

КАК СОЗДАВАТЬ ИСТОРИИ

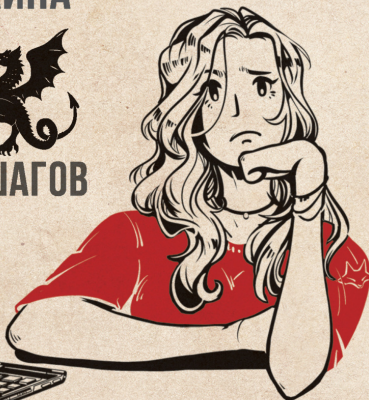
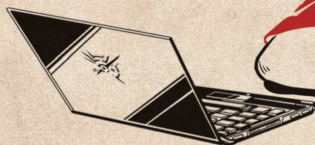
НАТАЛЬЯ АНДРИАНОВА
СВЕТЛАНА ЯКОВЛЕВА



ОСНОВЫ **ИГРОВОЙ**
СЦЕНАРИСТИКИ
И НАРРАТИВНОГО
ДИЗАЙНА



ЗА **12**  **ШАГОВ**




БОМБОРА

**Светлана И. Яковлева
Наталья Аркадьевна Андрианова
Как создавать истории.
Основы игровой
сценаристики и нарративного
дизайна за 12 шагов
Серия «Российский компьютерный
бестселлер. Гейм-дизайн»**

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68813685

*Как создавать истории. Основы игровой сценаристики и нарративного
дизайна за 12 шагов: Эксмо;
ISBN 978-5-04-181245-4*

Аннотация

Перед вами настоящий путеводитель для игрового сценариста и нарративного дизайнера. Авторы опираются на знания известных киносценаристов и делятся собственными профессиональными наработками и бесценным опытом, которые помогут вам создать свою игровую вселенную и наполнить ее жизнью.

Вас ждут все необходимые базовые знания и практические методы для работы.

[ul]Что такое нарратив в играх и откуда появилось это понятие?

Как придумать богатую игровую вселенную и глубоких персонажей?

Какие сценарные инструменты можно успешно использовать в играх?

Как писать разнообразные внутриигровые тексты?

Как работать с сопроводительной документацией?

Как избежать типичных ошибок начинающих игровых сценаристов?[/ul]

Сделайте первые 12 шагов к созданию сценария для видеоигры!

Об авторах:

Наталья Андрианова и Светлана Яковлева работают в компании Green Grey: Наталья – руководителем сценарно-нарративного отдела, Светлана – старшим нарративным дизайнером. Несколько лет они ведут онлайн-курсы по гейм-дизайну, игровой сценаристике и нарративному дизайну.

В формате PDF A4 сохранён издательский дизайн.

Содержание

Введение	6
Глава 1	12
Зачем мы играем?	13
Что такое «нарратив»?	19
Нарратив, по определению Томаса Гrippa и	20
Адриана Хмеляжа, это:	
Типы нарратива	22
Обозначим базовые понятия	25
Игровая сценаристика и нарративный дизайн	28
Трудности перевода и неразбериха с	29
терминами	
Обязанности игрового сценариста и	33
нарративного дизайнера	
Агентивность (agency)	38
Игрок может влиять на сюжет:	38
«Поток» (flow) в играх	41
Лудонарративный диссонанс	45
Глава 2	48
Конец ознакомительного фрагмента.	51

**Наталья Аркадьевна
Андрианова, Светлана
Игоревна Яковлева
Как создавать истории
Основы игровой
сценаристики
и нарративного
дизайна за 12 шагов**

© Андрианова Н.А., Яковлева С.И., текст, 2023

© fenririrnef, иллюстрации, 2023

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2023

Введение

С чего начинается путь игрового сценариста?

У каждого своя дорога в игровую индустрию: кто-то приходит сюда, потому что всегда любил и мечтал делать игры, а кто-то – потому что хотел стать писателем, но дорога неожиданными окольными путями привела в геймдев.

У каждого из нас разный опыт и свой тернистый путь. Но есть то, что всех нас объединяет: любовь к историям, повествованию и сторителлингу. Мы чувствуем жгучее желание – рассказывать истории! И однажды мы решаемся, бросаем скучную работу и делаем свои первые шаги к профессии, которая неминуемо становится смыслом нашей жизни.

Друзья, у нас для вас хорошие новости – прямо сейчас мы можем сделать эти первые двенадцать шагов вместе!

Индустрия видеоигр все еще достаточно молода, и сейчас она переживает стремительное развитие. Геймдев – это живой организм, в котором появляются все новые и новые специальности, и профессии игрового сценариста и нарративного дизайнера находятся в их числе. В последнее время существует огромная потребность в профессионалах, способных создавать игры с глубоким нарративом и интересной сюжетной составляющей. Связано это с тем, что возможности и технологии разработки быстрыми темпами выходят на новый уровень, и с тем, что сами игроки стали довольно тре-

бовательны к современным играм.

Наша книга – это своеобразное пособие для тех, кто выбрал для себя профессию игрового сценариста или нарративного дизайнера. Она соткана из наших собственных профессиональных наработок, того бесценного опыта, которым делятся наши коллеги, а также киносценаристы и мастера литературного слова.

В первой главе мы разберемся, что такое нарратив в играх, откуда появилось это понятие и каким он бывает – в частности, включенным и эмергентным. Мы познакомимся с такими специфическими терминами, как агентивность, лудонарративный диссонанс и состояние потока. Обозначим также базовые понятия в нашей работе – сюжет, повествование и нарратив.

Во второй главе мы погрузимся в первоначальную документацию и остановимся подробно на создании таких важных документов, как концепт-документ и питч.

Третья глава послужит вам инструкцией по созданию игровой вселенной из нарративного конструктора и станет увлекательным путешествием в вымышленные миры. В ней мы погрузимся в глубины разнообразия сеттингов – от фантастического до реалистичного. Попытаемся разобраться, что такое игровой лор, зачем и кому он нужен. Познакомимся поближе с кирпичиками миростроения и внимательно рассмотрим два подхода к созданию игрового мира: «Мир – Герой» и «Герой – Мир», – детально остановившись на

каждом.

Любой мир нуждается в обитателях, и **в четвертой главе** мы рассмотрим, какие персонажи могут повстречаться нам в игре: игровые и неигровые; заданные, нулевые, кастомизируемые и наблюдающие «из-за четвертой стены»; протагонисты и антагонисты; любовные интересы и второстепенные герои. Их создание – одна из ключевых задач игрового сценариста и нарративного дизайнера, поэтому мы предоставим вам практические методы для их разработки. Также мы остановимся на таких терминах, как архетип и мировоззрение, проследим путь героя – от начала до возвращения домой – и рассмотрим другие важные характеристики героев, составив библию персонажей.

Как и у других специалистов, у игрового сценариста и нарративного дизайнера есть свои профессиональные инструменты. О них-то мы и расскажем **в пятой главе**. Игры – это уникальное явление в медиа-искусстве, и их характерная особенность – многообразие сюжетных структур: они имеют не только линейную, но и разветвленную, открытую, кольцевую структуру сюжета – вот на них мы и сфокусируем внимание. Безусловно, мы воспользуемся опытом литераторов и киносценаристов, рассматривая базовое понятие композиции, однако при этом обратим наш взгляд и на восточных коллег, которые работают по методу «Кисётэнкэцу» непосредственно в играх. Остановимся на главном двигателе сюжета – конфликте и рассмотрим его во всем многообразии.

Перечислим самые популярные сценарные инструменты, которые можно успешно использовать не только в кино, но и в игровой сценаристике:

твист, клиффхэнгер, повышение ставок, эмоциональные горки и чередование сцен. Узнаем, каким образом создаются кат-сцены и какими они бывают, а также попробуем разобраться в таких интересных понятиях, как «время в игре» и «темпоральность». Наконец, в конце главы мы приведем список нетекстовых инструментов, помогающих нам выстроить нарративное повествование в играх.

Шестая глава посвящена всему разнообразию внутриигровых текстов, которые требуют игровые сущности. Мы расскажем о требованиях к оформлению и о том, каким образом создаются хорошие тексты для игр.

Квесты – это одни из самых часто используемых элементов игры, если говорить о них как о заданиях, поставленных перед игроком. Для нарративного дизайнера и игрового сценариста создание квестовой системы представляет собой довольно сложную задачу. **В седьмой главе**, посвященной этой теме, мы расскажем о том, какими бывают квесты и как они создаются, что такое цепочка квестов и как выстраивается их сюжетная структура – в частности, ромбовидная и линейный хаб.

В восьмой главе о диалогах мы сконцентрируемся на их видах, таких как внешний (эмбиентный) и интерактивный. Мы обозначим способы реализации и перечислим их воз-

возможные внутриигровые функции.

Рассмотрев основные нарративные понятия, **в девятой главе** мы сфокусируемся на правильном оформлении итогов нашей работы и познакомимся с финальной документацией, которой будет удобно пользоваться не только вам, но и всем членам команды. Здесь мы остановимся на таких видах документации, как бриф, синопсис/концепт, расширенный синопсис, сторилайн, библии персонажей, блок-схемы, таблицы, википедии, поэпизодный план, технические задания (ТЗ) и гейм-дизайн-документ (ГДД).

Помимо основной работы по контенту игрового проекта, специалисты нашего профиля могут иметь дело с маркетинговыми текстами: анонсами для публикации приложения, пуш-уведомлениями, информацией об обновлениях, различного рода нотификациями и рассылками – об этом мы поговорим **в десятой главе**.

В одиннадцатой главе мы рассмотрим IT-технологии, которые помогают игровому сценаристу и нарративному дизайнеру в их творческой работе. Здесь будет небольшой обзор по методам ведения документации, диалоговым редакторам, движкам и инструментам менеджмента.

Наконец, **в двенадцатой главе** мы предлагаем вам порассуждать о терминологии и обязанностях специалистов нашей сферы. Вас ждут полезные советы по оформлению портфолио и тому, как в процессе напряженной работы успеть заметить проблемы и предупредить выгорание.

В самом конце книги вы можете найти краткий **словарь терминов**, которые используются в работе нарративных дизайнеров и игровых сценаристов.

Глава 1

Нарратив в играх

Об истории видеоигр уже сказано немало: в настоящее время существует несколько книг, подробно рассказывающих обо всех аспектах не только отечественного, но и зарубежного игропрома. Мы же собрались здесь, чтобы поговорить о создании историй в играх, поэтому совершим кратчайший экскурс в вопрос о функции игр в нашей жизни.

Зачем мы играем?



Если отойти от понятия «компьютерная игра» и рассмотреть это явление в бытовом значении, мы наткнемся на хорошо изученную тему детской игры. Играя, дети и животные социализируются, изучают окружающий мир, овладевают навыками взрослой жизни и оттачивают их, формируя важные поведенческие привычки. При этом играют дети исключительно ради самого процесса, про-активно, а положительной мотивацией является получение удовольствия.

Постепенно, с возрастом, игры теряют свою главную функцию, потому что не подходят для постижения окружающего мира на более сложном уровне. Поэтому взрослеющие люди, как правило, постепенно перестают играть и переходят к практической деятельности – теперь им нужен результат.

Однако удовольствие от игр никуда не исчезает. Даже взрослым по-прежнему весело бегать, прыгать и танцевать – так мы самовыражаемся и создаем нашу культуру. Любой вид искусства имеет близкое родство именно с игровой деятельностью.

Сейчас мы видим, что с развитием научного прогресса игры вышли далеко за рамки своего изначального предназначения. Сегодня игры – это неотъемлемая часть современности. Они играют важную роль в жизни каждого человека, будь то отдельная деятельность или часть других сфер нашей жизни: трудовой, учебной, семейной и творческой. Независимо от сферы применения, игры несут две основные функции: развлекательную и обучающую.

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ

Любые игры должны обладать развлекательным потенциалом. Будем честны, для многих игры – это в первую очередь способ получить удовольствие и отдохнуть.

Компьютерные игры дают нам возможность выплеснуть скопившуюся энергию и получить психологическую разгрузку, а для некоторых это еще и доступный способ социализации.

В 2011 году компьютерные игры были официально признаны отдельным видом искусства, наряду с театром и кино. После этого разработчики получили право, наравне с представителями кинематографа, музыки, живописи и литературы, рассчитывать на государственные гранты. Финансовая поддержка дает возможность для реализации более смелых, концептуальных проектов и уверенность в том, что смысловому наполнению видеоигр будет уделяться больше внимания.

ОБУЧАЮЩАЯ

Есть у видеоигр и другая полезная функция: игры развивают и стимулируют нашу нервную систему. Интересно, что особенно здесь отличились своей эффективностью такие

жанры, как шутеры и аркады. Современные видеоигры давно уже отошли от своих аналогов и эволюционировали в очень сложные феномены, включив в себя фундаментально важные принципы, которые способствуют появлению позитивных изменений в поведении человека, увеличению пластичности мозга и его способности к обучению. Так, в декабре 2017 года исследователь Грегори Уэст опубликовал новость, что компьютерные игры улучшают работу мозга у пожилых людей.

Как мы уже говорили, игры по своей природе являются проактивной формой обучения, которое намного эффективнее, чем пассивное приобретение знаний.

Когда мы начнем использовать видеоигры в сфере образования, было лишь вопросом времени.

Повсеместная игрофикация сейчас активно наращивает темпы развития. Цифровые обучающие игры отличаются от традиционных тем, что они задействуют методы мотивации развлекательных игр, чтобы достичь образовательных целей. Поэтому они нередко используют какую-либо историю и создают парасоциальные отношения¹ между игроком и неигровым персонажем, чтобы добиться высокого уровня вовлеченности и незаметно запустить процесс обучения.

Видеоигры – уникальный инструмент, подходящий как

¹ Парасоциальными называют особый тип однонаправленных отношений, где активными участниками являются зрители, слушатели или читатели, у которых возникает ощущение связи с фигурами из кино, книг и СМИ – известными людьми или персонажами. – Прим. ред.

для индивидуального обучения, так и для обучения в группах. Они создают эффект симуляции действия и при этом не несут какой-либо очевидной опасности. Поэтому игры нередко используют в качестве тренажеров, позволяя отточить профессиональные навыки в виртуальных условиях, прежде чем применять их на практике в реальной жизни.

Например, будущих пилотов воздушных судов сперва обучают летать на авиатренажерах, а для будущих врачей сейчас доступны симуляторы хирургических операций.

Виртуальные симуляторы предназначены для тренировок и подготовки к работе в реальном мире, они позволяют обучаться, получать опыт и делать выводы из своих ошибок. В далекой перспективе этот процесс ведет к высокому уровню мастерства.

Как мы видим, современное общество уже невозможно представить без игровой индустрии. Но чем же еще нас так увлекают игры?

ИГРЫ РАССКАЗЫВАЮТ ИСТОРИИ!

Игры давно эволюционировали и перестали быть примитивным набором механик, теперь это глубокие и многогранные произведения искусства. Характерная особенность игровой индустрии – это высокое жанровое разнообразие. Один проект может кардинально отличаться от другого графикой, базовыми механиками и даже количеством текста.

Поэтому целевая аудитория у видеоигр довольно широкая.

Главное, в отличие от других видов искусства, в видеоиграх мы можем быть не только пассивными наблюдателями, но и принимать непосредственное участие в происходящих событиях, оказывая влияние на историю. В книгах и фильмах мы видим только то, что нам хотят показать. Игры же снимают эти ограничения, давая нам свободу выбора: они позволяют принимать решения, исследовать игровой мир через интерактивную среду и приобретаемый игроком опыт и навыки. История при этом подается не только текстом или визуальным рядом – в арсенале разработчика имеется целый комплекс инструментов для погружения игрока в игровой мир и создания повествования.

Что такое «нарратив»?

Прежде чем говорить о нарративе непосредственно в играх, давайте обратимся к определению нарратива как такового. Итак, что же такое «нарратив»?

Термин произошел от латинского слова *narrare*, что означает рассказывать, повествовать. В Оксфордском словаре английского языка мы можем найти следующее определение: нарратив – это самостоятельно созданное повествование о некотором множестве взаимосвязанных событий, представленное читателю или слушателю в виде последовательности слов или образов.

Нетрудно заметить, что часть значений термина «нарратив» совпадает с хорошо известными нам словами «повествование» и «рассказ». В чем же разница? Чтобы разобраться, нам нужно сперва посмотреть, откуда взялся сам термин.

Термин «нарратив» заимствован из историографии, и появился он при разработке концепции «нарративной истории», в которой исторические события рассматриваются как связь результатов закономерных исторических процессов с субъективной интерпретацией этих событий человеком.

Упростим для понимания. Событие может быть одним и тем же, а восприятие и понимание о произошедшем у каждого человека будет индивидуальным. Изначальные события или смысл текста может исказиться, проходя сквозь призму

нашего социального опыта, окружения, накопленных знаний и темперамента, – это и есть основа для возникновения нарратива.

Вернемся к термину «повествование» – здесь всегда присутствует предполагаемый «повествователь», рассказчик, который повествует о событиях истории.

У «нарратива» может не быть рассказчика в классическом понимании. Зато он акцентирует внимание на восприятии реципиента – будь то игрок, зритель или читатель. То есть «повествование» – это про того, кто рассказывает, а «нарратив» – всегда про того, кто получает.

А теперь оставим истоки и вернемся к нарративному дизайну в игровой индустрии.

Нарратив, по определению Томаса Грипа и Адриана Хмеляжа, это:

- 1) полнота игрового опыта;
- 2) уникальное прохождение игрока (user experience): посекундное описание действий игрока, его восприятие и интерпретация.

Как мы видим, значение термина несколько шире, чем просто «повествование». Что же собой представляет нарратив в игре, учитывая все вышесказанное?

Остановимся на следующем определении:

Нарратив – это история, полученная путем

прохождения игры и приобретения уникального игрового опыта, нашедшая отражение в сознании игрока.

Из этого следует, что нарративный дизайн создает условия для возникновения нарратива, а сам нарратив формируется при взаимодействии с игроком.



Типы нарратива

Игры могут не иметь сюжета, но нарратив в играх присутствует всегда. Игрок всегда будет стараться выстроить себе какую-нибудь историю, даже если она сценарно не заложена, так как цель нарративного дизайна – создавать игровой опыт и уникальное прохождение. Таким образом, у нас есть как минимум два типа нарратива:

- включенный (embedded),
- эмергентный (emergent).

ВКЛЮЧЕННЫЙ НАРРАТИВ

Это привычный для многих видов искусства сторителлинг. Собственно, это история, которую создают игровые сценаристы и нарративные дизайнеры в зависимости от predetermined жанра игры. Включенный нарратив – это основа игр, где очень важен сюжет (таких, как РПГ) или где повествование является основой геймплея (как, например, визуальные новеллы). Нам, игровым сценаристам, надо помнить о свободе игрока, чтобы он чувствовал развитие сюжета, происходящее в зависимости от его выборов и решений. Это достигается балансом сеттинга, происходящих событий, действий и атмосферы.

ЭМЕРГЕНТНЫЙ НАРРАТИВ

Это история, которая формируется в сознании игрока во время прохождения игры. Эмергентный нарратив еще характеризуется как «выходящий, выросший, новый сторителлинг». Данный тип нарратива уникален для искусства, так как его, по сути, создает и придумывает сам игрок, совершая те или иные выборы и действия. Он может встречаться в играх, где нет сюжета или где не делается на него акцент.

Говоря о самых первых компьютерных играх на аркадных автоматах, некоторые коллеги-разработчики считают, что нарратива в подобных играх вовсе не было, однако это категорически не так. Да, все эти игры были разработаны в основном программистами, которые больше экспериментировали с кодом и его реализацией, чем с сюжетом. Однако невозможно сделать игру абсолютно без истории. В подобной форме интерактивного жанра мы как раз и имеем дело с эмергентным нарративом. Это может быть какая угодно история, ограниченная разве что сеттингом и главным персонажем/ устройством, который контролирует игрок. Например, масштабные звездные войны или обычные игрушечные стрелялки в Space Invaders – все зависит от фантазии, сюжминутного настроения или ситуации игрока.

Интересно, что эмергентный нарратив зависит в том числе и от ментальности, и от национальности игрока. Напри-

мер, для кого-то Рас-Ман – это колобок, который поедает крошки; для других – пицца без одного кусочка, стремящаяся захватить оливки; для третьих – энергетический шар, охотящийся за точками-энерджайзерами.

Обозначим базовые понятия

Сюжет – это запланированная история. Конкретные локации, кат-сцены, встречи, квесты и диалоги. Сюжет может быть линейным или ветвящимся, с одним или несколькими финалами, однако все равно он планируется игровыми сценаристами и разработчиками.

Повествование – это процесс создания рассказа истории, при котором у читателя (зрителя, игрока, слушателя) возникает образ рассказчика, транслирующего некую историю.

Нарратив – в контексте компьютерных игр это не повествование, а полнота игрового опыта игрока, полученного путем уникального прохождения игры. Это история, которую игрок выстраивает сам себе по мере прохождения.

Игровой нарратив отличается от повествования тем, что во главе всего стоит реципиент (игрок), а не рассказчик. Нарратив возникает в голове игрока сам, а разработчик должен сделать все возможное для того, чтобы повлиять на эту историю.

Нарративный дизайн, по определению авторов учебника Game Narrative Toolbox, «это искусство рассказывать истории в играх, используя все доступные инструменты».

Среди таких инструментов может быть самый привычный

нам и простой инструмент – текст, однако он и не самый надежный, потому как игрок может легко пропустить его. Это могут быть звуковые эффекты, озвучка и музыка, кат-сцены, комиксы, арт, анимация, спецэффекты, повествование через окружение – все, что игрок может увидеть в игре, – а также, конечно же, механики и геймплей – все, с чем игрок может интерактивно взаимодействовать. Это самый универсальный инструмент любого нарративного дизайнера, потому что геймплей – это основа игры, и его нельзя избежать (подробности см. в главе 5 «Сюжет в игре. Сценарные инструменты»).

Миссия нарративного дизайнера – связать воедино сюжет и нарратив с геймплеем, разработать совокупность инструментов, которые и позволяют игроку получить опыт целостной истории.

Существуют ли игры, в которых нет сюжета? Да, существуют. Однако нарратив при этом есть всегда. Даже если разработчик не приложил и минимум усилий, мозг игрока все равно будет стараться рассказать себе какую-нибудь историю.

Но если нарратив и так всегда есть, зачем же нужны дополнительные усилия для его формирования? И зачем нам необходима целая отдельная профессия для этого?

Эти вопросы скорее абстрактны. Опираясь на определение Марии Кочаковой², которая утверждает, что цель narra-

² Мария Кочакова – основательница «Нарраторики», первой школы нарратив-

тивного дизайна – погружение игрока в историю, можно сказать, что формировать нарратив нужно в том случае, если у вашего проекта есть такая цель.

Первый довод – смысловой, социальный. Например, если нам хочется создать для игрока определенный опыт или передать его, вызвать конкретные эмоции и заставить задуматься над какими-то важными для вас вопросами, – нужно это сделать.

Второй довод – прагматичный, финансовый. Как правило, большинству игроков уже не интересны эдакие игры-пустышки, в которые разработчики не потрудились добавить ничего сверх голых механик. Сейчас даже в такой жанр, как казуальные игры, стараются встроить глубокий нарратив, так как просто механика для игрока становится неинтересной – обязательно нужна история. Более того, этот процесс на уровне развития эмергентного нарратива начинает затрагивать и гиперказуальные игры. Что уж говорить о проектах покрупнее? Отказываться от нарративного дизайна – это значит обрубать часть платящей аудитории, потому что истории всегда были и будут востребованы людьми всех возрастов.

Игровая сценаристика и нарративный дизайн

Нарративный дизайн возник на стыке гейм-дизайна и сценаристики. Сценарист пишет сценарную основу игры, разрабатывает системы персонажей, а задача нарративного дизайнера – интегрировать сценарий в игру, используя при этом все имеющиеся средства, в том числе музыку, визуальный ряд, геймплейные элементы и многое другое. И сделать это не так просто, раз появилась целая отдельная специализация, дисциплина и теперь – профессия.

Считается, что термин «нарративный дизайнер» возник в 2006 году, когда Стивен Дайнхарт составил для компании THQ описание вакансии:

«Relic Entertainment ищет специалиста на позицию нарративного дизайнера. Нарративный дизайнер должен будет следить за тем, чтобы ключевые элементы игрового опыта, связанные с историей и повествовательными механиками, сценарием и речью, были динамичными, интересными и убедительными. Тесно работая с другими дизайнерами команды, нарративный дизайнер будет связующим звеном с внешними сценаристами на всем протяжении проекта, а также будет ответственен за то, чтобы сотрудничество с этими сценаристами было максимально продуктивным».

Трудности перевода и неразбериха с терминами

Профессии игрового сценариста и нарративного дизайнера довольно часто и ошибочно считаются синонимами. Достаточно взглянуть на требования к кандидатам в публикуемых вакансиях, чтобы увидеть – почти везде отсутствует четкое понимание должностных обязанностей для данных специалистов. Почему так происходит?

Профессия сценариста нам давно знакома по другим медиа, а вот профессия нарративного дизайнера очень молода. До появления отдельной профессии функции игрового сценариста и нарративного дизайнера выполнял гейм-дизайнер или другие люди, имеющие к этому склонность. Создание сюжета и нарратива долгое время считалось второстепенной задачей, и разработчики не хотели вкладывать в это время, деньги и силы.

До сих пор нет устоявшихся методик и классического образования для специалистов этой сферы. Многие новички занимаются самообразованием, приходят в нарративный дизайн из других специальностей, а теоретической базой для них служит достаточно разрозненная информация, которая непоследовательно и хаотично распространяется главным образом в интернете. В итоге мы выглядим дилетантами по сравнению с такими серьезными и устоявшимися профессиями.

ями в геймдеве, как программист, аниматор или художник.

Не имея под собой твердой теоретической базы и определенных правил, мы долго бродим в темноте, наступая на одни и те же грабли и бесконечно изобретая велосипеды. К сожалению, это однажды приводит к тому, что мы и сами начинаем относиться к своей профессии несерьезно. Мы невольно создаем атмосферу свободы и расхлябанности – «я художник, я так вижу», «я не могу работать, у меня нет вдохновения» – и, естественно, именно такими мы и предстаем в глазах коллег и руководства. Важно не забывать – мы сами формируем отношение к своей профессии!

Абсолютно классическая ситуация: игра практически готова, и тут в команду приглашается сценарист, чтобы он «натянул сову на глобус» – придумал историю, оправдывающую все происходящее. Это случается из-за того, что итог нашей работы воспринимается несущественным. Результат нашей работы сложно оценить, потому что нет определенных критериев качества. Нередко руководство считает, что в написании диалогов, кат-сцен и сценария нет ничего сложного. Иногда это и вовсе воспринимается как техническая задача, и тогда работа сценариста приравнивается к работе копирайтера с оплатой за количество печатных знаков: «Мы могли бы написать это сами, но нам некогда», «Да что там такого сложного? Никаких особых умений не требуется – грамотность, воображение и умение стучать по клавиатуре». Ведь писать может каждый, верно?

Любые изменения начинаются с нас, поэтому нам нужно уважать себя и свою профессию. Нам необходимо развиваться и серьезно относиться к рабочим задачам, поддерживать связи с коллегами по цеху и обмениваться опытом, участвовать в конференциях и форумах, писать статьи, делиться мнениями, учиться новому и, наконец, формировать твердую теоретическую базу для новых специалистов. Иначе мы будем продолжать получать оплату за количество знаков и каждый раз упираться в стену недопонимания из-за вкусовщины со стороны начальства, не получая адекватного отношения к себе и своей профессии.

Искусство повествования – это одно из древнейших занятий человека. Мы учимся рассказывать истории уже на протяжении тысяч лет, и у этого занятия все же есть ключевые правила и законы, которые в полной мере отражены в писательском искусстве, в драматургии и киносценаристике. Конечно, видеоигры – это уникальный в своем роде интерактивный продукт, непохожий на другие медиа. Однако база остается все той же. Мы должны учиться у писателей, драматургов и киносценаристов, заимствовать и адаптировать существующую теорию под специфические задачи игровой разработки и, конечно же, привносить что-то новое. Только так мы сможем значительно повысить качество собственной работы, показать ценность того, что делаем, а также изменить отношение к нашей профессии.



Обязанности игрового сценариста и нарративного дизайнера

Чем вообще занимается игровой сценарист? С точки зрения простого обывателя, мы целыми днями пишем тексты. К сожалению, такое представление до сих пор сохраняется и в некоторых игровых компаниях. Нередко можно найти вакансию следующего содержания: «Мы ищем сценариста, который будет быстро и хорошо писать любые тексты – внутриигровые художественные и технические, а также неигровые, для рекламных анонсов и нашей группы в ВК».

Должен ли игровой сценарист и нарративный дизайнер уметь писать тексты? Да, конечно. Написание текстов – это самая очевидная компетенция сценариста и его основной инструмент. Да, это не уникальный навык, и другие специалисты тоже способны набрать пару предложений, но специалист сделает это намного легче, лучше и быстрее. Однако сводить работу сценариста, и особенно нарративного дизайнера, исключительно к писательству – большая ошибка.

Нарративный дизайнер отвечает за игровое повествование, а текст является лишь одним из множества инструментов его донесения до игрока. Помимо текста, на повествование также работает геймплей, визуальный ряд, анимация, музыка и многое другое – и все это находится в компетенции нарративного дизайнера, который должен создать в голове

игрока историю. А история эта должна получиться осмысленной, интересной, структурированной и логичной. То есть работа игрового сценариста или нарративного дизайнера начинается с самой идеи, и каждый игровой элемент, хоть как-то связанный с повествованием, тут же попадает в зону его внимания и ответственности.

Конечно, существуют жанры, в которых от сценариста не требуют слишком многого. Но если проект превращается в игру со сложным сюжетом, то сценарист сперва должен определиться с основной идеей, затем написать синопсис сюжета и наброски квестов, и только потом приступить непосредственно к игровым текстам, которые увидит игрок.

Ситуация может меняться в зависимости от проекта. К примеру, если над проектом работают несколько специалистов, то задачи можно разделить: один занимается разработкой идеи и написанием синопсисов, второй – квестами, третий – прописывает диалоги, а четвертый занят технической документацией. И при этом все позиции могут быть названы совершенно по-разному.

Давайте попробуем структурировать информацию о профессиях игровой индустрии, так или иначе связанных с повествованием, сюжетом и текстом.

1. Копирайтер – специалист, который, как правило, не связан с внутриигровыми текстами. Он занимается написанием текста с целью рекламы проекта или других форм мар-

кетинга, создает контент для социальных сетей и поддержки комьюнити. Может создавать push-уведомления и описания для площадок, на которых продвигается или продается игра.

2. Технический писатель, или технический редактор, – занимается не совсем творческой работой, представляя собой смесь редактора и копирайтера. Этот специалист проверяет тексты, пишет технические описания, ведет документацию и приводит различные сущности к единообразию. Иногда в рамки его обязанностей оказываются включены и некоторые функции гейм-дизайнера. Например, проверка корректного заполнения таблицы игрового баланса. Обычно технический писатель получает задания от нарративного дизайнера или сценариста.

3. Игровой писатель – пишет для игры художественный текст на основе технических заданий под конкретные задачи. Может заниматься новеллизацией игрового проекта, созданием лора и миро-строением, а также выполнять роль художественного редактора игровых текстов.

4. Игровой сценарист – занимается поиском идей, выстраивает общую концепцию, пишет сценарий и истории отдельных персонажей, пишет игровой текст, технические задания для арт-отдела, аниматоров и т. д. Может также заниматься системой диалогов и сюжетными ветвлениями, используя для этого специализированный софт и инструменты.

5. Нарративный дизайнер – работает с софтом и движком, окружением, визуальным рядом, музыкальным сопрово-

вождением и геймплеем. Берет в работу игровые тексты, подготовленные сценаристом или писателем, и встраивает их в игровой проект. Отслеживает соответствие игровых элементов общей концепции проекта, работает с UI. Обязательно тестирует и анализирует проект на всех стадиях разработки. Иногда может быть привлечен для расчета баланса, монетизации и написания самой истории.

6. Нарративный продюсер – отвечает за основное направление и развитие проекта. Контролирует качество работы нарративных дизайнеров и игровых сценаристов, взаимодействует с командой и выстраивает процессы разработки. Также продюсер должен постоянно повышать уровень квалификации специалистов нарративного отдела, проводить тимбилдинг, общаться с SEO и топ-менеджерами.

Сейчас на рынке создалась ситуация терминологической путаницы: в вакансиях нарративного дизайнера можно встретить перечисление обязанностей игрового сценариста и наоборот. Пытаясь сориентироваться, рекрутеры пишут в заголовках вакансий через слэш, что они ищут «игрового писателя / сценариста / нарративного дизайнера», в надежде, что так или иначе найдут толкового специалиста для проекта. Поэтому при поиске работы стоит смотреть не на название самой вакансии, а на конкретный перечень обязанностей и необходимых навыков.

Однако, если мы работаем на должности нарративного дизайнера, мы должны уметь все то, что умеет игровой сце-

нарист, игровой и технический писатель, копирайтер и еще немножко сверху. Если мы достигли такого уровня работы с историей, по меньшей мере странно не уметь пользоваться базовым инструментом. Наши расширенные рабочие обязанности не исключают работу с текстом, и при необходимости вы должны хорошо выполнить и эту работу. Игровому сценаристу, в свою очередь, также бывает нелишним уметь хотя бы немного рисовать, разбираться в анимации или Unity. И вообще, чем больше полезных навыков у нас есть, тем больше мы будем востребованы на рынке труда.

Агентивность (agency)

После того как мы разобрались с вопросами нарративно-го дизайна и игровой сценаристики, нам нужно рассмотреть еще одно важное понятие – агентивность.

Мария Кочакова в своих лекциях сформулировала следующее универсальное определение этого термина:

Агентивность – это степень влияния игрока на игру.

Обращаясь к лекциям Марии Кочаковой, мы также видим, что агентивность подразделяется на два типа: степень участия в геймплее и степень участия в истории.

Проще говоря, агентивность можно условно разделить на:

- геймплейную,
- сюжетную.

Геймплейная агентивность – это все доступные игроку действия в игровом мире, проще говоря – его свобода. Игрок может разговаривать с персонажами, собирать ресурсы, изменять окружение, брать компаньонов, драться, бегать и т. д.

Сюжетная агентивность – это степень влияния игрока непосредственно на сюжет.

Игрок может влиять на сюжет:

- напрямую, если история нелинейная и предоставляет

ему сюжетные выборы;

- посредством своих действий, если история линейна или вообще не содержит в себе сюжета, то есть имеет в своей основе эмергентный тип сторителлинга. В этом случае игрок будет просто наблюдать за событиями или проживать интерактивный процесс.

Агентивность может быть:

- высокой,
- низкой,
- нулевой.

ВЫСОКАЯ АГЕНТИВНОСТЬ

Она встречается у игр, где игрок сам формирует свою историю и влияет на окружение, обладая широким спектром геймплейных возможностей – например, симуляторов (The Sims) и песочниц (Minecraft).

НИЗКАЯ АГЕНТИВНОСТЬ

Существуют проекты, где агентивность не является нулевой, но все же стремится к ней. Они обычно линейны и имеют ограниченный геймплей. История, как правило, уже произошла без участия игрока, и все, что ему остается, – это идти по заданному маршруту и пассивно воспринимать ее

пересказ.

НУЛЕВАЯ АГЕНТИВНОСТЬ

Это те игры, в которых игрок вообще ничего не решает. Например, нулевая агентивность встречается повсеместно в кино и литературе.

Все остальные игры имеют разную степень агентивности – в зависимости от выбранного жанра, поставленной цели и набора геймплейных механик. При этом уровень геймплейной и сюжетной агентивности может заметно различаться внутри одного проекта.

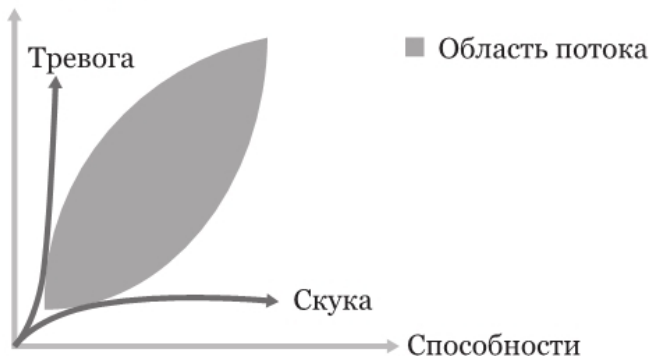
Люди играют в видеоигры для того, чтобы влиять на происходящее и действовать, а не воспринимать историю пассивно, – это основное отличие от других медиа. Поэтому очевидно, что чем выше агентивность, тем лучше игрок способен погрузиться в игру благодаря высокой степени воздействия на мир и историю. Однако иногда разработчики специально снижают агентивность или отбирают у игрока управление, чтобы сыграть на контрасте и использовать это как мощный эмоциональный прием.

«Поток» (flow) в играх

Довольно важным понятием в игровой индустрии является состояние «потока» (flow).

В контексте данного понятия стоит упомянуть работу американского психолога Михая Чиксентмихайи – «Поток. Психология оптимального переживания», над которой он работал несколько десятилетий. В ней говорится об оптимальном переживании, которое достигается «в ситуациях, когда индивид может свободно направлять внимание на достижение своих целей, потому что ему не нужно бороться с внутренним беспорядком и защищаться от каких-либо угроз. Мы называем подобное состояние состоянием потока, потому что в эти моменты как будто плывем по течению, нас несет поток. Состояние потока противоположно психическому беспорядку, и те, кто способен испытать его, отличаются большей силой и уверенностью в себе, потому что могут направить на достижение своих целей больше психической энергии». Подобное состояние для человека хочется испытывать как можно чаще, и создать его можно с помощью организации сознания, чтобы рутинные дела перестали казаться скучными и приносили радость. И сделать это можно «путем сильной самодисциплины и концентрации».

Сложность заданий



В XXI веке к состоянию «потока» обратился китайский гейм-дизайнер Дженова Чень, знаменитый своими медитативными, эстетичными, концептуальными проектами Cloud, Flower, Journey, flOw. Главной задачей в них было расширить спектр эмоций, вызываемых видеоиграми. В 2006 году Чень представил публике научный труд на тему потоковости и настройки сложности игры на примере игры flOw, созданной совместно с Николасом Кларком. Именно тогда термин «поток» и вошел в обиход в игровой сфере.

Поток — это состояние игрока в процессе прохождения, когда соблюдается баланс между сложностью заданий и способностями участника. При слишком большом челлендже (вызове) игрок может разочароваться; и, наоборот, при простом прохождении — почувствовать скуку. При создании игры следует балансировать между этими двумя эмоциональ-

ными точками. Состояние потока характеризуется такими ощущениями, как:

- чувство контроля над ситуацией,
- отсутствие самоосознания,
- растворение в мире игры,
- отождествление с главным героем,
- отсутствие чувства времени.

Для нарративного дизайнера и игрового сценариста, а также для других разработчиков важно сделать в игре такую историю, чтобы игрок погрузился в состояние потока. Для этого существуют следующие условия.

1. ЯСНЫЕ ЗАДАЧИ И ЧЕТКИЕ ЦЕЛИ

Очень важно понимание игроком правил игры, что ему следует делать на том или ином этапе. Для этого важно сделать хороший, нативный³ tutorial (обучение) – он уже является залогом успеха. Немаловажное значение имеет и интерфейс, где отражается все, что происходит в игре, на картах, в дневниках, индикаторах характеристик, во всплывающих подсказках и т. п.

³ Нативный (от англ. native – «родной») – здесь: органичный самой игре, поданный непосредственно через геймплей. – Прим. ред.

2. КОНЦЕНТРАЦИЯ

Это когда игрок сосредоточен на геймплее, и у него нет отвлекающих факторов. Расфокусировка на множество задач, которые нужно выполнять одновременно, выбивает из состояния потока, поэтому стоит распределять события в игре равномерно.

3. ВИДИМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

Игра должна давать обратную связь на действия игрока. Это индикация проигрыша и выигрыша, которая может быть подкреплена такими элементами геймплея, как уведомление, звуковой сигнал, новый статус, открытие нового уровня, получение предмета, титула и т. п. Таким образом происходит стимуляция игрока на дальнейшее прохождение или перепрохождение этапов игры.

4. СООТВЕТСТВУЮЩИЙ ОПЫТ ИГРОКА

Это как раз тот самый баланс между «очень сложно» и «очень скучно», о котором мы говорили чуть выше. Механики не должны пугать или казаться слишком простыми.

Лудонарративный диссонанс

Пожалуй, одним из краеугольных камней в игровой сценаристике является такое понятие, как лудонарративный диссонанс. Этот термин появился в 2007 году, и первым его употребил Клинт Хокинг в размышлении над игрой BioShock, которая, по его мнению, страдает сильным диссонансом между тем, что она представляет собой как игра, и тем, о чем она рассказывает. По утверждению Хокинга, сюжетные и игровые элементы в BioShock противопоставляются, и кажется, будто игра открыто издевается над игроком. Так что с трудом верится в ее замысел, какое бы прохождение ни было выбрано.

Понятие лудонарративного диссонанса – это несоответствие сюжета и игрового процесса, конфликт между этими сущностями, который разрушает состояние потока игрока. Происходит этот термин от латинских слов *ludos* (игра) и *narrare* (рассказывать). Появился он в начале XXI века неслучайно. Дело в том, что игры в новом тысячелетии значительно усложнились, в том числе и с точки зрения игровой сценаристики и нарративного дизайна. Большое внимание стали уделять сюжету, однако иногда он идет своей, параллельной от основной механики и геймплея дорожкой. И в итоге мы нарушаем так называемое отложенное неверие⁴

⁴ Другие варианты перевода термина – «намеренная приостановка неверия»,

игрока – то есть, начиная отождествлять себя с героем и выполняя определенные действия, мы испытываем ощущение нелогичности происходящего. Как, например, в «Ведьмаке 3: Дикая Охота» Геральту необходимо срочно спасти Цири, но это не мешает ему медлить, выполняя многочисленные квесты на своем пути. Или классика жанра – необыкновенно харизматичный персонаж Нейтан Дрейк из серии *Uncharted* имеет амплуа вора, а не убийцы, но это не мешает ему уничтожать людей сотнями.

Стоит отметить также и перезапущенную несколько лет назад трилогию *Tomb Raider*, где можно увидеть конфликт геймплея с историей. В самом начале мы видим героиню, выживающую в сложных условиях, ей приходится совершить первое убийство – оленя. Она ошеломлена и очень переживает. Однако после того, как она с тяжелым сердцем вынуждена отправить на тот свет человека-врага, то сразу переключается в режим командос и начинает расправляться с неприятелями направо и налево, причем очень креативно, используя разные орудия убийства, словно заправский маньяк. Возможно, Лара просто входит во вкус и превращается в отморозка после первой крови, но далее нам опять показывают страдания главной героини. Она словно Иван Грозный: сначала убивает, потом кается и снова калечит людей,

«добровольный отказ от неверия». Суть в том, что реципиент искусства (читатель, зритель, игрок) добровольно закрывает глаза на условности выразительных средств конкретного медиа, чтобы поверить рассказываемой истории и получить полноценный опыт переживания. – Прим. ред.

а затем мучается виной, и так далее по циклу.

В данной серии есть еще один пример лудонарративно-го диссонанса — конфликт «неотложности событий», который встречается во многих играх с открытым или условно открытым миром, как в том же «Ведьмаке 3», его мы привели чуть выше. Когда главный герой по основной сюжетной линии должен спешить, чтобы спасти мир, любимого человека или еще по какой-то масштабной, важной цели, это, однако же, не мешает ему выполнять побочные квесты и дополнительные миссии. Так, в *Shadow of the Tomb Raider* грядет апокалипсис, люди гибнут, и Лара должна помешать все-ленской катастрофе, причем срочно, и это в ее силах. Однако приоритеты расставлены как-то не так в этой истории: для героини становится важнее, например, поискать для мальчика игральные кости. Тут возникает множество вопросов к выстраиванию геймплея и сюжета и их полной рассинхронизации.

Чтобы избежать лудонарративного диссонанса, игровому сценаристу нужно озадачиться тем, как использовать основные игровые механики для создания нарратива и усиления его воздействия на получаемый игроком опыт. Такое явление, как лудонарративный диссонанс, позволяет глубже погрузиться в исследование вопроса взаимодействия человека и игрового мира, оглядываться на огрехи восприятия, которые могут возникнуть при прохождении разрабатываемой нами игры, и создавать нечто поистине шедевальное.

Глава 2

С чего начинается создание игры?

Первоначальная документация



Очень важный вопрос для всех, кто связан с геймдевом, и особенно игровых сценаристов: с чего начинается игра. Процесс ее создания зависит от многих факторов: для чего и для кого (аудитория) создается игра, в каком составе команды

планируется разработка, какие навыки и специализации у ее членов, на каких платформах предполагается выпуск, какая цель преследуется, кроме очевидной – заработать денег.

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.