индийская локализация выглядит как шаг назад по сравнению с китайской локализацией игры.

Таким образом, рассмотрев три локализации игры PUBG – Mobile глобальную, китайскую и индийскую, можно сделать вывод, что, с маркетинговой точки зрения, компании Tencent и Krafton успешно справились с требованиями правительств и смогли выпустить устраивающие их локализации игры. Успешные локализации подчеркивали национально-культурные особенности: героизацию армии в Китае и акцент на виртуальность и бескровность в Индии. При этом сама игра претерпела незначительные изменения и выглядит практически идентичной и узнаваемой во всех локализациях. Поэтому игроки легко могут перемещаться между ними. Например, русские туристы в Индии спокойно играют в индийскую версию BGMI, а игроки со всего мира без труда ориентируются в китайской версии Game for Peace, не зная китайского языка. Вместе с тем успешность маркетинговых стратегий игры не должна затмевать более серьезные этические проблемы, которые ставит использование «сафари-моделей» насилия в играх жанра *королевская битва* и должно быть темой дальнейших исследований.

Список источников

1. *Новороссийский В.* «Сафари» на русских не удалось: на Украине погиб 18-летний британец – самый юный наемник ВСУ // Московский комсомолец. 03.02.2025. URL: https://www.mk.ru/politics/2025/02/03/safari-na-russkikh-ne-udalos-na-ukraine-pogib-18letniy-britanec-samyy-yunyy-naemnik-vsu.html (дата обращения 03.12.2024).

2. *Сафаров Т.* Tencent закрыла PUBG Mobile в Китае и заменила её патриотической игрой про борьбу с терроризмом // DTF-портал. 08.05.2019. URL: https://dtf.ru/mobile/49471-tencent-zakryla-pubg-mobile-v-kitae-i-zamenila-ee-patrioticheskoi-igroi-pro-borbu-s-terrorizmom (дата обращения 03.12.2024).

3. *Contreras C.* et al. La idiotización de la sociedad por los videojuegos // Universidad Nacional del Centro del Perú, 2023. URL: https://www.studocu.com/pe/document/universidad-nacional-del-centro-del-peru/fundamentos-de-economia/la-idiotizacion-de-la-sociedad-por-los-videojuegos/43920913 (дата обращения: 03.12.2024).

4. *Vatal A.* Effectiveness of Digital Marketing Strategies used by the Gaming Industry on Indian Consumers, International Journal of Research in Engineering, Science and Management, Jul. 2021, vol. 4, no. 7, pp. 227–233.

Информация об авторах

М. В. Рубцова – доктор социологических наук, профессор кафедры медиакоммуникационных технологий СПбГИКиТ, Санкт-Петербург, Россия;

А. В. Рубцова – магистрант факультета искусств СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия.