

Научная статья
УДК 338.23:338.467.6

Влияние принудительной инклюзивности: как ESG-стратегии меняют игровую индустрию и культурные ценности

Ольга Вячеславовна Панфилова¹, Эдгар Игоревич Бабин², Нестор Иванович Спехов³

^{1,2,3} Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия

¹ ov27vp8@yandex.ru

² edgariness03@gmail.com

³ nekita.ukhov@mail.ru

Аннотация. Компании в настоящее время стремятся повысить свой ESG-рейтинг, чтобы завоевать интерес со стороны инвестиционных фондов и инвесторов, чья текущая и долгосрочная программа активного и пассивного инвестирования ориентирована на устойчивое развитие. Особенно данный тренд заметен в индустрии видеоигр: компании все чаще привлекают специализированные агентства для усиления своей социальной и управленческой составляющей рейтинга ESG путем внедрения инклюзивных составляющих. Однако их принудительное введение без учета культурных различий и предпочтений аудитории может приводить к противоречивым результатам. Цель статьи – рассмотреть, как эта практика влияет на инвестиционную привлекательность игровых компаний и их финансовые результаты в долгосрочной перспективе. В целях решения задач настоящего исследования рассматриваются отдельные аспекты деятельности компании Sweet Baby Inc., за услугами которой крупнейшие игроки сферы видеоигр обращаются, чтобы сделать свой контент более инклюзивным в плане гендера, расы и пола, а также повысить свой рейтинг для привлечения крупных вложений от таких фондов, как BlackRock или Vanguard. Исследование затрагивает вопрос, насколько глубоко могут продвинуться игровые студии, чтобы привлечь аудиторию, вплоть до переписывания историй, разрушения принятых в обществе норм, ценностей и морали. Научная новизна данного исследования заключается в том, что впервые проводится комплексный анализ влияния ESG-стратегий, в частности инклюзивности, на игровую индустрию с учетом культурных различий аудитории. В отличие от предыдущих исследований, которые фокусировались на традиционных отраслях, таких как энергетика и финансы, данная работа рассматривает уникальные аспекты игровой индустрии, где взаимодействию с аудиторией отводится ключевая роль.

Ключевые слова: ценности, ESG, инклюзивность, деструктивное влияние, игровая индустрия, видеоигры, инвестиции, игровая сфера

Основные положения:

- ♦ компании, которые сегодня активно внедряют различные инклюзивные элементы в свой контент, достигают более высоких показателей ESG в признанных рейтингах, что, в свою очередь, помогает им привлекать капитал от крупных инвестиционных фондов;
- ♦ насильно внедренные в продукт инклюзивные темы могут вызывать довольно многогранную реакцию среди потребителей из разных регионов. Так, в странах, где преобладают консервативные ценности, такие меры могут привести к падению продаж и репутации компании, и наоборот, в либеральных странах инклюзивность воспринимается положительно;
- ♦ вынужденная балансировка между требованиями инвесторов по поддержанию рейтинга и предпочтениями основной аудитории вынуждает компании эффективнее подходить к управлению и минимизировать репутационные и финансовые риски, привлекая потребителей;

♦ чтобы внедрение инклюзивных элементов прошло успешно, компании прибегают к использованию таких инструментов, как региональная адаптация контента, предварительное тестирование на фокус-группах и активное взаимодействие с аудиторией;

♦ несмотря на потенциальные положительные результаты внедрения инклюзивных элементов в свой продукт, компании рискуют понести долгосрочные потери, которые отражаются прежде всего в потере репутации в глазах потребителей.

Для цитирования: Панфилова О.В., Бабин Э.И., Спехов Н.И. Влияние принудительной инклюзивности: как ESG-стратегии меняют игровую индустрию и культурные ценности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2025. № 8 (250). С. 139–152.

Original article

The impact of forced inclusion: how ESG strategies are changing the gaming industry and cultural values

Olga V. Panfilova¹, Edgar I. Babin², Nestor I. Spekhov³

^{1,2,3} St. Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia

¹ ov27vp8@yandex.ru

² edgarness03@gmail.com

³ nekita.ukhov@mail.ru

Abstract. Companies are currently seeking to improve their ESG ratings to attract interest from investment funds and investors whose current and long-term active and passive investment programs are focused on sustainable development. This trend is particularly noticeable in the video game industry: companies are increasingly engaging specialized agencies to strengthen their social and governance component of the ESG rating by introducing inclusive components. However, their forced introduction without taking into account cultural differences and audience preferences can lead to contradictory results. The purpose of this article is to consider how this practice affects the investment attractiveness of gaming companies and their financial performance in the long term. To solve the objectives of this study, certain aspects of the activities of Sweet Baby Inc., a company that the largest players in the video game industry turn to make their content more inclusive in terms of gender, race, and sex, as well as to improve their ratings to attract large investments from funds such as BlackRock or Vanguard. The study addresses the question of how far gaming studios can go to attract audiences, including rewriting stories and destroying social norms, values, and morals. The scientific novelty of this study lies in the fact that for the first time, a comprehensive analysis of the impact of ESG strategies, in particular inclusivity, on the gaming industry is conducted, taking into account the cultural differences of the audience. Unlike previous studies, which focused on traditional industries such as energy and finance, this work considers the unique aspects of the gaming industry, where interaction with the audience plays a key role.

Keywords: values, ESG, inclusivity, destructive influence, gaming industry, video games, investments, gaming sphere

Highlights:

♦ companies that now actively implement various inclusive elements in their content achieve higher ESG scores in recognized ratings, which in turn helps them attract capital from major investment funds;

♦ forcefully embedded in the product, inclusive topics can cause quite diverse re-action among consumers from different regions. For example, in countries where conservative prices prevail, such measures can lead to a decline in sales and company reputation, and conversely, in liberal countries inclusiveness is viewed positively;

♦ forced balancing between investors' demands to maintain the rating and the main audience's compliance forces companies to be more effective in managing and minimizing reputational and financial risks, attracting consumers;

- ♦ for the successful implementation of inclusive elements, companies use tools such as regional content adaptation, pre-testing in focus groups and active interaction with the audience;
- ♦ despite the potential positive results of introducing inclusive elements into their product, companies risk long-term losses that are reflected primarily in loss of reputation in the eyes of consumers.

For citation: Panfilova O.V., Babin E.I., Spekhov N.I. The impact of forced inclusion: how ESG strategies are changing the gaming industry and cultural values // Vestnik of Samara State University of Economics. 2025. No. 8 (250). Pp. 139–152. (In Russ.).

Введение

В современном мире перед компаниями стоит одна цель – достичь наибольшего положительного финансового результата, а именно максимизировать прибыль, чему способствует привлечение больших инвестиций, сохранение репутации в глазах консервативных инвесторов, а также приток все новых потребителей за счет выпуска интересного и захватывающего внимание аудитории продукта. Эти же подходы распространяются и на игровые студии. Однако сейчас с приходом в мир такого понятия, как ESG, а также установлением целевых показателей данного критерия, компании должны уметь находить баланс между поддержанием своего ESG-рейтинга и достижением установленных целей [1–3]. Особую важность приобретает социальный аспект «S», который в игровых индустриях связан с внедрением инклюзивных элементов в контент.

Внедрение инклюзивных элементов в игры – это не просто модный тренд, а ответ на растущий спрос на репрезентативность и разнообразие в медиа. Разработчики все чаще обращаются к созданию персонажей с различным цветом кожи, гендерной идентичностью, физическими особенностями и культурным фоном. Это не только расширяет целевую аудиторию, но и способствует созданию более реалистичного и привлекательного игрового мира. Примеры таких инициатив видны в играх, где пользователи могут выбирать пол и внешность своего аватара, а также в разработке сюжетов, отражающих проблемы социальной справедливости и дискриминации. Однако достижение целей социального (S) компонента через внедрение инклюзивности неоднозначно. Многие компании сталкиваются с критикой за недостаточную глубину и поверхностность под-

хода к инклюзивности, а именно включение одного-двух представителей разного рода социальных групп. Более того, попытки отразить реалии могут вызывать противоречивые реакции в разных регионах мира. Консервативные общества могут негативно воспринять отражение в играх ЛГБТ-тем или тем, касающихся расовых и религиозных проблем. Это создает сложную дилемму для разработчиков, которым приходится балансировать между желанием создать инклюзивный продукт и риском оттока части аудитории.

Крупные инвестиционные фонды, такие как BlackRock и Vanguard, активно интегрируют ESG-факторы в свои инвестиционные стратегии. Высокий ESG-рейтинг, особенно по социальному контексту, длительный период становился важным фактором при принятии решений об инвестициях в игровую компанию [4]. Это оказывает значительное давление на разработчиков, стимулируя их к внедрению мер по улучшению социальных показателей для поддержания и увеличения своего рейтинга. Однако необходимо помнить, что ESG-рейтинги – это не единственный показатель успеха. Несмотря на возрастающее влияние ESG на инвестиционные решения, коммерческий успех игры все еще во многом определяется ее игровыми качествами, маркетингом и общим спросом. Компания, которая слишком сосредоточена на улучшении своего ESG-рейтинга в ущерб качеству продукта, рискует потерять как инвестиции, так и аудиторию.

Интеграция принципов ESG в игровую индустрию является неизбежным процессом, поскольку ESG-повестка до сих пор поддерживается и продвигается на сегодняшний день как международными альянсами, так и наднациональными институтами. Однако достижение ба-

ланса между этическими требованиями и коммерческой целесообразностью требует взвешенного подхода. Компании должны разрабатывать стратегии, которые учитывают как интересы инвесторов, ориентированных на устойчивое развитие, так и предпочтения своей целевой аудитории, которая часто является консервативной и не принимает новые подходы в проверенных временем вещах.

Задачи исследования. В рамках настоящего исследования поставлены следующие задачи:

- ♦ изучить текущие тенденции внедрения инклюзивных элементов в продукцию игровой индустрии, а также их влияние на ESG-рейтинги;
- ♦ проанализировать реакцию аудитории на инклюзивные инициативы в различных регионах с разными культурными ценностями и социальными моделями поведения;
- ♦ оценить влияние инклюзивности на финансовые показатели компаний, включая объемы продаж, а также оценить репутационные риски;
- ♦ разработать рекомендации по управлению инклюзивными инициативами, учитывая баланс между требованиями ESG и ожиданиями основной аудитории, включая консервативную ее часть;
- ♦ исследовать роль крупных инвестиционных фондов в поддержке компаний, ориентированных на инклюзивность и ESG.

Методы

В качестве методов исследования в рамках настоящей статьи для сопоставления результатов продаж игровых продуктов используется анализ вторичных данных, сравнительный и статистический анализы, а также дискурсивный анализ результатов обсуждения игровых контентов пользователями. Исследование основано на обобщении статистических и аналитических данных, позволяющем оценить взаимосвязь между эффективностью деятельности и достижением целей устойчивого развития. Методология исследования также включает диалектический метод познания, системный и сравнительный подходы, графическую визуализацию.

Результаты

Последняя тенденция десятилетия в сфере видеоигр – стремление внедрять инклюзивные темы в свой продукт, к которым относятся в том числе персонажи нетрадиционной ориентации и их истории, темы гендерного равенства и социального разнообразия. Участие такой компании, как Sweet Baby Inc., специализирующейся на создании инклюзивного контента для дальнейшего включения его в игровой процесс, сегодня является негласной, но неотъемлемой частью при создании видеоигры при участии крупных студий, таких как Sony, под эгидой которой вышла игра God of War: Ragnarök – целиком и полностью пронизанная инклюзивностью игра о скандинавских боггах [5].

Несмотря на успехи в достижении ключевой цели, ради которой и происходит процесс внедрения инклюзивности, – повышения ESG-рейтинга для дальнейшего привлечения больших средств инвесторов, подобные изменения вызывают негативную реакцию во многих регионах. Особенно там, где потребители ранее были сторонниками ныне либеральных компаний. Например, внедрение нетрадиционных тем в играх Ubisoft привело к падению продаж в арабских странах, поскольку такие регионы воспринимают инклюзивность как угрозу традиционным ценностям, которые чтят в странах Востока [6].

Внедрение инклюзивной политики в обязательном порядке ради улучшения ESG-оценок компании создает глубокие разногласия между ожиданиями инвестиционных фондов и предпочтениями целевой аудитории, особенно в консервативных общественных средах. Инвесторы, заинтересованные в ожидаемом росте рейтингов и стоимости компании, лоббируют включение инклюзивности. При этом ее целесообразность с финансовой точки зрения неоднозначна. Многие участники рынка негативно воспринимают навязывание подобных трансформаций, что ведет к ухудшению лояльности клиентов и последующему снижению продаж с перспективой формирования тренда снижения прогнозируемых финансовых результатов. Показательным примером является игра Assassin's Creed: Valhalla, в которой ком-

панией были внедрены гендерные элементы, вызвавшие негативную реакцию части игроков и снижение спроса на ключевых рынках, что отрицательно сказалось на прибыли компании. Анализ показывает, что подобные меры по инклюзивности имеют высокую эффективность в странах Европы и США, но вызывают отток аудитории в восточных и консервативных регионах [7].

Для более наглядного примера можно рассмотреть ретроспективу динамики продаж, когда еще не было существенного тренда на инклюзивность, а упор делался на качество игры, ее сюжетной линии, гейм-дизайне, музыкальном сопровождении. Для этого рассмотрим игры из одного поджанра, чтобы быть более объективными в данном исследовании, – ролевая экшн-игра. Динамика продаж на такие продукты, как *Destiny* и *Godfall*, приведена на рис. 1.

Игра *Destiny* в свое время была открытием для своего жанра, поразившим миллионы игроков по всему миру, что и сказалось на объеме продаж. Сработала скрытая реклама, когда игроки давали позитивные отзывы, что еще больше увеличивало устойчивые продажи игры (рис. 2).

В то же время последовала реакция конкурентов. В результате мир получил *Godfall*, кото-

рая стала одной из главных неудач в 2020 г. Игра не только не получила одобрение игроков, но и вызвала настоящую волну недовольства в связи с низким качеством игрового процесса и слабой сюжетной линии и – самое главное – внедрением инклюзивной повестки в те моменты игрового процесса, в которые, казалось бы, невозможно внедрить нечто подобное.

Нельзя не упомянуть о такой игре, как *Spider-Man*, вышедшей в 2018 г. Вместе с тем потребители, относящие эту игру к своим покупательским предпочтениям, связывали свои многолетние ожидания именно с этим игровым продуктом, в том числе с развитием сюжетной линии. И их ожидания целиком и полностью оправдались. Обоснованность данного факта полностью подтверждается статистическими данными, приведенными на рис. 3.

Игра достигла неоспоримого успеха на рынке. Игроками были потрачены миллионы долларов за возможность погрузиться в невероятный сюжет с красочной драмой. Все это в совокупности делало игру одной из лучших за последнее время.

Но затем случился «инклюзивный» разворот. Sony, как одна из компаний, которая является драйвером внедрения инклюзивной повестки в свой продукт, шла определенным кур-

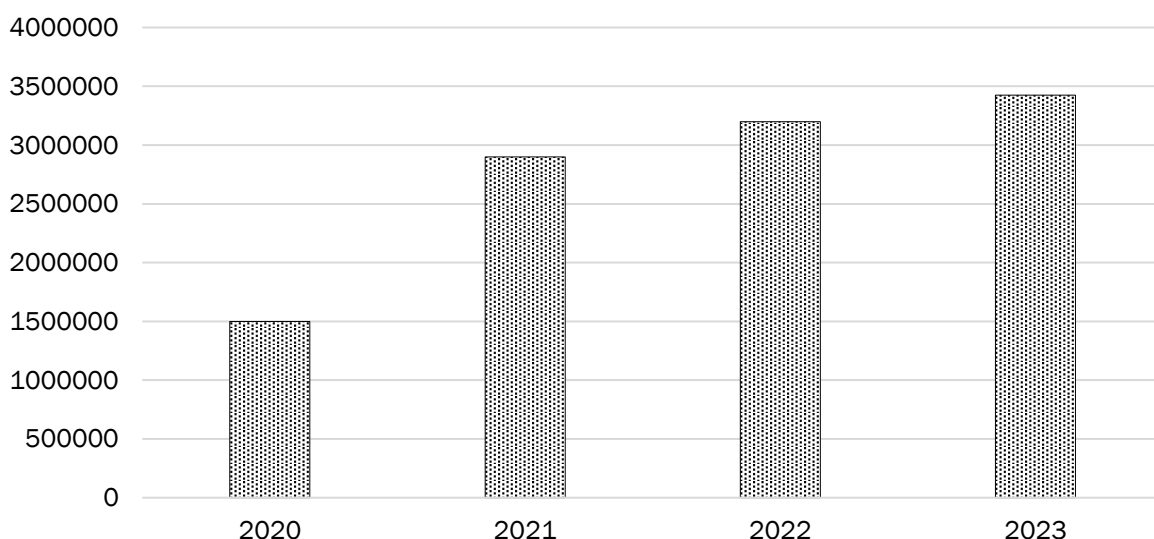


Рис. 1. Объем продаж игры *Godfall*, 2020–2023 гг.*

* Составлено по: Самитов А. Рост числа пользователей в полтора раза и прежний объем выручки: итоги Epic Games Store за 2020 год в цифрах. URL: <https://dtf.ru/gameindustry/624611-rost-chisla-polzovatelei-v-poltora-raza-i-prezhnii-obem-vyruchki-itogi-epic-games-store-za-2020-god-v-cifrah> (дата обращения: 03.12.2024).

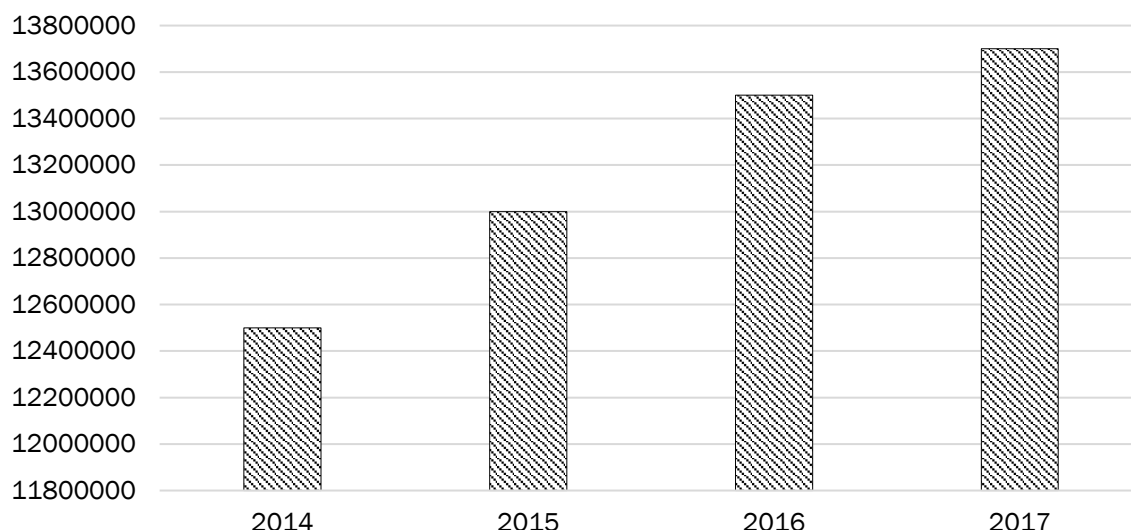


Рис. 2. Объем продаж игры Destiny, 2014–2017 гг.*

* Составлено по: Самой продаваемой игрой в PlayStation Store за 2014 год стала Destiny. URL: https://new-retail.ru/novosti/retail/samoy_prodavaemoy_igroy_v_playstation_store_za_2014_god_stala_destiny7566/ (дата обращения: 03.12.2024).

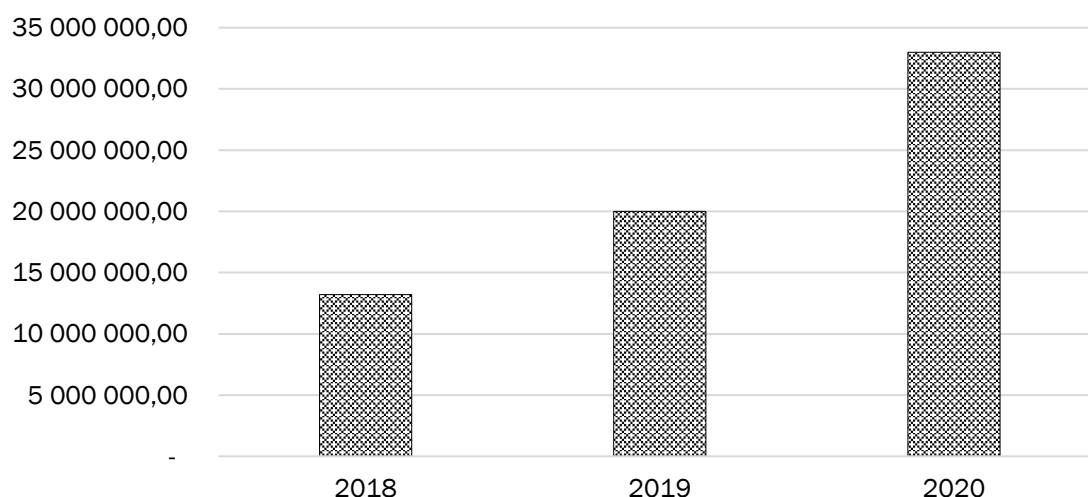


Рис. 3. Продажи игры Spider-Man, 2018–2020 гг.*

* Составлено по: Marvel's Spider-Man продана тиражом в девять миллионов копий. URL: https://stratege.ru/ps4/games/marvels_spider-man/article/87901 (дата обращения: 08.12.2024).

сом на инклюзивность контента. Выход новостей о долгожданном продолжении вызвал у уже сформировавшейся многолетней аудитории покупателей напряженность. В 2022 г. в свет вышла игра Spider-Man 2.

При первом приближении кажется, что объем продаж внушительен, что, в свою очередь, подтверждается статистическими данными на рис. 4. Игра стала самой продаваемой в первые сутки за всю историю компании Sony. Положительное влияние оказал ажиотаж

и успех прошлой части. Однако спустя несколько часов начали появляться первые отзывы, которые негативно сказались на желании остальных игроков приобрести данную игру. Причиной, выраженной в многочисленных комментариях пользователей, явилось чрезмерное внедрение инклюзивной повестки. Получивший существенное продвижение в новой части игры инклюзивный подход к развитию сюжетной линии оказался несоответствующим ключевой аудитории – преиму-

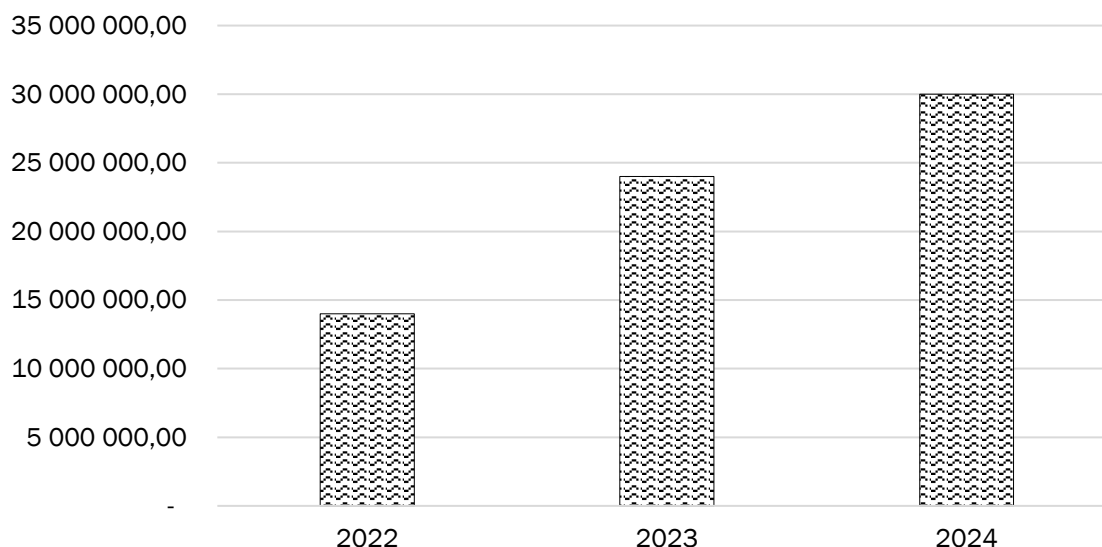


Рис. 4. Продажи игры Spider-Man 2, 2022–2024 гг.*

* Составлено по: Ильинов А. Sony продала 10 млн копий Marvels Spider-Man 2 и свыше 89 млн копий других игр. URL: <https://kanobu.ru/news/sony-prodala-10-mln-kopij-marvels-spider-man-2-i-svyishe-89-mln-kopij-drugih-igr-482280/> (дата обращения: 06.12.2024).

щественно белых мужчин от 25 до 40 лет, что, не оправдав ожидания касательно новой игры, привело к скорому замедлению темпов продаж. Стала очевидна реализация социального и репутационного рисков, объектом влияния которых стал объем продаж, потенциальная выручка и капитализация компании.

Таким образом, компании могут столкнуться с негативным влиянием на свою капитализацию из-за рисков, связанных с навязанной инклюзивностью. Вместе с тем инвесторы, стремящиеся к долгосрочной прибыльности, могут негативно воспринять принудительное внедрение инклюзивных тем, особенно если это приводит к потере пользователей и снижению продаж. Например, компания Electronic Arts столкнулась с критикой за включение инклюзивных тем в серии игр FIFA и The Sims, что вызвало волну негативных отзывов и привело к падению стоимости акций на 2,3% за последний год [8]. Долгосрочные инвесторы, ориентированные на стабильные доходы, могут избегать таких компаний из-за риска снижения спроса в традиционных регионах.

Для оценки влияния внедрения инклюзивности на финансовые показатели компаний был проведен сравнительный анализ продаж игр до и после внедрения инклюзивных элементов. Например, игра Assassin's Creed: Valhalla, в которой были внедрены гендерные

элементы, показала снижение продаж на 15% в консервативных регионах, таких как Ближний Восток, в то время как в Европе и США продажи остались на прежнем уровне. Это свидетельствует о том, что инклюзивность может иметь как положительное, так и отрицательное влияние на финансовые показатели в зависимости от культурного контекста. Кроме того, анализ отзывов игроков на платформах Metacritic и Steam показал, что игры с чрезмерным акцентом на инклюзивность получают более низкие оценки от пользователей, что может негативно сказаться на репутации компании и долгосрочных продажах.

Если подвести итог и суммировать полученную информацию для выявления определенной линии тренда и намеченных тенденций, то можно констатировать следующее:

1. Продажи игры Assassin's Creed: Valhalla упали на 15% на Ближнем Востоке после внедрения инклюзивных персонажей в DLC.

2. Акции компании Electronic Arts упали на 2,3% после критики, являющейся реакцией на внедрение инклюзивных тематик в игру.

В последнее время фонды, ориентированные на ESG, все чаще обращают внимание на компании, которые соответствуют высоким социальным критериям [9]. Однако если инклюзивность внедряется исключительно ради соответствия ESG, это может оттолкнуть традицион-

ных инвесторов, которые заинтересованы в долгосрочной прибыльности. Это создает определенное противоречие: с одной стороны, компании стремятся привлечь капитал, продвигая инклюзивность в контексте ESG-принципов, а с другой – сохранить стабильную базу акционеров. Например, фонд Vanguard, который делает акцент на устойчивое развитие, увеличил свое присутствие в компании Sweet Baby Inc. после того, как она активно включилась в инклюзивные проекты. В то же время более консервативные инвесторы, такие как Berkshire Hathaway, предпочли дистанцироваться от игровой индустрии, посчитав ее финансово нестабильной из-за потенциальных культурных, религиозных и других проявлений социального риска [10].

Интересно на этом фоне отследить зависимость таких показателей, как «ESG-рейтинг – прибыль». Так, динамика продаж компании Ubisoft (разработчик AC) снизилась на 18% в период увеличения ее рейтинга на 20% [11].

Возникает вопрос об обоснованности внедрения инклюзивных тем компаниями, поскольку нет однозначной уверенности в том, что нововведения будут приняты в среде игроков. По мнению авторов, одним из главных факторов успешного внедрения является прозрачное, открытое и доверительное взаимодействие с аудиторией. Компания должна донести до своих потребителей, что цель инклюзивных изменений – создание более дружелюбной, разнообразной атмосферы, а вовсе не навязывание чуждых ценностей и вмешательство в личную жизнь каждого. Для этого, по мнению авторов, компании стоит прибегнуть к определенным тактикам.

Проведение тестирования на ранних этапах разработки является одним из наиболее эффективных подходов, поскольку перед демонстрацией готового продукта своей аудитории компания может, ориентируясь на мнение фокус-групп, привнести оперативные изменения в свой контент, как это делает, например, Nintendo – компания с долгой историей, заслуженной репутацией, чей продукт высоко ценится среди общества постоянных приверженцев ее игровых продуктов. Она регулярно проводит предварительные тесты своих игр, чтобы учесть специфические потребности самых раз-

ных рынков, начиная от наиболее либеральных и заканчивая наиболее консервативными, в целях избежания негативной реакции сообщества, с чем успешно справляется. Поэтому ее готовые продукты на рынке пользуются широким спросом, как, например, игры Zelda и Pokemon, не говоря уже о нашумевшей игре периода пандемии – Animal Crossing.

Не менее важно и активное взаимодействие с отзывами и комментариями пользователей. На сайтах, таких как Reddit и Twitter, компании могут легко отслеживать настроения своих потребителей. Компания Blizzard, разработчик игры Overwatch, например, внимательно следила за отзывами постоянных клиентов после добавления различных персонажей. Таким способом компания получила положительный результат, а именно сумела избежать массового наплыва негативных отзывов пользователей и дальнейшего снижения продаж [12].

Стоит также обращать внимание на этапы и формы проведения анализа, в том числе наиболее актуальным будет являться анализ рисков предстоящих проектов, где с помощью изменения определенных показателей, например доли продаж определенной игры с уклоном в инклюзивность в выручке компании за период, можно будет отследить влияние и опасность внедрения подобных инициатив. Аналитики из Goldman Sachs подчеркивают, что на сегодняшний день моделирование возможной реализации будущих факторов риска и прогнозирование реакции аудитории на внедрение той или иной инновации становятся неотъемлемой частью управления финансовыми рисками для компаний. Особенно это касается компаний игрового сектора, чья прибыль напрямую зависит от взаимодействия со своей аудиторией [13].

Также важно внимательно следить за динамикой собственных акций и уровнем доверия инвесторов. Принудительная инклюзивность может вызвать колебания в стоимости акций из-за негативной реакции аудитории в краткосрочной перспективе, что негативно повлияет как на укоренившихся держателей акций, так и на потенциальных инвесторов. Компаниям следует внимательно отслеживать эти изменения и использовать различные финан-

совые инструменты, такие как программы выкупа акций, чтобы поддерживать стабильность котировок в случае их падения, хотя в любом случае это вызовет лишь краткосрочный эффект, ведь причина падения известна и не устранена [14].

В настоящий момент поднимаемая тема о включении инклюзивности в видеоигры актуальна и требует широкого и глубокого обсуждения, поскольку при внедрении таких элементов без предварительного анализа мнений и прогнозирования результатов компании рискуют столкнуться с активным сопротивлением консервативной части своих потребителей. Этот факт можно рассматривать с нескольких сторон. Так, с одной стороны, компании, которые стремятся сделать свои игры инклюзивными, т.е. в данном случае доступными для широкого круга потенциальных игроков, чьи возможности полноценного погружения в геймплей ограничены, поступают верно и тем самым создают толерантное и комфортное сообщество среди фанатов. С другой стороны, инклюзивность может рассматриваться как чрезмерное давление на сложившиеся устои и ценности консервативного общества путем внедрения нетрадиционных элементов, не имеющих отношения к производимому продукту.

Почти каждый пользователь того или иного игрового продукта имеет свой уровень комфорта, который связан с уровнем сложности проходимой миссии, стилем самой игры или ее геймдизайном, который они считают увлекательным, красивым и захватывающим. При устремлении компаний сделать свой продукт доступным абсолютно каждому они вполне могут пойти на «даунгрейд» своего продукта, т.е. ухудшить его основные характеристики, приведенные выше, в целях облегчения игрового процесса для людей с ограниченными возможностями. Кроме того, разработка дополнительных функций, ориентированных исключительно на подобного рода потребителей, будет требовать большего количества времени. При этом возможны появления различных программных ошибок и т.п., а они, в свою очередь, повлияют на общее качество игры и впечатления от нее. При негативных отзывах игра рискует не окупиться, и тогда компании могут

получить отрицательный финансовый результат от реализуемого проекта, что в том числе сказывается на общих финансовых показателях компании и ее инвестиционной привлекательности.

Не менее важная проблема, прямо вытекающая из предыдущего пункта, которая может стать актуальной проблемой в будущем, – это потеря доверия основной аудитории, долгие годы поддерживающей любые начинания и адекватно реагирующей на критику. Компании обычно несведущи в таких вопросах. Однако, как правило, когда аудитория в качестве обратной связи дает негативные отзывы и не получает реакции или сталкивается с безразличием и отрицанием проблемы, то потребительские предпочтения заставляют пользователей, изменяя привычке, подыскивать альтернативу и, соответственно, игры-заменители, более полно удовлетворяющие потребности и ожиданиям от времяпрепровождения за игрой. Когда компании насильно внедряют инклюзивность при сопротивлении коренной аудитории, они могут серьезно проиграть. Это касается даже тех моментов, когда инклюзивность, подразумевающая терпимость и комфорт для людей с ограниченными возможностями, внедряется исключительно в силу формальных требований, т.е. фальшиво и искусственно, что сильно отторгает постоянную клиентуру. Не менее контрпродуктивной является неестественно навязанная инклюзивность, связанная с разнообразием. В результате вместо того чтобы расширить свою базу поклонников, компания может столкнуться с оттоком лояльных игроков, что также негативно скажется на ее репутации и финансовых показателях [15].

Еще одним важным риском является потенциальное размывание уникальной идентичности игрового бренда. Каждая игровая студия и каждая серия игр обладает своим неповторимым стилем и атмосферой, которые привлекают определенную аудиторию, будь то неподражаемая серия Dark Souls или уникальная франшиза Metal Gear Solid. Если разработчики начнут слишком радикально изменять свои продукты, чтобы соответствовать требованиям инклюзивности, они могут потерять то самое уникальное торговое предложение, которое делало их успешными.

Нет однозначности в качественной и количественной оценке того, как сильно крупнейшие инвестиционные фонды влияют на ESG-политику компаний игровой индустрии. Тот факт, что такие гиганты, как Vanguard и BlackRock, увеличивают свои доли в компаниях, внедряющих инклюзивные элементы в игровой контент, может вызывать различные предположения, выходящие за рамки простого анализа и переходящие в далеко не научную область. Однако одно не вызывает сомнений: каждая компания в первую очередь смотрит на финансовые показатели в отчетах, не только чтобы получить высокий ESG-рейтинг и, как следствие, возможные бонусы при привлечении капитала. Привлечение кредитов и размещение облигационных займов на льготных условиях, несомненно, влияет на финансовый результат, однако не страхует от снижения продаж и ухудшения финансового результата корпорации в целом. Учитывая многочисленные скандалы и недовольство игроков, вызванные вмешательством Sweet Baby Inc. в контент, предлагаемый игровому сообществу, лидеры игровой индустрии, такие как упомянутые выше Sony и Microsoft, начинают испытывать беспокойство и пересматривать свою политику. Это свидетельствует о том, что даже в западном обществе наступает усталость от чрезмерной навязанной сверху инклюзивности [13].

Обсуждение

Во всем мире бурно развивается ESG-рейтингование. Как отмечает профессор О.В. Ефимова, это связано в том числе с тем, что этому вопросу уделяют внимание как законодательные и регулирующие органы, так и финансовые организации и институциональные инвесторы, поскольку растет спрос на продукты, связанный с устойчивым развитием [16].

В ходе исследования было установлено, что внедрение инклюзивных элементов в видеоигры положительно влияет на ESG-рейтинги компаний, что, в свою очередь, способствует привлечению инвестиций от крупных фондов, ориентированных на устойчивое развитие. Эти выводы подтверждают предположение о том, что инклюзивность играет важную роль в повышении привлекательности компаний для ESG-

ориентированных инвесторов, инвестиционных фондов и прочих заинтересованных лиц.

Как отмечают многие российские и зарубежные исследователи, в том числе R.G. Brandon, P. Kruger, P.S. Schmidt, основная цель ESG-рейтингования состоит в обеспечении инвесторов информацией об устойчивости и потенциальных рисках компании в результате реализации проектов, что возникает вследствие воздействия на общество или окружающую среду, а также как возможная реакция внешней среды. Понимание данных рисков является необходимым элементом современного инвестиционного анализа [17–19].

Однако исследование выявило, что навязанное внедрение инклюзивных тем может вызвать негативную реакцию со стороны коренной аудитории, особенно в регионах с консервативными ценностями. В свою очередь, это может негативно сказаться на объеме продаж и репутации компании. Можем сделать вывод, что компаниям сегодня важно не заикливаться на бездумном следовании гендерной повестке, а наоборот, действительно стараться продвигать тему добра и терпимости к людям с ограниченными возможностями, тем, кто, может, чувствует себя ущемленным по объективным причинам, поддерживая баланс между одобрением своей аудитории и достижением показателей в отчетах.

В рамках имеющихся возможностей при проведении данного исследования авторы столкнулись с таким ограничением, как фокусировка исключительно на игровой индустрии, что довольно сильно сдерживает возможность обобщения полученных в ходе исследования результатов и затрудняет более рациональный подход к вопросу о экстраполяции результатов на другие сектора экономики.

Существующие исследования в области ESG-рейтингов и инклюзивности в основном сосредоточены на традиционных отраслях, таких как энергетика, финансы и производство. Например, Р. Экз и соавторы в своей статье [20] показали, что высокие ESG-рейтинги способствуют привлечению инвестиций, но могут вызывать конфликты с традиционными ценностями аудитории. McKinsey&Company [21] отмечает, что внедрение инклюзивных элемен-

тов в медиапродукты может привести к увеличению продаж в либеральных регионах, но вызвать негативную реакцию в консервативных странах. Однако в контексте игровой индустрии подобные исследования практически отсутствуют. Настоящая работа направлена на заполнение этого пробела, предлагая анализ влияния инклюзивности на финансовые показатели и репутационные риски компаний в игровой индустрии. С другой стороны, в своем исследовании Шэрон С. Янг [22] выявила прямую зависимость между ESG и финансовыми рисками компании.

По итогам настоящего исследования на основе полученных результатов можно рекомендовать игровым компаниям: более взвешенно подходить к внедрению инициатив, учитывая разнородность общественного мнения, в том числе к разработке довольно гибких и меняющихся в процессе внедрения стратегий; организованно подойти к процессу проведения тестирования на группах аудитории из разных социокультурных слоев общества для адаптации контента под соответствующие категории; проводить активные кампании по взаимодействию со своей постоянной аудиторией в социальных сетях, в том числе для сбора отзывов и откликов на предложения.

Предложения по направлению будущих исследований. Для дальнейшего углубления анализа влияния инклюзивных элементов на финансовые показатели компаний отрасли рекомендуется следующее:

1. Рациональным выглядит возможность расширить тему исследования и рассмотреть влияние внедрения инклюзивности в других сферах и отраслях экономики для отслеживания трендов.

2. Провести глубокий анализ долговременных последствий от введения инклюзивных инициатив в рамках повышения своего рейтинга, в том числе углубленный финансовый анализ с учетом факторов риска

3. Проанализировать, как меняются маркетинговые стратегии крупных компаний, которые уже успели столкнуться с негативным восприятием при внедрении инклюзивных элементов в свой продукт.

4. Отследить цепочку взаимодействий между рейтинговыми агентствами и компани-

ями в целях оптимизации стратегий продвижения без ощутимых последствий от введения различных инклюзивных подходов в своих играх и другом периферийном контенте.

5. Провести дополнительное исследование подходов к составлению и дальнейшей поддержке рейтинга в области устойчивого развития в тех странах, где отдельные социальные группы могут быть подвержены преследованиям на законодательном уровне или просто не одобряться обществом.

Заключение

Подводя итог, можно констатировать, что резкое включение различных инклюзивных тем в продукт индустрии компьютерных игр способствует повышению ESG-рейтингов компаний, что, в свою очередь, помогает им в привлечении дополнительных финансовых ресурсов. Тем не менее, даже укрепляя свои позиции на рынке, компании стремительно сталкиваются с активным сопротивлением значительной части потребителей.

Вклад авторов заключается в том, что впервые проведен комплексный анализ влияния ESG-стратегий (особенно инклюзивности) на игровую индустрию с учетом региональных культурных различий. На основе анализа разработаны рекомендации по балансированию между требованиями ESG-инвесторов и предпочтениями аудитории. Доказана корреляция между навязанной инклюзивностью и падением продаж в консервативных регионах (на примере Assassin's Creed: Valhalla, God of War: Ragnarök).

Выявлено, что в регионах с традиционными и консервативными ценностями такие инициативы вызывают негативную реакцию, что приводит к снижению продаж и ухудшению репутации компаний. Это подчеркивает важность нахождения баланса между требованиями, которые предъявляют компаниям ESG-инвесторы, и предпочтениями коренной аудитории, чтобы минимизировать финансовые и репутационные риски. Для успешного применения инклюзивных стратегий компаниям следует использовать гибкие подходы, адаптируя контент под культурные особенности различных регионов и активно взаимодействуя с аудиторией для учета ее мнений и предпочтений [23].

Список источников

1. Аристанбаева Д.И. Аспекты устойчивого развития в стратегиях развития бизнеса // Финансовый бизнес. 2022. № 3 (225). С. 22–23.
2. Губайдуллина Т.Н., Глазкова И.Н. Концептуальный подход к ESG-оценке как фактору устойчивого развития компании // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Серия: Экономика и управление. 2023. № 1 (56). С. 5–15. doi:10.25686/2306-2800.2023.1.5.
3. Панфилова О.В. Современные подходы к формированию рейтинга устойчивого развития в целях финансирования инноваций // KANT. 2024. № 3 (52). С. 55–64. doi:10.24923/2222-243X.2024-52.10.
4. Tariq Fance. Blackrock must face up to its failures on ESG. URL: <https://www.cityam.com/blackrock-must-face-up-to-its-failures-on-esg/> (дата обращения: 02.12.2024).
5. Trent J.F. The Sweet Baby Effect: 'God Of War Ragnarök' Peak Player Count Less Than Half Of 'God Of War'. URL: <https://thatparkplace.com/the-sweet-baby-effect-god-of-war-ragnarok-peak-player-count-less-than-half-of-god-of-war/> (дата обращения: 02.12.2024).
6. Trent J.F. Ubisoft Appears to Confirm 'Assassin's Creed Shadows' Protagonists Yasuke And Naoe Are LGBTQ+. URL: <https://thatparkplace.com/ubisoft-appears-to-confirm-assassins-creed-shadows-protagonists-yasuke-and-naoe-are-lgbtq/> (дата обращения: 29.11.2024).
7. Gamemag : [сайт]. URL: <https://gamemag.ru/news/145776/assassins-creed-valhalla-lgbtq> (дата обращения: 28.11.2024).
8. Индикатор акций за 5 лет. URL: <https://ru.investing.com/equities/electronic-arts-inc> (дата обращения: 22.11.2024).
9. Detecting corporate ESG performance: the role of ESG materiality in corporate financial performance and risks / Sharon S. Yang, Jr-Wei Huang, Hing-Yi Chen, Min-Hung Tsay // The North American Journal of Economics and Finance. 2025. Vol. 76. doi:10.1016/j.najef.2025.102370.
10. Мойжес Л. Скандал со Sweet Baby Inc. Правда ли, что за «повесточку» в играх платят?. URL: <https://www.mirf.ru/videogames/sweet-baby-inc> (дата обращения: 09.12.2024).
11. Games Market Reports and Forecasts. URL: <https://newzoo.com/games-market-reports-and-forecasts> (дата обращения: 23.05.2025).
12. Игровые компании внедряют инклюзивность из-за ESG-рейтинга. URL: <https://glasscannon.ru/2024/03/blizzard-entertainment-esg-dei-sweet-baby-inc/> (дата обращения: 07.12.2024).
13. According to Goldman Sachs's prediction, the gaming industry environment has changed, which is not favorable for Netease. However, they are bullish on Tencent. URL: https://www.moomoo.com/news/post/39677883/according-to-goldman-sachs-s-prediction-the-gaming-industry-environment?level=1&data_ticket=1730724397790452 (дата обращения: 09.12.2024).
14. Min Park, Aaron Toon, Trachi Zach. Sell-side analysts assessment of ESG risk // Journal of Accounting and Economics. 2024. doi:10.1016/j.jacceco.2024.101759.
15. Студии опасаются нанимать бывших сотрудников Sweet Baby из-за возможного негатива со стороны игроков. URL: https://www.playground.ru/misc/news/studii_opasayutsya_nanimat_byvshih_sotrudnikov_sweet_baby_iz_za_vozmoznogo_negativa_so_storony_igrokov-1724908 (дата обращения: 10.12.2024).
16. Ефимова О.В. ESG аналитика в системе принятия инвестиционных решений: в поисках существенной информации // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2023. № 2. С. 3–17.
17. Рожнова О.В. Анализ практики выполнения ESG-повестки и предоставления соответствующей отчетности российскими организациями с государственным участием // Аудиторские ведомости. 2023. № 1. С. 13–17.
18. Brandon R.G., Kruger P., Schmidt P.S. ESG rating disagreement and stock returns // Financial Analysts Journal. 2021. No. 77. Pp. 104–127.
19. Christensen D.M., Serafeim G., Sikochi A. Why is corporate virtue in the eye of the beholder? The case of ESG ratings // The Accounting Review. 2022. No. 97. Pp. 147–175.
20. Eccles R.G., Ioannou I., Serafeim G. The Impact of corporate sustainability on organizational processes and performance // Management Science. 2014. Vol. 60, Issue 11. doi:10.1287/mnsc.2014.1984.
21. Hunt D.V., Layton D., Prince S. Why diversity matters. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/why-diversity-matters> (дата обращения: 03.03.2025).

22. Yang Sh.S. Detecting corporate ESG performance: the role of ESG materiality in corporate financial performance and risks. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1062940825000105> (дата обращения: 25.03.2025).

23. Фанаты игр ненавидят компанию, которая отвечает за инклюзивность. URL: https://cyber.sports.ru/tribuna/blogs/fifa_r6_and_more/3228344.html (дата обращения: 11.12.2024).

References

1. Aristanbayeva D.I. Aspects of sustainable development in business development strategies // Financial business. 2022. No. 3 (225). Pp. 22–23.

2. Gubaidullina T.N., Glazkova I.N. A conceptual approach to ESG assessment as a factor of sustainable development of a company // Bulletin of the Volga State Technological University. Series: Economics and Management. 2023. No. 1 (56). Pp. 5–15. doi:10.25686/2306-2800.2023.1.5.

3. Panfilova O.V. Modern approaches to the formation of a sustainable development rating in order to finance innovation // KANT. 2024. No. 3 (52). Pp. 55–64. doi:10.24923/2222-243X.2024-52.10.

4. Tariq Fance. Blackrock must face up to its failures on ESG. URL: <https://www.cityam.com/blackrock-must-face-up-to-its-failures-on-esg/> (date of access: 02.12.2024).

5. Trent J.F. The Sweet Baby Effect: 'God of War Ragnarök' Peak Player Count Less Than Half of 'God of War'. URL: <https://thatparkplace.com/the-sweet-baby-effect-god-of-war-ragnarok-peak-player-count-less-than-half-of-god-of-war/> (date of access: 02.12.2024).

6. Trent J.F. Ubisoft Appears to Confirm 'Assassin's Creed Shadows' Protagonists Yasuke And Naoe Are LGBTQ+. URL: <https://thatparkplace.com/ubisoft-appears-to-confirm-assassins-creed-shadows-protagonists-yasuke-and-naoe-are-lgbtq/> (date of access: 29.11.2024).

7. Gamemag : [website]. URL: <https://gamemag.ru/news/145776/assassins-creed-valhalla-lgbtq> (date of access: 28.11.2024).

8. Stock indicator for 5 years. URL: <https://ru.investing.com/equities/electronic-arts-inc> (date of access: 22.11.2024).

9. Detecting corporate ESG performance: the role of ESG materiality in corporate financial performance and risks / Sharon S. Yang, Jr-Wei Huang, Hing-Yi Chen, Min-Hung Tsay // The North American Journal of Economics and Finance. 2025. Vol. 76. doi:10.1016/j.najef.2025.102370.

10. Moyges L. The scandal with Sweet Baby Inc. Is it true that they pay for the "agenda" in games?. URL: <https://www.mirf.ru/videogames/sweet-baby-inc> (date of access: 09.12.2024).

11. Games Market Reports and Forecasts. URL: <https://newzoo.com/games-market-reports-and-forecasts> (date of access: 23.05.2025).

12. Gaming companies are introducing inclusivity because of the ESG rating. URL: <https://glasscanon.ru/2024/03/blizzard-entertainment-esg-dei-sweet-baby-inc/> (date of access: 07.12.2024).

13. According to Goldman Sachs's prediction, the gaming industry environment has changed, which is not favorable for Netease. However, they are bullish on Tencent. URL: https://www.moomoo.com/news/post/39677883/according-to-goldman-sachs-s-prediction-the-gaming-industry-environment?level=1&data_ticket=1730724397790452 (date of access: 09.12.2024).

14. Min Park, Aaron Toon, Trachi Zach. Sell-side analysts assessment of ESG risk // Journal of Accounting and Economics. 2024. doi:10.1016/j.jacceco.2024.101759.

15. Studios are afraid to hire former Sweet Baby employees because of possible negativity from the players. URL: https://www.playground.ru/misc/news/studii_opasayutsya_nanimat_byvshih_sotrudnikov_sweet_baby_iz_zh_vozmozhnogo_negativa_so_storony_igrokov-1724908 (date of access: 10.12.2024).

16. Efimova O.V. ESG analytics in the investment decision-making system: in search of essential information // Bulletin of Voronezh State University. Series: Economics and Management. 2023. No. 2. Pp. 3–17.

17. Rozhnova O.V. Analysis of the practice of implementing the ESG agenda and providing appropriate reporting by Russian organizations with state participation // Audit Reports. 2023. No. 1. Pp. 13–17.

18. Brandon R.G., Kruger P., Schmidt P.S. ESG rating disagreement and stock returns // Financial Analysts Journal. 2021. No. 77. Pp. 104–127.

19. Christensen D.M., Serafeim G., Sikochi A. Why is corporate virtue in the eye of the beholder? The case of ESG ratings // The Accounting Review. 2022. No. 97. Pp. 147–175.

20. Eccles R.G., Ioannou I., Serafeim G. The Impact of corporate sustainability on organizational processes and performance // Management Science. 2014. Vol. 60, Issue 11. doi:10.1287/mnsc.2014.1984.

21. Hunt D.V., Layton D., Prince S. Why diversity matters. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/why-diversity-matters> (date of access: 03.03.2025).

22. Yang Sh.S. Detecting corporate ESG performance: the role of ESG materiality in corporate financial performance and risks. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1062940825000105> (date of access: 25.03.2025).

23. Gaming fans hate the company that is responsible for inclusivity. URL: https://cyber.sports.ru/tribuna/blogs/fifa_r6_and_more/3228344.html (date of access: 11.12.2024).

Информация об авторах

О.В. Панфилова – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов, руководитель научного содержания магистерской программы «Корпоративные финансы и оценка бизнеса» Санкт-Петербургского государственного экономического университета;

Э.И. Бабин – магистрант Санкт-Петербургского государственного экономического университета;

Н.И. Спехов – магистрант Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Information about the authors

O.V. Panfilova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Head of the scientific content of the Master's program "Corporate Finance and Business Valuation" of the St. Petersburg State University of Economics;

E.I. Babin – undergraduate student of the St. Petersburg State University of Economics;

N.I. Spekhov – undergraduate student of the St. Petersburg State University of Economics.

Статья поступила в редакцию 30.01.2025; одобрена после рецензирования 14.04.2025; принята к публикации 29.07.2025.

The article was submitted 30.01.2025; approved after reviewing 14.04.2025; accepted for publication 29.07.2025.