

• Роберт Дентон Брайант • Кит Джильо •



# УБЕЙТЕ ДРАКОНА!

КАК ПИСАТЬ  
БЛЕСТЯЩИЕ СЦЕНАРИИ

ДЛЯ  
ВИДЕОИГР



**Роберт Дентон Брайант**  
**Кит Джильо**  
**Убейте дракона! Как**  
**писать блестящие**  
**сценарии для видеоигр**  
Серия «Мировой компьютерный  
бестселлер. Гейм-дизайн»

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=68045801](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68045801)*

*Убейте дракона! Как писать блестящие сценарии для видеоигр: Эксмо;*

*Москва; 2022*

*ISBN 978-5-04-174453-3*

### **Аннотация**

Эта книга – ваш путеводитель в мир блестящих видеоигр. Авторы подробно объясняют механику успешных игровых продуктов, знакомят читателей с их сюжетами и на конкретных примерах показывают, как писать сценарии, которые понравятся всем. Вместе с голливудскими сценаристами вы шаг за шагом пройдете путь от зарождения идеи до реализации проекта. В этом вам помогут кейсы и практические упражнения, представленные в книге, а также профессиональные советы и рекомендации авторов.

Независимо от того, являетесь ли вы начинающим сценаристом или опытным разработчиком игр, эта книга поможет вам создать игры, которые захватят воображение игроков и станут настоящими шедеврами в мире видеоигр.

В формате PDF A4 сохранён издательский дизайн.

# Содержание

Отзывы о книге «Убейте дракона»	6
Наши искренние благодарности	10
Предисловие	13
Глава 00	19
W00T! Вот это лут!	22
До жалости краткая история сторителлинга	25
Золотой век видеоигр?	30
Привет из Голливуда!	32
Зачем «Убивать дракона»?	35
Знакомьтесь со своими квестодателями: Боб и Кит	38
Конец ознакомительного фрагмента.	42

**Роберт Дентон  
Брайант, Кит Джильо  
Убейте дракона! Как  
писать блестящие  
сценарии для видеоигр**

Slay the Dragon

Originally Published by Michael Wiese Productions

12400 Ventura Blvd,#1111

Studio City, CA 91604

[www.mwp.com](http://www.mwp.com)

© 2015 by Robert Denton Bryant and Keith Giglio

© Перфильев О. И., перевод на русский язык, 2022

© ООО «Издательство «Эксмо», 2022

# Отзывы о книге «Убейте дракона»

«Очень нужный инструмент для тех, кто занимается работой, которую регулярно упускают из виду, считают второстепенной или о которой вспоминают лишь под конец. Пусть королем в играх называют игрока, но тогда сценарий – это принц. И эта книга поможет вашему принцу добраться до замка, чтобы убить дракона!»

– **ТИМ ЛЭНГ**, ведущий дизайнер *Might and Magic IX*, владелец *Brrapp Games*

«Обстоятельное, но доступное руководство для тех, кто стремится освоиться в сфере видеоигр и обладает опытом в другом развлекательном медиа. Если вы сценарист кино или телевидения и хотите больше узнать об играх, эта книга поможет вам очень быстро понять, что к чему».

– **ДЭН БУТРОС**, исполнительный продюсер *The Walking Dead*; соучредитель *Soul Arcade*

«Великолепное чтение для любого рассказчика, как для новичка в писательском мастерстве, так и для просто новичка в видеоиграх».

– **ГРЕТХЕН МАКНИЛ**, автор романов «Десять» и «Не сходи с ума»

«Книга „Убейте дракона“ наполнена реальным опытом. Уроки, полученные в ходе долгого и

запутанного процесса разработки игр, представлены в ней в концентрированном виде и направляют читателя к интеллектуальным инструментам, необходимым для создания успешного интерактивного повествования».

– **ДАРОЛЬД ХИГА**, доктор философии, продюсер *Wargaming.net*

«„Убейте дракона“ – очень четкое, краткое и юмористическое руководство, которое должен прочитать каждый разработчик или сценарист игр».

– **ДЖЕЙ ОБЕРНОЛТЕ**, президент *FarSight Studios*

«Если вы когда-либо хотели узнать, что такое нарративный дизайн, но боялись спросить, эта книга для вас. Если вы спрашивали, но так и не получили внятного ответа, эта книга тоже для вас. Если вы подумываете о карьере видеоигрового сценариста в играх, эта книга *определенно* для вас».

– **ДОРИАН РИЧАРД**, ведущий сценарист и нарративный дизайнер

«Авторы создали замечательную карту, которая поможет вам найти путь из склепа через пустоши в райские земли. „Убейте дракона“ – это код Konami для писателей!»

– **КИТ ТРЭЛИНС**, основатель *MegaGigaOmniCorp, Inc.*, продюсер и дизайнер игр *Lost, Twilight, The Walking Dead* и *Take It All*

«Эта книга устраняет разрыв между традиционным

и нелинейным повествованием, причем очень просто. Необходимый инструмент в арсенале рабочего сценариста».

– **ФИЛИП ЭЙСНЕР**, сценарист *Event Horizon*; сценарист-консультант *Telltale Games, Tales from the Borderlands*

«Писатели для игр есть везде. Книга „Убейте дракона“ поможет тем, кто занимается этим в любой точке мира, будь то США, Швеция или любое другое место. Она обращена к глобальной аудитории и заслуживает того, чтобы ее прочитал каждый, кто серьезно занимается написанием сценариев для игр».

– **МАРТИН ХАГВАЛЛ**, преподаватель медиаискусства, эстетики и повествования в *Университете Шёвде (Sweden Game Arena)*

«Авторы с опытом работы как в сфере линейных, так и интерактивных развлечений предоставляют сценаристам приемы и знания, необходимые для эффективного перехода в дивный новый мир, где игроки должны стать их товарищами по написанию».

– **ДЭВИД МЮЛЛИХ**, директор по разработке *Heroes of Might & Magic III* и *I Must Scream*

«Незаменимое чтение для всех, кто интересуется написанием текстов для видеоигр или желает расширить свое представление об индустрии развлечений. И новички, и эксперты в области игр получают пользу от этой книги в своей библиотеке».

– **СЬЮ ДЖОНСОН**, продюсер веб-сериала «Что, если...»,

получившего премию «Эмми»; сценарист, консультант по видеоиграм

«Что у книги „Убейте дракона“ получается лучше всего, так это добираться до самой сути. Предупреждение читателям – как только вы примете красную таблетку правды о создании сказок, вы больше не сможете смотреть на мир медиа по-старому».

– **СКОТТ НИКОЛСОН**, профессор игрового дизайна Университета Уилфрида Лорье; дизайнер игр *Going, Going, Gone* и *Tulipmania 1637*

«Я озвучила более двухсот игр и никогда не видела книги, которая бы так подробно рассказывала о том, насколько важны хорошие персонажи для создания хорошего диалога».

– **КАРЕН СТРАССМАН**, актриса, «Кремниевая долина», *Mortal Kombat X*, *StarCraft II: Heart of the Swarm*

«Книга погружает читателей в мир писательского мастерства для видеоигр. Она – обстоятельная, актуальная и полная отличных, прошедших «бета-тесты» упражнений, – просто необходима как начинающим авторам, так и фанатам игр!»

– **ЛИНДА ВЕНИС**, доктор философии, директор факультета искусств и программы подготовки сценаристов в *UCLA Extension*

# Наши искренние благодарности

Прежде всего мы хотим поблагодарить вас за то, что вы купили эту книгу. За то, что опустили монетку в игровой автомат. Надеемся, что у нас получилось вдохновить вас на написание сценария игры, на создание, продюсирование или разработку великолепной видеоигры, которая поднимет планку в этой индустрии на еще более высокий уровень.

Поскольку писали мы книгу вместе, то мы, Кит и Боб, хотим и поблагодарить кое-кого сообща. Как команда, мы благодарим Кена Ли и Майкла Визе за то, что они поверили в эту книгу и открыли мир видеоигр для своей замечательной аудитории и сети удивительных писателей. Спасибо Дэвиду Райту за его безумное мастерство редактуры и за то, что он помог нам довести качество книги до эпического уровня. Спасибо Дебби Берн за то, что наши мысленные наброски и каракули стали выглядеть потрясающе. Спасибо Линде Венис и Чае Ко из программы подготовки сценаристов в UCLA Extension за то, что предоставили нам аудиторию и позволили заполнить ее такими же вдохновленными мечтателями. Спасибо нашему ассистенту Стивену Уоррену, а также сотрудникам Alice Art Design и Рэю Ямамото за помощь с графикой. Особые благодарности «Майору Нельсону» Ларри Грибу за то, что написал предисловие.

Лично я, Кит, хотел бы поблагодарить другие фигуры на

моей игровой доске жизни: Джулиет, Сабрину и Аву. Мы прошли долгий путь с той безумной ночи игры в *Risk!* В играх часто есть победитель, а я вместе со всеми вами – победитель в моей жизни. Спасибо всем сотрудникам Сиракузского университета за поддержку в аудитории и вне ее. Особенно благодарю моего заведующего кафедрой, Майкла Скунмейкера, за его семинар по книгам, а также декана Лоррейн Брэнем за то, что не говорила мне, насколько я безумен, когда высказываю некоторые из самых безумных своих идей. Наконец, хочу сказать спасибо Роберту Стернбергу, моему другу. Я всегда рад видеть тебя в моем доме и всегда рад включить для тебя Xbox. Но самое главное – спасибо за то, что позволил заглянуть тебе в голову и понять, что ты думаешь во время игры и почему. Надеюсь, твоя страсть стала твоей профессией.

А я, Боб, хочу поблагодарить свою дорогую подругу Терри Депаоло, лауреата премии «Золотой глобус», за то, что она внесла такой большой – *очень большой* – вклад в написание этой книги и работу над ней. Также благодарю своих бывших коллег и друзей по жизни Карен Макмаллан, Мартина Хагвалла, Сент-Джона Колона, Эми Циммитти, Майка Доусона, Аллена Има, Дженнифер Эстарис, Дэниела Бутроса, Джеффри Кесслера, Грега Моршауэра, Дэвида Мюллиха, Билла Смита и Майкла Блэкклиджа за то, что я чувствовал себя желанным гостем, и за то, что они научили меня преподавать. Плюс огромное спасибо всем моим студентам

и «тугодумам» за то, что научили меня гораздо большему, чем я когда-либо научил вас. Посвящаю усилия в работе над этой книгой своей крестной дочери Кристен Эриксен, которая в возрасте трех лет играла в *Gran Turismo* на машине с ручной коробкой передач и которая остается моим самым любимым геймером.

# Предисловие

**Ларри Гриб «Майор Нельсон» из Xbox Live**

**ВИДЕОИГРЫ** – большой бизнес. Как вы скоро узнаете (если уже не знаете), индустрия видеоигр огромна. Когда я говорю людям, что то, чем я занимаюсь, – это много-миллиардный бизнес, они удивляются. Затем я привожу еще один факт: игровая индустрия больше, чем Голливуд. Да, это правда. Ей всего 44 года, а продажи в ней регулярно превышают продажи 125-летней киноиндустрии.

Вот настолько она велика.

Я увлекался играми всегда, с того самого первого раза, когда поиграл в *Pong* в местном универмаге Sears на местной же системе Video Arcade (просто переименованной версии известной Atari 2600), и бесчисленных часов, проведенных после школы дома у друзей за игрой в *NFL Football* на приставке Intellivision, которая, по сути, просто передавала на экран светящиеся точки. Мы должны были ПРЕДСТАВЛЯТЬ, что это – квотербек, полузащитники и т. д. Часами мы вручную передвигали точки по экрану, оживляя их своим воображением.

Потом я учился в Ньюхаусской школе коммуникаций при Сиракузском университете по специальности «Телевидение, радио и кинопроизводство». Там я узнал о традиционной разработке сюжетов и использовании технологий для вопло-

щения идей и персонажей в жизнь; схема была такова: написать сценарий, пойти в студию и снять его с помощью очень дорогих (ламповых) камер, видеомагнитофонов и т. д. Я практиковался в искусстве рассказывания историй, развитии персонажей и во всем том, благодаря чему получается хороший линейный сюжет и хорошая программа. Днем я постигал азы мастерства, а вечером возвращался в общежитие и играл в видеоигры. (Это было на севере штата Нью-Йорк, а чем там еще заниматься «ботанику» зимой?) У меня складывалось такое ВПЕЧАТЛЕНИЕ, что я, со всеми своими творческими и техническими навыками, заодно прохожу экспресс-курсы по играм.

Я верил, что когда-нибудь наступит время, когда видеоигры будут выглядеть так же реалистично, как и фильмы или телепрограммы. Когда мы будем часами исследовать созданные воображением далекие миры.

К счастью, долго ждать не пришлось.

Я начал работать в команде Xbox в конце 2003 года, когда мы очень плотно занимались разработкой Xenon – консоли, впоследствии ставшей Xbox 360. Я трудился над «платформой» (системами, с помощью которых запускаются и работают игры) с умнейшими людьми из тех, с кем мне довелось познакомиться: с разработчиками программного обеспечения, тестировщиками, сетевыми инженерами, инженерами по оборудованию и многими другими. ВСЕ они были невероятно умны и талантливы, но все они РАЗИТЕЛЬНО отли-

чались от той творческой среды, в которой я учился и к которой привык. Эти люди буквально ВОПЛОЩАЛИ собой левое полушарие мозга. Я же привык к теплому, пушистому и расплывчатому образу мышления правой половины мозга, и для меня все было в новинку. Я научился измерять, анализировать и принимать решения, основанные на данных, а не просто те, которые «казались правильными».

Тогда же я впервые соприкоснулся с разработкой игр.

В соседнем здании с тем, в котором я работал, находилась студия Bungie, которую компания Microsoft приобрела несколькими годами ранее. Ее сотрудники работали над *Halo 2*, продолжением чрезвычайно успешной игры *Halo* для оригинальной консоли Xbox. Я часто приходил туда на совещания и заметил одну любопытную вещь: границы между техническими и творческими аспектами там просто не существовало. Одна-единственная команда состояла примерно из ста человек, располагавшихся в огромном П-образном помещении; все они были творческими и техническими специалистами, сидели рядом друг с другом, придумывали креативные идеи и воплощали их в жизнь с помощью компьютерного кода. Прямо у меня на глазах происходило нечто поразительное: представители разных дисциплин слаженно работали вместе, создавая тот волшебный мир, о котором я мечтал много лет назад, когда учился в Сиракузах.

Но все же этот мир немного отличался. Как вы узнаете из этой книги, повествование на телевидение, в кино или на

радио линейное. Зритель (или слушатель) пассивно сидит и смотрит (или слушает), как история развивается в заданном темпе, с заранее выбранными углами обзора и движениями камеры. В видеоиграх все совершенно иначе. Игроки находятся в центре событий. ОНИ сами решают, когда и куда двигаться, куда смотреть и что делать. Они могут провести в коридоре десять минут. Или десять секунд. Могут открыть эту дверь, потом ту, потом выйти в это окно. Или же могут выпрыгнуть из другого окна. Могут развернуться и обойти здание. Темп и направление полностью зависят от игроков. Такое нелинейное интерактивное повествование – одна из многих привнесенных видеоиграми новинок.

Книга, которую вы держите в руках, предназначена для всех, кто хочет узнать об этом новом способе повествования, представляющем собой эволюционное развитие традиционного способа. Если вам когда-нибудь приходилось писать сценарий – эта книга для вас. Если вы когда-нибудь играли в видеоигру и думали: «Да у меня есть отличная идея для истории» – эта книга для вас. Если вы хотите лучше понять, как устроена многомиллиардная индустрия, которая сегодня превратилась в огромную культурную и экономическую силу, – эта книга для вас.

Я обожаю видеоигры. Меня восхищает, когда играющий человек создает истории и связи между персонажами с гораздо большим эмоциональным воздействием, чем в фильмах. Помню, как, закончив играть в *Red Dead Redemption*

(невероятно популярную игру с открытым миром, действие которой происходит на американском Западе в конце XIX века), я расплакался.

В комнату вошла моя жена и спросила: «Что случилось?» У меня хватило самообладания только на то, чтобы показать на экран и произнести: «Все закончилось. Это конец».

Да, все мы порой испытываем подобные чувства под конец книги или фильма, но тогда у меня возникло более глубокое переживание. Это был МОЙ персонаж, которым я управлял сам. Я сам заставлял его двигаться по сюжету с выбранной мной скоростью. Я настолько свыкся с главным персонажем, Джоном Марстоном, что воспринимал его как себя самого. Во многих отношениях я стал Джоном Марстоном. Особенно после проведенных в игре бесчисленных часов и принятых сюжетных решений. Под конец меня переполняли чувства. (Не буду портить вам игру, рассказывая сюжет, но если вы ее прошли, то, вероятно, испытали нечто подобное.)

Видеоигры часто позволяют игроку контролировать *направление* повествования, а в некоторых играх результат напрямую зависит от сделанного вами, игроком, внутриигрового выбора. Видеоигры могут использовать некоторые чрезвычайно сложные сюжетные ходы, когда у трех разных игроков получаются три совершенно разные истории в зависимости от принятых ими решений. Очень мощное средство.

Из этой книги вы узнаете, что такое игра, познакомитесь

с понятиями повествования и жанра, разработкой персонажей и усвоите много всего другого. Из всех книг, что я видел за годы работы в индустрии, она ближе всего к тому, чтобы называться «Библией творческого создания сюжетов». А это удивительная индустрия, и я горжусь тем, что причастен к ней; здесь вы и вправду можете создать собственное приключение «в реальной жизни». Здесь возможно все что угодно. Мне нравится рассказывать своим бывшим однокурсникам из Сиракуз, что я устроился на работу в Microsoft и был частью команды, которая выиграла не одну, а целых ТРИ премии «Эмми». Настоящие премии «Эмми» за вклад в развитие видеоигровой индустрии. Вот до чего мы дошли. (Хвала Национальной академии телевизионных искусств и наук за то, что она признала важность и влияние видеоигровой технологии.)

Приятного чтения! Наслаждайтесь увлекательным приключением, придумывайте свои истории и персонажей, а затем воплощайте их в жизнь, чтобы их (как я надеюсь) могли по достоинству оценить игроки по всему миру.

Надеюсь, когда-нибудь мы встретимся и вы расскажете мне о собственных чудесах и успехах в индустрии.

*Всего наилучшего,*

*Ларри Гриб*

*Twitter: @majornelson*

*Сиэтл, штат Вашингтон*

*Февраль 2015 года*

# Глава 00

## Загрузка...

*«Сотрудники зловещей корпорации похищают Дезмонда Майлза и с помощью некоей машины отправляют его сознание в прошлое, где он вынужден заново переживать приключения своих предков, членов таинственного ордена ассасинов. Сможет ли Дезмонд выжить и разрушить планы корпорации по изменению истории?»*

*«Выжив после крушения самолета посреди Атлантики, Джек обнаруживает подводный город-утопию под названием „Восторг“. Но все в этом городе перевернулось вверх дном: на Джека нападают местные жители, ввавшие в безумство после генетических экспериментов; его пытаются убить чудовищные „Папочки“; ему всячески препятствует авторитарный правитель, пытающийся сохранить контроль над городом. Сможет ли Джек выбраться на поверхность, прежде чем станет невольной пешкой в этом подводном сумасшедшем доме?»*

*«Высадившийся на искусственную планету в форме гигантского кольца генетически усовершенствованный суперсолдат Мастер Чиф должен сразиться с представителями фанатичной цивилизации под названием „Ковенант“. Сможет ли он остановить их до того, как они используют свое сверхоружие и уничтожат все живое*

Звучат ли эти краткие описания как сюжеты готовящихся к выходу голливудских блокбастеров? Очень даже похоже. Каждая из этих сюжетных линий лежит в основе многомиллионной франшизы с глобальной аудиторией, посвященными ей лицензионными товарами, легионами «косплеющих» фанатов и дополнительными историями, выходящими в различных форматах.

Но это НЕ сюжеты фильмов, которые скоро можно будет посмотреть в ближайшем кинотеатре (во всяком случае, не на момент написания этого текста, хотя и существует телесериал «Halo: Сумерки»). Это сюжетные линии, миры и персонажи видеоигр-блокбастеров: *Assassin's Creed*, *BioShock* и *Halo*. Это огромные франшизы, родившиеся из историй видеоигр. Эти игры представляют собой интерактивные повествования, происходящие в детально проработанных мирах с интересными персонажами, настолько вдохновляющими игроков, что те продолжают исследовать игру даже после того, как ее прошли. Сюжеты и персонажи видеоигр (их «интеллектуальная собственность») – это очередной великий рубеж нашего коллективного воображения в поп-культуре. Видеоигры наконец-то повзрослели. Они излагают грандиозные истории.

Мы упомянули лишь три из них, но вы, пожалуй, можете назвать гораздо больше: *Call of Duty*, *Borderlands*, *Resident*

*Evil, Metal Gear Solid, Grand Theft Auto, Final Fantasy и God of War.*

Слишком хардкорные (ориентированные на истинных фанатов и закоренелых геймеров), скажете вы?

Не будем забывать о миллиардах долларов, которые принесли их разработчикам такие семейно ориентированные франшизы, как *Skylanders, Angry Birds, Plants vs. Zombies, Professor Layton, Ratchet & Clank* и *Clash of Clans*. Список можно продолжать почти до бесконечности.

С чего все это началось? Когда игры стали не просто играми, а средством изложения потрясающих историй? Подобно тому, как истоки кинематографа можно проследить до образа милого бродяги, первой, на наш взгляд, звездой кассовых сборов – своего рода Чарли Чаплином игровых автоматов – был... водопроводчик, с которого и началась история многочисленных игровых повествований, квестов, франшиз и индустрии стоимостью в миллиарды долларов: МАРИО!

# W00T! Вот это лут!

В прошлом году потребители в Северной Америке потратили на покупку игр в розницу более 21 миллиарда долларов<sup>1</sup>, и это только на традиционные «коробочные игры», предназначенные для игровых приставок и персональных компьютеров. Во всем же мире и для всех платформ, включая мобильные телефоны и планшеты, этот показатель оценивается в 93 миллиарда долларов<sup>2</sup>. (Мы не сильны в больших цифрах, но вот сравнение: за тот же период доход от мирового кинопроката составил 35,9 миллиарда долларов<sup>3</sup>.) Несмотря на то что сегодня доступны тысячи «условно-бесплатных игр», увлеченные игроки по-прежнему готовы тратить большие деньги на интересные им игры.

Более того, *в видеоигры сейчас играют все*. Хорошенько подумайте об этом. Видеоигры существуют уже почти 50 (!) лет, и большую часть этого времени они создавались для мальчиков-подростков, которые преимущественно в них и играли. Но сейчас люди играют в игры в любом возрасте: примерно треть геймеров моложе 18 лет, чуть больше трети

---

<sup>1</sup> Entertainment Software Association, Essential Facts about the Computer and Video Game Industry 2014, с. 13: [http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA\\_EF\\_2014.pdf](http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_EF_2014.pdf). На момент издания книги ссылка недоступна.

<sup>2</sup> <http://www.gartner.com/newsroom/id/2614915>. На момент издания книги ссылка недоступна.

<sup>3</sup> <http://boxofficemojo.com/news/?id=3805&p=.htm>.

– старше 36 лет, а оставшейся трети – от 18 до 35 лет. Гендерное распределение тоже почти равномерное: 48 % женщин, 52 % мужчин<sup>4</sup>.

Аудитория игр резко увеличилась за последние десять лет в связи с появлением смартфонов и планшетов с сенсорными экранами, а также простых в использовании магазинов для скачивания, таких как Apple App Store, Google Play и Steam. Не стоит забывать и о миллионных продажах консоли Wii от Nintendo, чьи революционные беспроводные контроллеры помогли впервые сыграть в видеоигры тысячам родителей, бабушек и дедушек. Но хотя сейчас в видеоигры играет огромное количество людей, не все они считают себя геймерами. (И это нормально. Об этом мы поговорим позже.)

Из-за такой невероятно большой и разнообразной аудитории игр некоторые предрекают неминуемый КОНЕЦ ГОЛЛИВУДУ, КАКИМ МЫ ЕГО ЗНАЕМ.

Но конца не предвидится. Видеоигры (и интерактивная литература) – это всего лишь, пусть и новое, средство выражения, позволяющее сочинителям использовать свои навыки рассказывания историй («сторителлинга»). На видеоиграх выросло целое поколение. Приставка Xbox заменила собой кабельное телевидение. Голливуд, конечно, никуда не денется, но и видеоигры тоже. Мы считаем, что пришло время изучить сходства и различия между играми и кинематографом как повествовательными медиа (ведь и телевидение

---

<sup>4</sup> Entertainment Software Association, с. 3.

училось у кино, а кино училось у телевидения). Молодые голливудские сценаристы привыкли к тому, что игры у них в буквальном смысле слова всегда под рукой – не только дома, но и в кармане. Игры (на всех платформах, от мобильных до настольных) стали совершенно привычной темой разговоров о поп-культуре.

Начинающие и уже состоявшиеся голливудские сценаристы, а также те, кто мечтает о Голливуде или о работе в других студиях по всему миру, – все они должны иметь представление о том, как новые интерактивные средства дополняют и обогащают традиционные средства повествования и создания контента.

# До жалости краткая история сторителлинга

Писателей всегда привлекали новые технологии. Если на протяжении всей истории, от пещерных стен до печатного станка, возникал какой-то новый способ передачи повествования, рассказчики (как правило) активно осваивали его. Первой из-под печатного станка Гутенберга вышла Библия, а вскоре за ней последовало множество других произведений. Со временем книги дешевели, но еще дешевле стали газеты, журналы и так называемые «бульварные романы», специально придуманные для массового производства и как можно более широкого охвата аудитории. Чарльз Диккенс, мастер повестей с продолжением и, следовательно, «прадедушка сериалов», публиковал свои романы по одной главе в дешевых, одноразовых еженедельных или ежемесячных журналах. Преданные поклонники творчества и героев Диккенса окружали его толпой, когда он гулял по Лондону, засыпая его вопросами: «А что же будет с бедняжкой Пипом?»

Когда появилось радио как средство массовой информации, сочинители начали писать радиопьесы: комедии, детективы, научную фантастику, приключения, мелодрамы... все что угодно, любого жанра. По вечерам, собираясь семьями у радиоприемника, люди слушали истории (а иногда и музыкальные номера). Орсон Уэллс, прославленный

режиссер, вошел в легенды, выпустив в эфир радиоспектакль «Война миров» по роману Герберта Уэллса, но не сказав слушателям, что это спектакль. Многим показалось, что это обычная музыкальная программа, которую прервал специальный выпуск новостей: «В Гроверс-Милл, штат Нью-Джерси, на Землю высадились марсиане». В своем повествовании Уэллс ловко пользовался популярными в то время штампами радио, что вызвало панику общенационального масштаба, пусть и на один вечер.

Запомните эти два имени: Орсон Уэллс и Герберт Уэллс.

Появившийся на рубеже XIX и XX веков кинематограф также поначалу считался технической новинкой, наводя панику на первых зрителей движущимися картинками прибывающего поезда. Посетители ярмарок и торговых центров опускали монеты в кинетоскопы, чтобы подивиться на нечто вроде аналога современных анимированных gif-файлов. (В игре *BioShock Infinite* часть сюжета передается приемами немого кино, и игрок просматривает эти сцены с помощью кинетоскопа<sup>5</sup>.)

Но в первых фильмах не было собственно «историй»... пока не начали появляться очень короткие художественные фильмы, такие как двенадцатиминутный фильм Эдвина С. Портера «Большое ограбление поезда» (1903). При этом фильмы (в отличие от роликов кинетоскопов) демонстриро-

---

<sup>5</sup> Кинетоскоп – ранняя технология кинематографа для показа движущегося изображения одному зрителю. – Прим. ред.

вались сразу целой группе зрителей, сидевших на скамейках или стульях в палатке или театре. Не прошло и десятка лет, как вышел невероятно успешный (и невероятно расистский) фильм Дэфида Гриффита «Рождение нации» (1915), доказавший, что кинематограф – это превосходное средство для передачи более длинного, сложного и многопланового повествования. Уже немому кино требовались свои авторы историй (или «сценаристы») – кто-то же должен был придумать сюжет и писать интертитры (специальные кадры с текстом).

В 1939 году кинематограф вступил в фазу зрелости – именно этот год считается началом «золотого века» Голливуда. Почему 1939-й? В 1939–1942 годах было выпущено множество классических фильмов, которые и по сей день восхищают зрителей:

«Касабланка»

«Гражданин Кейн»

«Дестри снова в седле»

«Унесенные ветром»

«До свиданья, мистер Чипс»

«Мальтийский сокол»

«Мистер Смит едет в Вашингтон»

«Ниночка»

«Ребекка»

«Правила игры» (французский фильм)

«Волшебник страны Оз»

«Молодой мистер Линкольн»

Фильм «Гражданин Кейн» стал поистине революционным и задал новую повествовательную планку для кино как для средства художественного выражения. И кто же был его режиссером? Тот самый Орсон Уэллс, устроивший своей радиопостановкой национальную панику!

Американцы каждую неделю в рекордных количествах стекались в кинотеатры. Но потом все изменилось. В домах появились телевизоры, и многие зрители пересели на диваны. Сегодня в кино ходит не так много американцев, как некогда, но многие люди во всем мире продолжают посещать кинотеатры. Отсюда страсть Голливуда к компьютерно-генерируемым изображениям (CGI) и компьютерной анимации. Выскакивающие во весь экраны надписи ХРЯСЬ! и БУМС! узнаваемы везде.

Стоит взять любой посвященный развлечениям журнал, послушать беседы сценаристов, посмотреть не только на программы широковещательного и кабельного телевидения, но и на списки продукции стриминговых сервисов, таких как Netflix или Amazon, как сразу понимаешь, что мы живем в золотой век телевидения. Никогда еще оно не переживало настолько впечатляющего расцвета. Широкополосное вещание и возможность «запойного просмотра» изменили способы повествования. Зрители обожают затянутые на мно-

жество серий истории – нечто в духе Диккенса. (Опять же, многие крупные игровые франшизы прибегали к сериальной форме еще до взлета Netflix.)

Но в начале своего пути телевидение как средство повествования довольно сильно отличалось от того, что мы наблюдаем сейчас. Люди не устраивались поудобнее у экранов с телеобедом в руках, чтобы посмотреть очередную серию «Во все тяжкие» или «Клан Сопрано». На протяжении десятилетий многие телепередачи и телешоу были, по сути, радиопередачами с картинками. (Многие ранние телепрограммы, такие как «Отец знает лучше всех» и «Приключения Оззи и Гарриет», даже начинались как радиопередачи.) Путь до современного золотого века телевидения с его тонким, кинематографическим повествованием занял около семидесяти пяти лет. Долгое время телевидение (помимо комиксов) оставалось самым недооцененным средством массовой информации, на которое часто смотрели свысока. В своем известном высказывании театральный критик Джон Мэйсон Браун назвал телевидение «жевательной резинкой для глаз»<sup>6</sup>. В интеллектуальных кругах было не в моде заявлять, что от просмотра телевидения можно получать удовольствие. Довольно знакомое для любителей видеоигр отношение, не так ли?

---

<sup>6</sup> 6 июня 1955 г., Time, Radio: Conversation Piece, Time Inc., New York. (По состоянию time.com 12 сентября 2013 года; онлайн-архив журнала *Time*.)

# Золотой век видеоигр?

Видеоигры прошли долгий путь от прыгающего мячика, которым был *Pong*. Сейчас мы переживаем золотой видеоигрового сторителлинга. К счастью, в последние годы технологии достигли своего пика и вышли на своеобразное плато. В предыдущем поколении игровых консолей высокой четкости можно было разглядеть волоски, растущие из ноздрей зомби, которые собирались вас убить. В нынешнем «следующем поколении» можно разглядеть отдельные анимированные лапки клещей на волосках из носа зомби, которые собираются вас убить. Для большинства игроков наиболее значимыми технологическими достижениями последнего десятилетия стали инновационные контроллеры (с сенсорными экранами, камерами и датчиками движения, пластиковые гитары), улучшенные сетевые технологии и, безусловно, портативность и простота использования смартфонов с их магазинами приложений.

Главное следствие всех этих достижений заключается в том, что многие создатели наконец-то смогли как следует сосредоточиться на проработке более захватывающих и эмоционально убедительных историй с лучшим геймплеем, вместо того чтобы тратить время на изучение особенностей графики новых платформ. *Half-Life*, *Halo*, *Assassin's Creed*, *Fallout 3*, *BioShock*, *Uncharted*, *Mass Effect*, *The Last of Us* – игроки

снова и снова возвращаются в эти знаковые, сюжетно ориентированные франшизы, чтобы узнать следующую главу истории и глубже исследовать эти увлекательные миры.

Хотя это и не «игровые фильмы», их графика и звук кинематографичны. Достижения в области захвата движения и тысячи других технологий позволяют добиться большего реализма и красоты. Миры и сюжетные линии привлекают первоклассных голливудских талантов. Музыкальное сопровождение таких игр – уже не писк 8-битного чипа, а захватывающие дух симфонические партитуры. Детально разработанные миры и мифологии не имеют себе равных. То, что было нормой для индустрии видеоигр, теперь стало ключевой темой рассуждений на каждой конференции, посвященной сюжетам для кино и телевидения. Создателей и дизайнеров этих игр – Кена Левина (*BioShock*), Сьюзан О’Коннор (*Tomb Raider*), Дэвида Кейджа (*Heavy Rain*) и многих других – на игровых конференциях встречают как рок-звезд.

Агенты, менеджеры и авторы говорят о том, что «сценарист» в современном мире должен уметь писать все: фильмы, романы, пьесы, статьи и веб-эпизоды. Даже видеоигры.

# Привет из Голливуда!

Видеоигры давно уже восхищают руководителей кино- и телеиндустрии. Только, как большинство взрослых, они не сразу в них разобрались и не сразу поняли их основополагающие принципы. Тем не менее если что-то и объединяет между собой фильмы-блокбастеры и игры-блокбастеры, то это «Большая идея», которую так упорно преследуют их создатели и распространители.

Голливуд обожает «Большую идею». Основополагающую концепцию, суть которой сконцентрирована в одной строчке. Историю, которая заставит людей побежать наперегонки в кинозалы. Столь мучительный вопрос: «Что, если?», за ответ на который люди платят деньги. Та самая «интеллектуальная собственность», подпитывающая неутолимую потребность фанатов в сиквелах и спин-оффах (и в книгах «по мотивам», в игрушках и в футболках с принтами). Любая крупная корпорация мечтает о франшизе вроде «Звездных войн», малейшее упоминание о которой в каком-нибудь трейлере позволяет битком забить залы на фестивалях комиксов и способно даже сломать Twitter.

Привлекательность такой идеи двоякая: для создателей и фанатов – это удовольствие от исследования захватывающего мира и знакомства с интересными персонажами; для «парней в костюмах» – это деньги! Как сказал Гас Гриссом (в ис-

полнении Фреда Уорда) в фильме «Парни что надо»: «Нет баксов – нет Бака Роджерса».

Первой современной американской трансмедийной франшизой был, пожалуй, «Волшебник страны Оз» (и мы не имеем в виду наш любимый фильм 1939 года компании MGM – он появился почти сорок лет спустя). Лаймен Фрэнк Баум написал «Волшебника страны Оз» в 1900 году. Книга была бестселлером в течение многих лет, и Баум написал еще тринадцать романов, основанных на «старой доброй стране Оз». Затем он перенес франшизу на сцену в виде музыкальной пьесы, которая с успехом шла на Бродвее и гастролировала по Соединенным Штатам. В 1914 году вышла серия немых фильмов, произведенных собственной компанией Баума Oz Film Manufacturing Company<sup>7</sup>. Зрители смогли наконец-то увидеть на больших экранах Джуди Гарленд в рубиновых туфельках с блестками почти только через сорок лет, на протяжении которых выходили спин-оффы и выпускались товары (лицензионные и нелицензионные).

Все эти неоднократные путешествия в страну Оз, описываемые и изображаемые различными художественными и техническими средствами, принесли Бауму целое состояние. (Позже он *потерял* это свое состояние, но это уже другая история.) Зрители покупали книги и билеты на его представления, потому что они уже знали о «стране Оз» и о ее героях, но хотели узнать больше. Бауму было гораздо лег-

---

<sup>7</sup> Baum, L. Frank. *The Wonderful Wizard of Oz*. Oxford University Press, 2008.

че продать новую книгу о стране Оз, для которой уже существовала аудитория, чем продать новую книгу, действие которой происходит совсем в другом мире. (Такие попытки он предпринимал неоднократно.) Руководители маркетинговых служб киностудий и издателей игр называют это «предварительной осведомленностью», и это тот пресловутый «Святой Грааль», за которым они постоянно охотятся.

Зрители с предварительной осведомленностью любят, когда им предлагают исследовать новые места в их любимых мирах, любят вновь встречаться с полюбившимися им персонажами и снова переживать эмоциональные приключения. Согласно теории драмы (как это выразил Аристотель, о котором подробнее будет сказано ниже), зрители сопереживают главному герою, и по мере того, как главный герой меняется, зрители тоже переживают эмоциональные изменения – испытывают так называемый катарсис. И все это происходит, когда они просто сидят в креслах и пассивно наблюдают за фильмом. Но мы здесь не для того, чтобы обсуждать пассивные развлечения; эта книга об интерактивных развлечениях.

## Зачем «Убивать дракона»?

В отличие от зрителей кино, игроки находятся, фигурально выражаясь, в «кресле водителя» (а иногда и буквально – в таких гоночных играх, как *Gran Turismo*). Они погружаются в игру как эмоционально, так и физически. Допустим, по сюжету герою фильма нужно спасти принцессу, убив огромного дракона, и мы, зрители, хотим посмотреть, как он это сделает. Но в игре мы, как игроки, хотим сами убить дракона и спасти принцессу (или принца) с помощью *игрового персонажа* (Player Character или PC). А по дороге заодно многое сделать и многое увидеть. Мы – игроки; мы хотим играть.

Одна из аксиом драматических произведений заключается в том, что *человека определяет действие (характер)*. Если мы видим, как персонаж что-то делает, то эти его действия определяют его характер, его личность. Но в видеоиграх мы сами управляем действиями персонажа. Мы помогаем определить характер персонажа, которым управляем на экране, и даже сами как бы становимся этим персонажем. Игрок получает возможность действовать в игре благодаря *игровым механикам*. Механики позволяют ему совершать различные действия. Исследовать. Собирать. Решать головоломки. Побеждать босса. Становиться боссом. (Подробнее обо всем этом позже.) Сюжет, задания и цели мотивируют игроков нажимать на джойстик, давить клавиши X и Y. Отклоняться

в стороны, втягивать голову – жить внутри истории так, как это делал бы персонаж.

Осознание такой связи между игроком и персонажем в недавнем прошлом стало самым трудным уроком для игровых писателей. Игроку зачастую не так уж интересно, что происходит в истории, сочиненной вами; гораздо интереснее ему то, что происходит в истории, автором которой становится он сам, играя в игру. Вы, как сценарист, должны научиться излагать свою историю через призму **ДЕЙСТВИЙ ИГРОКА**.

Если у игрока не получается добиться успеха, то и персонаж не добьется успеха. Но времена изменились: игроки и аудитория хотят более глубокой связи с персонажами, которым они могут сочувствовать. Что заставляет геймеров при любой возможности возвращаться в Либерти-Сити?

В своей неординарной книге «Спасите котика!», посвященной искусству написания сценариев для голливудских фильмов, покойный Блейк Снайдер показал нам, как важно, чтобы мы, зрители, прочувствовали эмоциональную связь с героем. Он назвал сцены, которые заставляют нас начать болеть за киногероя, «сценами спасения котика». В видеоиграх действует очень похожий, но более активный принцип: игроки должны почувствовать эмоциональную связь с предлагаемым им приключением.

Игрок должен захотеть *убить дракона*.

Именно это и волнует игрока. История должна вовлекать

его в игру. Игрок должен захотеть совершать и наблюдать потрясающие вещи в игровом мире.

Игровая механика (например «уничтожение драконов») должна развивать историю, и наоборот. Они должны действовать согласованно. На следующих страницах мы поможем вам понять, как создавать повествование через тесно связанный с ней игровой процесс, или «геймплей». Геймплей – это своего рода экшен-сцены в кино. Они должны органично вписываться в сюжетную линию, чтобы зрители могли поверить в происходящее и наслаждаться им. Лучшим играм удается достичь той самой тонкой алхимии между повествованием и геймплеем, когда одно усиливает и укрепляет другое (вспомните большой поворот сюжета в середине игры *BioShock*). Ваша задача, которой и будут посвящены следующие главы, состоит в том, чтобы овладеть этой алхимией.

## **Знакомьтесь со своими квестодателями: Боб и Кит**

В видеоиграх бывают *неигровые персонажи* (NPC, Non-player character или «неписи» на геймерском сленге), которые часто сопровождают игрового персонажа (PC) в его странствиях по игровому миру. Эти цифровые помощники дают PC задания и предоставляют информацию. Они объясняют ситуацию, просят что-то сделать, следят за соблюдением правил. (Вспомните искусственный интеллект Кортану, помощника главного героя в игре *Halo*.) В игровых мирах они исполняют роли наставников, продавцов, барменов, прохожих, учителей и тренеров. Итак, мы будем вашими «квестодателями», то есть персонажами, дающими задания. Нам не терпится вместе с вами исследовать этот сложный и восхитительный мир повествовательных видеоигр.

И мы вовсе не собираемся красть ваш «лут» (виртуальную добычу) и продавать его на eBay (хотя один из нас знает как).

Наша история начинается в жилом комплексе 1920-х годов на Орандж-Гроув авеню в самом центре Лос-Анджелеса. Если у этой истории и есть название, то это «Аристотель vs. Марио». И она представляет собой разветвленное повествование (мы обсудим это позже, когда будем говорить о структуре).

Боб и Кит в свое время получили степени магистра в

лучших киношколах – Университета Южной Калифорнии и Нью-Йоркского университета соответственно. Оказалось, они живут в двух шагах друг от друга, и подружились, потому что оба посещали ресторанчик эфиопской кухни на Фэр-факс-авеню, разделяли интересы («Оки-Догс», беспорядки в Лос-Анджелесе) и посещали Комик-Кон в Сан-Диего (в те времена, когда там еще можно было найти парковку).

Со временем Кит осел в Голливуде. Вместе со своей женой Джулиет он много лет писал сценарии для художественных фильмов.

Боб же устроился в бизнесе видеоигр. Он начинал с самого низа, в роли тестировщика игр (представьте себе ассистента режиссера, клерка на почте или рецензента сценариев). Но он быстро продвигался в своей карьере, перейдя в отдел разработки продуктов, а затем стал директором студии, выступив в качестве исполнительного продюсера нескольких десятков игр.

Боб часами играл во всевозможные игры и даже слишком много в *World of Warcraft*. Кит же получал уроки игры в *Halo* от своих племянников. Они продолжали дружить, ужинали, посещали Комик-Кон по профессиональным пропускам, читали комиксы, обсуждали фильмы и игры.

Но даже если им казалось, что их личные пути расходятся, их профессиональные миры постепенно сближались. Xbox и PlayStation стали рекламироваться и продаваться взрослым, а не только подросткам и родителям. Выросшие на ви-

деоиграх дети теперь работали в кинобизнесе в качестве сценаристов, режиссеров и художников по визуальным эффектам.

Однажды Боб пригласил Кита на выставку Electronic Entertainment Expo (E3) в Лос-Анджелесском конференц-центре (своего рода Каннский кинофестиваль для индустрии видеоигр). Кит оказался на ней впервые и чувствовал себя как Люк Скайуокер, зашедший в канину Мос-Эйсли, только не такую опасную, где шанс потерять конечность гораздо меньше. Зато здесь было гораздо больше световых мечей.

Кит открыл для себя целый мир восхитительных развлечений и захватывающих сюжетов, которым наслаждаются миллионы. Повсюду толпился народ. Люди переходили от одного гигантского стенда с экраном размером со стадион к другому; здесь были представлены такие прославленные издатели и производители консолей, как Activision, Ubisoft, Electronic Arts, Square Enix, Xbox, PlayStation. Вокруг роскошно оформленных стендов ходили и фотографировались персонажи игр. На огромных экранах непрерывно крутились трейлеры к этим играм, по залам разносились оркестровые саундтреки из *Mass Effect*, *Assassin's Creed*, *Dragon Age*, *Final Fantasy*.

По всем ощущениям эти игры казались настоящими фильмами! Качество их оформления было просто невероятным, а компьютерная анимация не хуже, чем в трило-

гии «Властелин колец». Но, что еще важнее, разворачивающиеся на экранах истории так и умоляли себя посмотреть. Кинематограф и видеоигры – это теперь не какие-то дальние родственники, они – родные братья. Фестиваль South by Southwest (SXSW) посвящен музыке, кино и играм. В 2013 году на кинофестивале Tribeca дебютировали кадры из игры *Beyond: Two Souls*

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.