


ВЯЧЕСЛАВ УТОЧКИН
КОНСТАНТИН САХНОВ
ДМИТРИЙ ТАБАКОВ

ХОЧУ В ГЕЙМДЕВ!

ОСНОВЫ ИГРОВОЙ РАЗРАБОТКИ
ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ

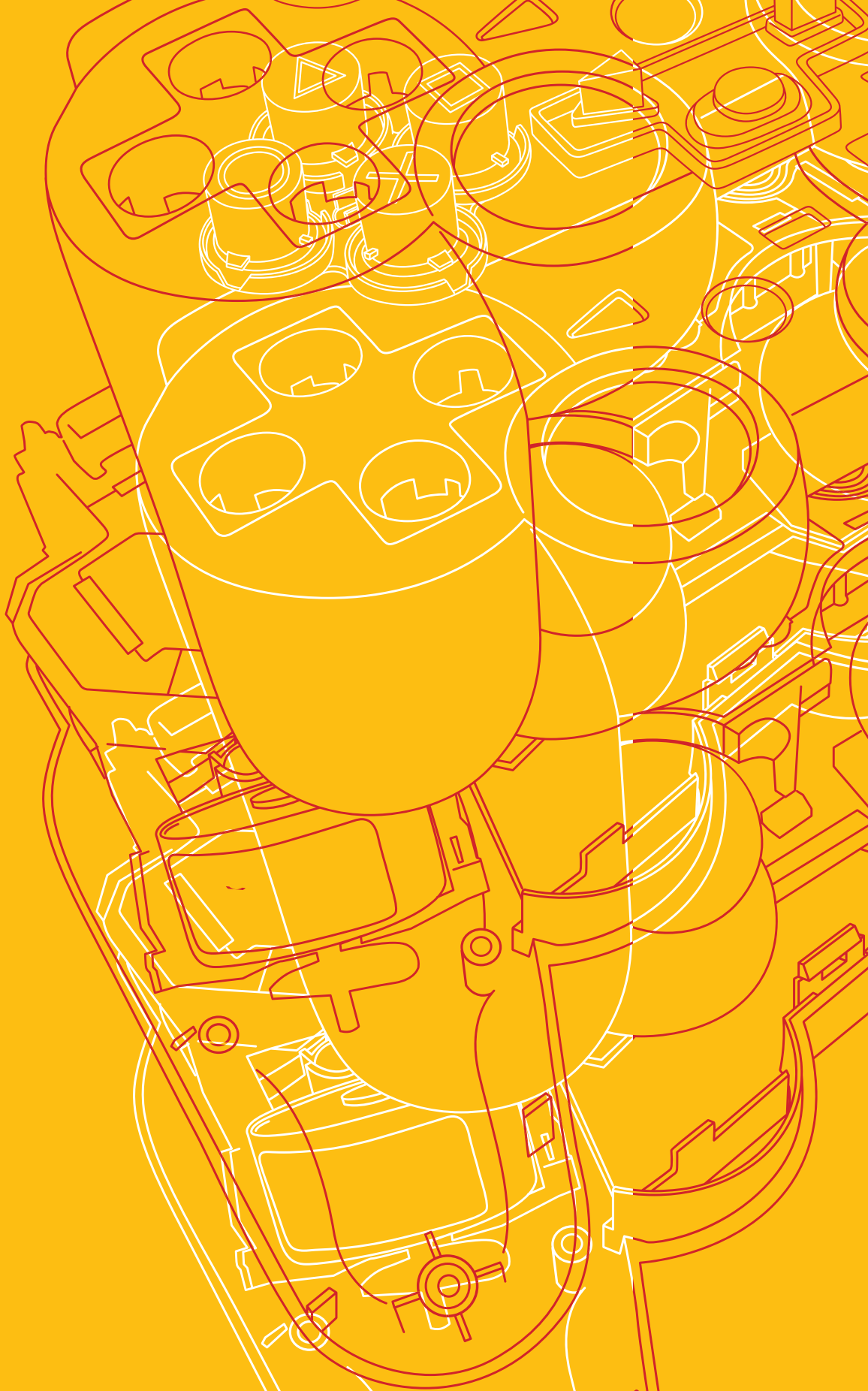
2-е издание

 **БОМБОРА**
ИЗДАТЕЛЬСТВО
Москва

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	7
ЛЮДИ И ИГРЫ	11
ПОЧЕМУ ЛЮДИ ИГРАЮТ В ИГРЫ	12
КАК ОПРЕДЕЛИТЬ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ ИГРЫ.....	19
ПСИХОЛОГИЯ ИГРОКА	29
ИГРЫ И РИСКИ	38
ПРОФЕССИЯ: ГЕЙМ-ДИЗАЙНЕР	43
КТО ДЕЛАЕТ ИГРЫ	44
ЧЕМ ЗАНИМАЕТСЯ ГЕЙМ-ДИЗАЙНЕР.....	49
НАВЫКИ ГЕЙМ-ДИЗАЙНЕРА.....	52
КАРЬЕРА ГЕЙМ-ДИЗАЙНЕРА	56
РАБОТА ГЕЙМ-ДИЗАЙНЕРА В ИНДИ-КОМАНДЕ И ИГРОВОЙ КОМПАНИИ	62
ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ В ИГРОВОЙ СТУДИИ.....	65
ПРЕПРОДАКШЕН	69
ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ИГРОВОГО ПРОДУКТА.....	70
ПОСТРОЕНИЕ ПРОЦЕССОВ НА ЭТАПЕ ПРЕПРОДАКШЕНА.....	71
ВЫБОР УПРАВЛЕНЧЕСКИХ МЕТОДОЛОГИЙ ДЛЯ КОМАНДЫ	86
ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ НА ЭТАПЕ ПРЕПРОДАКШЕНА	93
ВЫБОР ИГРОВОГО ДВИЖКА	101
ИГРОВЫЕ ПРОТОТИПЫ	114

ПРОДАКШЕН	131
ПРОЦЕССЫ ЭТАПА ПРОДАКШЕНА.....	132
ИГРОВЫЕ МЕХАНИКИ И ПРАВИЛА ИГРЫ	139
ЛЕВЕЛ-ДИЗАЙН.....	145
ДОКУМЕНТАЦИЯ: ГЕЙМ-ДИЗАЙН-ДОКУМЕНТ	157
КОНТРОЛЬ ВЕРСИЙ.....	164
ИГРОВОЙ БАЛАНС	169
ИГРОВАЯ ЭКОНОМИКА.....	184
ПРОИЗВОДСТВО КОНТЕНТА.....	194
АРТ	204
СЮЖЕТ И НАРРАТИВ	224
ОПЕРИРОВАНИЕ	237
ПОДГОТОВКА К РЕЛИЗУ	238
ЧЕМ ЗАНИМАЕТСЯ ТЕСТИРОВЩИК И ВИДЫ ТЕСТИРОВАНИЯ.....	239
ИГРОВОЙ МАРКЕТИНГ.....	247
ОТЗЫВЫ ИГРОКОВ	256
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	263
ПОСЛЕ ЗАПУСКА	264
ОТ АВТОРОВ	266
БЛАГОДАРНОСТИ	269





ВВЕДЕНИЕ

Создание качественной и успешной видеоигры — это комплексная работа, требующая от специалистов знаний и опыта в самых разных областях: программирования и гейм-дизайна, экономики и математики, истории и психологии, менеджмента. Нужен художественный и музыкальный вкус, знания маркетинга и продаж. Это далеко не полный список умений, необходимых для того, чтобы ваша игра увидела свет. Будет ли это просто и быстро? Нет. Есть ли универсальная формула успеха? Нет. Каждый игровой проект уникален и требует индивидуального подхода, каждая игра — это свои вызовы и риски.

Нельзя научиться создавать игры, не создавая их. Именно ошибки, сделанные в ходе разработки собственной игры, позволяют получить опыт, определяющий вас как гейм-дизайнера. Пробуйте, ошибайтесь и пробуйте снова! Любая профессия, будь то повар, художник, актер или гейм-дизайнер, осваивается только с практикой. Создание игр — итеративный (циклический, повторяющийся) процесс: идея обдумывается снова и снова, превращается в многократно проверяемые прототипы, которые, в свою очередь, вырастают в бесконечно тестируемые версии, чтобы в итоге стать полноценным игровым продуктом. Чем больше тестов и проверок вы сделаете, тем больше опыта получите и тем быстрее придете к успеху.

Что-то обязательно пойдет не так, ведь сразу хорошо разобраться во всех нюансах игровой разработки не сможет ни один человек. Вам потребуются смелость и настойчивость, чтобы оттачивать навыки и принимать взвешенные решения, умение слушать не только себя, но и свою команду, своего инвестора и своих игроков — ведь, в конце концов, именно эмоции игроков определяют успех вашей игры.

Вне зависимости от того, какой старт выберет для себя человек — **РАБОТУ** в игровой компании или путь инди-разработчика¹, — везде важны профессионализм и качественный подход к делу. Каким бы сложным ни был процесс разработки игры, где составляющие успеха еще и взаимосвязаны, все же нужно определить подзадачи и разобрать методы их решения. Каждый аспект достоин отдельной книги. Цель той, которую вы держите в руках, — дать начинающему создателю игр системные знания об игровом рынке в целом и прояснить методологию разработки игр как продукта.

¹ *Инди-игра* — компьютерная игра, созданная отдельным разработчиком или небольшим коллективом без финансовой поддержки издателя компьютерных игр. — Здесь и далее прим. авт.

«Эту книгу крайне желаю прочитать тем, кого зажигает игровая индустрия в качестве потенциальной карьеры и даже образа жизни. Игровая индустрия — Клондайк 21 века. Рекомендую».

МАКСИМ МИХЕЕНКО,

co-founder/COO 5518 studios, инвестор в игровой индустрии

«Полезная базовая книга для всех, кто хочет попасть в игровую индустрию. От практиков в геймдеве. Брать, читать, внедрять в работу».

ОЛЕГ ДОБРОШТАН,

эксперт игровой индустрии (ex. 101XP, Astrum Entertainment, «Бука», Nival, «Новый Диск»), консультант по менеджменту

«Эта книга — обязательный стартовый навигатор для тех, кто решил отправиться в плавание по бурным водам геймдева. Конечно, она не заметит собственных шишек и провалов, но хотя бы предупредит, где спрятаны самые острые и болезненные грабли».

СЕРГЕЙ ЧЕКМАЕВ,

игровой сценарист, писатель, член правления Союза Литераторов РФ

«Рекомендую к прочтению всем начинающим специалистам и тем, кто только планирует свой путь в игровой индустрии. Почему? Потому что она сэкономит вам много сил и нервов».

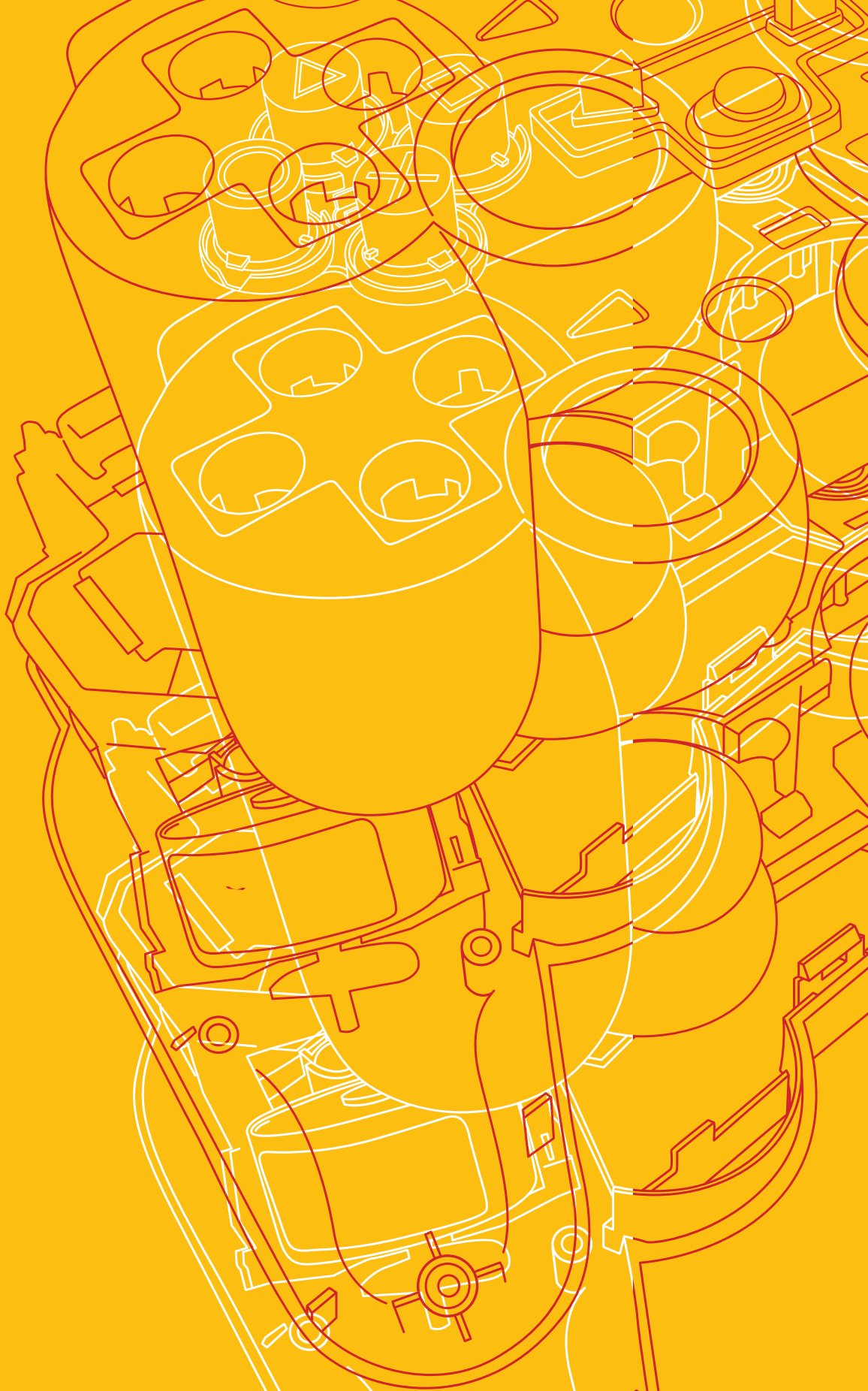
ГРИГОРИЙ ПОЛЯКОВ,

продюсер, Geeky House

«Понятная книжка. Если вы не понимаете, чем занимается ваш знакомый или родственник, но очень хотите разобраться, то найдете здесь ответы. Также произведение помогает осознать, что разработка игр — это не ярмарка веселья, а сложный и комплексный труд. Этот путь подходит не всем, и лучше узнать об этом заранее, чем тратить впустую время и деньги».

АЛЬБЕРТ ЖИЛЬЦОВ,

глава 1С Game Studios





ЛЮДИ И ИГРЫ

ПОЧЕМУ ЛЮДИ ИГРАЮТ В ИГРЫ

Люди играют с глубокой древности. Нидерландский историк Йохан Хейзинга в своем трактате «Человек играющий»² утверждает, что игра древнее самой культуры и ее можно наблюдать даже у животных.

Игры — это часть всех мировых культур и древнейшая форма общения между людьми. Первыми играми можно по праву считать настольные, и, к слову, игровые кубики придумали больше пяти тысяч лет назад.



Рис. 1. Люди с древности играют в игры и придумывают их

Сегодня игровая индустрия показывает стабильный рост, игровые продукты создаются при помощи новейших технических разработок, киберспортсмены в некоторых странах по популярности не уступают поп-звездам, а правительство США еще в далеком 2011 году признало видеоигры видом искусства.

² Хейзинга Й. *Homo Ludens; Статьи по истории культуры.* / Пер. с гол. Д. В. Сильвестрова. — М.: Прогресс — Традиция, 1997.

ИГРЫ КАК ОТВЕТ НА НАШИ ПОТРЕБНОСТИ

Многие жанры видеоигр появились как возможность удовлетворить те или иные потребности человека. Зачастую новую игровую форму принимали явления, до этого существовавшие в физическом мире и выполнявшие те же функции.

Современные теории мотивации игроков (например, основанные на исследованиях Ричарда Бартла³ или концепции самоопределения Райана и Деси⁴) выделяют разные типы мотивов: стремление к мастерству, социальному взаимодействию, исследованию, получению наград или переживанию захватывающих эмоций.

УДОВОЛЬСТВИЕ И РАЗРЯДКА

Самая банальная причина любого хобби — это возможность приятно скоротать свободное время и удовлетворить какие-то психологические потребности, не реализованные в обычной жизни.

ПЕРВЫЙ ВАРИАНТ — просто убить время: поиграть в мобильную игру по дороге на учебу или провести вечер пятницы, расстреливая вражескую танковую дивизию. Главное — чтобы не было скучно.

ДРУГОЙ ВАРИАНТ — целенаправленное планирование игрового досуга. Обычно в таких случаях требуется более основательная подготовка: люди приглашают друзей, чтобы посвятить вечер настольным или кооперативным играм, перепройти в третий раз «Ведьмака», принимая другие решения, сходить в рейд в онлайн-игре, чтобы наконец прокачать персонажа до следующего уровня, и т. д. Важно уже не просто убить время, но получить определенные эмоции. И вряд ли выбор падет на небольшую мобильную игру с короткой сессией — скорее всего, это будет что-то более масштабное.

³ Ричард Аллан Бартл — британский писатель, профессор и исследователь в индустрии массовых многопользовательских онлайн-игр.

⁴ Теория самодетерминации или самоопределения — подход к пониманию человеческой мотивации, личности и психологического благополучия. Эдвард Л. Деси и Ричард М. Райан — авторы теории, психологи Рочестерского университета США.



Рис. 2. Та же магия игры, но без багов и загрузок

ОЩУЩЕНИЕ НАГРАДЫ И ПРОГРЕССА

Подавляющее большинство игр дает пользователю ощущение награды за труды. В современном мире мы редко получаем награду сразу после того, как что-то сделаем. В древности, поймав условного мамонта, мы получали обед. Сегодня, работая с понедельника по пятницу в офисе, мы видим награду пару раз в месяц — причем, скорее всего, она могла бы быть почаще и побольше.

Деньги — отложенная и довольно условная награда. Даже прилагая усилия, мало кто из нас видит непосредственный результат своей деятельности, поэтому мы обращаемся за этим к хобби и развлечениям: ходим в походы, выращиваем цветы, рисуем открытки, качаем бицепсы или играем в игры. И именно в играх результаты приложенных усилий увидеть проще всего. Ведь новое мощное оружие или коллекционную карточку получить легче, чем прибавку к зарплате или идеальное тело к лету.

Ощущение важности награды сильно варьируется в зависимости от аудитории игры. Кто-то еще радуется возможности украсить виртуальный дом, собирая шарики, или получить новую броню, убив монстра. Для других людей такая награда больше не считается значимой и желанной. Видя результат собственных трудов, игроки все равно получают порцию дофамина и эндорфина (гормонов, отвечающих за положительные эмоции), но у большинства со временем притупляется желание легкой награды.

Сегодня многие игроки уже пресытились возможностью нажать на четыре кнопки и радоваться подарку за это. В играх все больше ценится вызов, когда мы сами ставим себе цели и достигаем их. Победив

монстра в *Dark Souls*, мы уже не ждем огромной красивой надписи, восхваляющей наши таланты, — эмоции от того, что «это было сложно, но я все преодолел», гораздо сильнее. Хотя в китайских играх такие картинки во весь экран до сих пор остаются популярными.

АЗАРТ И НЕПРЕДСКАЗУЕМОСТЬ

За счет случайных, неожиданных поворотов игровых событий видеоигры могут обращаться к другой сильной эмоции — азарту. Азарт заставляет людей тратить огромные суммы в казино; ряд игр тоже делает ставку на предложение чего-то рискованного, непрогнозируемого, делающего игровой процесс более захватывающим. Элемент неожиданности держит игрока в напряжении и создает дополнительный интерес к геймплею.

ПОГРУЖЕНИЕ В РОЛИ И МИРЫ

Следующая важная вещь — возможность получить особый опыт, отыгрывая какую-то роль. Театр, маскарады, книги, даже детские игры в доктора и прочее в этом духе позволяли кругу людей в определенных условиях переживать подобные эмоции. Благодаря, например, RPG (ролевым играм) сегодня у каждого есть возможность побыть кем-то другим: преступником, героем-спасителем, ребенком. Этот жанр позволяет глубже окунуться в историю и самостоятельно принимать решения за своего персонажа.

Динамика игры может быть минимальной; старые RPG были пошаговыми или даже текстовыми. Игра может предлагать определенную роль или же давать возможность придумать ее самому в рамках игрового мира. За счет новой роли пользователя как главного действующего лица видеоигры позволяют еще глубже погрузиться в перипетии сюжета, чтобы ответственно принимать решения за своего персонажа.

ФИЗИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ И СКОРОСТЬ РЕАКЦИИ

Некоторые игры, напротив, обращаются к спинномозговым реакциям и действиям. Так играют, например, животные или маленькие дети.

Мы получаем удовольствие от быстрой физической активности, дающей результат. Мы любим бегать, прыгать или кататься на лыжах; скоростные шутеры или сложные платформеры позволяют получать похожие эмоции, не выходя из собственной комнаты. Здесь большую

роль играют скорость реакции и быстрое принятие решений, обеспечивающие победу или поражение.

ИССЛЕДОВАНИЕ И ПОЗНАНИЕ

Другое базовое удовольствие — получение новой информации. Мы путешествуем по миру, читаем научно-популярную литературу — другими словами, исследуем окружающий нас мир в погоне за этим ощущением. Исследование виртуальных миров позволяет ощутить нечто похожее: любопытство, поиск ответов, радость получения новых знаний об игровом мире. Наверное, можно обозначить такой опыт как «виртуальный туризм».

ПОБЕДА ИНТЕЛЛЕКТА

Стратегии или головоломки, в свою очередь, дают возможность подумать, проверить собственный интеллект и умение планировать действия. Роли здесь чаще всего довольно условны, отыгрыша почти нет, реакция тоже отходит на второй план, главное — победа за счет умственных усилий. Для некоторых игроков именно этот тип стимуляции важнее всего.

ВИРТУАЛЬНАЯ ЭСТЕТИКА

Игры дают возможность наслаждаться разнообразным визуалом: яркими костюмами, необычной стилизацией и, часто, подчеркнутой сексуальностью героев. Важно найти баланс виртуальной эстетики, подходящей именно под вашу целевую аудиторию.

Например, эстетическое удовольствие можно получить, любуясь эффектными пейзажами (как в *Horizon Zero Dawn*), разглядывая детали Найт-Сити в *Cyberpunk 2077*, любуясь красивейшей природой в *Kingdom Come: Deliverance II*. Детализированное окружение и оригинальное художественное оформление зачастую не менее интересно, чем внешность персонажей.

СОЦИАЛИЗАЦИЯ И КООПЕРАЦИЯ

«Опять усталился в свой компьютер, шел бы лучше на улицу с друзьями поиграл!» — переживают родители. В представлении старшего поколения внимания стоят только те игры, которые объединяют: лото, карты, настолки.

Когда компьютерные игры были уделом малочисленных гиков⁵, образ человека, предпочитающего одиноко сидеть перед мерцающим монитором вместо того, чтобы встретиться с друзьями, вызывал серьезные опасения и непонимание. Но этот период быстро закончился; за короткий срок компьютерные игры оценили миллиарды людей по всему миру, технологии шагнули вперед, и теперь видеоигры, как прежде их нецифровые предшественники, способствуют и общению, и социализации.

Желание быть лучшим, соревноваться или, напротив, кооперироваться и помогать друг другу наблюдается во всех видах деятельности человека, и видеоигры — отличная площадка для реализации таких потребностей.

Первые будут стремиться обладать лучшими навыками и вооружением, чтобы легко «нагибать» любых соперников и быть в топах, вторые часто с удовольствием играют, например, за хилеров⁶, получая благодарность других игроков.

Многопользовательские игры дают возможность грамотно распределять роли и слаженно играть, чтобы успешно и интересно пройти предложенное задание.

Игровые паблики⁷ и форумы создают новые площадки для общения по интересам. Плюс всевозможные системы кланов, союзов и так далее позволяют удовлетворить желание собирать вокруг себя группу единомышленников. Просмотр фильма или, например, чтение книг не могут дать подобных ощущений, ведь главное преимущество видеоигр — их интерактивность. Вдобавок игры, в отличие от офлайн-активностей, позволяют общаться с людьми по всему миру.

ВЫХОД ЗА ПРЕДЕЛЫ РЕАЛЬНОСТИ

В виртуальной реальности нет ограничений: здесь нет привязки к законам физики планеты Земля, государственных законов, необратимости смерти. Игры позволяют легко и безопасно создать ситуации, невозможные в реальности. Они реализуют

⁵ Гик (от англ. geek) — человек, чрезвычайно увлеченный чем-либо; фанат. Изначально гиками именовали людей, увлеченных высокими технологиями (обычно компьютерами и гаджетами).

⁶ Хилер, хил (от англ. heal — «исцелять») — целитель.

⁷ Паблик — группа или сообщество в социальных сетях.