Оглавление

[Игровой опыт в современных играх 2](#_Toc170323751)

[Этапы разработки игрового продукта 5](#_Toc170323752)

[Препродакшен 5](#_Toc170323753)

[Выбор идеи 6](#_Toc170323754)

[Концепт-документ 6](#_Toc170323755)

[Движок 11](#_Toc170323756)

[Список литературы 12](#_Toc170323757)

Игровой опыт в современных играх

Игра занимает не маловажную роль в жизни современного человека. Начиная пресловутыми играми в жанре «Три в ряд»[[1]](#footnote-1), заканчивая играми с серьезным сюжетом и проработанной графикой, находят свои немалочисленные целевые аудитории.

Игры давно вышли на новый уровень. На сегодняшний день многие из них могут похвастаться не только тем, что могут развлечь пользователя, но также и окунуть в новый мир исследований не только окружающего мира, но и глубины собственного познания. Рассмотрим «The Witness» - игра в жанре головоломки, в которой игрок исследует загадочный остров, наполненный различными загадками. Игра предлагает игрокам задуматься о природе познания и понимания. Имея множество концовок, она увлекает своими заданиями, а именно тем, что их решение доступно только пытливому уму, умеющему внимательнее относиться к деталям и смотреть на решение задачи не под одним углом. Игра, как бы проверяет пользователя, как много исследовательского духа в нем.

Не смотря на свою «развлекательность», которая не свойственна понятию «искусство», и направленность на массовое пользование и поп-культуру, в современных видеоиграх всё чаще стало отражаться важное и ценное для человека, то, что может быть даже обозначено, как «новое Возвышенное». игры так же можно считать формой искусства. Рассмотрим несколько причин:

1. Креативность и самовыражение: как и традиционные виды искусства, игры являются результатом творческого процесса и самовыражения их создателей - гейм-дизайнеров, художников, сценаристов, композиторов.
2. Эмоциональное воздействие: игры способны вызывать широкий спектр эмоций у игроков, от радости и восторга до грусти и страха, что роднит их с другими видами искусства, такими как кино или литература.
3. Визуальная эстетика: современные игры часто обладают впечатляющей графикой, продуманным визуальным стилем и художественной целостностью, что позволяет воспринимать их как произведения визуального искусства.
4. Нарратив[[2]](#footnote-2) и сторителлинг[[3]](#footnote-3): многие игры содержат сложные, хорошо проработанные истории и персонажей, что приближает их к кинематографу и литературе.
5. Культурное влияние: как и другие формы искусства, игры являются отражением культуры и общества, в котором они создаются. Они могут поднимать важные социальные, политические и философские вопросы.
6. Интерактивность как художественное средство: уникальной особенностью игр является интерактивность и вовлечение игрока в процесс, что открывает новые возможности для художественного выражения и влияния на аудиторию.
7. Признание арт-сообществом: многие авторитетные институции, такие как музеи, галереи и академические круги, признают видеоигры как форму искусства и включают их в свои коллекции и исследования.

Таким образом, видеоигры совмещают в себе элементы традиционных видов искусства, таких как визуальное искусство, музыка, литература, и уникальные интерактивные возможности, что позволяет рассматривать их как новую, самобытную форму художественного выражения.

Рассмотрим в качестве примера искусства кинематографа игру «Detroit: Become Human». Я бы выделила следующие факторы:

1. Кинематографическая презентация: Игра имеет высококачественную графику, реалистичную анимацию и кинематографическую камеру, которая создает ощущение, будто игрок смотрит фильм.
2. Глубокий сюжет: Игра исследует сложные темы, такие как искусственный интеллект, права андроидов, расизм и социальное неравенство, через несколько переплетающихся сюжетных линий.
3. Реалистичные персонажи: Игра предлагает множество хорошо проработанных персонажей, каждый из которых имеет свою историю, мотивацию и эмоциональный багаж.
4. Выбор и последствия: Игра позволяет игрокам принимать решения, которые влияют на развитие сюжета и отношения между персонажами, создавая уникальный игровой опыт для каждого игрока.

5. Эмоциональное воздействие: Игра способна вызывать сильные эмоции у игроков, такие как сочувствие, гнев, радость и печаль, благодаря убедительным диалогам, реалистичным персонажам и драматическим ситуациям.

Все эти факторы делают "Detroit: Become Human" выдающимся примером видеоигры искусства кинематографа, которая предлагает глубокий и эмоциональный игровой опыт, схожий с просмотром высококачественного фильма.

Опыт – вот за чем приходит игрок. Уникальный игровой опыт, который одни готовы получать в качестве хобби, развлечения в свободный пятничный вечер, а другие целенаправленно готовы выделить несколько часов в выходные дни для того, чтобы с головой окунуться в другой мир. Это малая часть среди всего многообразия того опыта, который может предоставить вся индустрия игр. О том, как от жанров и сеттингов, игровой платформы, длительности игры и сюжета зависит мотивация геймеров зайти в игру, я расскажу позднее. Сейчас же хочется разобраться, что из себя представляет разработка игр: на какие этапы делится продакшен[[4]](#footnote-4) и кто стоит за созданием игрового опыта.

Этапы разработки игрового продукта

Основные этапы разработки: **препродакшен**, **продакшен** и **релиз**. К основным также можно добавить этапы **прототипирования** и **оперирования**. Прототипирование - этап создания простого и недорогого варианта игры для тестирования идеи и механик. Позволяет быстро оценить потенциал проекта и выявить основные недостатки. Оперирование - этап активной разработки игры после успешного прототипирования, включающий детальную работу над графикой, звуком, игровым процессом и функциональностью. Заканчивается готовностью игры к выпуску.

Этапы разработки и ожидаемые результаты можно представить в виде следующей таблицы [ (Вячеслав Уточкин, 2022)]:

|  |  |
| --- | --- |
| ЭТАП | ИТОГ |
| Концептирование | Концепт-документ/Вижн |
| Прототипирование | Прототип |
| Вертикальный срез (MVP) | Альфа |
| Производство контента и дополнительный фичей[[5]](#footnote-5) | Закрытое тестирование |
| Последние фичи, багфикс[[6]](#footnote-6), фиче фриз[[7]](#footnote-7) | Открытое тестирование |
| Доработка по итогам открытого тестирования | Релиз |

Таблица 1 Этапы производства игры

Приведя примерный план того, что ждет проект от начала его разработки до конца, рассмотрим более подробно основные этапы, начиная с препродакшена.

Препродакшен

Суть препродакшена заключатся в том, чтобы создать скелет будущей игры: собрать команду и обучить её слаженной работе, расписать процесс разработки, написать первичную документацию (концепт, список фичей (feature-list), арт-стиль, проектный план, roadmap, бизнес-план), построить гипотезы и проверить их прототипами.

Выбор идеи

Прежде, чем будет выбрана основная идея игры, геймдизайнер пройдет не мало игр, изучит потребительский рынок, прочитает множество форумов и неоднократно поделится своими наработками, как с командой, так и с другими геймдизайнерами. При выборе идеи в большом потоке информации очень легко потеряться. Для упрощения генерации идеи лучше всего найти ограничения: желание разработчика и его аудитории писать в любимом жанре, выбор востребованного сеттинга[[8]](#footnote-8), возможности компьютерных устройств и существующих технологий для разработки игр.

Часто идеи игр могут пересекаться или даже повторять друг друга, но это не делает игру хуже, поскольку гораздо важнее реализация. Возьму в качестве примера две игры в жанре королевской битвы: Fortnite и PUBG. Обе игры нацелены на выживание среди 100 человек, находясь на одной карте, изначально имея стартовый набор. Отличается тем, что в Fortnite игрок делает упор на такую игровую механику, как строительство, создавая укрытия и убегая от врагов, в то время как в PUBG важнее сосредоточиться на стратегии и скрытности. Fortnite выполнен в мультяшном стиле, PUBG в реалистичном. Обе игры имеют большие целевые аудитории и уникальны в своем жанре.

Таким образом, продается не идея, а оптимальная реализация в условиях накладываемых ограничений в данное время.

Концепт-документ

Выбрав основную идею, необходимо перейти к её детализации. Однако на начальном этапе важно представить уже собранные идеи, для этого создается небольшой **концепт-документ.** Задача данного документа заключается в том, чтобы за короткое время заинтересовать команду для создания игры, инвестора поддержать проект, игроков сыграть.

Важно, чтобы вся команда была заинтересована в создании игры, поэтому частой практикой в инди-студиях является написание концепт-документа каждым членом команды, а после объединением сгенерированных идей.

В концепт-документ входят следующие пункты:

* **Краткое описание.** Выбор жанра, сеттинга, описание основного геймплея[[9]](#footnote-9), цели игрока, модель распространения[[10]](#footnote-10).
* **Референсы.** Примеры игр и не только, которые наиболее точно отражают задуманное в идеях и представляют набор готовых решений. Начиная с визуального стиля, заканчивая звуковым окружением.
* **Анализ конкурентов.** В первую очередь нужно выделить несколько конкурентов, которые в своих проектах сочетают тот набор, который был ранее представлен в выбранных идеях для игры. Исследование конкурентов упростит процесс выделения особенностей и преимуществ игры, позволит быстрее определиться с используемыми технологиями, выбрать стиль и многое другое. Для анализа крупные компании часто используют *Audience Insights, App Annie*, а инди-команды могут воспользоваться *Newzoo, Superdata* (это платные решения, которые предоставляют бесплатно некоторые отчеты, рейтинги и блоги).
* **Уникальные особенности игры** - характерные, отличительные черты, которые выделяют данную игру среди других и делают ее особенной. Красивая графика и интересный сюжет могут быть в каждой игре и их заранее ожидает игрок, а, к примеру, механика захвата противника в режиме стелс (англ. stealth «невидимка; скрытность»), погружение в мир путешествий по пустынному миру без слов выделяет игру на фоне её конкурентов.
* **Основной опыт.** Выделив уникальность, важно определить за какими ощущениями должен прийти игрок в игру. Например, игра Machinarium: это атмосферная головоломка в жанре point-and-click с минималистичным повествованием. Стержневое ощущение - исследование загадочного мира роботов через решение нестандартных задач и любование уникальной ручной анимацией.

На этапе Концептирования после создания концепт-документа создается **ВИЖН/VISION** (Vision Statement). По факту это тот же самый концепт-документ, но расписанный более подробно, включая в себя новые пункты. Назначение данного документа заключается в том, чтобы описать игру, как бизнес-продукт.

В ВИЖН важно добавить исследование **целевой аудитории**. Довольно очевидным станет исследование демографии целевой аудитории: возраст, пол, географическое расположение, интересы и увлечения, платформы (ПК, консоли, мобильные устройства). Однако также нужно проводить более глубокий анализ.

Категоризация аудитории игроков по уровням вовлечённости и предпочтений — важная часть геймдизайна и маркетинга. Вот три основные категории:

* **Casual** (Легкие игроки): Эти игроки обычно ищут простые в освоении игры, которые не требуют много времени или глубоких знаний. Они предпочитают игры, которые можно легко начать и закончить, такие как "Candy Crush", "Angry Birds" или "Bejeweled". Casual игроки, или еще их называют «казуалы», могут играть короткими сессиями, например, во время перерыва на работе или в общественном транспорте.
* **Midcore** (Средний уровень): Midcore игроки обычно ищут более сложные и глубокие игры, чем casual игроки, но они еще не готовы к полному погружению, как hardcore игроки. Игры для midcore игроков могут включать в себя стратегии, ролевые игры и некоторые спортивные игры. Они требуют немного больше времени и внимания, чем casual игры, но все же остаются достаточно доступными.
* **Hardcore** (Профессиональные игроки): это наиболее вовлеченные игроки, которые часто посвящают значительную часть своего времени и ресурсов играм. Они ищут сложные игры с глубокими механиками и возможностями для стратегического планирования и тактики. Примеры таких игр включают "World of Warcraft", "Dark Souls" или "Counter Strike".

Выбор категории аудитории зависит от того, какой опыт предлагается игрокам, и от бизнес-стратегий.

Игроки также делятся по моделям поведения. Одна из таких моделей предложена гейм-дизайнером Эссексом Ричардом Бартлом и более усовершенствованная модель BrainHEX. Обе техники направлены на сбор полезной информации, такой как, метрики по возвращению в игру, процент платящих игроков. Также помогут сделать рекламную компанию более нацеленной, в случае мультиплеерных игр наладить взаимоотношения между игроками разных психотипов. В модели Бартла 4 психотипа:

* **Ачивер** (карьерист). Тип игроков, стремящийся путем собственных усилий достигать награды, бейджи, уникальные карточки. Стимулом для них является прогресс и рост в процессе игры. Как правило дольше всех задерживаются в игре и монетизируется.
* **Киллеры.** Они приходят в игру за победой,в стремлении показать свое превосходствонад другими игроками, и чем быстрее, тем лучше. Отлично монетизируется за счет прокачки своего аккаунта вещами «лучше, чем у других».
* **Исследователи.** Этот тип игроков приходит в игру за контентом. Для него важно разнообразие и большое количество информации, которое необходимо изучить для того, чтобы продемонстрировать свой ум и стать лучшим в игре. Монетизировать данную группу гораздо сложнее.
* **Социальщики.** Не сложно догадаться, что главной мотивацией для психотипа является взаимодействие с другими игроками, чувство командного духа развито наиболее всего в данных игроках. Именно они приводят в игру своих друзей, а вместе с тем и новых пользователей.

Подобное деление игроков условно, и во многом даже в одном игроке может сочетаться сразу несколько психотипов. Всё зависит от контента игры и механик, которые в неё входят. Однако это не мешает встраивать определенные методы монетизации в игру и способов возвращения игроков обратно.

За то время, пока существует индустрия разработки игр, модель поведения игроков успела развиться. Ученые исследовали, как работает мозг во время приобретения игрового опыта. Появляющиеся во время игры эмоции тесно связаны с нейромедиаторами[[11]](#footnote-11):

* Адреналин (напряжение, бодрость)
* Дофамин (удовольствие, любопытство)
* Эндорфин (концентрация, нечувствительность к боли)
* Окситоцин (вызывает чувство любви, доверия)
* Норадреналин (страх, напряжение)

Разработчики игр используют знание о связи эмоций и нейромедиаторов для создания увлекательного и захватывающего игрового опыта. Они понимают, какие события вызывают определенные эмоции и какие нейромедиаторы при этом выделяются. Это позволяет им создавать игровые механики, которые стимулируют выработку нужных нейромедиаторов и вызывают желаемые эмоции у игроков.

Например, неожиданные события или награды могут вызвать выброс дофамина, что приводит к чувству удовольствия и побуждает игрока продолжать играть. Или же сложные испытания могут стимулировать выработку адреналина и норадреналина, создавая ощущение напряжения и азарта.

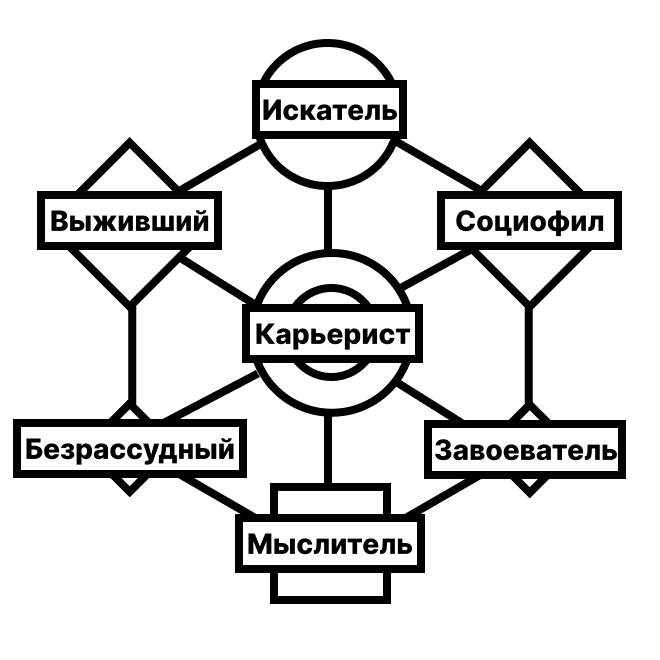
 Модель поведения игроков, выделяющая группы игроков на основании мозговых процессов, называется BrainHEX.

Рисунок 1 Модель BrainHEX

Рассмотрим группы, которые выделяет модель BrainHEX:

1. **Искатель**. Данную группу стимулирует любопытство и интерес, с которыми связан эндорфин. Исследование мира, желание разобраться в новой технологии можно получить в таких играх, как Subnautica, Factorio, Kerbal Space Program. Очень многим жанрам игр присущ формат исследования, но не во всех из них такой формат добавляется с целью монетизировать игроков.

Движок

# Список литературы

Вячеслав Уточкин, К. С. (2022). *Хочу в геймдев! Основы игровой разработки для начинающих.* БОМБОРА.

1. Игры этого жанра характеризуются тем, что их игровой мир состоит из таблицы или сетки элементов, а задачей игрока является манипулирование элементами таким образом, чтобы совпали заданные игрой шаблонные комбинации, и после выполнения условия собранные элементы исчезают. (Wiki) [↑](#footnote-ref-1)
2. Наррати́в — самостоятельно созданное повествование о некотором множестве взаимосвязанных событий, представленное читателю или слушателю в виде последовательности слов или образов. (Wiki) [↑](#footnote-ref-2)
3. Сторителлинг - это искусство создания и передачи увлекательных, интерактивных и эмоционально вовлекающих историй в рамках видеоигр, которые формируют целостный игровой опыт, позволяя игрокам погрузиться в вымышленный мир, взаимодействовать с персонажами и влиять на развитие сюжета своими действиями. [↑](#footnote-ref-3)
4. Продакшен — это процесс разработки и создания игрового контента, включающий в себя планирование, организацию, управление и координацию различных команд (дизайнеров, программистов, художников, аниматоров и др.) для воплощения игровой концепции в готовый игровой продукт. [↑](#footnote-ref-4)
5. Фича — это уникальная особенность или функция игры, предназначенная для улучшения игрового процесса и повышения интереса игроков [↑](#footnote-ref-5)
6. Багфикс — это процесс выявления и устранения ошибок или неисправностей в коде игры, чтобы обеспечить её стабильную и корректную работу [↑](#footnote-ref-6)
7. Фиче фриз — этап разработки, когда добавление новых функций прекращается, чтобы сосредоточиться на тестировании, оптимизации и устранении багов перед выпуском игры. [↑](#footnote-ref-7)
8. Сеттинг игры — это описание вселенной, мира, окружения, исторического периода, правил и атмосферы, в которых разворачивается игровой процесс. [↑](#footnote-ref-8)
9. Геймплей — это то, что игрок делает в игре: как он взаимодействует с игровым миром, какие действия совершает, какие задачи решает, какие эмоции испытывает. Это совокупность игровых механик, правил и целей, которые определяют игровой процесс. [↑](#footnote-ref-9)
10. Модель распространения в концепт-документе описывает, как игра будет доставляться до игроков: через какие платформы (ПК, консоли, мобильные устройства), какие магазины (Steam, Epic Games Store и т.д.), будет ли она платной или бесплатной, какие маркетинговые каналы будут использоваться для продвижения. [↑](#footnote-ref-10)
11. Нейромедиатор – биологически активное вещество, являющееся химическим передатчиком в организме. [↑](#footnote-ref-11)