

# СКОТТ РОДЖЕРС

Гейм-дизайнер Pac-Man World,  
Maximo и других  
невероятных проектов



**СТАНЬТЕ  
МАСТЕРОМ  
ИГРОВОЙ  
РАЗРАБОТКИ!**



**Level  
UP!**

**РУКОВОДСТВО ПО СОЗДАНИЮ  
КЛАССНЫХ ВИДЕОИГР**

ЭПИЧНЫЕ БОССЫ

ФАН ИЛИ НЕТ

РАССКАЗ ЧЕРЕЗ ИГРУ

КРУТЫЕ МЕХАНИКИ

ЧЕГО ХОТЯТ ГЕЙМЕРЫ

Мировой компьютерный бестселлер. Гейм-дизайн

Скотт Роджерс

**Level up! Руководство по  
созданию классных видеоигр**

«ЭКСМО»

2014

УДК 004.9  
ББК 77.056с.я92

## **Роджерс С.**

Level up! Руководство по созданию классных видеоигр /  
С. Роджерс — «Эксмо», 2014 — (Мировой компьютерный  
бестселлер. Гейм-дизайн)

ISBN 978-5-04-188102-3

Если вы горите желанием разработать игру, от которой у всех захватит дух, но не знаете, с чего начать, то эта книга определено для вас! Скотт Роджерс – признанный эксперт в гейм-дизайне, он работал над такими потрясающими проектами, как Pac Man World, Maximo и SpongeBob SquarePants. На понятных и продуманных примерах Скотт покажет, что нужно для крутой игры! В основу книги лег многолетний успешный опыт автора, подкрепленный иллюстрациями, типичными кейсами и остроумными решениями для вашей игры. В формате PDF А4 сохранён издательский дизайн.

УДК 004.9  
ББК 77.056с.я92

ISBN 978-5-04-188102-3

© Роджерс С., 2014  
© Эксмо, 2014

# Содержание

Два слова от переводчика	6
Предисловие	7
Предисловие к российскому изданию	8
Об авторе	9
Нажмите Start!	10
Если вы хоть немного на меня похожи...	10
Нет, свою работу я вам не отдам	12
Для кого эта книга?	14
Благодарности: у кого я учился писать книги	16
Уровень 1	17
Краткая история видеоигр	20
Жанры игр	25
Кто все это делает?	28
Программист (programmer)	28
Художник (artist)	29
Дизайнер (designer)	31
Продюсер (producer)	32
Тестировщик (tester/QA)	33
Композитор (composer)	34
Саунд-дизайнер (sound designer)	35
Игровой писатель (writer)	35
Вы когда-нибудь задумывались об издании игр?	37
Продакт-менеджер (product manager)	37
Креативный менеджер (creative manager)	37
Арт-директор (art director)	38
Технический директор (technical director)	38
И прочие...	38
Уровень 2	40
Идеи: где их взять и куда засунуть	41
Чего хотят геймеры?	45
Почему я ненавижу удовольствие и «фан»	46
Брейнштурмы	48
Как преодолеть творческий кризис	52
Конец ознакомительного фрагмента.	53

# Скотт Роджерс

## Level up! Руководство по созданию классных видеоигр

*Бренде Ли, которая всегда говорила, что из этих знаний получится отличная книга.  
Люблю тебя*

Level Up! The Guide to Great Video Game Design 2ed  
Scott Rogers

This edition first published 2014

© 2014 John Wiley and Sons, Ltd.

All rights reserved. Authorised translation from the english language edition published by John Wiley & Sons Limited. Responsibility for the accuracy of the translation rests solely with the Publishing House EKSMO and is not the responsibility of John Wiley & Sons Limited.

No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of the original copyright holder, John Wiley & Sons Limited

© Голубева А.Д., перевод на русский язык, 2023

© ООО «Издательство «ЭКСМО», 2023

## Два слова от переводчика

Книга Скотта Роджерса – учебник, рассказывающий о разных аспектах гейм-дизайна. Тема эта обширна, изложить ее всю в одном томе невозможно. А потому вполне вероятно, что читатель, ознакомившись с Level Up, захочет глубже изучить какие-то из раскрытых тем и возьмется искать дополнительную литературу – другие книги, статьи и так далее.

Мы учитывали это при переводе, стремясь сделать его таким, чтобы искать дополнительные материалы было проще. В частности, для удобства чтения мы переводили термины, но сохраняли английский вариант в скобках. От этого текст, вероятно, покажется где-то чуть более громоздким, а где-то даже забавным (полагаем, большинству читателей не требуется пояснение, что «босс» на английском – boss), но зато вы можете быть уверены, что не ошибетесь в терминологии при поисках.

Кроме того, в отечественной игровой индустрии распространены заимствования – например, polishing (процесс окончательного доведения игры до ума) называют полишингом, а не полировкой или, собственно, доведением до ума, если говорить об адекватном литературном переводе. Мы сохраняли в тексте подобные слова, ведь именно с таким языком столкнется читатель, если, дочитав эту книгу, попробует свои силы в создании игр.

В тех случаях, когда в реальном обиходе разработчиков перевод конкурирует с заимствованием (например, как у термина stealth, который на русском могут называть и стелсом, и скрытностью), мы иногда приводили оба варианта.

Стоит также отметить, что книга была написана в 2010 году. Несмотря на то что большинство наблюдений, советов и рекомендаций сохраняют актуальность, некоторые моменты – особенно фактические – устарели. Если автор пишет, что что-то появилось недавно, просим держать в уме, что недавним это было в 2010 году, а отдельные тренды игровой индустрии успели с тех пор продвинуться вперед.

И наконец, не забывайте, что разработчики иногда пользуются терминологией по-разному. Некоторые особо запутанные случаи (например, со словами «механика» и «уровень», имеющими много разных значений) рассматриваются в книге отдельно. Но всегда стоит помнить, что и достаточно конвенциональный термин кто-то может переводить иначе, относить к другой категории или вовсе не использовать.

## Предисловие

Скотт написал настольную книгу. Когда нужно освежить в голове основы гейм-дизайна, именно это руководство удобно снять с полки, открыть на компьютере или в читалке. Оно как «Настольная книга скаута» или Farmer's Almanac, только про игры. Скотт даже снабдил свой труд простыми и ясными иллюстрациями – как раз в духе того, что можно отыскать в подобных нестареющих книгах.

Когда спортивная команда, боевой отряд – да и вообще кто угодно – хотят добиться успеха, то начинают с основ. Именно их понимание приводит к большому прорыву. Одна из таких основ в гейм-дизайне – умение сфокусироваться на чем-то одном и выполнить эту работу качественно. Что и сумел сделать Роджерс в своем учебнике.

Неважно, кто вы: начинающий автор игр или ветеран, застрявший из-за сложной проблемы. Возьмите эту книгу с полки, освежите в голове основы – вам наверняка придет вдохновение, которое даст толчок к движению вперед.

*Дэнни Билсон,  
исполнительный вице-президент Core Games, THQ*

## Предисловие к российскому изданию

Далеко не первый год я занимаюсь созданием видеоигр, при этом меня продолжает восхищать то, как в этом направлении сочетаются креативность, фановость и безбашенность творческой индустрии с технологичностью, серьезными процессами и исследовательскими работами из индустрии информационных технологий. Сегодня ты рубишься с приятелями в любимый шутер, а завтра декомпозируешь его механику стрельбы и описываешь свой вариант в дизайн-документации проекта. На этой неделе ты заказываешь у аналитиков комплексный АВ-тест, чтобы через пару недель на его основании определить, пулеметами или ракетницами игрокам-новичкам приятнее крошить врагов в их первом игровом матче. Именно такое сочетание фана и серьезности, фантазий и исследований, творчества и выстроенных подходов привлекло меня и многих других в индустрию видеоигр.

Скотт в своей книге смог отлично увязать эти две составляющие. С одной стороны, мы получили серьезное руководство, обобщающее множество знаний о создании видеоигр, а с другой – легко и с юмором написанную книгу, которую приятно читать. Переводческий талант Альфины и труд всей команды «Бомборы» теперь позволили и русскоязычным читателям в полной мере вкушать это произведение, не только получив ценные знания, но и насладившись живым языком и юмором.

Но книга Скотта ценна далеко не только тем, что она отлично передает дух индустрии. Этого было бы недостаточно, чтобы стабильно попадать в топы книг по гейм-дизайну, рекомендованных к прочтению. Прежде всего это структурированный и зафиксированный на носителе бесценный опыт ветерана игровой индустрии, охватывающий весь процесс дизайна игр. От экскурса в историю и описания особенностей жанров до разбора конкретных механик и систем. С рекомендациями и конкретными примерами, все как положено. И напомню про живой язык и юмор, которые позволяют с большей легкостью воспринимать все описанное.

Также хочу отметить, что, хотя первое издание Level Up увидело свет более 10 лет назад, основные мысли, рекомендации и советы автора продолжают сохранять актуальность. Ведь несмотря на весь технический прогресс и появление новых подходов, мы по-прежнему дизайним игры. По-прежнему описываем, как сохранять в виде программного кода и набора файлов опыт и эмоции игроков. По-прежнему находимся на стыке творчества и технологий, фана и исследований.

Хочу пожелать всем читателям не только насытиться знаниями и насладиться прочтением книги Скотта, но и зарядиться духом индустрии, вдохновиться на дальнейшие изучения и открытия. Кто знает, куда вас приведет эта дорога приключений. Приятного прочтения!

*Михаил Вовк,  
руководитель отдела гейм-дизайна, Pixonic*

## Об авторе

Выяснив, что гейм-дизайнеры развлекаются на всю катушку, Скотт Роджерс решил строить карьеру в видеоиграх – чем и занимается уже много лет. Он приложил руку к дизайну многих успешных игр, среди которых Pac-Man World, серия Maximo, God of War, серия Drawn to Life и Darksiders. На момент написания книги Скотт работал креативным менеджером в THQ и жил за пределами Лос-Анджелеса – на расстоянии, равном радиусу поражения от ядерного взрыва, – вместе с любимой женой, двумя детьми и горой фигурок.



## Нажмите Start!

### Если вы хоть немного на меня похожи...

...то прежде чем покупать книгу, читаете ее первую страницу. У меня обычно так: если первая страница понравилась, то и вся книга придется по душе. И я подметил, что во многих книгах на первой странице публикуют захватывающий фрагмент, призванный сразу зацепить читателя. В духе:

*Мерзкие когти зомби жадно вцепились в рубашку Джекка, но он рассек голову твари, как спелую дыню. Суровый пинок – и обезглавленное тело полетело по лестнице вниз, в голодную толпу, хлынувшую волной навстречу. Прочая нежить ненадолго замерла – пока они не поняли, что их собрат окончательно испустил дух. Благодаря этому Джек успел обернуться через плечо и увидеть, что Эвелин добралась-таки до вертолета. Он приготовился вновь дать отпор толпе.*

*– Заводи давай! Я не смогу сдерживать их вечно! – прокричал он, отрубая несколько тянущихся к нему рук.*

*– Но, Джек! – ответила Эвелин, суматошно щелкая тумблерами. – Я не умею управлять вертолетом!*

В своей книге я, конечно, к таким дешевым приемчикам прибегать не стану. А еще я заметил, что на первых страницах часто печатают хвалебные цитаты профессионалов индустрии и звезд. Это придает книге солидности:

*Из первой страницы книги Level Up я узнал больше, чем за двадцать пять лет работы в игровой индустрии!*

*Очень известный гейм-дизайнер<sup>1</sup>*

Совершенно очевидно, что вам не нужны советы по выбору книги. Вы взяли ее в руки – и уже ясно, что читатель вы разборчивый, жаждущий узнать неприкрытую правду о создании видеоигр. Эта книга объяснит кто, что, где, а главное – *как* делать игры. Она подойдет тем, кому нравятся аркадные игры, битвы с боссами, вождение, гидры, дизайн «в одну страницу», единообразие в названиях файлов, жестокость, зомби, игровые уровни, кролики-убийцы, лейтмотивы, мексиканская пицца, неигровые персонажи, острова и переулки, презентации своих идей, робокурицы, стратегии, «треугольник странного» (the triangle of weirdness), умные бомбы, FPS, хитбоксы, цели игрока, чили, шутеры, щедро выдавать награды, эргономика, юмор и ядовитые болота.

Прежде чем мы начнем, стоит заметить, что к гейм-дизайну есть разные подходы. И все они верны – если помогают выразить замыслы дизайнера. Хитрости и приемчики, описанные в Level Up, – это *мои* методы.

Еще один момент. Когда я говорю: «Я создал дизайн игры», – то допускаю упрощение. Видеоигры делают команды из многих, многих, *многих* талантливых людей, и с моей стороны было бы несправедливо и эгоцентрично создавать впечатление, будто я все делал сам<sup>2</sup>. Один в поле не воин.

---

<sup>1</sup> Вам, без сомнения, хватит проницательности догадаться, что цитата ненастоящая, ведь очень известных гейм-дизайнеров в природе не существует. Ну если не брать в расчет Сигэру Миямото, автора Mario. Блин! Надо было цитату на японский перевести! – *Здесь и далее прим. автора, если не указано иное.*

<sup>2</sup> Наша индустрия невелика. Нельзя выбешивать коллег! Успех ждет тех, кто приятен в общении и трудолюбив.

Большинство игр, над которыми я работал, – одиночные экшены, так что в Level Up много примеров именно из этого жанра. Так уж устроена моя голова. Но, по моему опыту, большинство моих соображений можно перенести и на другие жанры. Какую бы игру вы ни делали, какие-то советы из этой книги окажутся полезным и для нее.

И еще. Если надеетесь найти здесь отдельную главу про геймплей – бросьте. Тут *все* главы про геймплей. Про геймплей и про то, как он влияет на игрока, надо думать постоянно, даже когда разрабатываешь относительно пассивные элементы вроде кат-сцен или экрана для паузы.

Ну и раз вы добрались аж досюда, начну книгу сразу с печального. Делать игры – тяжелейший труд<sup>3</sup>.

Но я работал с видеоиграми больше шестнадцати лет и приложил руку к релизам, продавшимся миллионными тиражами. И за это время осознал, что делать игры – лучшая работа в мире. Она захватывает, бесит, приносит удовлетворение, доводит до нервного срыва, повергает в хаос, навеивает скуку, вызывает тошноту.

Короче говоря, нет ничего веселее.

---

<sup>3</sup> Был у меня начальник, который любил бродить по коридорам нашего офиса и бормотать, что «игры – это сло-о-о-о-ожно». Я тогда над ним смеялся. Больше не смеюсь. Он был прав.

## Нет, свою работу я вам не отдам

За годы работы я придумал пару-тройку **остроумных идей** и осознал несколько **непреложных истин**. Ими я буду делиться с вами после каждого «уровня».

Еще меня иногда посещают **очень важные мысли**. **Важность** их выдает жирный шрифт. Вот какова первая **очень важная мысль**:

### **ГЛАВНЫЙ КАЙФ – У ГЕЙМ-ДИЗАЙНЕРОВ**

Я это знаю, потому что изначально пришел в игровую индустрию художником<sup>4</sup>. Тогда, в эпоху 16-битных игр, игровые художники рисовали в стиле пиксель-арт. В мире есть великолепные мастера этого стиля, например Пол Робертсон и команды, сделавшие Metal Slug и классические файтинги Сарсом; но для меня рисовать пикселями было как укладывать плитку на полу. Вот как выглядели мои пиксельные работы:



В общем, сидел я как-то раз «спрайтоделал» – и вдруг услышал громогласный хохот в одном из соседних кубиклов<sup>5</sup>. Глянув за перегородку, я обнаружил группу гейм-дизайнеров – они валяли дурака и всячески веселились. Прошу заметить, что я не веселился ни разу. Тогда-то меня и осенило: «Да ведь гейм-дизайнерам куда кайфовее, чем мне! А делать игры должно быть кайфово! Хочу веселиться! Хочу быть гейм-дизайнером!»

Ну вот и стал. Пошел вверх по карьерной лестнице и добрался до этой должности. И стоило мне им стать, как пришлось принять еще одну **очень важную мысль**:

### **НИКТО НЕ ХОЧЕТ ЧИТАТЬ ВАШИ ДИЗДОКИ<sup>6</sup>**

---

<sup>4</sup> А вообще нас называли «пиксельными крысами» и «спрайтоделами» – и это были вовсе не комплименты.

<sup>5</sup> Речь о рабочем месте в офисе, отделенном перегородками. – *Прим. ред.*

<sup>6</sup> Диздок, или дизайн-документ (design document), – документ (обычно текстовый), описывающий главные концепции игры, ее устройство и так далее. Что-то вроде схемы, по которой будет вестись разработка. – *Прим. перев.*



Чудовищное открытие – но осознать это должен каждый. Вот я стоял перед ними, новенький, с иголочки, гейм-дизайнер, заваливал их новыми, с иголочки, дизайн-документами, а они и не думали читать! Ну и что мне было делать? Чтобы решить проблему и заставить коллег открыть мои диздоки, я начал рисовать их в виде комиксов. И знаете что? Сработало. Комиксы доносили мои мысли до товарищей. С тех пор я делаю так всегда – да, в том числе с теми играми, что стали бестселлерами. Поэтому в книге будет много иллюстраций – чтобы вы не бросили читать и поняли мои мысли. Поймете их, примените к собственным творениям – и тоже станете отличным дизайнером.

## Для кого эта книга?

Как для кого? Для вас – да-да, лично для вас. Если, конечно, вы кто-то из перечисленных ниже.

**Специалист, работающий в игровой индустрии.** Об игровом дизайне написано много книг, но большинство полны *теории*. Мне она в работе никогда особо не помогала. Не поймите неправильно, знать теорию очень полезно, если вы приехали на конференцию разработчиков или на менее формальную тусовку гейм-дизайнеров (мы такие собрания любим). Но когда я засучив рукава делаю игру, заливая кровью стены<sup>7</sup>, мне нужны конкретные практические советы, которые помогли бы решать проблемы и преодолевать сложности. Говорю так, потому что подозреваю, что среди читателей Level Up найдутся профессионалы. Надеюсь, методы и приемы, описанные в этой книге, поддержат вас в рабочей текучке. Хотя и новичкам они пригодятся.

Да-да, я о вас, **будущие гейм-дизайнеры**. Помните, страницу назад я описывал, как работал спрайтделом? Я это сказал не просто так, а чтобы продемонстрировать: я был на вашем месте. Может, вы тоже художник и устали слушать, как гейм-дизайнеры смеются в соседней комнате. Или программист, знающий, что способен придумать драку с монстром получше, чем болван, который у вас сейчас этим занимается. Или вы тестировщик, что мечтает достичь чего-то большего, но не знает как. Когда я задумал стать гейм-дизайнером, об этом не писали книг – пришлось учиться у старших товарищей. Мне повезло: у меня был и наставник, и возможность поработать по специальности. Если у вас нет ни того ни другого, не паникуйте. Прочитайте эту книгу – вашим наставником стану я. Вам останется только следовать моим советам, подготовиться и не упустить шанс, когда тот представится.

Пригодится эта книга и **студентам, изучающим гейм-дизайн**. Когда я начинал работать с играми, я не ходил на лекции по гейм-дизайну – их ведь не было! Я просто выдумывал все из головы на ходу! И наделал кучу ошибок. Потому и пишу книгу – чтобы вы научились на *моих* ошибках, пока они не стали *вашими*.

Наконец, эта книга заинтересует **всех, кто любит видеоигры**. Я вот – люблю. Люблю в них играть. Люблю их делать; люблю читать о том, как их делают. Если вы хотите их делать, значит, любите их. Кстати, забавно: я знаю нескольких профессионалов из индустрии, открыто признающих, что играть в игры они не любят. Как по мне, это какой-то бред. Если ты не любишь игры, на фига ж ты с ними работаешь? Болваны. Лучше бы им отойти в сторону и уступить дорогу тем, кто игры любит. Вроде вас.

Готовы? Отлично! Давайте же выясним, как делать видеоигры!

---

<sup>7</sup> Метафорической кровью. Насколько я знаю, от создания видеоигр еще никто не умирал.



## **Благодарности: у кого я учился писать книги**

Надеюсь, Level Up подарит вам новые знания и прилив энтузиазма. Мне же она подарила понимание того, что книги сами собой не пишутся, а писатели ничего не могут без поддержки со стороны множества людей и вдохновения, которое они дают. Эти люди своей любовью и знаниями помогли Level Up появиться на свет: Бренда Ли Роджерс, Эвелин Роджерс, Джек Роджерс, Ноа Штайн, Харди Лебель, доктор Бретт Роджерс, Джеки Кашьян, Дэнни Билсон, Лэдди Эрвин, Тим Кэмпбелл, юридический отдел компании THQ, Джеремайя Слацка, наставники Уильям Андерсон и Дэвид Силлер, Марк Роджерс, Эрик Уильямс, Джордж Коллинс, Скотт Фрейзер (мой первый тестировщик), Энди Эшкрафт, Пол Гирао, Томми Талларико, Джоуи Курас, Ян Седенский, Эван Айсенбайс, Брайан Кайзер, Джейсон Уизнер, Дэвид О'Коннор, Жаклин Роджерс, доктор Кристофер Роджерс, Патрисия Роджерс, Энтони Роджерс, оргкомитет GDC (Game Developers Conference) 2008 года, старая команда имажинеров Диснейленда, команда кастомизации из Лос-Анджелеса, редакторы в издательстве John Wiley & Sons: Джулиет Букер, Гарет Хэмен, Кэтрин Бачелор, Элли Скотт, а главное, Крис Уэбб, принявший решение. И отдельное спасибо Кори Доктороу за крайне лестный отзыв на GDC, с которого все и началось. С меня пиво.

И большое спасибо *вам* за то, что купили книгу. А теперь бегите делать отличные игры! Уже жажду в них поиграть!

## Уровень 1 Привет, нубье!

Эта глава написана в первую очередь для людей, не очень разбирающихся в играх и в том, как их делают. Если вы не нуб<sup>8</sup>, можете ее пропустить. Но тогда вы пропустите и кучу клевого. Я предупредил.

В академической среде есть разные определения собственно игры. Некоторые утверждают, что «игра – непременно закрытая формальная система, субъективно отражающая сегмент реальности»<sup>9</sup>. Другие – что «игре требуются игроки, пребывающие в состоянии конфликта друг с другом»<sup>10</sup>. Как по мне, эти определения многовато выпендриваются и бросаются умными словами.



Игры – штука сложная, но часто они проще всего такого. Бернанд Сьютс писал, что «игра – процесс добровольного преодоления необязательных преград»<sup>11</sup>. Определение забавное, но все равно, на мой вкус, какое-то заумное. Давайте попроще. Возьмем обычный мячик. Играть с ним можно в одиночку – где тут конфликт с другими? Когда кидаешь мяч в стенку и стараешься не промахнуться, это вряд ли считается метафорой реальности (разве что ваша жизнь ну очень скучная). Будем честны: иногда бросать мячик в стенку – значит просто бросать мячик в стенку.

Кому-то покажется, что игра с мячиком – просто способ убить время, но он превращается в игру, когда мы добавляем к нему правила и цель. Пример правила: кидать мячик правой рукой, а ловить левой. Или не ронять. Условием победы может быть, например, необходимость

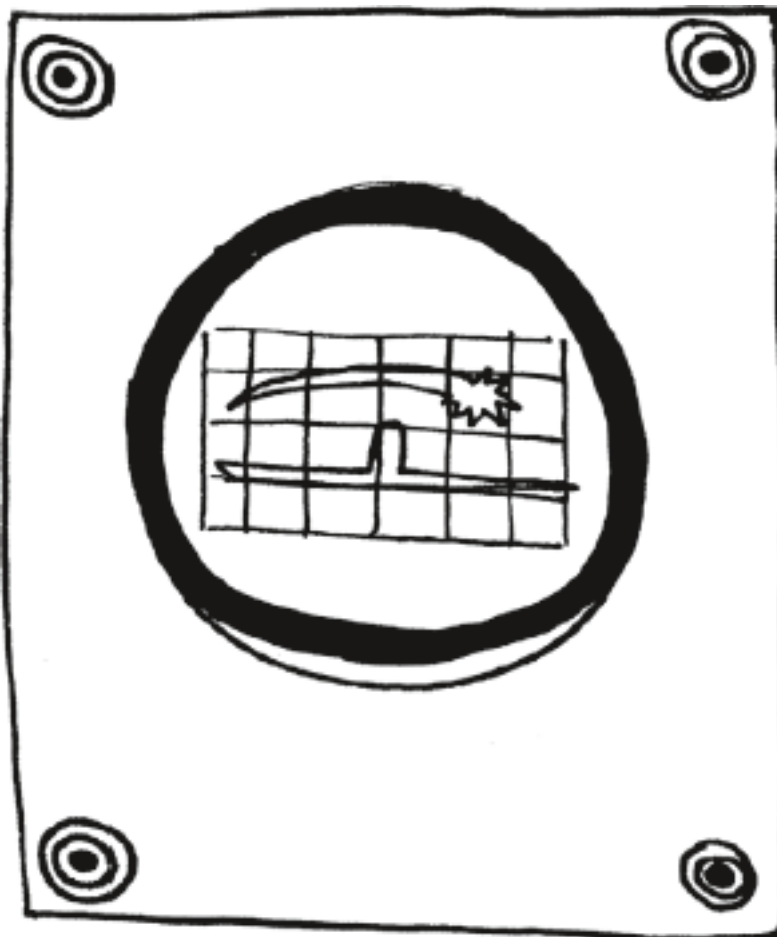
<sup>8</sup> Слово «нуб» происходит от искаженного английского newbie и означает «новичок в игре». В английском слово появилось еще до эпохи интернета, однако популярным его сделали многопользовательские онлайн-игры. Слово неслестное, ибо подразумевает неопытность или невежество – например, человека, которому нужна сноска, чтобы понять, кто такой нуб!

<sup>9</sup> The Art of Computer Game Design: Reflections Of A Master Game Designer, Crawford Chris, 1984.

<sup>10</sup> What is a Game? Kevin Langdon in «The New Thesaurus», 1979.

<sup>11</sup> The Grasshopper: Games, Life and Utopia, Bernard Suits, 1978.

поймать мячик десять раз подряд. Если игрок нарушил любое из этих правил или условий, он считается проигравшим. Если наш процесс соответствует описанным критериям, мы создали игру. Занятно, что мячик – штука простая, но все же ему хватило игровых характеристик, чтобы вдохновить авторов одной из самых первых видеоигр в мире, Tennis for Two.



## Tennis for Two

Итак, базовый вопрос.

**В: что такое игра?**

О: игра – это род деятельности, при которой есть:

- хотя бы один игрок;
- правила;
- условие победы.

Вот и все.

Теперь, когда мы знаем, что такое игра, зададим следующий вопрос.

**В: что такое видеоигра?**

О: видеоигра – это игра, в которую играют на видеоэкране.

Да, конечно, можно усложнить определение, добавив всякие требования к устройствам, схемам управления, параметрам игроков, дракам с боссами или зомби (не волнуйтесь, скоро мы и до них доберемся). Но как по мне, все правда вот настолько просто.

Ах да, на таком раннем этапе надо не забыть еще кое о чем – о **цели** игры. Игра должна быть такой, чтобы ее цели формулировались быстро и четко. Если не получается, все плохо.

У Дэнни Билсона, исполнительного вице-президента Core Games (THQ), есть простое правило. Он говорит, что цели игры должны складываться в одну емкую формулировку, какие можно увидеть на коробках старых настольных игр. Возьмем примеры с реальных коробок.

«*Морской бой*»: потопите все корабли противника.

«*Операция*»: за успешные операции дают «деньги». В случае провала включается сигнал тревоги.

«*Мышеловка*»: игрок поворачивает ручку, а та вращает шестерни, заставляя двигаться рычаг, который толкнет знак «стоп» к ботинку. Ботинок опрокидывает ведро с металлическим шариком. Шарик катится по хлипкой лесенке в водосточную трубу, так что та задевает специальную палку с ладонью на вершине. Из-за этого мяч для боулинга падает с ладони через какую-то фиговину и ванну, а потом приземляется на трамплин. Вес мяча заставляет подскокнуть ныряльщика, тот пролетает по воздуху и падает в ванну, так что со столба падает ловушка, в которую и попадаетса ничего не подозревающая мышь.

Так, нет, ладно, последний пример забудьте. Суть в том, что цели в игре должны быть простыми. И к слову о простых играх – почему бы нам не отправиться в прошлое? С чего-то же видеоигры начинались?

## Краткая история видеоигр

Пятидесятые. Рассвет телевидения, 3D-фильмов и рок-н-ролла. Видеоигры тоже изобрели в пятидесятые, но тогда они были доступны малому количеству людей и на очень громоздких компьютерах. Первыми программистами видеоигр стали студенты компьютерных лабораторий в больших университетах типа MIT и военные из Брукхейвенской национальной лаборатории. В ранних играх – вроде OXO (1952), Spacewar! (1962) и Colossal Cave (1976) – графика была очень простая или вовсе отсутствовала. Отображались они на крошечных черно-белых экранах осциллоскопов.



Будущие основатели компании Atari Тед Дебни и Нолан Бушнелл немало играли в Университете Юты в Spacewar! и она вдохновила их на создание первой в истории **аркадной** видеоигры – Computer Space (1971). Первые аркадные автоматы ставили в барах, а специальные залы под них стали отводить только к концу 1970-х.

Ранние аркады вроде Asteroids, Battlezone и Star Castle использовали **векторную графику** (в ней рисунок составляется из линий). Потом появилась **растровая** графика (рисунок составляется из точек, пикселей) и цветная, а вслед за тем – вдохновленные мультфильмами персонажи. В мгновение ока герои вроде Пакмана (Namco, 1980) и Данки Конга (Nintendo, 1981) превратились в иконы поп-культуры.



Asteroids  
(векторная графика)



Galaxian  
(растровая графика)

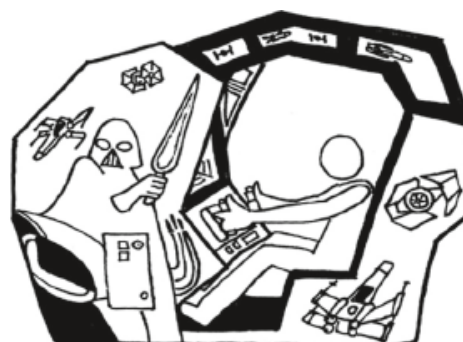
В начале 1980-х популярнее всего были аркадные автоматы трех типов: **вертикальные** (перед ними надо стоять), **столики** (экран с игрой размещается на поверхности небольшого стола, что позволяет играть сидя) и **кокпиты** (это продвинутые конструкции, внутри которых можно прислониться к стенке или сесть, что создает дополнительное погружение).



Вертикальный автомат



Столик



Кокпит

В середине 1980-х аркады были повсюду, а игры захватили мир. Их жанры и темы стали разнообразнее, схемы управления – сложнее. Появились специальные контроллеры; аркадные автоматы начали всячески украшать и придумывать им уникальный дизайн. Можно было сесть спиной к спине с другим игроком в двухместный кокпит космического корабля в Tail Gunner (Vectorbeam, 1979); сразиться с клингонами, занимая точную копию кресла капитана Кёрка в Star Trek (Sega, 1982); прокатиться на настоящей Ferrari Testarossa в Out Run (Sega, 1986), ощущая реальные движения и вибрацию. К концу 1990-х некоторые аркадные автоматы напоминали миниатюрные парки развлечений – с ездовыми лошадьми (на которые можно сесть), гироскопическими виртуальными симуляторами и будками, позволяющими подражаться с виртуальными врагами реальными кулаками. Изощреннее всего были аркадные центры BattleTech

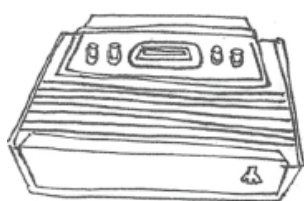
от Virtual World: усесться в стимпанковские «боевые гондолы» и сразиться друг с другом на гигантских виртуальных роботах-мехах могли до восьми игроков<sup>12</sup>.

Все эти сложные устройства занимали много места и требовали дорогого обслуживания. В конце 1990-х по качеству графики домашние системы наконец-то сравнялись с большинством аркадных автоматов, а потом и превзошли их мощности. Аркадные автоматы прогорали десятками. Видеоигры в развлекательных центрах сменились более прибыльными автоматами вроде кран-машин<sup>13</sup> или инвентарем для «игр мастерства» вроде скибола<sup>14</sup>. Аркадные залы ликвидировали, автоматы оказывались в частных коллекциях. Их золотой век прошел.

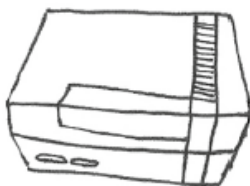
Впрочем, позже у них возникли аналоги. **Компьютерный клуб** – это место, где можно поиграть в компьютерные и консольные игры с почасовой оплатой. Порой они располагаются в огромных залах сродни кинотеатральному, и там ставят большие игровые автоматы. На компьютерные клубы похожи интернет-кафе – хотя они акцентируют внимание на сходстве именно с кафе.

Социальный гейминг развивается и в другую сторону. Компании вроде Disney или Sally Corporation начали добавлять геймплей в «темные поездки»<sup>15</sup>, создавая таким образом новый тип развлечений, напоминающих аркадные автоматы. Взять, к примеру, Toy Story Midway Mania (2008) в калифорнийском Диснейленде: там четыре игрока едут мимо череды огромных экранов, на которых им надо расстреливать противников, – получается вполне в духе ярмарочных игр. Визуальные эффекты на экранах усилены тем, что на игроков прыскают водой и дуют воздухом. А когда вышла версия этого развлечения для Wii (Toy Story Mania! 2009), круг замкнулся – и современные аркадные игры вновь слились с консольными.

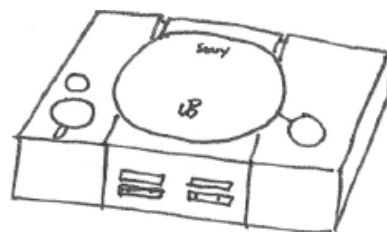
Кто знает, быть может, такие аттракционы станут гвоздем программы в парках развлечений нового типа, полных виртуальных игр и интерактивных поездок.



Atari 2600



Nintendo Entertainment System (NES)



PlayStation One (PSX)

**Консоль** – это игровая система, которую можно использовать дома. Управляет ею микропроцессор, посылающий на телевизор или монитор<sup>16</sup> пользователя видеосигнал. Контроллер

<sup>12</sup> В середине 1990-х я имел удовольствие несколько раз посетить центр BattleTech. «Боевые гондолы» были настоящей мечтой геймера. Игрок садился в кокпит размером с кабинку для фотографий. Меха требовалось управлять с помощью двух джойстиков и педалей. Спусковые крючки и пальцевые переключатели позволяли стрелять из множества орудий. А вокруг монитора пестрели кнопки и тумблеры – и каждый правда делал что-то в игре, например включал приборы слежения или спускал пар из перегретых орудий. Только на то, чтобы со всеми этими тумблерами разобраться, уходила целая игровая сессия (где-то полчаса)! Игрового опыта реалистичнее мне не встречалось.

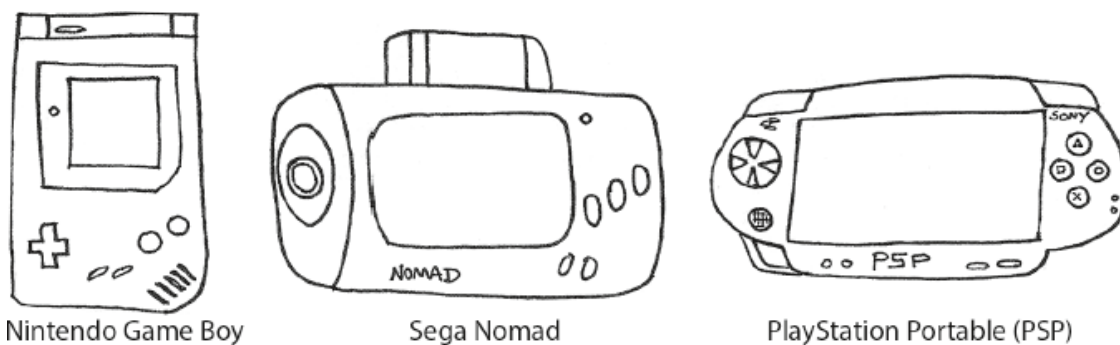
<sup>13</sup> Кран-машины – те самые автоматы с клешней, знакомые нам по магазинам игрушек и супермаркетам. Лично я предпочту этим штуковинам лотерею, потому что они подкручены так, чтобы ваше поражение было (почти) гарантировано. Но если когда-нибудь окажетесь в Японии, обязательно в них сыграйте – и выиграть можно, и награды очень крутые.

<sup>14</sup> Игра мастерства (game of skill) – игра, победа в которой зависит от мастерства игрока, а не от случайности. Несмотря на то что среди аркадных видеоигр такие тоже есть, здесь, по всей видимости, имеются в виду аналоговые игры, приближенные к спорту. Скибол – нечто среднее между бильярдом и боулингом. – *Прим. перев.*

<sup>15</sup> «Темная поездка» (dark ride) – аттракцион в парке развлечений, где посетители едут мимо сценок, обычно разыгрываемых при помощи озвученной аниматроники. Среди таких аттракционов знамениты «Пираты Карибского моря» и «Особняк с привидениями» в Диснейленде.

<sup>16</sup> Одно из исключений – восхитительная переносная игровая система Vectrex (Smith Engineering, 1982). Процессор, экран,

для домашней консоли отличается от аркадного: на нем множество кнопок, рычагов и аналоговых стиков, так что с его помощью можно играть в разные игры. Кроме того, материнские платы ранних аркадных автоматов поставлялись только с одной игрой, а консоли используют картриджи, CD- и DVD-диски, позволяющие игры менять. С конца 1970-х вышло множество консолей. Среди известных и запомнившихся образцов прошлых поколений – Atari 2600 и Atari Jaguar, Mattel Intellivision, ColecoVision, Nintendo Entertainment System и Super Nintendo, Sega Genesis и Dreamcast, интерактивный плеер 3DO. Сегодня же миллионы геймеров наслаждаются консолями нынешнего поколения – PlayStation 3, Xbox 360 и Nintendo Wii<sup>17</sup>.



У **портативных консолей**, как и у аркадных автоматов, есть дисплей, процессор и контроллер, только все это маленькое – настолько, что их можно держать в руках. Изначально на одну портативную консоль приходилась одна игра. У Auto Race (Mattel Electronics, 1976), например, был цифровой экран, а у серии Game & Watch (Nintendo, 1980) – более приятный глазу жидкокристаллический. Одной из первых портативных систем со сменными картриджами стала Microvision (Milton Bradley, 1979), а расцвет таких игр случился, когда слава пришла к Tetris на Game Boy (Nintendo, 1989) – предтече Nintendo DS<sup>18</sup>. В последнее время портативные системы набрали мощности. Процессор Sony PSP выдерживает игры, по требовательности сопоставимые с играми для PlayStation One. Большой шаг вперед по сравнению с точечками Mattel Football!

Портативный гейминг, особенно на мобильных устройствах, становится все популярнее, а разработка мобильных игр – все быстрее и дешевле. Всего за несколько лет число мобильных разработчиков невероятно выросло. Не за этой ли сферой будущее игровой индустрии?<sup>19</sup>

---

контроллер и даже одна игра в ней поставлялись в рамках единой, самодостаточной переносной системы.

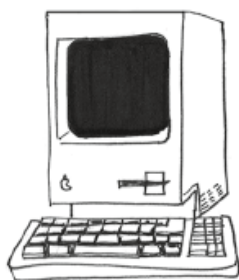
<sup>17</sup> На момент написания книги. Сегодня консоли пошли еще дальше, научились хранить много игр на собственных жестких дисках, скачивать информацию без внешних носителей. На момент выхода русскоязычного издания в 2022 году мы наслаждаемся PlayStation 5, Xbox Series X и S и Nintendo Switch. – *Прим. перев.*

<sup>18</sup> Так что вполне закономерно, что в дизайне Nintendo DS прослеживается определенное сходство с оригинальными устройствами Game & Watch.

<sup>19</sup> История показала, что Роджерс не ошибся: в 2020 году игры на мобильных устройствах составили больше половины всего мирового игрового рынка (больше, чем игры на ПК и консолях, вместе взятых) и их доля продолжает расти. – *Прим. перев.*



Commodore 64 (C64)



Macintosh Plus



Персональный компьютер (ПК)

К **компьютерам (ПК)** популярность пришла в конце 1970-х. Благодаря им люди принялись больше играть и делать игры. Возникло целое поколение разработчиков, создававших игры на собственных компьютерах в собственных квартирах. Эти ранние игры хранили на магнитных лентах и дискетах. Они часто пытались подражать аркадным; тем не менее компьютерные игры позволяли использовать клавиатуру – устройство, предоставляющее более богатые возможности для ввода данных. Так появились новые жанры, включая текстовые квесты. За компьютером можно было сидеть дольше – и начали набирать популярность игры, в которые надо играть «вдолгую»: про строительство и менеджмент, а также стратегии. Развивались комплектующие, устройства памяти, внешние носители (произошел переход на CD-, а потом DVD-диски); игры стали детальнее, сложнее, уровень погружения в них все увеличивался. С ростом популярности мышки можно связать подъем **шутеров от первого лица (FPS)**. К середине 1990-х компьютер превратился в главную игровую платформу. Именно на них по сей день процветают отдельные жанры, например стратегии, шутеры и **ММО**, многопользовательские онлайн-игры.

## Жанры игр

За прошедшие годы в игровой индустрии зародилось множество разных жанров. Жанр игры – это способ описать ее геймплей.

**Экшен (action)** – игра, требующая зрительно-моторной координации (координации «глаз – рука»). У нее есть поджанры.

- Приключенческий боевик (action adventure). В этом сочетании жанров обычно собирают и используют предметы, решают головоломки и стремятся к достижению целей, связанных с сюжетом. Примеры: серии Prince of Persia и Tomb Raider.

- Экшен-аркада (action arcade). Эти игры по стилю похожи на ранние аркады, с очками и короткими игровыми сессиями, но также с особым акцентом на быструю реакцию игрока. Примеры: Dig Dug, Diner Dash.

- Платформер (platformer). В такой игре герой прыгает, или перелетает, или как-то иначе пробирается через сложное и опасное пространство, составленное из «платформ». Могут присутствовать драки и стрельба. Когда-то платформеры были самым популярным жанром в индустрии. Примеры: игры про Марио (Super Mario World, Super Mario 64, Super Mario Galaxy).

- Стелс (stealth). Это экшен, где главная задача – избегать противников, а не драться с ними. Примеры: серия Metal Gear и Thief: The Dark Project.

- Файтинг (fighting). В таких играх двое или более противников сходятся в драке на некоей арене. От других экшенов файтинги отличаются сложными и глубокими схемами управления. Примеры: серии Street Fighter и Mortal Kombat.

- Бит-эм-ап и хак-энд-слэш (beat'em up / hack'n'slash). Здесь нужно противостоять натиску противников, причем каждая следующая волна мощнее предыдущей. Примеры: Double Dragon, Castle Crashers.

**Шутер (shooter)** – игра, где все вертится вокруг того, чтобы попадать во врагов теми или иными снарядами. Как и в экшенах, в шутерах действие развивается стремительно, а процесс требует хорошей реакции. Внутри этого жанра можно выделить несколько поджанров, различающихся тем, с какой точки мы смотрим на события.

- Шутер от первого лица (first person shooter, FPS). Мы видим мир глазами протагониста – это ограничивает поле зрения, но зато мы глубже погружаемся в происходящее. Примеры: Quake, Team Fortress 2.

- Шмап (shoot'em up, shmup). Аркадные по духу шутеры, где нужно убивать множество врагов, уворачиваясь от опасных объектов. Играем мы обычно не за персонажа, а за транспортное средство (например, космический корабль). Угол обзора может быть разным. Примеры: Space Invaders, серия Contra.

- Шутер от третьего лица (third person shooter, TPS). В них камера закреплена за спиной игрового персонажа, так что мы видим не только окружение, но и самого героя. Несмотря на то что угол обзора получается более широким, акцент все равно остается на стрельбе. Примеры: Star Wars Battlefront и серия Grand Theft Auto.

**Приключения (adventure<sup>20</sup>)** – игры, где нужно разгадывать головоломки, собирать предметы и работать с инвентарем. Ранние приключения были чисто текстовыми. Примеры: Colossal Cave Adventure, серии King's Quest и Leisure Suit Larry.

- Квест (graphical adventure). Поджанр, в котором игрок перемещается по миру и ищет подсказки при помощи курсора. Примеры: Myst, Monkey Island, серия Sam & Max.

---

<sup>20</sup> У термина есть несколько разных значений. Часто выделяют так называемые адвенчуры, куда записывают игры смешанных жанров, экспериментальные проекты и игры с акцентом на сюжете; еще чаще adventure соответствует тому, что у нас привыкли называть квестом. Здесь автор следует другой классификации и относит к этому жанру даже RPG, так что мы остановились на более размытом термине «приключения». – *Прим. перев.*

- Ролевая игра (RPG). Этот поджанр основан на настольных ролевых системах вроде Dungeons and Dragons. Игрок улучшает навыки выбранного класса персонажей, вступая в схватки, исследуя мир и разыскивая сокровища. Иногда он играет за конкретного героя, а иногда – просто за некий класс. Примеры: Star Wars: Knights of the Old Republic, серия Mass Effect.

- Многопользовательские онлайн-RPG (MMORPG). Это RPG, где в одном пространстве оказываются одновременно сотни игроков. MMORPG отличает возможность сражаться с другими игроками (PvP), а также наличие *гринда* (повторяющегося геймплея) и *рейдов* (групповых сражений). Примеры: World of Warcraft, DC Universe Online.

- Сурвайвал-хоррор (survival horror). Игрок пытается выжить в некоей ужасной ситуации, причем его ресурсы – например, патроны – ограничены. Примеры: серии Resident Evil и Silent Hill.

**Строительство/менеджер (construction/management)** – игрок получает ограниченный объем ресурсов, и его задача – строить и улучшать что-то в заданной локации. Иногда такие игры бывают сюжетными, а иногда это сугубо «песочницы с игрушками». Примеры: SimCity, Zoo Tycoon.

**Симуляторы жизни (life simulation)** – игры, похожие на менеджеры, только строить и развивать надо взаимоотношения с искусственными формами жизни. Примеры: The Sims, Princess Maker.

- Симуляторы домашних животных (pet simulation). Основаны на карманных играх тамагочи, хотя порой очень далеко от них уходят. В подобных играх нужно ухаживать за домашними питомцами. Пример: World of Zoo.

**Музыкальные и ритм-игры (music/rhythm)** – игрок набирает очки, пытаясь попасть в некий ритм. Игры этого жанра бывают и очень простыми, вроде Simon, и очень сложными, вроде Rock Band.

**Игры для вечеринок, они же патигеймы (party games)**, – игры, обычно соревновательные, рассчитанные на несколько человек. Зачастую это сборники мини-игр. Примеры: Mario Party и Buzz!

**Головоломки (puzzles)** – игры, которые основаны на логике и дополнении структур. Зачастую они неспешные, требуют усидчивости и зрительно-моторной координации. Примеры: The Incredible Machine, Tetris.

**Спортивные игры (sports)** – игры, изображающие спортивные соревнования, привычные или экстремальные. Такие часто выходят ежегодно. Примеры: серия Madden NFL, серия Tony Hawk.

- Спортивные менеджеры (sports management). Здесь нужно не заниматься спортом, а управлять игроками или командами. Примеры: серия FIFA Manager, серия NFL Head Coach.

**Стратегии (strategy)**. Будь то шахматы или Civilization, главное в стратегиях – размышления и планирование. Действие может разворачиваться как в исторических декорациях, так и в вымышленных.

- Стратегии в реальном времени (real-time strategy, RTS). Это быстрые игры, где, как и в пошаговых стратегиях, пристальное внимание уделяется «четырем иксам»: расширению (expansion), исследованию (exploration), эксплуатации (exploitation) и истреблению (extermination). Стратегии в реальном времени – самые популярные на момент написания книги представители жанра. Примеры: серии Command and Conquer и Dawn of War.

- Пошаговые стратегии (turn-based strategy). Это более медленные игры, что позволяет игрокам поразмыслить чуть дольше и лучше проработать стратегию. Примеры: серии X-Com и Advance Wars.

- Тауэр-дефенс (tower defense). Более молодой жанр, популярный на ПК и портативных устройствах. Игрок строит заграждения из автоматических стреляющих «башен», тем самым сдерживая напор врагов. Примеры: Defense Grid: The Awakening, Lock's Quest.

**Транспортные симуляторы (vehicle simulation)** – игры, симулирующие вождение транспортного средства, от болида до космического корабля. Они стремятся как можно реалистичнее передать соответствующий опыт. Примеры: Lunar Lander, Densha de Go! 64.

- Гонки (driving). Игроки участвуют в гонках и улучшают транспорт – от мотоциклов до аппаратов на воздушной подушке. Некоторые игры в этом жанре ультрареалистичны, в других акцент смещен в сторону экшена. Примеры: серии Gran Turismo и NASCAR Racing, Wave Race, SSX.

- Авиасимуляторы (flying). Одни, как Microsoft Flight Simulator, предлагают насладиться полетом, другие, как серии Ace Combat или Blazing Angels, – схватками. А в сериях типа Star Fox и Star Wars: X-Wing vs. TIE Fighter можно даже слетать в космос.

Этот список жанров и поджанров лишь вершина айсберга. Существуют и другие классификации, где есть место, скажем, играм для взрослых, «серьезным играм»<sup>21</sup>, рекламным, играм с боями на технике – эти жанры пересекаются с некоторыми перечисленными выше. А когда жанры или поджанры пересекаются, постоянно возникают новые. Например, в играх серии Grand Theft Auto сочетаются элементы приключенческого боевика, шутера от третьего лица, гонок, симулятора и аркадного экшена! А в Super Mario Bros<sup>22</sup> встречаются Super Mario Bros. и Tetris! Что же будет дальше? Какой жанр покорит всех в будущем? Кто знает, может, его придумаете вы!

---

<sup>21</sup> Игры, цель которых состоит не в том, чтобы развлечь игрока. Чаще всего так называют обучающие программы, симуляторы для получения определенных профессиональных навыков и т. п., а также игры, претендующие на роль предметов искусства. – *Прим. перев.*

<sup>22</sup> Поиграть в игру Super Mario Bros от Swing Swing Submarine можно тут: <https://www.newgrounds.com/portal/view/522276>.

## Кто все это делает?

Существует много разных игр – и их создает много разных людей. На заре игровой индустрии разработчики чаще были одиночками: например, оригинальную Prince of Persia сделал один человек<sup>23</sup> – он выступал и программистом, и дизайнером, и аниматором. Даже музыку написал сам! Но по мере того как создание игр превращалось в серьезный бизнес, команды росли – в них входило по два, а то и по три программиста.

Игрокам захотелось игр покрасивее – и к командам присоединились художники. Дизайнером изначально мог оказаться кто угодно – тот, кому первому придет на ум крутая идея. Но потом, когда игры стали слишком требовательны, чтобы делать их в одиночку, появилась отдельная должность дизайнера. И по сей день в командах нередко встречаются многостаночники, но чем больше и сложнее игра, чем больше времени занимает ее разработка, тем нужнее узкие специалисты.

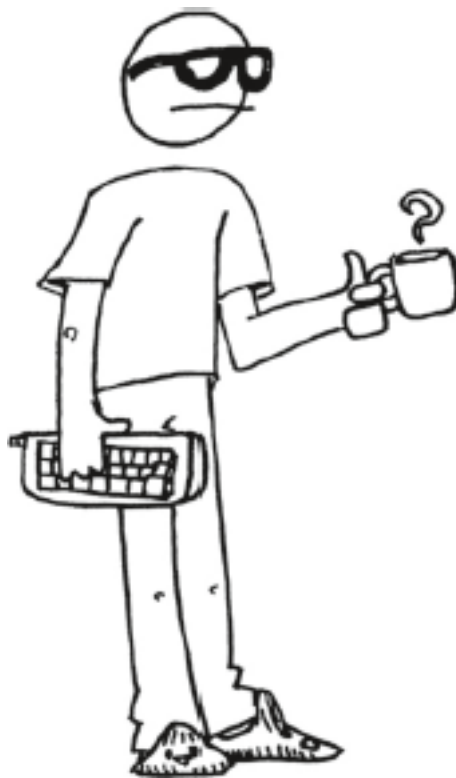
Людей, создающих игры, называют **разработчиками (developers)**. Это аналог съемочной группы в кино или на телевидении – несколько творческих людей, которые вместе делают развлекательный продукт. Обычно в команду входит целый ряд разных специалистов; о них мы сейчас и поговорим.

### Программист (programmer)

На языках вроде C++ или Java программист пишет код, генерирующий текст и визуальную составляющую игры; разрабатывает системы управления, позволяющие игроку взаимодействовать с игрой, и систему управления камерой, показывающую нам мир игры; программирует систему физики, в рамках которой существуют игровой мир и персонаж; пишет систему искусственного интеллекта для управления противниками и поведением объектов... ну, вы поняли.

---

<sup>23</sup> Этот человек-оркестр – Джордан Мекнер.



Бывает, что в команде есть отдельный программист, создающий инструменты, которые упрощают работу остальной команды. Другой программист может заниматься только тем кодом, что позволяет реалистично симулировать физику или отображать воду. Или заниматься инверсной кинематикой персонажей. Или писать исключительно инструменты для проигрывания музыки и звуковых эффектов.

Как и в других сферах, работа программиста в игровой индустрии становится все более специализированной. Но чем бы конкретно он ни занимался, ему нужно прекрасно разбираться в математике, 2D- и 3D-графике, физике, системах частиц, интерфейсах, искусственном интеллекте, системах ввода данных и устройстве сетей. Спрос на эти навыки всегда высок, и программисты нередко хорошо зарабатывают, приходя на проекты как наемные работники. Такой программист появляется в команде, пишет код, предлагает временные решения – и уходит на другой проект.

## **Художник (artist)**

Когда игровая индустрия только зарождалась, за графику тоже отвечали программисты. Потому старые игры выглядят неказистыми и угловатыми; потому же временные графические элементы в играх по сей день называют «артом от программистов»<sup>24</sup>. К счастью, потом к делу подключились настоящие художники. Одним из первых художников в игровой индустрии был Сигэру Миямото, автор игр про Марио и Данки Конга. Ему удавалось создавать запоминающихся персонажей на восьмибитном процессоре с расчетом лишь на двухбитную пиксельную графику. Неплохая концентрация харизмы на пиксель!

---

<sup>24</sup> Приношу свои извинения всем программистам, которые это читают. Но не я придумал выражение.



Встречались, конечно, игры и с богатой для того времени графикой. Например, *Dragon's Lair* (Cinematronics, 1983) и *Space Ace* (Cinematronics, 1984) отличались прекрасной анимацией – над ней трудились бывшие сотрудники Disney вроде Дона Блута. Но такие игры все же оставались редкими исключениями, поскольку воспроизводили видео с лазерных дисков.

Постепенно системы стали мощнее, объем памяти увеличился, что позволило обращаться к более широкой палитре цветов и отображать более искусную графику. Художники смогли создавать детализованные фоны и образы персонажей – как, например, в играх *Darkstalkers* (Capcom, 1994) и *Metal Slug* (SNK, 1996) с прекрасной анимацией, нарисованной от руки.

По мере того как разработчикам открывался доступ к мощным компьютерам, в играх все чаще появлялась 3D-графика, ранее встречавшаяся только в фильмах вроде «Трон» (Disney, 1982) и в пиксаровской анимации в духе «Люксо-младший» (1986). В *Myst* (Broderbund, 1993) и *Donkey Kong Country* (Nintendo, 1994) использовались 3D-пререндеры<sup>25</sup>. Настоящее 3D попало и в аркадных играх – например, в *Battlezone* (Atari, 1980), – но особо активно разработчики начали создавать реалистичные миры и персонажей в этом формате с появлением PlayStation в 1994 году.

Как и среди программистов, среди игровых художников возникли специализации. **Художник по концептам (concept artist)** создает образы персонажей, мира и противников с помощью цифровых и традиционных средств выразительности. **Раскадровщик (storyboard artist)** иллюстрирует, как должны выглядеть игровые ролики (а порой и элементы геймплея),

---

<sup>25</sup> 3D-анимация, которая была поставлена и снята заранее, а не генерировалась в процессе игры. Подробнее об этом на уровне 16. – Прим. перев.

и передает свои наброски другим художникам и аниматорам. **3D-моделлеры (3D modelers)** и **художники по окружению (environmental artists)** разрабатывают персонажей и окружающую среду в программах типа Maya и 3D Studio Max. **Художники по текстурам (texture artists)** рисуют поверхности и фактуру 3D-моделей. **Художники по спецэффектам (visual effects artists)** создают поразительные визуальные эффекты при помощи 2D- и 3D-графики. **Дизайнеры интерфейса (UI artist)** работают над иконками и элементами игрового интерфейса, задействованными в том числе в HUD<sup>26</sup>. **Аниматоры (animators)** оживляют персонажей и создают кат-сцены – прямо как в высокобюджетных анимационных фильмах. **Технические художники (technical artists)** помогают всем остальным, выполняя множество задач: например, делают *rig* моделей, то есть привязывают их к «скелетам», чтобы аниматоры могли их двигать, или обучают коллег работе с новейшими программами и технологиями. А следит за деятельностью всех этих людей **арт-директор (art director)**, отвечающий за целостный визуальный облик проекта. Какая бы из перечисленных специализаций вас ни интересовала, не забывайте, что знать основы требуется везде, и продолжайте рисовать!

## Дизайнер (designer)

Гейм-директор, продюсер<sup>27</sup>, ведущий дизайнер, старший гейм-дизайнер – неважно, как называется должность, суть одна: дизайнер – это тот человек, что придумывает ядро игры, ее правила. Хорошему **гейм-дизайнеру** требуется множество разных навыков<sup>28</sup>, и не последний из них – любовь к играм. Нужно уметь отличить хорошую игру от плохой и – что важнее – объяснить, почему это так. Не забывайте, что «просто она отстой» – неприемлемый ответ.

И да, как и у художников с программистами, у дизайнеров тоже есть специализации. **Дизайнеры уровней**, или **левел-дизайнеры (level designers)**, рисуют карты на бумаге, строят в 3D-программах миры из «серых коробок», или грейбоксов (grey box)<sup>29</sup>, населяют уровни противниками и раскладывают там сокровища. **Дизайнеры систем (system designers)** решают, как должны взаимодействовать друг с другом отдельные элементы игры, будь то аспекты ее экономики или дерево технологий. **Скриптеры (scripters)** с помощью кода и дополнительных инструментов делают так, чтобы происходили события в игре – например, ловушки срабатывали, а камера двигалась куда надо. **Дизайнеры сражений (combat designers)** специализируются на взаимодействии игрока с врагами и его «балансе». А руководит всеми дизайнерами и следит за тем, чтобы правильно воплощалось общее видение игры, **креативный директор (creative director)**<sup>30</sup>. Он же предлагает способы улучшить работу других.

---

<sup>26</sup> От Heads-Up Display – информация, отображающаяся в игре в реальном времени поверх виртуального пространства. – *Прим. ред.*

<sup>27</sup> Иногда продюсер занимается не только дизайном. Иногда – вообще им не занимается. Но чего это вы забегаете вперед?

<sup>28</sup> Если верить Джесси Шеллу и его книге *The Art of Game Design (2008)* [в России – «Гейм-дизайн. Как создать игру, в которую будут играть все», Альпина Паблишер, 2019. – *Прим. перев.* ], «разносторонне развитому» гейм-дизайнеру полагается разбираться в анимации, антропологии, архитектуре, бизнесе, визуальных искусствах, звукорежиссуре, инженерном деле, истории, коммуникации, мастерстве публичной речи, математике, менеджменте, методике мозгового штурма, музыке, операторском деле, писательстве, психологии, техническом писательстве и экономике. Список довольно точен.

<sup>29</sup> Также часто их называют термином «блокаут». – *Прим. науч. ред.*

<sup>30</sup> В разных компаниях эту должность называют по-разному. В последнее время приобрел популярность термин «гейм-директор» (game director). – *Прим. перев.*



Помимо прочих, перед дизайнером также стоит задача сделать игру «увлекательной». Но это осиное гнездо мы с вами разворошим попозже. Надеюсь, немного саспенса вас не убьет.

## Продюсер (producer)

Всей командой разработки руководит **продюсер**. Изначально в такой роли выступали дизайнеры, которым удавалось еще и управлять деятельностью коллег, но с течением времени обязанности продюсера сильно расширились.

Продюсеры нанимают людей и формируют команды; составляют договоры; вносят вклад в дизайн игры; организуют рабочий график; следят за бюджетом; разрешают конфликты между креативным директором и главой отдела программирования; представляют команду при общении с издателями и руководством; координируют создание материалов на аутсорсе – визуальных элементов, музыки или кат-сцен; организуют тестирование и локализацию. Продюсер обычно первым поднимается на борт нового проекта и последним его покидает. Очень часто именно продюсер становится лицом игры, разговаривает о ней с прессой и аудиторией<sup>31</sup>.

---

<sup>31</sup> Продюсер часто становится лицом игры, потому что благодаря именно этому человеку процесс, состоящий из кучи движущихся деталей, не разваливается!

У продюсера много дел, так что с повседневными задачами ему нередко помогают ассистенты и младшие продюсеры (**associate producers**). Дела эти бывают очень тривиальными, например заказать ужин засидевшемуся сотруднику. Но порой такие мелочи – самое важное, что продюсер дает команде.



И все же, несмотря на всю полезность продюсеров, некоторые команды считают, что они ненужные и лишние, другие – что им полагается не лезть в творческую часть, а заниматься лишь менеджментом. В разных компаниях степень влияния продюсеров сильно различается (как и степень влияния дизайнеров).

### **Тестировщик (tester/QA)**

Любите играть в игры? А играть в них снова? А проходить один и тот же уровень еще раз, и еще, и еще, и еще, и еще, и еще, и еще, и еще? Тогда вам в **тестировщики!**



Тестировщики работают допоздна, сидят в тесных комнатах и играют в игры столько, что другие давно бы уже свихнулись от скуки; а еще профессия требует серьезных навыков. Хороший тестировщик терпелив, настойчив и отлично умеет выражать свои мысли, что помогает ему описывать **проблемы (баги)**, с которыми он столкнулся в игре. Это не самая модная работа, но без тестировщиков мы жили бы в мире, где игры вылетают сразу после загрузки, камеры показывают не то, боевка не работает, а сложность плохо сбалансирована.

Для успеха игры очень важен процесс **QA (quality assurance, «обеспечение качества»)**<sup>32</sup>. Издатели требуют, чтобы в играх поддерживалась серьезная планка качества и пользователь в итоге получил продукт (преимущественно) без багов. Для этого необходимо тестировать игру неделями, а то и месяцами. И только когда отдел QA одобрит ваш труд, его можно выпускать в мир.

Работа тестировщика – отличный вариант для новичка в индустрии. Я встречал тестировщиков, выросших в художников, дизайнеров, продюсеров и даже руководителей студий. На такой должности можно быстро узнать кучу всего об играх. Благодаря ей игры не отстой. Вспомните это, когда в следующий раз захотите постебаться над тестировщиком.

## Композитор (composer)

Когда индустрия только зарождалась, музыка в играх ограничивалась в основном всякими попискиваниями. И все равно многие из вас наверняка до сих пор мурлыкают под нос мелодии из *The Legend of Zelda* или *Super Mario Bros*.

Впечатление, которое производит игра, в значительной части зависит от музыки, а создает ее **композитор**. Большинство современных композиторов используют клавиши или синтезатор, позволяющие эмулировать любой инструмент. По мере развития технологий композиторы стали сталкиваться с необходимостью писать игровую музыку для настоящего живого оркестра, для чего требуется особый набор навыков, например дирижировать. Не стану прикидываться, будто я хоть что-то понимаю в этих маханиях палочкой!

Домашние версии современных приложений для работы с аудио вполне позволяют микшировать и обрабатывать сэмплы, которые будут звучать на профессиональном уровне. Если хотите стать игровым композитором, сочините музыку, запишите ее, а потом найдите способ всучить эти сэмплы игровому продюсеру. Я за свою жизнь изучил немало портфолио компо-

---

<sup>32</sup> Это просто более гламурный термин для тестирования.

зителей, и вот как все происходит. Дизайнер придумывает, какая ему нужна музыка – в каком стиле или с каким настроением, и если ваш сэмпл соответствует его идее, он свяжется с вами и предложит работу. Важно, чтобы музыка была оригинальной и соответствовала нуждам игры. Посмотрите, к примеру, на успех Дэнни Эльфмана. Он написал для «Битлджуса» и «Большого приключения Пи-Ви» музыку в очень узнаваемом стиле, и вскоре все захотели такую же для своего кино.

Писать музыку для игр подчас не то же самое, что писать музыку для фильмов. Мотивы в играх обычно либо короткие, либо повторяющиеся. Если вы умеете писать выразительную и энергичную музыку с учетом этих ограничений, то будете более предпочтительным кандидатом, чем тот, кто просто пишет «песни»<sup>33</sup>. Не волнуйтесь, о музыке мы еще поговорим на уровне 15.

## Саунд-дизайнер (sound designer)

В отличие от композитора, который пишет для игры музыку, **саунд-дизайнер** создает *все* звуковые эффекты. Запустите какую-нибудь игру, отключите звук и попытайтесь проникнуться действием. Игра воспринимается совершенно иначе, верно? Порой очень много информации до игрока доносятся посредством звуков. И создает их именно саунд-дизайнер.

Лично я считаю, что звукорежиссура – это круто. Звук оживляет игру. А потому, пока финальные звуковые эффекты не готовы, важно иметь временные. Очень круто микшировать разные звуки, чтобы создать нечто, чего никто раньше не слышал. Хороший саунд-дизайнер понимает суть игры, с которой работает, и пишет звуки, способные помочь игроку с ней взаимодействовать. Играм очень часто нужны «позитивные» эффекты, подсказывающие игроку, что он что-то делает правильно или, скажем, подобрал необходимый предмет. Нужны и другие – предупреждение об угрозе или сигнал, что выбор был неправильным. Именно саунд-дизайнер добивается того, чтобы нечто звучало весело, смертельно опасно, страшно или как огромная гора соковок. А то и все это разом!

Если хотите стать саунд-дизайнером, будьте готовы принимать указания от людей, не всегда понимающих, что им надо. Например, попытайтесь создать звуковой эффект по такому описанию: «В общем, эта тварь должна звучать как слюнявая адская пума... но скорее визгливо, чем рычливо»<sup>34</sup>. Удалось? Поздравляю! Вы готовы к роли саунд-дизайнера.

## Игровой писатель (writer)

В Голливуде именно сценаристы обычно придумывают главную идею фильма. Но в играх все наоборот: **писателей** обычно нанимают под конец процесса. Если хотите предлагать идеи, лучше идите в дизайн<sup>35</sup>.

Не то чтобы писатели не вносили в игры творческий вклад, но все же этих специалистов редко берут на полный день. Обычно игровые писатели – фрилансеры, приглашенные выполнить одну из следующих задач:

- переписать сюжет, который сочинили дизайнеры, и превратить его в нечто осмысленное в тот момент, когда до команды наконец-то дошло, что она породила полную чепуху;

---

<sup>33</sup> Да не опечалит эта ремарка авторов песен. Традиционные песни тоже часто используются, особенно в спортивных и ритм-играх.

<sup>34</sup> Да, увы, это пример реальной инструкции саунд-дизайнеру. И да, он все равно сумел предложить отличный звук.

<sup>35</sup> Впрочем, в последнее время стали чаще выделять отдельную профессию нарративного дизайнера. Это подвид гейм-дизайнера, чья задача – рассказывать историю игры, но не текстом, а при помощи других игровых инструментов (например, самого геймплея). – *Прим. перев.*

- написать для персонажей в игре и кат-сценах диалоги в тот момент, когда до команды наконец-то дошло, что писать хорошие диалоги сложно;
- разъяснить элементы игры, например написать подсказки;
- написать руководство к игре или дополнительные материалы вроде биографий героев, которые опубликуют на сайте издателя;
- добавить обложке «звездности» – значение этого фактора усиливается и ослабевает в зависимости от того, насколько модно сейчас в индустрии приглашать писателей «с именем».

Плюс работы игровым писателем в том, что ее обычно много, – если вы готовы часто менять проекты и сотрудничать с разными компаниями. Если хотите стать игровым писателем, очевидно, вам нужно уметь писать, быть грамотным, а еще иметь представление о том, как оформляют сценарии. Но главное – знать, какие сценарии нужны играм. Они очень отличаются от книг и фильмов. К счастью, о сценариях здесь есть целая глава<sup>36</sup>. Как удачно, что вы читаете эту книгу!

Итак, теперь вы знаете обо всех вариантах карьеры в игровой индустрии. Верно? Нет! Люди о нем редко задумываются, но вообще-то, есть и второй путь – работа в компании, издающей игры.

---

<sup>36</sup> Уровень 3, если что.

## Вы когда-нибудь задумывались об издании игр?

Издатели предоставляют разработчикам финансирование, управляют процессом разработки, решают юридические вопросы, производят физические копии игры, занимаются рекламой и маркетингом. Они же отвечают за дистрибуцию готового продукта. Вот какие вакансии часто можно встретить у издателей.

### Продакт-менеджер (product manager)

**Продакт-менеджер** работает с командой и управляет ею, опираясь на ранее согласованный график разработки. Этим он во многом напоминает продюсера. Продакт-менеджер помогает расставить приоритеты; выступает в роли посредника между студией и юридическим отделом издателя; принимает *майлстоуны*<sup>37</sup> и проводит выплаты. Также именно он ведет диалог с ESRB<sup>38</sup>, в результате чего игре присваивают рейтинг.

У некоторых издателей продакт-менеджер имеет большое влияние на то, какой будет игра. У других – присматривает за тем, чтобы разработка шла гладко. Я же просто тихо радуюсь, что мне не приходится составлять график.

### Креативный менеджер (creative manager)

Когда меня спрашивают, чем я – **креативный менеджер** в THQ – занимаюсь, я отвечаю: «Делаю ровно то, что люди представляют, когда думают о работе в игровой индустрии». Впрочем, на самом деле работа креативного менеджера – не только «сочинять всякие штуки и целыми днями играть в игры». Но иногда – вполне.

Креативные менеджеры – это обычно гейм-дизайнеры или сценаристы, работающие у издателя. Как и в случае с продакт-менеджером, степень их влияния на проект зависит от компании. Лично мне доводилось сотрудничать с командами непосредственно в разработке игр, сочинять *питчи*<sup>39</sup> и придумывать идеи игр по лицензиям. Чаще всего моя задача состоит в том, чтобы играть в *билды*<sup>40</sup> игр и следить за тем, чтобы они не отклонялись от задумки и оставались увлекательными.

Главная польза креативного менеджера – его способность взглянуть с высоты птичьего полета (фигурально выражаясь, взлетать с кресла для этого необязательно) и посмотреть на игру со стороны, в перспективе. Непредвзято ее оценить – и тем самым помочь исправить слабые стороны дизайна и исполнения. Если с ними что-то не так, именно я четко объясняю команде, как улучшить геймплей или поэкспериментировать с видением.

Еще креативные менеджеры сотрудничают с отделами рекламы и маркетинга – передают им материалы, которые попадут к прессе, и следят за тем, чтобы игра предстала в наилучшем свете.

---

<sup>37</sup> Майлстоун (milestone) – этап разработки игры. Часто отношения между издателем и разработчиком устроены так, что разработчик получает следующую выплату только после того, как сдаст очередной майлстоун. – *Прим. перев.*

<sup>38</sup> Entertainment Software Ratings Board – организация, присваивающая играм рейтинг (по крайней мере, в США).

<sup>39</sup> Питч (pitch) – презентация игры; сам документ и процесс его демонстрации потенциальному издателю или инвестору. В игровой индустрии чаще используется именно этот термин. – *Прим. перев.*

<sup>40</sup> Билд – это промежуточная версия игры, которую можно запустить на компьютере или специальной консоли.

## Арт-директор (art director)

**Арт-директор** – это как креативный менеджер, но занимается он только визуальной стороной. Арт-директор поможет разработать уникальный стиль игры или развить ее в направлении, о котором сама команда не подумала, а также сделать визуальный язык универсальным, более понятным игроку. Арт-директор тоже создает с отделом маркетинга материалы для упаковки (например, обложки игры), а еще выбивает у команды материалы, необходимые для издания.

## Технический директор (technical director)

Человек с опытом программирования. Он анализирует, какими инструментами и программами пользуется команда, и предлагает лучшие варианты; организует техническую поддержку и дает советы, если программистам не хватает своих сил. Именно этот человек проводит аудит новой команды и делает вывод о том, способна ли она создать тот продукт, для которого ее нанимают.

## И прочие...

У издателей есть и другие позиции, не связанные напрямую с созданием игр, но важные для процесса. **Биздевы (business development)** выстраивают отношения со студиями, проводят встречи, на которых питчат игры, и оценивают демоверсии. Они же заключают сделки со сторонними студиями или покупают их. Если у вас когда-нибудь появится своя студия, вы узнаете многих биздевов. **Юрист (lawyer)** следит за тем, чтобы все было законно и разработчик не сделал продукт, за который издателя можно привлечь к ответственности. **Бренд-менеджер (brand manager)** разрабатывает стратегию продвижения игры, занимается маркетингом; он же готовит материалы для печати вроде руководств пользователя и обложек дисков. **Менеджер по пиару (PR manager)** общается с прессой, организует для нее мероприятия и представляет игру в как можно более выигрышном свете. **QA-менеджер (QA manager)** руководит отделом тестирования, организует сбор информации о багах и пересылает ее разработчикам.

В игровой индустрии есть также место специалистам, не связанным с производством игр и их изданием. **Рекрутеры (talent recruiter)** ищут новых сотрудников или помогают людям найти работу. **Критики (game reviewer)** играют в игру до выхода и пишут обзоры на нее для разных изданий. **Лицензиары (licensor)** работают по найму в больших компаниях и следят за тем, чтобы принадлежащий этим компаниям бренд был правильно представлен в играх, где он играет основополагающую роль.

Как видите, если вам хочется работать с играми, вариантов масса. Но как по мне – забудьте о них всех. Вас же интересует, как сделать крутой дизайн, верно? Говорю же, именно дизайн – самое интересное!

Но для крутых игр нужны крутые идеи. А где их взять? Давайте разбираться!

## Непреложные истины и остроумные идеи уровня 1

- Игра – это род деятельности, у которого есть правила и условия победы.
- Цель игры должна быть простой, как у настолок из 1950-х.
- Игровых жанров очень много. Не бойтесь смешивать.
- Игровые технологии постоянно развиваются. Кто не адаптируется, тот отстанет.

- Игры делает куча разных людей.

## Уровень 2 Идеи

Давайте поговорим о том, как делают игры. Большинство людей ничего в этом не понимают. Разговоры на тусовках с друзьями складываются как-то так:



На этом этапе я обычно говорю людям, что игры делают эльфы. Я просто придумываю идею, оставляю ее на ночь в комнате, а к утру игра уже готова<sup>41</sup>.

Ну ладно, все не совсем так.

Чтобы эльфы пришли, на ночь в комнате надо оставить *хорошую* задумку. А это тянет за собой вопрос: откуда берутся **хорошие идеи**?

---

<sup>41</sup> Точно так же эти эльфы делают ботинки, рождественские подарки и печенье.

## Идеи: где их взять и куда засунуть

*Хорошие идеи всегда балансируют на грани глупости.  
Мишель Гондри<sup>42</sup>*

Люблю эту цитату, потому что идеи игр часто звучат нелепо. Сами посудите:

- желтая штуковина ест точки, а за ней гоняются привидения;
- сантехник прыгает по грибам в поисках девушки;
- принц восстанавливает звезды, скатывая все вещи вокруг себя в шары.

Все эти задумки звучат глупо, но они превратились в игры, собравшие очень много денег. Значит, не так уж они и глупы. Лично я делаю такой вывод: не отбрасывайте идеи, даже если они кажутся нелепыми.

Но где добыть собственные глупые идеи, чтобы превратить их в игры? Обычно для этого ищут вдохновение. Хорошая новость в том, что качественная задумка может прийти откуда угодно. Вот список того, чем вдохновляюсь я. В следующий раз, когда вам надо будет придумать новую идею, советую попробовать что-то из этого.

**1. Почитайте нечто такое, чего обычно не читаете.** Как-то раз мне довелось побывать на круглом столе с известным гейм-дизайнером Уиллом Райтом. Райт рассказал, что на создание игр его вдохновляет японский стиль ухода за садом, архитектура и биология. Я ответил: ну круто – если увлекаешься японским садоводством, архитектурой и биологией. А если ты «обычный» и тебя интересуют комиксы, кинофантастика и видеоигры? Если честно, я угадал правильный ответ, еще когда формулировал вопрос. Видеоигры иногда однообразны, потому что у многих разработчиков похожие вкусы. Нет ничего плохого в том, чтобы любить видеоигры, комиксы и кино; но если все будут черпать вдохновение в одних и тех же источниках, результат получится похожий. Когда выходит популярный фильм, мы замечаем, как его темы вдруг появляются во многих играх. Выходит популярная игра – начинают повторяться механики. Игры становятся вторичными. И еще возникает этот стремный эффект, когда разные разработчики одновременно выпускают однотипные игры<sup>43</sup>. Найдите время заняться самообразованием и расширить горизонты – хоть немного. Вам не нужна в этих сферах ученая степень. Просто полистайте пару журналов, проведите денек в библиотеке или просмотрите случайную статью в интернете. Короче говоря, кончайте читать одну и ту же фигню – вырывайтесь из порочного круга!

**2. Прогуляйтесь, сядьте за руль или примите душ.** Когда ваш разум занят привычной деятельностью вроде ходьбы или вождения, подсознание отправляется в свободный полет и создает связи, которые иначе бы не появились. Это нередко приводит к рождению блестящих идей. Не говоря уже о том, что многим гейм-дизайнерам не помешало бы сходить в душ. Только если будете для размышлений водить машину, не забудьте обзавестись диктофоном или припарковаться, прежде чем возьметесь их записывать.

**3. Сходите на лекцию.** Обожаю Game Developers Conference (GDC) – лекции и обсуждения на тему гейм-дизайна на этом мероприятии очень меня вдохновляют. Часто ухожу оттуда с целой тетрадкой заметок. И не забывайте делиться мыслями с окружающими. Всегда приятно размять мозги и проверить свой замысел на прочность. Только будьте готовы к тому, что ваши идеи назовут глупыми<sup>44</sup>.

---

<sup>42</sup> Мишель Гондри не делает игры, но снял несколько великолепных фильмов: «Вечное сияние чистого разума», «Наука сна» и «Перемотка». Советую немедленно добавить их в список к просмотру.

<sup>43</sup> Из-за того же феномена в 1997 году вышли сразу два фильма про вулканы: «Пик Данте» и «Вулкан».

<sup>44</sup> Вот тогда-то вы и блеснете в ответ цитатой Мишеля Гондри!

**4. Поиграйте в игру, желательно плохую.** В хорошие<sup>45</sup> игры играть тоже полезно, но познавательней – в плохие. Играя в плохую игру, подмечайте, что в ней неудачно и как бы вы это исправили. Представьте себе, сколько людей придумывали свои варианты летательных аппаратов до братьев Райт. Иногда идея в полной мере раскрывается не на первой итерации.

**5. Плюньте на все вышеперечисленное и слушайте свое сердце.** Трудно предвидеть, когда судьба подкинет шанс использовать в игре что-то, что вы любите. Даже если любите вы комиксы и видеоигры, подлинная страсть все равно блеснет в вашем собственном произведении. Сатоси Тадзири придумал охоту на покемонов как аналог своего любимого занятия – собирания насекомых. Дейв Яффе превратил свою любовь к фильмам Рэя Харрихаузена в серию God of War. Сигэру Миямото черпает идеи дизайна из обыденных хобби. Делайте то, что любите, и работа не будет ощущаться работой.

Одно дело придумать хорошую идею; другое – идею, которую можно продать. За свою карьеру я не раз слышал (чаще всего от ребят из отдела маркетинга), что мои замыслы – «дизайнерские», то есть я придумываю то, во что сам бы хотел поиграть, но что не заинтересуют широкую аудиторию.

Честно скажу, я испытываю по этому поводу двойные чувства. С одной стороны, понимаю их желание делать хорошо продаваемые игры. Хорошо продаваемая игра дает возможность делать больше крутых игр. С другой стороны, прежде чем соглашаться с корпоративной логикой, я невольно вспоминаю все оригинальные игры, созданные за эти годы. Уверен, их дизайнерам коллеги из отдела маркетинга тоже говорили, что задумки слишком странные, что они не продадутся или просто дурацкие. Но если бы все прислушивались к таким советам, игры вроде PaRappa the Rapper, The Sims или Braid просто не появились бы на свет.

Впрочем, давайте-ка я поделюсь с вами небольшим секретом. Идите сюда, ближе, ближе... блин, нет, ну не настолько! Вот так, да.

*Если что-то кажется вам оригинальным, значит, вы что-то проворонили.*

*Скотт Роджерс*

Я не сомневаюсь, что где-то там, в царстве идей, еще бродят совершенно оригинальные задумки, но обычно дизайн новых игр отталкивается от дизайна их предшественниц. Я правда верю, что именно так хороший дизайн и создают. Даже крайне оригинальные игры, перечисленные выше, – PaRappa the Rapper, The Sims и Braid, – корнями восходят к предшественникам: Simon, SimCity<sup>46</sup> и Blinx: The Time Sweeper.

Есть и еще один секрет: эта моя мысль тоже неоригинальна. В книге A Theory of Fun for Game Design (2004)<sup>47</sup> Рэф Костер рисует схему эволюции шмапов. Отталкиваясь от нее, покажу вам свою – об эволюции дизайна платформеров.

- В Space Panic (Universal, 1980) персонаж умел ходить, взбираться по лестницам и рыть ямы, временно оглушая противников.

- В Donkey Kong (Nintendo, 1981) к этому прибавился прыжок и улучшение, позволяющее врагов побеждать.

- В Popeye (Nintendo, 1982) впервые появились движущиеся объекты, которые нужно было собирать, и механики взаимодействия с окружением.

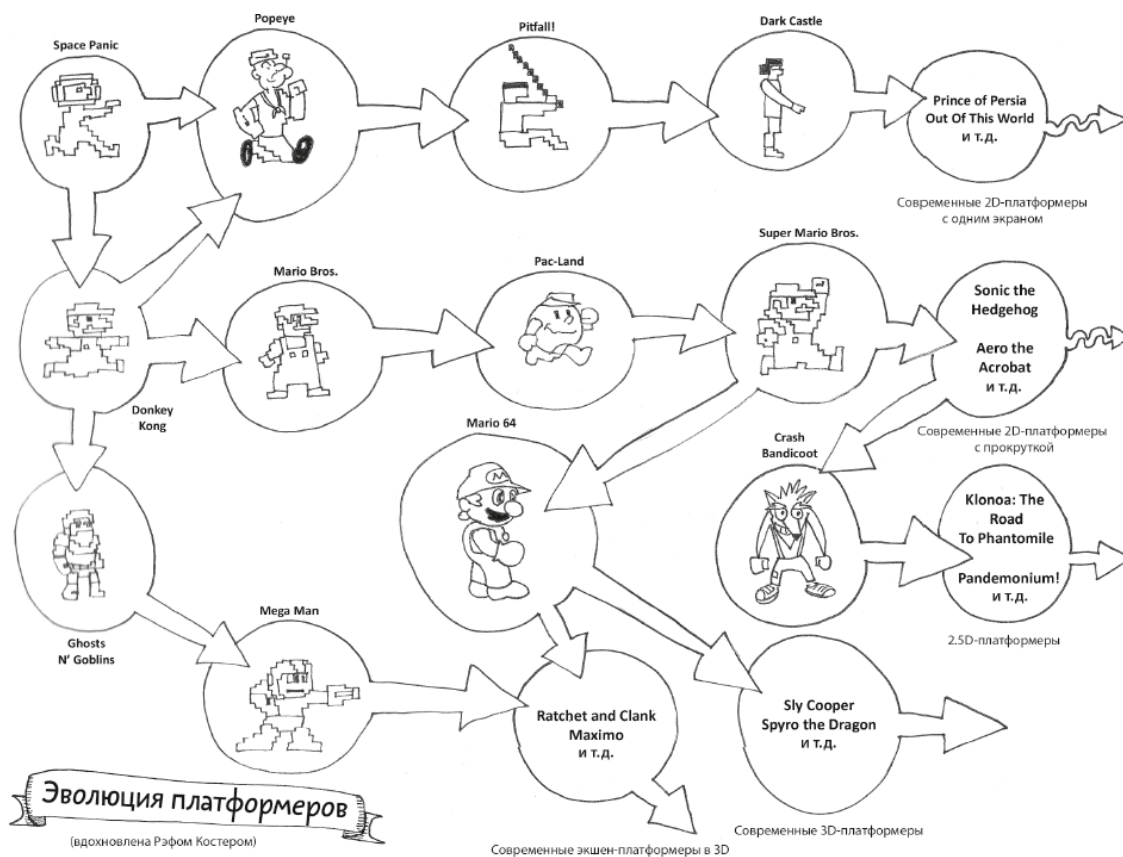
---

<sup>45</sup> Я отдаю себе отчет в том, что «хороший» – понятие субъективное. Хорошей можно назвать игру с высокими оценками, широко продающуюся, качественно сделанную или даже просто крутую!

<sup>46</sup> Уилл Райт, создатель The Sims, – чуть ли не умнейший человек в игровой индустрии. Гений его состоит в том, что всю карьеру он построил на итерировании одной задумки. Его творения: SimCity, SimAnt, SimEarth, SimCity 2000, The Sims и Spore – это все эволюция одной и той же идеи (симулятора строительства мира), доведенной в прямом смысле до вселенских масштабов. Возможность всю жизнь улучшать и доводить до ума одну и ту же идею – удача, которой другие дизайнеры могут лишь позавидовать.

<sup>47</sup> Рэф Костер. Разработка игр и теория развлечений. ДМК Пресс, 2018. – Прим. перев.

- В Pitfall! (Activision, 1982) – альтернативные способы перемещения (например, возможность раскачиваться на лианах и прыгать по головам аллигаторов).
- В Mario Bros. (Nintendo, 1983) появился второй игрок и враги, победа над которыми требует мастерства, а не только улучшения персонажа.
- В Pac-Land (Namco, 1984) мы видим карту мира, множество уровней с разным оформлением и динамические угрозы.
- В Ghosts 'n Goblins (Capcom, 1985) – многочисленное оружие, в том числе возможность стрелять, а также здоровье персонажа (в виде постепенно разрушающихся доспехов) и боссов, с которыми нужно драться.
- Super Mario Bros. (Nintendo, 1985) породила целую волну подражателей, вдохновленных ее отзывчивым управлением, оригинальными локациями и интересным дизайном уровней.
- Герой Дункан в Dark Castle (Silicon Beach Software, 1986) умеет прятаться от врагов. Еще это первая игра, где персонаж, упав, не умирал сразу, а попадал в подземелье.
- В Mega Man (Capcom, 1987) появились тематические уровни, и каждый из них завершался схваткой с соответствующим боссом. У боссов были особые силы, которые игрок получал, когда одерживал над ними победу.
- В Crash Bandicoot (Universal, 1996) мы видим 3D-модели и окружение – игра выполнена в стиле, называемом теперь 2.5D.
- А Super Mario 64 (Nintendo, 1996) перенесла геймплей игр про Марио в полноценный 3D-мир.



Как видите, каждая идея отталкивается от предыдущей. И каждый дизайнер вдохновляет тех, кто придет за ним. Как сказал однажды Пабло Пикассо, «хорошие художники копируют, великие – воруют».

Итак, у вас сформировалась отличная задумка игры. Самое время задаться вопросом...

## Чего хотят геймеры?

На мой взгляд, большинство игроков и сами не знают, что хотят чего-то, пока им это не покажешь. А потому так важно работать с идеями, которые нравятся тебе самому, и ясно видеть образ будущей игры. Геймеры чувствуют, правда ли разработчик любит свое дело, точно так же, как собаки чувствуют запах страха. Не бойтесь оригинальных идей: просто держите в уме, что в итоге может получиться не совсем то, что вы задумывали.

Но это все не ответ, да? Ладно, вот вам ответ. Простой.

### **ГЕЙМЕРЫ ХОТЯТ ХОРОШИХ ИГР<sup>48</sup>**

Разумеется, нет гарантий, что ваша игра получится хорошей. Никто же не стремится делать плохие игры специально, а такие все равно выходят. Почему так случается? По разным причинам – о них мы поговорим позже.

Тим Шейфер, дизайнер Psychonauts и Brutal Legend, утверждает, что все хорошие игры помогают **реализовать фантазии** – позволяют игрокам побыть кем-то, кем они не могут быть в реальности. Как по мне, это справедливо *вообще для всех игр*. Любая игра должна давать игроку шанс побыть таким, каким он не является: сильным, умным, проворным, успешным, богатым, плохим, героическим.

Прорабатывая идею, спросите себя: «Для кого моя игра?» С подъемом казуального гейминга нам открылся целый новый рынок – мы нашли игроков, которые не хотят часами сидеть за одной игрой. Разберитесь, кому ближе ваша задумка: казуалам или хардкорщикам. Если в начале разработки четко сформулировать, для кого вы делаете игру, потом многие решения принимать будет проще.

Не забудьте задать важный вопрос: «Сколько лет моей аудитории?» Я сделал не один десяток «детских» игр и вот что понял про детей и игры: дети хотят играть в то, что сделано для возрастной группы постарше. Восемилетка хочет играть в игру для десятилеток. Десятилетка – в игру для тринадцатилетних. Тринадцатилетний – в игру для восемнадцатилетних. Многим детям не нравятся игры для их возраста. Если спросить прямо, они ответят, что это «игры для их младшего братишки». Поверьте, на детском языке нет оскорбления страшнее!

Разработчики, особенно те, кто никогда раньше не работал с детьми, любят все чрезмерно упрощать и говорить с ними свысока. В духе: «Игра должна быть не слишком сложной, она же для детей». Не повторяйте эту ошибку. Дети умнее, чем нам кажется, и куда лучше разбираются в играх. Часто они учатся намного быстрее взрослых. Но делая игры для детей, нужно держать в уме определенные ограничения. Например, их маленькие ручки не способны освоить слишком сложные схемы управления. Кроме того, первоклассники и дети помладше (дети 6–7 лет) не справятся с большим потоком непонятных слов и длинными текстами. И следите за языком.

---

<sup>48</sup> Да-да, вот так, жирным шрифтом и капсом, потому что это очень-очень важно.

## Почему я ненавижу удовольствие и «фан»

«А это увлекательно? Приносит удовольствие? В этом есть *фан?*»<sup>49</sup> – каждый раз, когда мне приходит на ум новая идея, я страшусь задаваться таким вопросом. Многие исследователи игр пытались дать определение слову «фан». Дизайнер Марк Леблан разложил удовольствие на восемь категорий: сенсорные ощущения, чувство родства, эскапизм<sup>50</sup>, открытие, нарратив, самовыражение, сложность и подчинение<sup>51</sup>. Попытки классифицировать то, что приносит в играх удовольствие, – любопытное упражнение, но «на поле боя», по-моему, оно не особо помогает. Например, бывает так, что замысел игры (или механики, или драки с боссом, или чего угодно) хорошо выглядит на бумаге, а в самой игре оказывается совершенно не увлекательным. Или увлекательным, но только для вас.

Беда в том, что фан, как и юмор, – штука субъективная. Даже если при первом прохождении меня что-то развлекает, при сотом оно может приесться. И это происходит со всеми, кто делает игру. Вы сотни раз пройдете одни и те же уровни – и глаз замылится. Я отчетливо помню пару ситуаций, когда продюсер подходил ко мне – и:



В общем, в этом вопросе лично я установил только одну истину:

### УДОВОЛЬСТВИЕ НЕВОЗМОЖНО ГАРАНТИРОВАТЬ

Можно попытаться увеличить свои шансы, сделав игру с геймплеем привычного, проверенного стиля, но тогда у вас, скорее всего, получится игра-клон. Вспомните, как много в мире посредственных шутеров и хорроров.

Поскольку в процессе разработки глаз всегда замыливается, я создал **теорию нефана**.

*Теория не фана гласит: начните с идеи, в которой есть фан. Если в процессе разработки вы заметите в игре что-то, что не фан, удалите это*

<sup>49</sup> В контексте видеоигр fun означает нечто среднее между «увлекательность» и «удовольствие». В этой книге мы часто переводим его как «удовольствие», но просим заметить, что речь именно о специфическом удовольствии от видеоигр. Нередко разработчики используют сленговое слово «фан» – актуальное как раз для этого подраздела, где автор размышляет о конкретном явлении. – *Прим. перев.*

<sup>50</sup> От англ. escape – «сбежать», в данном контексте «эскапизм» означает приятное чувство побега от реальности, погружения в другой мир. – *Прим. перев.*

<sup>51</sup> См. лекцию Марка на GDC и соответствующий сайт: <http://algorithmancy.8kindsoffun.com/>.

*что-то. Таким образом, когда все, что не фан, будет удалено, останется только фан.*

Звучит логично, верно? Но я много раз встречал разработчиков, оставлявших в игре неудачные механики, уродливые визуальные элементы и поломанную камеру, потому что они так к ним привыкли, что уже их не замечали. Им просто не хватало объективности, чтобы понять, что что-то в игре *не фан*. И конечно, начинать надо с фановой задумки. Иначе, когда приметесь убирать все, что не фан, у вас ничего не останется!

Теорию не фана нужно применять несколько раз по мере разработки. Остановитесь и посмотрите на игру. Составьте список того, что в игре вам не по фану. Плохая камера. Кривое управление. Некачественная анимация. Запредельная сложность. Запредельная простота. Один коллега-продюсер как-то дал мне очень ценный совет по поводу идей: «Не скупись». В том смысле, что не бойтесь выкидывать неудачные идеи. Истребите все, что не фан. Не волнуйтесь – у вас найдется еще множество отличных идей.

## Брейнштурмы

Я люблю сочинять идеи методом мозгового штурма (брейнштурма). Для хорошего брейнштурма вам потребуются:

- 1). рабочий мозг;
- 2). что-то, чем пишут;
- 3). что-то, на чем пишут;
- 4). рабочее место;
- 5). напарники (в идеале – тоже с рабочими мозгами).

Перед началом брейнштурма нужно озвучить правила. Главное: не бывает плохих и глупых идей. На этом этапе со всем соглашайтесь. Убедитесь, что в напарниках у вас есть люди из других сфер, а не только дизайнеры: программисты, художники, тестировщики, писатели. Чем разнообразнее группа, тем лучше<sup>52</sup>. Люди не устают удивлять меня тем, что способны привести в процесс генерации идей.

---

<sup>52</sup> Но все же убедитесь, что все, кого вы пригласили, понимают, как делаются игры, чтобы не тратить время на заведомо неисполнимые идеи.



Обдумайте, чего вы хотите от игры. Запишите эти мысли. Ваша цель – набросать столько свободных ассоциаций, сколько сможете. Выделите идею до конца. Когда дойдете до полного бреда, попробуйте сжать ее еще разок – и только тогда отпускайте. Вот, например, часть заметок с одного брейншторма, в котором я участвовал:

## Брейншторм про гонки

### На тему скорости:

Ехать так быстро, что можешь проскользнуть по воде /  
длинные-длинные прыжки / проникать сквозь стены  
посредством вибрации / за тобой огненный след /  
уворачиваться от пуль / создаешь звуковой удар /  
буллет-тайм (замедление времени) / нужно, чтобы тебя  
не заметило автоматическое устройство / тащишь за  
собой других персонажей (слипстрим) / ездить кругами,  
чтобы создать торнадо / ракетный ускоритель /  
командное ускорение

### На тему урона:

Струя огня (из выхлопной трубы или через канал  
спереди)  
Атака назад — липкие бомбы — выпрыгивающие мины  
Атака вперед — пуля / тепловая самонаводящаяся  
ракета  
Когда по машине бьют, куски отлетают — высасывает  
здоровье — высасывает щит — ворует оружие, усиления  
Мощная бомба, надо по ней выстрелить, пока  
не взорвалась  
Атомное силовое поле (сперва заряжается, потом  
наносит урон всем вокруг)

Как видите, темы не связаны напрямую. Да, конечно, все те задумки можно найти в гонках с боевкой. Да и оригинальности тут особой нет — это просто перечень замыслов и идей. Об оригинальности и увлекательности подумаете на более поздних этапах.

В процессе брейншторма я люблю записывать все на очень большой доске. Вам, возможно, больше по душе стикеры. Карточка тоже подойдет. Это все неважно. Важно записывать идеи. Даже если тут они не пригодятся, есть шанс, что сработают в другой игре.

Отличное упражнение для брейншторма – придумать упаковку игры и руководство к ней. Что будет на обложке? А на обороте? Как вы передадите суть игры в черно-белом руководстве на шестнадцать страниц? Наложив на свои замыслы эти ограничения, вы профильтруете их до самых основ. Вот пример обратной стороны обложки, которым можно пользоваться:

# ТУТ БРОСКИЙ СЛОГАН



**Крутая картинка №1**

Описание особенности игры 1

Описание особенности игры 2



**Крутая картинка №2**



**Крутая картинка №3**

Описание особенности игры 3

Всякая юридическая информация

Логотип разработчика

Логотип издателя

**RATING**  
**R**  
ESRB CONTENT RATING [www.esrb.org](http://www.esrb.org)

Какой у игры рейтинг?

Для какой она платформы?



0 BAR CODE 9

## Как преодолеть творческий кризис

А что делать, когда идеи не идут? Не стыдиться. Всех время от времени клинит. Вот несколько хитростей, которые помогут выбраться из творческого кризиса.

**1. Сузьте фокус.** Может, вы пытаетесь думать обо всем сразу. Решайте проблемы последовательно, разбивайте задачи на более мелкие – до самых крошечных, если потребуется. Поставьте себе сроки, в которые надо решить каждую из этих задач, но пусть они исчисляются не днями. Попробуйте работать в масштабе часов.

**2. Прогуляйтесь, займитесь физической активностью.** Все знают, что кровь напитывает мозг кислородом. Так пусть она не копится у вас в заду. Выйдите, погуляйте. Когда наладится кровообращение, наладится и поток мыслей.

**3. Разберитесь с тем, что вас отвлекает.** Иногда я туплю, потому что на самом деле переживаю о чем-то другом. Может, я не отчитался о расходах или мне надо пропылесосить. Сделайте паузу и разберитесь с другими проблемами. И тогда они перестанут вас отвлекать!

**4. Забегите вперед – к интересному.** Иногда нужно придумывать аспекты игры, которые увлекают вас меньше, чем какие-то другие. Если вы от этого впадаете в уныние, то просто переходите к интересному. Если не хочется думать про интерфейс, сочиняйте битву с боссом. Но это прием только на крайний случай! Он опасный. Игры разрабатывают по расписанию, с опорой на дедлайны и бюджеты. Если вовремя не сделать нужное, а заниматься только увлекательным, то пострадает игра, команда и вся компания. Не прокрастинируйте и будьте ответственны. Тайм-менеджмент важен.

## **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.