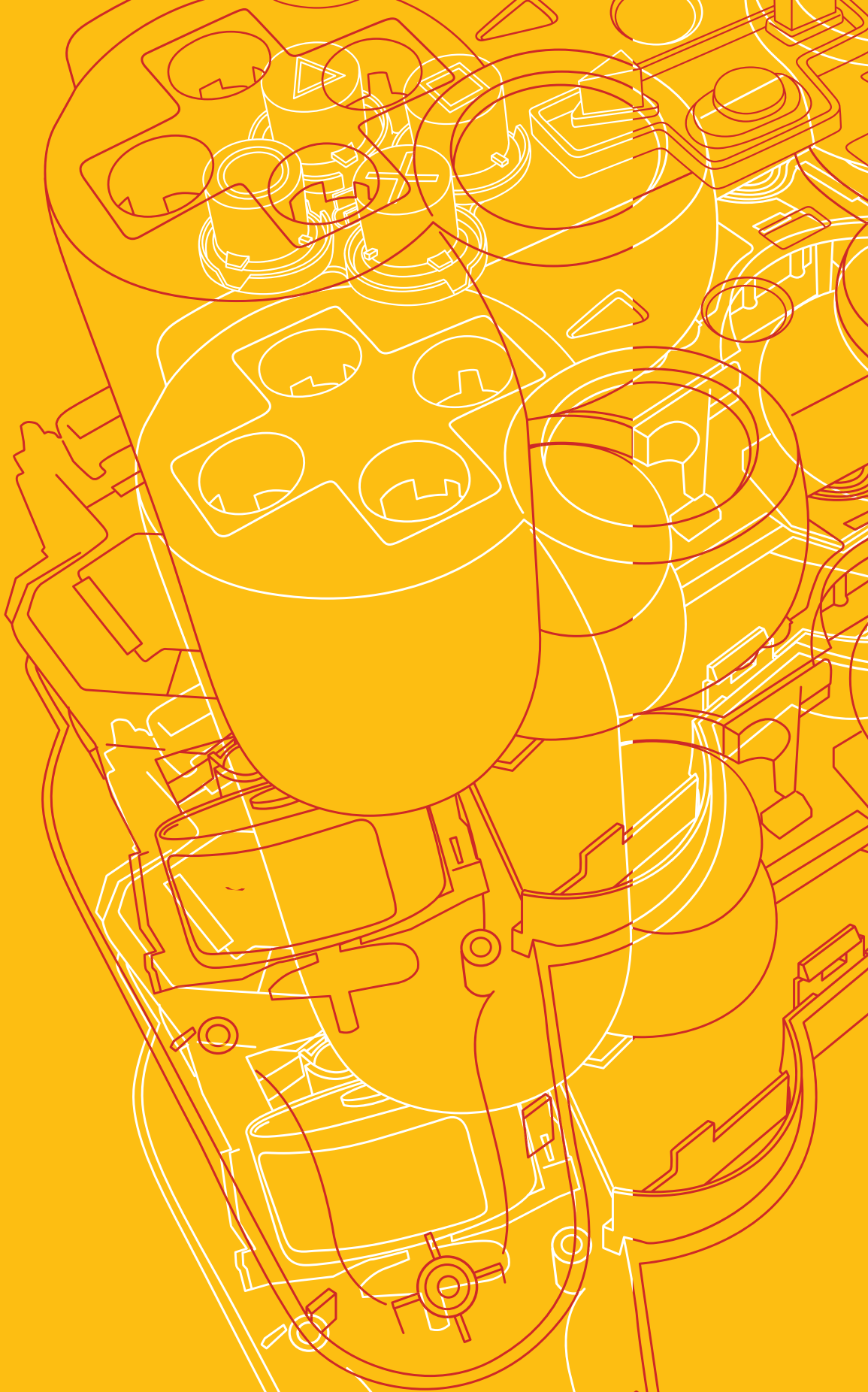


# СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	7
<b>ЛЮДИ И ИГРЫ.....</b>	<b>11</b>
ПОЧЕМУ ЛЮДИ ИГРАЮТ В ИГРЫ .....	12
КАК ОПРЕДЕЛИТЬ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ ИГРЫ .....	16
ПСИХОЛОГИЯ ИГРОКА .....	22
ИГРЫ И РИСКИ.....	30
<b>ПРОФЕССИЯ: ГЕЙМ-ДИЗАЙНЕР .....</b>	<b>35</b>
ЧЕМ ЗАНИМАЕТСЯ ГЕЙМ-ДИЗАЙНЕР .....	36
НАВЫКИ ГЕЙМ-ДИЗАЙНЕРА.....	38
КАРЬЕРА ГЕЙМ-ДИЗАЙНЕРА .....	41
РАБОТА ГЕЙМ-ДИЗАЙНЕРА В ИНДИ-КОМАНДЕ И ИГРОВОЙ КОМПАНИИ .....	47
ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ В ИГРОВОЙ СТУДИИ .....	50
<b>ПРЕПРОДАКШЕН.....</b>	<b>53</b>
ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ИГРОВОГО ПРОДУКТА .....	54
ПОСТРОЕНИЕ ПРОЦЕССОВ НА ЭТАПЕ ПРЕПРОДАКШЕН.....	55
ВЫБОР УПРАВЛЕНЧЕСКИХ МЕТОДОЛОГИЙ ДЛЯ КОМАНДЫ .....	69
ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ НА ЭТАПЕ ПРЕПРОДАКШЕН .....	76
ВЫБОР ИГРОВОГО ДВИЖКА.....	83
ИГРОВЫЕ ПРОТОТИПЫ .....	93

<b>ПРОДАКШЕН.....</b>	<b>105</b>
ПРОЦЕССЫ ЭТАПА ПРОДАКШЕН.....	106
ИГРОВЫЕ МЕХАНИКИ И ПРАВИЛА ИГРЫ .....	111
ЛЕВЕЛ-ДИЗАЙН .....	115
ДОКУМЕНТАЦИЯ: ГЕЙМ-ДИЗАЙН-ДОКУМЕНТ .....	126
КОНТРОЛЬ ВЕРСИЙ .....	133
ИГРОВОЙ БАЛАНС.....	139
ИГРОВАЯ ЭКОНОМИКА .....	153
ПРОИЗВОДСТВО КОНТЕНТА .....	161
АРТ.....	168
СЮЖЕТ И НАРРАТИВ .....	188
<b>ПОДГОТОВКА К РЕЛИЗУ .....</b>	<b>201</b>
ЧЕМ ЗАНИМАЕТСЯ ТЕСТИРОВЩИК И ВИДЫ ТЕСТИРОВАНИЯ.....	203
ОТЗЫВЫ ИГРОКОВ.....	210
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>215</b>
ПОСЛЕ ЗАПУСКА.....	216
ОТ АВТОРОВ .....	218
БЛАГОДАРНОСТИ.....	221





# 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, художественного и музыкального вкуса, знания маркетинга и продаж. Это далеко не полный список умений, необходимых для рождения вашей игры. Будет ли это просто и быстро? Нет. Есть ли универсальная формула успеха? Нет. Каждый игровой проект уникален и требует индивидуального решения задач, 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 больший опыт 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 – получение работы в игровой компании или путь инди-разработчика<sup>1</sup>, – везде важны профессионализм и качественный подход к делу. Каким бы сложным ни был процесс разработки игры, где все 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, – предоставить начинающему создателю игр системные знания об игровом рынке в целом и прояснить методологию разработки игр как продукта.

*«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

*«Книга оставляет впечатление диалога с опытным наставником, который терпеливо рассказывает о разнообразных нюансах игровой разработки и отвечает на все вопросы».*

**ОЛЬГА МАКУШЕНКО,**

Managing Director, PC & Console Games в 101XP.com

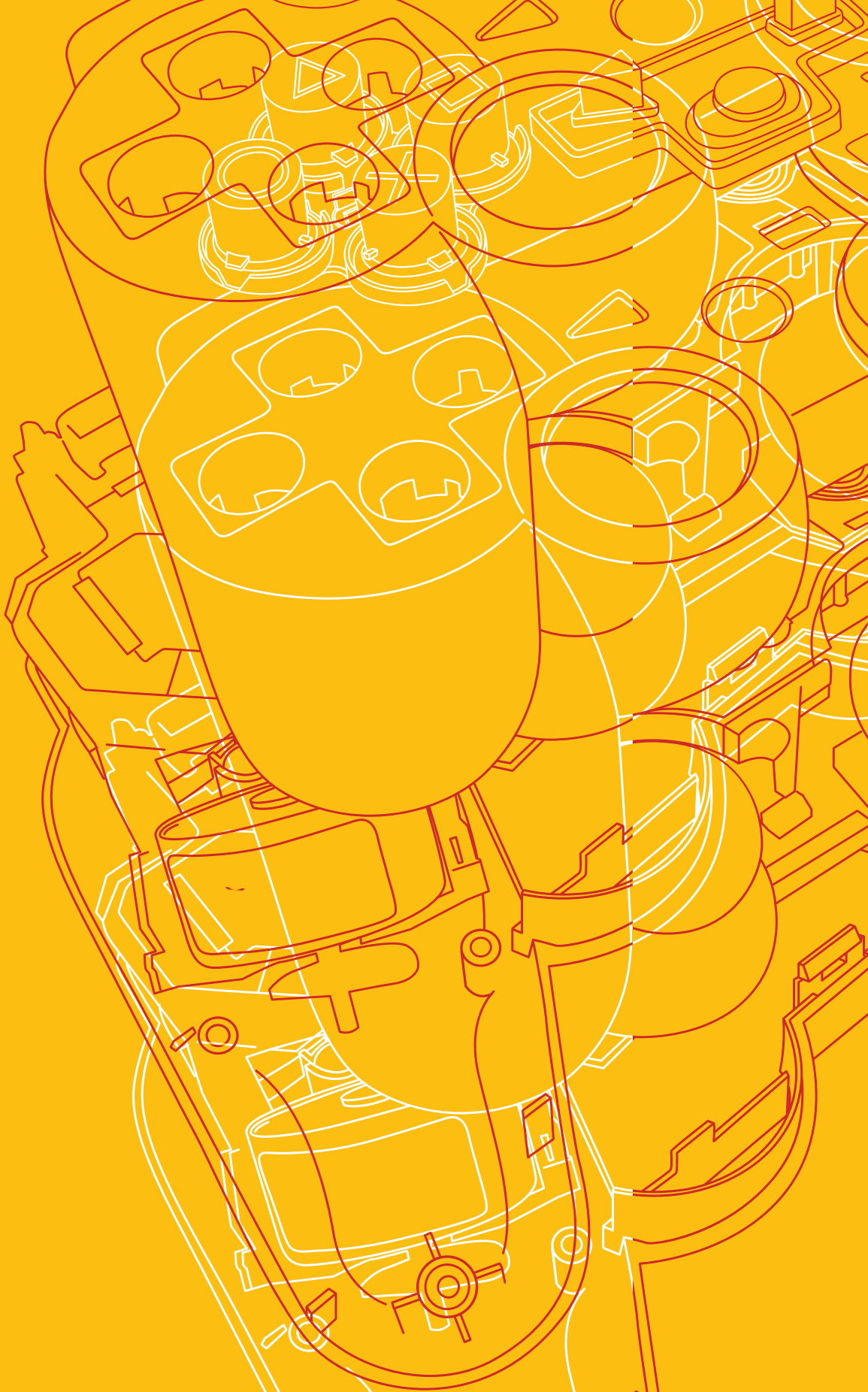
*«Рекомендую к прочтению всем начинающим специалистам и тем, кто только планирует свой путь в игровой индустрии. Почему? Потому что она сэкономит вам много сил и нервов».*

**ГРИГОРИЙ ПОЛЯКОВ,**

Продюсер, Geeky House

---

1. Инди-игра – компьютерная игра, созданная отдельным разработчиком или небольшим коллективом без финансовой поддержки издателя компьютерных игр. – Здесь и далее примечания авторов.





# ЛЮДИ И ИГРЫ

# ПОЧЕМУ ЛЮДИ ИГРАЮТ В ИГРЫ

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.

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

Самая банальная причина любого хобби – это возможность приятно скоротать свободное время и удовлетворить некие психологические потребности, нереализованные 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 случай: люди уже целенаправленно выделяют время, чтобы поиграть. Обычно к такому досугу подходят более основательно: 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.

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 почаше 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 ощущением к хобби и развлечениям: ходим в походы, выращиваем цветы, рисуем открытки, качаем бицепсы или играем в игры.

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 такая награда больше не считается значимой и желанной. Видя результат собственных трудов, игроки все равно получают свою порцию дофамина и эндорфина (гормонов, отвечающих за положительные эмоции), но у большинства со временем притупляется желание «халявной» награды.

Сегодня 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 для китайских игр такие картинки во весь экран до сих пор остаются популярными.

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, непредполагаемого, делающего игровой процесс более захватывающим.

Следующая важная вещь – возможность получить особый опыт, отыгравая какую-то роль. Театр, маскарады, книги, даже детские игры в доктора и пр. позволяли кругу людей в определенных условиях переживать подобные эмоции. За счет таких жанров, как, например, RPG, возможность побыть кем-то другим (преступником, героем-спасителем, ребенком) сегодня есть у каждого. 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.

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.

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 схожие эмоции: любопытство, поиск ответов, радость получения новых знаний об игровом мире. Наверное, можно обозначить такой опыт как «виртуальный туризм».

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.

Также игры дают возможность смотреть на нечто привлекательное. Например, красивая эльфийка с большими глазами привлекает мужскую аудиторию игроков. Естественно, не все игры делают ставку на нарочитую сексуальность, но количество фильмов для взрослых, героями которых стали игровые персонажи, говорит о том, что для части аудитории это довольно важно.

«Опять уставился в свой компьютер, шел бы лучше на улицу с друзьями поиграл!» – переживают родители. Часто в представлении старшего поколения игры – это только карты, лото, конкурсы, настольные игры, то есть что-то, объединяющее людей, стимулирующее общение и совместный веселый досуг.