

DOI: <https://doi.org/10.37909/2542-1352-2025-2-2003>

Аутентичные настольные игры как способ продвижения домашнего издательства (на примере игры по сериалу «Благие знамения»)

София Мокийчук

Магистрант

Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова
SoraSindhii400@mail.ru, [ORCID](#)

Наталья Бекк

Заведующий кафедрой

Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова
8dayofangel@mail.ru, [ORCID](#)

Марика Таубе

Доцент

Новосибирский Государственный Университет Архитектуры, Дизайна и Искусств имени А. Д. Крячкова
m.taube@nsuada.ru, [ORCID](#)

Аннотация

В статье анализируется специфика аутентичных настольных игр, позволяющая рассматривать их как способ продвижения домашнего издательства. Раскрыты особенности влияния трендов на формирование современной игровой индустрии, в том числе на примере культовых «классических» игр. В статье проводится сопоставление крупнотиражных и аутентичных настольных игр с целью выявления особенностей и выработки стратегии продвижения домашнего издательства. Приведены технологии для выпуска настольной игры домашним издательством. На примере разработанной крафтовой игры по сериалу «Благие знамения» раскрыты: понятие игрового акцента, особенности производства и возможности продвижения для малого или домашнего издательства.

Ключевые слова: аутентичная настольная игра, настольная игра, способы продвижения домашнего издательства, малое издательство, рынок настольных игр, особенности игр, рассчитанных на массового потребителя, аутентичность.

Для цитирования: Мокийчук С.А., Бекк Н.В., Таубе М.В. Аутентичные настольные игры как способ продвижения домашнего издательства (на примере игры по сериалу «Благие знамения») // Творчество и современность. 2025. № 1. С. 21–28.

DOI: <https://doi.org/10.37909/2542-1352-2025-2-2002>

Authentic Board Games as a Way to Promote Home Publishing (using The Example of a Game Based on the Good Omens Series)

Sofia Mokiychuk

Master Student

Kryachkov Novosibirsk State University of Architecture, Design and Arts

SoraSindh1400@mail.ru, [ORCID](#)

Natalia Bekk

Head of Department

Kryachkov Novosibirsk State University of Architecture, Design and Arts (NSUADA)

8dayofangel@mail.ru, [ORCID](#)

Marika Taube

Associate Professor

Kryachkov Novosibirsk State University of Architecture, Design and Arts (NSUADA)

m.taube@nsuada.ru, [ORCID](#)

Abstract

The article analyzes the specifics of authentic board games, allowing us to consider them as a way to promote home publishing. The peculiarities of the influence of trends on the formation of modern game industry are revealed, including the example of cult “classic” games. The article compares large-scale and authentic board games in order to identify the features and develop a strategy for promoting home publishing. The technologies for releasing a board game by home publishing are presented. On the example of the developed kraft game based on the series “Good Omens” are revealed: the concept of game accent, features of production and promotion opportunities for small or home publishing house.

Keywords: authentic board game, board game, ways of promotion of home publishing, small publishing house, board game market, features of games designed for mass consumers, authenticity

For citation: Mokiychuk S., Bekk N., Taube M. (2025) Authentic Board Games as a Way to Promote Home Publishing (using The Example of a Game Based on the Good Omens Series). *Creativity and modernity*. 28 (2). 21–28.

Введение

Культура настольных игр с каждым годом укрепляет свои позиции. По статистике, объем мирового рынка настольных игр составил 13,1 млрд долларов США в 2023 году и, по прогнозам, достигнет 32,2 млрд долларов США к 2032 году, увеличившись с среднегодовым темпом в 10,5% в 2024-2032 годах. Рынок развивается благодаря растущему интересу к социальным играм и росту онлайн-платформ, способствующих краудфандингу настольных игр [Debadatta 2024].

Рынок настольных игр растет, развивается, внедряет новые тренды и вовлекает все более широкую аудиторию. На рынок настольных игр также начинают влиять уникальные настольные игры, выпущенные независимыми малыми издательствами.

Настольная игра — это игра, которую можно разложить в пределах одного стола, имеющая свою внутреннюю механику и комплектующие, которые помогают игроку взаимодействовать с ней. Настольная игра имеет замкнутый цикл, то есть содержит в себе всю необходимую информацию и наполнение, чтобы человек мог в нее сыграть.

Аутентичная (крафтовая) настольная игра — узконаправленная игра, которая напечатана небольшим тиражом, имеет ярких контрастных персонажей, отражает определенный тренд и зачастую имеет нестандартные элементы.

Настольные игры приобрели популярность с момента выпуска игры «Monopoly» в 1935 году и постоянно переживают эволюцию. Современный рынок включает более 20 000 издателей и свыше 150 000 наименований настольных игр.

Поставим следующие задачи:

- 1) дать оценку рынка настольных игр;
- 2) определить характеристики игры для создания успешной игры;
- 3) рассмотреть причины становления настольных игр в качестве средства продвижения домашних издательств;
- 4) анализ игры на основе сериала «Благие знамения» как способа продвижения домашнего издательства для изучения реакции целевой аудитории и подходов к проектированию настольной игры для малого издательства.

Методы и инструменты

В ходе исследования использованы такие методы как: опрос (анкетный опрос, формализованное ин-

тервью) и анализ. Анкетирование и интервью проводились с разработчиками настольных игр. Анкетный опрос (анкетирование) — опрос с использованием анкеты, которую самостоятельно заполняет респондент по указанным правилам в присутствии анкетера (прямой опрос) или наедине с самим собой (заочный опрос). Интервью — проводимая по определенному плану беседа (целенаправленное общение), предполагающая прямой контакт интервьюера с опрашиваемым. Структурированное (формализованное) интервью — вид интервью, характеризующийся максимальной степенью формализации опросника, жестко заданной структурой, унифицированностью параметров и преобладанием закрытых вопросов. Кроме этого, для получения данных о предпочтениях аудитории было также проведено анкетирование среди студентов творческих специальностей. В ходе работы был проведен анализ игры на основе сериала «Благие знамения». Анализ — это мысленное разделение интересующего нас объекта или его аспектов на отдельные части с целью их систематического изучения. Также изучены маркетинговые стратегии продвижения настольных игр, включая краудфандинг, социальные сети и участие в тематических выставках.

Полученные результаты и их обсуждение

Рынок настольных игр развивается, реагируя на изменения и вносит свои тренды, видоизменяя тем самым современную игровую индустрию в том числе. Так, например, в 1971 году была создана игра «Uno». В ответ на популярные тогда дедуктивные сложные игры [Леви 2013] была придумана легкая, семейная игра, которая, кроме того, была дешёвой и портативной. Мерл Роббинс и его жена напечатали 5000 экземпляров игры и путешествовали по США, продавая их в кемпингах. Популярность игры выросла в 1980-х годах после того, как Роббинсы продали права на неё. А затем, в 1992 году, её приобрела компания Mattel. Сейчас игра продается более чем в 80 странах и имеет более 600 версий. «Uno» имеет множество аналогов по всему миру, поскольку она задала тренд на компактные карточные игры [Mueller 2024]. Согласно анализу настольных игр мировыми тренд-бюро [Irtner 2025], их рынок распространился на регионы и страны, которые оставались нетронутыми в течение нескольких лет. Несколько причин значительного роста, наблюдаемого на мировом рынке, включают, среди прочего, появление конференций

по настольным играм (например, «Игрокон» Москва, «Граникон» Санкт-Петербург, «SaltCON» Лейтон и т.д.), игровых кафе («игРРай тайм-кафе» Новосибирск, «Time Club Ковчег» Москва, «Dickens» Алматы и другие), культуру «ботаников» и ежегодные распродажи «на ностальгию».

Несмотря на большую динамику внутри индустрии и поиску новых решений, центральное место в мире настольных игр, согласно прогнозам, все равно будут занимать «классические» игры [Леви 2013]. Статистика утверждает, что интерес на такие игры с каждым годом достаточно активно увеличивается. Согласно статистике за 2023 год, темп роста рынка составляет 4% в год. Однако средний темп роста рынка на момент 2024 года (рис. 1) уже определяют в 8,8%, то есть к концу 2028 года прирост составит более 40%. [Irtner 2025].



Рисунок 1. Средний темп роста рынка настольных игр на 2024 год, [Леви 2013]

Figure 1. Average growth rate of the board game market for 2024, [Levy 2013]

Одной из причин популярности настольных игр является необходимость взаимодействовать друг с другом, тем самым укрепляя эмоциональную связь. Настольные игры способствуют развитию навыков общения и взаимодействия. В процессе игры люди учатся слушать друг друга, делиться своими мыслями и чувствами, принимать решения вместе и радоваться общим достижениям. Игры помогают научиться справляться с конфликтами, поскольку позволяют нам в процессе углубиться в свои эмоции и найти компромиссы в случае разногласий. Это можно проследить в командных играх, когда каждый участник вносит вклад в командную работу. Также настольные игры помогают развивать эмпатию [Самойлова 2024]. Исследование, проведенное в Бэйлорском университете в 2019 году с участием 20 супружеских пар среднего возраста показало, что во время игры в настольные игры у людей вырабаты-

вается гормон окситоцин — то самое вещество, которое отвечает за привязанность и спокойствие, позволяет распознавать эмоции других людей, повышает степень доверия и сплоченности в паре, а также снижает уровень стресса и тревоги [Melton 2020, Оффенрова 2019].

Популярными по механике играми за 2023 год были названы настольные игры, основанные на случайностях. Примеры включают броски кубиков и вытягивание карт. Случайные механики добавляют элемент непредсказуемости в игру, что делает каждую партию уникальной. Например, в игре "Monopoly" [Kohn 1998] броски кубиков определяют, на какие клетки попадут игроки, что влияет на их стратегию и возможности [skyprowiki 2024]. Однако настольные игры, основанные на стратегиях, также пользуются повышенным спросом, особенно в кругах взрослой аудитории.

Если рассматривать тенденции на российском рынке настольных игр [Игнатьев 2023], можно отметить, что в 2022 году спрос упал на 15%. Это связано с уходом иностранных брендов. Однако уже в 2023 году импортные игры начали замещаться играми российского производства. Кроме того, в связи с ограниченным выбором развлечений у российского покупателя, настольные игры снова начали набирать обороты. И согласно данным, в 2024 году спрос начал постепенно повышаться. В России увеличение спроса на настольные игры так же связано с тенденцией на покупку «крафтовых» вещей, то есть игры, рассчитанные на узкую аудиторию, с уникальными характеристиками, привлекают внимание людей, что приводит к росту рынка.

Основными поставщиками игр на рынок являются разного уровня издательства. Большинство игр производятся крупными издательствами и рассчитаны на массового потребителя [Hobby Games 2023]. У таких игр есть основные особенности, такие как:

- Большой тираж для усредненного потребителя. В России хорошим тиражом считается от 3000 экземпляров игры в год, в этом случае, как правило, тиражи допечатываются, выпускаются дополнения и так далее. Тиражи наиболее популярных игр продаются в России в количестве более 50 000 штук в год, что для Российского рынка большой успех [Тесера].
- Нет особенно ярких персонажей, которые могут вызвать неприязнь у большей части аудитории.
- Технологии и материалы. Большие издательства могут позволить себе использовать более каче-

ственные и дорогие материалы, поскольку закупает их оптом. Также крупное издательство в большинстве своем имеет большее количество разнопрофильных станков для печати и обработки, что позволяет внедрить новые технологии и материалы в производство настольной игры, например, компания «Hobby World» — одна из крупнейших производителей настольных игр в России, имеет станки, которые позволяют производить полный цикл работ для создания игры, включая печать, обработку, резку, проклейку и вырубку [Hobby World 2017].

Однако сейчас люди все больше начинают ценить уникальность, эксклюзивность и нестандартность, в том числе и в настольных играх. Поскольку крупным издательствам не выгодно заниматься производством игр на узкую аудиторию, таким занимаются малые или «домашние» издательства. Они могут позволить себе небольшие тиражи уникальных аутентичных игр. Малое издательство также может позволить себе сделать игру, в сотрудничестве с авторами произведений, таких как книги или сериалы и тем самым взаимодействовать с целевой аудиторией сериала.

Важными характеристиками игры для успешного игрового процесса являются:

- Четкая цель, которая стоит перед игроками;
- Очень вариативное количество игроков, можно играть и парой, и большой компанией;
- Игра для всей семьи, которая достаточно проста, чтобы дети могли играть и соревноваться со взрослыми.

Выполнены исследования по разработке игры на основе сериала для изучения реакции целевой аудитории и подходов к проектированию настольной игры для малого издательства. Первой задачей является определение базы проектирования (сериала). По статистике популярного стримингового сервиса в России «Кинопоиск», видно, что рейтинг сериала «Благие знамения» составляет 7,8, а оценило сериал более 100 тысяч человек [Кинопоиск]. Таким образом при правильном соотношении интереса аудитории к сериалу и интереса к покупке кастомной настольной игры по этому же сериалу, возможно создать уникальный и пользующийся спросом товар на рынке.

Вторым фактором, на который стоит обратить внимание — это игровой акцент. Он может быть: на карте-поле, на фигурках, на уникальном тайле, взаимодействии с которым влияет на всю игру. В экспериментальной игре решено сделать акцент

на фигурках, так как персонажи, их особенности и отличительные черты (рисунок 2) могут поддержать интерес небольшой аудитории в игре. Также создается множество элементов с дополнительными отсылками на локации, предметы и фразы из сериала (рисунки 3, 4).



Рисунок 2. Фигурки персонажей игры
Figure 2. Figurines of the game characters



Рисунок 3. Карты из игры
Figure 3. Cards from the game



Рисунок 4. Карта-поле из игры
Figure 4. The map is a field from the game

Для упрощения производства малым издательством эффективным будет использовать универсальных станков, например уф-плоттер/каттер, для печати и одновременной резки. Эта технология производ-

ства является доступной для малых предприятий. Основная часть игры сделана из бумаги или плотного картона, то есть в основе производства таких элементов лежит печать и проклейка боковых сторон. В таком случае главное подобрать качественные и подходящие материалы.

Далее изготовление жетонов или тайлов для игры (рисунок 5). Они бывают как двухсторонние, так и односторонние, а также могут иметь совершенно разные формы и размеры [Милфгард 2015, Бойко 2021, Электронный ресурс 2014].

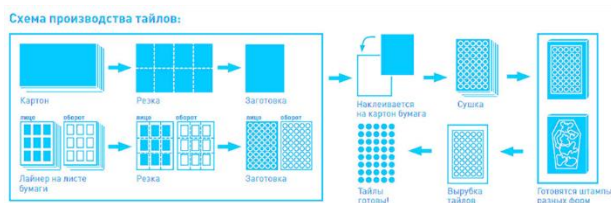


Рисунок 5. Схема производства тайлов/жетонов [Бойко 2021]

Figure 5. Production scheme for tiles/tokens [Boyko 2021]

Для упрощения процесса создания фигурок, можно напечатать фигурки по такому же принципу, как и жетоны, и выполнить их из картона. Такая технология будет проще и доступнее для домашнего издательства.

Исходя из пользовательских сценариев эксплуатации настольных игр было решено сделать акцент на мобильность игры, что позволит переносить ее для посиделок с друзьями, времяпрепровождения на природе, а также в отпуске. Поэтому была спроектирована уникальная упаковка, позволяющая сохранить игру и перенести ее (рисунок 6).

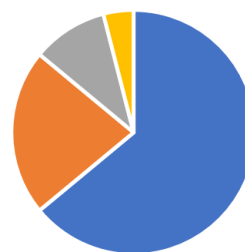
Также выгода для малого издательства — небольшой тираж и попадание в целевую аудиторию. Малое издательство может себе позволить сделать упор на уникальность и аутентичность упаковки.



Рисунок 6. Сумка-упаковка для игры
Figure 6. A packing bag for the game

По опросу с представлением разработанной игры и упаковки, проведенному среди студентов творческого университета (НГУАДИ им. А. Д. Крячкова, г. Новосибирск), получили следующие результаты. Большинство заинтересованы в игре и ее покупке (64%), кто-то хотел бы поиграть, но не купит (22%), кто-то не заинтересовался (10%), а кто-то затрудняется ответить (4%). Большинство опрошенных позитивно настроены по отношению к игре и готовы ее приобрести, что подтверждает поставленную гипотезу о возможности малого издательства продвигаться за счет аутентичности изделий (рисунок 7).

Результаты опроса о заинтересованности в настольной игре



- Игра заинтересовала и я хотел(а) бы ее приобрести 64%
- Игра заинтересовала, но я бы не купил(а) 22%
- Игра не заинтересовала 10%

Рисунок 7. Схема опроса о заинтересованности в настольной игре

Figure 7. Survey on interest in a board game

Выводы

Проведенное исследование позволило сделать ряд выводов:

1. В результате проделанной оценки рынка настольных игр выяснено, что настольные игры: а) продолжают увеличивать свои охваты, вовлекая большое количество аудитории, б) активно используют различные тренды для продвижения, в) производятся благодаря различным издательствам. Это дает нам понимание, что настольные игры, произведенные домашним издательством — это хороший способ продвижения, повышающая узнаваемость и доверие к издательству.
2. Выявлены следующие характеристики игры для создания успешной настольной игры: а) четкая цель, б) вариативное количество игроков, в) простота игры.
3. Рассмотрены причины становления настольных игр в качестве средства продвижения домашних игр

издательств. Настольные игры, как лимитированная продукция от малого издательства, позволяют малым компаниям выделяться на фоне массовых продуктов и формировать лояльную аудиторию. Уникальный визуальный стиль, оригинальная механика и качественные материалы создают конкурентное преимущество для независимых разработчиков.

4. Проведен анализ игры на основе сериала «Благие знамения» как способа продвижения домашнего издательства для изучения реакции целевой аудитории и подходов к проектированию настольной игры для малого издательства.

Заключение

Разработка кастомной игры поможет продвижению домашнего издательства как новой сферы креативной индустрии. Крупным издательствам не выгодно производить узконаправленную настольную игру, им так же невыгодно делать маленькие тиражи. Малое же издательство за счет этого сможет увеличить популярность своих продуктов, а также увеличить свой доход. Кастомная игра — это уникальное торговое предложение, которое может выделить издательство на фоне конкурентов, тем самым привлечь внимание целевой аудитории и повысить интерес к другим изданиям. Кроме того, визуальные компоненты игры, могут продемонстрировать возможности издательства, например, продемонстрировать качество материалов и красивые эстетичные иллюстрации. Создание крафтовой настольной игры расширяет ассортимент издательства, выводит на новый уровень производство и увеличивает возможности печати. За счет такого продукта издательство сможет устанавливать партнерские соглашения с другими компаниями, связанными с играми и дизайном, расширяя дружеские отношения в рамках игровой индустрии и свою аудиторию. Все это благоприятно повлияет на развитие издательства и на его положение в «издательском мире».

Список литературы

1. Debadatta P. Board Games Market Outlook 2032 / Dataintel [Электронное издание]. 2024. 180 с. URL: <https://dataintel.com/report/global-board-games-market>.
2. Irtner L. Board Games Market Analysis Europe, North America, APAC, Middle East and Africa, South America - US, Canada, China, India, Germany, UK, France, Brazil, UAE, Italy - Size and Forecast 2025-

2029 / Technavio [Электронное издание]. 2025. 197 с. URL: <https://www.technavio.com/report/board-games-market-industry-analysis>.

3. Kohn D. Why Is Monopoly Still So Popular? / CBSNews [Электронное издание]. 1998. 20 с. URL: <https://www.cbsnews.com/news/why-is-monopoly-still-so-popular>.
4. Melton K. K., Larson M., Boccia M. L. Examining Couple Recreation and Oxytocin via the Ecology of Family Experiences Framework / Wiley Online Library [Электронное издание]. 2020. 215 с. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jomf.12556>.
5. Mueller S. Why this popular card game is still relevant 52 years after its debut / CNN Business [Электронное издание]. 2024. 14 с. URL: <https://edition.cnn.com/2024/06/03/business/uno-card-game-popularity-ccc/index.html>.
6. Игнатъев Д. Темп роста рынка настольных игр. / Ведомости [Электронное издание]. 2023. 20 с. URL: <https://www.vedomosti.ru/media/articles/2023/03/15/966529-temp-rosta-rinka-nastolnih-igr-zamed-lilsya>.
7. Леви Л. Designer of the Year Awards: 1955–2013 / Тесера [Электронное издание]. 2013. 190 с. URL: <https://tesera.ru/article/st15>.
8. Милфгард С. Как устроено производство настольных игр в России. / Живой журнал [Электронное издание]. 2015. 20 с. URL: <https://kak-eto-sdelano.livejournal.com/236485.html>.

Список источников

1. Hobby World Hobby World – Производство настольных игр на заводе издательства (2017) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=56V24zgG6Xo&ysclid=m2x36jz6pw984318523> (дата обращения: 11.03.2025).
2. Hobby Games Топ-30 настольных игр по версии Hobby Games (12.01.2023) [Электронный ресурс]. URL: <https://hobbygames.ru/top-30-igr-po-versii-hobby-games> (дата обращения: 11.03.2025).
3. Skupro wiki Примеры игровых механик в настольных играх (06.09.2024) [Электронный ресурс]. URL: <https://sky.pro/wiki/gamedev/primery-igrovyyh-mehanik-v-nastolnyh-igrakh/> (дата обращения: 11.03.2025).
4. Бойко Ю. Печать и изготовление игрового поля для настольных игр. (11.05.2021) [Электронный ре-

сурс]. URL: <https://printready.ru/pechat-i-izgotovlenie-igrovogo-polya-dlya-nastolnyix-igr.html> (дата обращения: 11.03.2025).

5. Кинопоиск Благие знамения (сериал 2019 – ...) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kinopoisk.ru/series/585727/> (дата обращения: 11.03.2025).
6. Материал компонентов настольных игр – размышления (02.12.2014) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.toybytoy.com/boardgame/The-material-components-of-table-games> (дата обращения: 11.03.2025).
7. Офицерова А. Настолки на полке: как игры помогают наладить отношения (25.05.2019) [Электронный ресурс]. URL: <https://zolotoy.ru/family/28507-nastolki-na-polke-igr-dlja-uluchshenija-otnoshenij-v-pare/#:~:text=Недавнее%20исследование%2C%20проведенное%20в%20Бэйлорском,снижает%20уровень%20стресса%20и%20отревоги> (дата обращения: 11.03.2025).
8. Самойлова М. Настольные игры как инструмент укрепления отношений (04.01.2024) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.b17.ru/blog/414734/> (дата обращения: 11.03.2025).
9. Тесера О. Всё, что вы хотели знать об издании игры, но стеснялись спросить! [Электронный ресурс]. URL: <https://tesera.ru/article/149800> (дата обращения: 11.03.2025).

References

1. Debadatta P. Board Games Market Outlook 2032 / Dataintelco [Электронное издание]. 2024. 180 с. URL: <https://dataintelco.com/report/global-board-games-market>.
2. Irtner L. Board Games Market Analysis Europe, North America, APAC, Middle East and Africa, South America - US, Canada, China, India, Germany, UK, France, Brazil, UAE, Italy - Size and Forecast 2025-2029 / Technavio. 2025. URL: <https://www.technavio.com/report/board-games-market-industry-analysis>.
3. Kohn D. Why Is Monopoly Still So Popular? / CBSNews. 1998. URL: <https://www.cbsnews.com/news/why-is-monopoly-still-so-popular>.
4. Melton K. K., Larson M., Boccia M. L. Examining Couple Recreation and Oxytocin via the Ecology of Family Experiences Framework / Wiley Online Library. 2020. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jomf.12556>.
5. Mueller S. Why this popular card game is still relevant 52 years after its debut / CNN Business. 2024. URL: <https://edition.cnn.com/2024/06/03/business/uno-card-game-popularity-cec/index.html>.
6. Ignatiev D. The growth rate of the board game market. / Vedomosti. 2023. URL: <https://www.vedomosti.ru/media/articles/2023/03/15/966529-temp-rosta-rinka-nastolnih-igr-zamedlilsya>.
7. Levi L. Designer of the Year Awards: 1955–2013 / Тесера. 2013. URL: <https://tesera.ru/article/st15>.
8. Milfgard S. How the production of board games is organized in Russia. / LiveJournal. 2015. URL: <https://kak-eto-sdelano.livejournal.com/236485.html>.

Материал передан в редакцию 06.06.2025.