

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Введение. История Mario</i>	10
--------------------------------------	----

Часть I

Огни аркадных автоматов

1	Детство Mario	19
2	Художник Mario	31
3	Битва Mario	49
4	Ранние годы Mario	65

Часть II

Супер 8

1	Остров Mario	81
2	Сияние Mario	93

3	Бомба Mario	108
4	Хит Mario	119
5	Братья Mario	135
6	Занос Mario	144

Часть III

Сладкие шестнадцать

1	Схватка Mario	161
2	Галактика Mario	174
3	Плотник Mario	186
4	Достижение Mario	199
5	Картридж Mario	211

Часть IV

Третье место — вы уволены

1	Мир Mario	233
2	Комплект связи Mario	246
3	Рукопашная Mario	258
4	Устройство Mario	275
5	Saga Mario	283

Часть V

Wii are the Champions

1	Революция Mario	303
2	Принцесса Mario	317
3	Вечеринка Mario	332
4	Легенда Mario	349
5	Неудача Mario	365
	<i>Об авторе</i>	386
	<i>Благодарности</i>	387
	<i>Библиография</i>	392

*Посвящается Биллу Рудовски
Г'тта гонпа win!*

ВВЕДЕНИЕ. ИСТОРИЯ MARIO

По профессии Марио — водопроводчик, но его страстью всегда были путешествия. Как и другой уважаемый путешественник с итальянскими корнями, Христофор Колумб, Марио открыл уже заселенные земли. То была страна игр, подлинная родина всех людей на Земле. (Как более ста лет назад прозорливо заметил один шутник из Королевского географического общества, «путешественники становятся путешественниками именно из-за некоторой своей асоциальности и потребности регулярно удаляться как можно дальше от своих близких». В наше время он мог бы выкрикнуть эти слова с порога гостиной.) Почти все мы рано или поздно забываем путь на эту родину, но Марио помогает нам его переоткрыть.

Суммарные продажи серии Super Mario составляют 240 миллионов копий*. Одна только оригинальная

* По состоянию на март 2022 года суммарные продажи игр серии Super Mario составляют 396,8 миллиона копий. — *Прим. науч. ред.*

Super Mario Bros. разошлась тиражом более 40 миллионов экземпляров, не считая релизов на других платформах и бесчисленных эмуляторов, которые позволяют запустить самиздат-версию на ПК. В пересчете на часы картридж с игрой — очень выгодная покупка: мало кто отважится смотреть 25-часовой фильм за 25 долларов, но совсем другое дело за 50 долларов получить 50 часов приключений в игре про Марио, где можно изучить все уголки и закоулки.

Давайте чуть подробнее остановимся на выгоде. Подсчитайте в уме: количество проданных копий умножить на 50 долларов — средняя цена за игру. Прибавьте экземпляры, которые шли уже вместе с консолью. Кроме того, необходимо учесть еще и мерчандайзинг вместе с сопутствующими играми вроде *Dr. Mario*, не говоря уже о других тайтлах Nintendo: Марио — лишь одна или две серии из тех сотен, что выходят у компании ежегодно. И все это исключительно софт. Надеюсь, вы взяли калькулятор: по самым скромным подсчетам, Марио принес Nintendo 12 миллиардов долларов. Если бы каждая монетка в игре стоила один миллион, то, чтобы выбить всю эту сумму, водопроводчику пришлось бы биться головой о кирпичи три с половиной часа.

Феномен игр Марио в том, что с виду они совершенно невзрачные. Смог бы отшельник, который провел последние десятилетия в глухой пещере, поверить, что *Super Mario* более успешная франшиза, чем *Halo* (30 миллионов проданных копий), *Tomb Raider* (35 миллионов), *Guitar Hero* (40 миллионов), *Resident Evil* (43 миллиона) и *Madden* (85 миллионов), вместе взятые? И это мы даже не берем в расчет появления Марио в других

сериях, например, *Mario Kart* (12 миллионов)* и *Mario Party* (5 миллионов)**. Прочие успешные франшизы дают возможность прочувствовать напряжение и ужасы войны, перенестись в далекие фэнтезийные миры, стать профессиональным спортсменом. В играх Mario мы берем на себя роль пухляша средних лет, которому нравится прыгать по панцирям черепах. Неплохо, да? А где же супергерои? Солдаты? Волшебники? Неужели это предел наших мечтаний?

За простым внешним обликом игр Mario скрывается нечто большее. Игры отличаются от других видов развлечений интерактивностью: они задействуют совсем иные участки головного мозга, чем книги или фильмы. Невыразительный облик Марио — это неотъемлемая часть его шарма: он универсальный герой на все случаи жизни. За двадцать лет кто только не пытался остаться в нашей памяти: Соник, Лара Крофт, Мегамен. Затем тренды сменились, и нынешние герои предпочитают не болтать лишнего и обходятся без имен, как Мастер Чиф в *Halo* или безликие угрюмые военные из *Call of Duty* и *SOCOM*. Все они до сих пор копируют Марио, который одновременно и очень прост (типичный водопроводчик), и чертовски загадочен (кто-нибудь видел, чтобы он хоть раз прочищал слив?).

Мою историю знакомства с Mario сложно назвать особенной. Она началась даже не с самой игры, а с картонной

* Согласно финансовым отчетам компании Nintendo, по состоянию на 2010 год продажи *Mario Kart Wii* составили 22,5 миллиона копий, а суммарные продажи игр серии *Mario Kart* — более 77 миллионов копий. — Прим. науч. ред.

** По состоянию на 2010 год продажи *Mario Party DS* составили 7 миллионов копий, а суммарные продажи игр серии *Mario Party* — более 25 миллионов копий. — Прим. науч. ред.

коробки от NES. Одноклассник каждый день брал ее с собой в школьный автобус, и мы толпились рядом, чтобы поразглядывать скриншоты на лицевой стороне. Через несколько месяцев родители купили мне и моему брату собственную NES, и она работала у нас так, как кондиционерам в Майами и не снилось. Мы обменивались играми с соседями, ребятами постарше и помладше, даже умудрялись меняться с крутыми чуваками из высшей касты старшекласников. У себя на районе мы основали целый фан-клуб: чтобы в него попасть, нужно было пройти игру и найти в ней какой-нибудь секрет. Большинство выбирало *Super Mario Bros.*, где секретов таилось предостаточно.

Затем началась старшая школа, потом колледж и взрослая жизнь. Я почти перестал играть, разве что раз в год мог запустить какой-нибудь шутер на ПК. Я не отказывался от игр осознанно — просто они перестали быть моим главным увлечением. Примерно десять лет назад я устроился корректором в одну интернет-компанию. Заказы на корректуру появлялись только после полудня, хотя мой рабочий день начинался уже в 8:30 утра. И как-то раз мне пришлось в голову спросить у менеджера: «Может, я пока что напишу какой-нибудь текст?»

Текст действительно был нужен. Менеджер поручила мне пресс-релиз для чемпионата по *Pokémon*. В компании работал фрилансер, который время от времени писал новости и обзоры видеоигр. Я бы мог немного разгрузить его — разумеется, бесплатно, ведь я и так получал жалование. Я набрал небольшой фрагмент, отдал его, и через пару минут редактор уволила того фрилансера. Она сказала, что буквально только что компания нашла нового эксперта по видеоиграм. Я нервно сглотнул.

В следующие пару месяцев мне пришлось погрузиться в игровую индустрию с головой, но совсем не так, как это делает большинство. Я не играл в игры, я ведь был на работе. И не разрабатывал их, так что мог не заморачиваться, что такое псевдонимы типов данных или наложение текстур на модели. В чем мне действительно нужно было разбираться — почему та или иная игра стала популярной, что делает ее лучше и «круче» других. Со временем я стал экспертом во всем, что касается Sega, Sony и Nintendo.

И я заметил: любой продукт, который делает Nintendo, так или иначе связан с Марио. Его присутствие ощущается везде: в файтингах, спортивных играх, ролевых играх, гоночных играх, играх-пазлах и во всевозможной рекламе. Он стал синонимом Nintendo, гейминга и (как наверняка надеются в самой Nintendo) веселья. Существует даже неофициальный День Марио — 10 марта (по-английски MAR 10, поняли?).

«Супер-Марио» — это уже давно прозвище № 1 для любого человека по имени Марио. Чемпиона «Формулы-1» Марио Андретти (он родился в 1940 году) время от времени спрашивают, не назвали ли его в честь Super Mario. (Гонщик отвечает, что так и есть, чем приводит в восторг семилетних интервьюеров.) Шеф-повара Марио Батали тоже называют Супер-Марио. Если вы профессиональный спортсмен, а ваше имя — Марио, то вопрос с прозвищем решается сам собой. Поспрашивайте хоккеиста Марио Лемье, игрока в американский футбол Марио Уильямса, бойца ММА Мариу Миранду, велогонщика Марио Чиполлини, футболистов Марио Баслера, Марио Гомеса и Марио Балотелли. Они родом из Канады, США, Бразилии, Италии, Германии, Испании и Ганы соответственно. Если вы Марио, то бежать от этого прозвища вам попросту некуда.

Мне кажется, «жизненный путь» Super Mario удивительным образом совпадает с историей всей игровой индустрии. Безусловно, сам феномен создали в Nintendo: дизайнер Сигэру Миямото, президент компании Хироси Ямаути и его недооцененный зять Минору Аракава. Но в первую очередь это все-таки история человека, которого даже не существует на самом деле, чья популярность сравнима с Микки-Маусом. Пузатого водопроводчика из Бруклина, вечного аутсайдера, такого же, как итало-американский боксер из Филадельфии, Рокки Бальбоа. Любимца публики по всему миру, родина которого расположилась на трех континентах: в Азии, где его придумали, в Америке, где он живет, и в Европе, откуда пришло его имя. Персонажа почти безликого, но близкого каждому. Героя, который совсем как мы, больше, чем мы, и меньше, чем каждый из нас. Парня, у которого есть брат по имени Луиджи и принцесса, ждущая спасения.

Супер-Марио.

ЧАСТЬ I

ОГНИ АРКАДНЫХ
АВТОМАТОВ



ДЕТСТВО MARIO

РОЖДЕНИЕ NINTENDO OF AMERICA

В 1980 году сеанс в аркадном автомате стоил четвертак. Производство игр для него обходилось куда дороже, но и награда выходила веселее, чем просто инициалы в списке рекордов. Аркадные автоматы стали настоящей золотой жилой. Производителям достаточно было обновить старые электромеханические игры, которые вот уже сотню лет исправно собирали монетки — сначала центы и пятаки, потом десятицентовики и четвертаки. Один за другим катушечные механизмы и куклы уступали место новым модным «страшилкам по ТВ» и «сложным видеоиграм». Эти игры на вертикальных телеэкранах своими полупроводниками утягивали игроков в мир нечеловеческих рефлексов, потных ладошек и онемевших пальцев, и все для того, чтобы победить компьютерного соперника. Казалось, маленький кусочек научной фантастики из XXIII века неожиданно перенесся в эпоху подплечников 1970-х.

КОМПАНИЯ ПОД
 НАЗВАНИЕМ NINTENDO
 OF AMERICA, В КОТОРОЙ
 РАБОТАЛО ШЕСТЬ
 ЧЕЛОВЕК, ИМЕЛА ВАЖНОЕ
 ПРЕИМУЩЕСТВО ПЕРЕД
 КОНКУРЕНТАМИ: ОНА
 УЖЕ БЫЛА УСПЕШНА.
 СУЩЕСТВОВАЛ
 И НЕДОСТАТОК —
 УСПЕШНА
 ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО
 В ЯПОНИИ.

Самым большим производителем игр в то время считалась Atari, которая в 1972 году выпустила первый мегауспешный хит под названием *Pong*. На этом она не остановилась и после *Pong* разрабатывала одну успешную игру за другой — *Asteroids*, *Tank*, *Lunar Lander*. В 1980 году Atari представила сразу два невероятных проекта: *Battlezone*, игру про танковые сражения с горизонтальным черно-белым векторным монитором, и *Missile Command* о кошмарах холодной войны, где игрокам нуж-

но было защищать цивилизацию, сбивая ядерные ракеты Советского Союза. Едва ли кто-то мог соревноваться с тогдашней Atari. Компания, основанная американским хиппи, зарабатывала бесчисленные миллионы долларов, а десять лет назад ее попросту еще не существовало. Все мечтали хотя бы прикоснуться к ее успеху: эти стремления стимулировали рост игровой индустрии на 5% ежемесячно.

О том, чтобы превзойти Atari, не могло быть и речи.

Компания под названием Nintendo of America, в которой работало шесть человек, имела важное преимущество перед конкурентами: она уже была успешна. Существовал и недостаток — успешна исключительно в Японии. Nintendo, основанная в Киото, с 1894 года создавала

игральные карты*, но в какой-то момент переключилась на производство игрушек, которые продавала по существующим каналам поставок. Множество японских компаний уже занимались аркадными играми: вышли *Pac-Man* от Namco, *Frogger* от Konami, *Bombberman* от Hudson Soft и *Space Invaders* от Taito. Как заметил журналист Крис Колер, особенностью игр из Японии была их персонализация: в отличие от абстрактных двигающихся фигурок, как в *Breakout* или *Tempest* от Atari, в японских играх действовали пусть и очень схематичные, но персонажи, положительные и отрицательные. Если играми занимались все кто угодно, то почему бы не попробовать и Nintendo.

Гумпэй Ёкои был одним из самых опытных инженеров Nintendo. Он начал долгий путь в компании в качестве рабочего у станка для производства игральных карт. Как-то раз Ёкои шутки ради сконструировал раздвижную механическую руку. Президент Nintendo Хироси Ямаути шутку оценил и запустил игрушку в продажу. К 1970 году Ultra Hand разошлась в количестве 1,2 миллиона штук, а вскоре ей составили компанию новые разработки Ёкои: головоломка Ten Billion Barrel, устройство Love Tester и пылесос с дистанционным управлением, предвосхитивший роботы-пылесосы Roomba.

Самых заметных достижений японский инженер достиг в сфере портативных электронных игр. Как-то раз он путешествовал на поезде и заметил, что его попутчик от скуки нажимает кнопки карманного калькулятора. Ёкои пришла в голову идея сделать небольшую простую игрушку на батарейках. (Как и в случае с Ultra

* Согласно официальной информации от компании Nintendo, игральные карты Ханафуда с оригинальным оформлением компания начала производить с момента основания в 1889 году. — *Прим. науч. ред.*

Hand, он поделился задумкой с властным Ямаути только для того, чтобы избежать неловкого молчания. В тот день он подрабатывал у босса шофером.) Инженер досконально разобрался в теме семисегментных дисплеев, которые благодаря элементам индикации, включающимся и выключающимся по отдельности, могли отображать все десять арабских цифр. Если нарисовать человечка со множеством рук и одновременно подсвечивать только две из них, такие экраны вполне способны отображать игровую анимацию, а благодаря буму карманных калькуляторов они стоили совсем дешево. Игры, которые работали на 200-килограммовых автоматах и требовали сотню йен за сеанс, получилось впихнуть в устройство, помещающееся в карман. Его назвали Game & Watch.

Первая игра в линейке Game & Watch, *Ball*, вышла в 1980 году и была посвящена жонглированию. Игроки следили за мячиком, перелетавшим из одной руки в другую, и попеременно нажимали правую и левую кнопки, чтобы удержать его в воздухе. В режиме игры А были два мячика, в режиме В — три. Еще пять похожих игр вошли в «серебряную» (Silver) коллекцию, названную так из-за блестящего цвета корпуса, а в 1981 году в продажу поступила «золотая» (Gold) коллекция с дополнительными пятью играми*. Покупатели буквально сметали их с прилавков, компания активно разрабатывала новые.

И это только малая часть успеха Nintendo на игровом рынке. На волне популярности *Pong* и ее клонов вышла невзрачная, но успешная приставка Color TV Game 6, а в следующем году — продолжение уже с пятнадцатью

* На самом деле, в «золотую» (Gold) коллекцию вошли три игры: *Manhole*, *Helmet* и *Lion*. — Прим. науч. ред.