

Гейм- дизайн

Джесси
Шелл

Как создать игру,
в которую будут
играть все

Джесси Шелл

Геймдизайн

«Альпина Диджитал»

2015

Шелл Д.

Геймдизайн / Д. Шелл — «Альпина Диджитал», 2015

ISBN 978-5-9614-2512-3

Джесси Шелл – один из известнейших геймдизайнеров, который работал на Walt Disney Company, делится своими секретами и подробно рассказывает, как создать игру, которая завоюет если не весь мир, то большую его часть. Сегодня видеоигры везде, и все они работают по определенным законам. В них миллионы тонкостей и нюансов, которые известны только геймдизайнерам. Как все учесть? Как соединить звуковой и видеоряд, подобрать верный баланс наград и попасть в целевую аудиторию? Что вообще представляет собой геймдизайн? Джесси Шелл готов отвечать на вопросы. Цель книги – сделать из вас лучшего геймдизайнера.

ISBN 978-5-9614-2512-3

© Шелл Д., 2015

© Альпина Диджитал, 2015

Содержание

Привет	6
Что такое геймдизайн?	7
В ожидании Менделеева	9
Сосредоточьтесь на основах	10
Говорите с незнакомцами	11
Карта	12
Учитесь думать	13
Почему я ненавижу книги	14
Глава 1	15
Волшебные слова	15
Какие навыки нужны геймдизайнеру?	17
Самый важный навык	19
Пять видов слушания	20
Тайна одаренных	21
Дополнительное чтение	22
Глава 2	23
Игра – это не опыт	25
Опыт уникален для каждой игры?	26
Три практических подхода к погоне за радугой	27
Самоанализ: преимущества, риски и применение	30
Описывайте свои ощущения	33
Победить Гейзенберга	34
Существенный опыт	36
Все, что вы чувствуете, реально	38
Глава 3	39
Зыбучие пески платформ	39
Приватные места действия	41
Публичные места действия	43
Полууединенные-полупубличные места действия	45
Совмещение разных мест действия	47
Дополнительное чтение	48
Глава 4	49
Споры по поводу определения	50
Итак, что такое игра?	52
Нет, правда, что такое игра?	57
Конец ознакомительного фрагмента.	60

Джесси Шелл

Геймдизайн: Как создать игру, в которую будут играть все

Переводчик А. Лысенко
Научный редактор Г. Курган
Редактор А. Мельникова
Главный редактор С. Турко
Руководитель проекта М. Шалунова
Корректоры Н. Витько, Ю. Староверова
Компьютерная верстка А. Абрамов
Дизайн обложки Ю. Буга

© Taylor & Francis Group, LLC, 2015

CRC Press is an imprint of Taylor & Francis Group, an Informa business

All rights reserved. Authorised translation from the English language edition published by CRC Press, a member of Taylor & Francis Group LLC.

© Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Паблишер», 2019

Все права защищены. Данная электронная книга предназначена исключительно для частного использования в личных (некоммерческих) целях. Электронная книга, ее части, фрагменты и элементы, включая текст, изображения и иное, не подлежат копированию и любому другому использованию без разрешения правообладателя. В частности, запрещено такое использование, в результате которого электронная книга, ее часть, фрагмент или элемент станут доступными ограниченному или неопределенному кругу лиц, в том числе посредством сети интернет, независимо от того, будет предоставляться доступ за плату или безвозмездно.

Копирование, воспроизведение и иное использование электронной книги, ее частей, фрагментов и элементов, выходящее за пределы частного использования в личных (некоммерческих) целях, без согласия правообладателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.

* * *

Привет

Привет! Входите же! Какой приятный сюрприз – я даже не думал, что вы сегодня зайдете. Прошу прощения за небольшой беспорядок: я писал книгу. Пожалуйста, почувствуйте себя как дома. Так, хорошо. С чего бы нам начать? О, я ведь должен представиться!

Меня зовут Джесси Шелл, и я всегда любил создавать игры. Вот моя фотография.



Тогда я был пониже ростом. Я много чего успел с тех пор. Я работал в цирке жонглером. Был писателем, комиком и даже ассистентом фокусника. Занимался программированием в IBM и в Bell Communication Research. Я разрабатывал и создавал интерактивные тематические аттракционы в парках развлечений и многопользовательские игры для Walt Disney Company. Основал собственную студию и стал профессором университета Карнеги – Меллона. Но, когда люди спрашивают меня, чем я занимаюсь, я говорю им, что я геймдизайнер.

Рассказываю вам обо всем этом только потому, что на разных этапах книги я буду приводить примеры из собственного опыта, поскольку каждое место работы оставило на мне свой отпечаток и помогло лучше понять искусство геймдизайна. Сейчас это может вас удивить, но по мере прочтения книги вы будете все больше убеждаться в том, как много в этой жизни связано с геймдизайном.

Одну вещь я хотел бы прояснить сразу: несмотря на то что цель этой книги – помочь вам стать хорошим геймдизайнером, большая часть принципов, которые мы будем исследовать в этой книге, не ограничивается понятием геймдизайна. Вы увидите, что они имеют гораздо более широкое применение. Хорошая новость заключается в том, что знания, полученные в этой книге, можно применять для создания разных видов игр: цифровых, аналоговых или любых других.

Что такое геймдизайн?

Сначала давайте определимся с тем, что подразумевается под понятием «геймдизайн». В конце концов, книга написана именно о нем, а некоторых людей это понятие до сих пор вгоняет в ступор.

Геймдизайн – это процесс принятия решений о том, какой будет игра.

Вот так вот просто. Даже слишком просто с первого взгляда.

«То есть, чтобы создать игру, мне нужно просто принять одно решение?»

Нет. Чтобы решить, какой будет игра, вы должны принять сотни или даже тысячи решений.

«Геймдизайн требует наличия специального оборудования?»

Нет. Поскольку геймдизайн – это процесс принятия решений, вы можете заниматься им у себя в голове. Но, полагаясь только на свою память, вы рискуете упустить что-то важное, поэтому время от времени свои решения стоит записывать. В будущем, если вы захотите привлечь к разработке и принятию решений других людей, вам потребуется делиться этими решениями, и записи могут вам сильно в этом помочь.

«Что насчет программирования? Разве геймдизайнер не должен уметь программировать?»

Нет, не должен. Во-первых, во многие игры можно играть и без компьютера: настольные игры, карточные игры или спортивные игры. Во-вторых, вы можете принимать решения относительно того, какой будет видеоигра, не имея представления о технических деталях ее разработки. Конечно, знание этих деталей облегчит поставленную перед вами задачу, так же как помогут, например, навыки писателя или художника. Они позволят вам быстрее принимать взвешенные решения, но они не являются необходимостью. Это похоже на взаимоотношения между архитектором и плотником: архитектору не нужно знать все, что знает плотник, но он должен знать все, на что плотник способен.

«Так значит, геймдизайнер просто придумывает истории для игры?»

Нет. Создание истории – это лишь один из аспектов геймдизайна, но есть и множество других. В обязанности геймдизайнера входит принятие решений относительно правил, визуального стиля, прогресса, рисков, наград, наказаний и всего остального, что касается опыта игрока.

«Значит, геймдизайнер решает, какой будет игра, записывает эти решения и начинает следующий проект?»

Скорее, нет. Никто из нас не обладает идеальным воображением, и игры, которые мы придумываем у себя в голове и на бумаге, очень редко получаются такими, как мы их представили. Многие решения невозможно принять до тех пор, пока дизайнер не увидит игру в действии. Это причина, по которой дизайнер обычно вовлечен в процесс разработки от начала и до самого конца, постоянно принимая решения относительно своей игры.

Важно отметить разницу между «разработчиком игр» и «геймдизайнером». Разработчик игр – это человек, имеющий какое-либо отношение к созданию игры. Программисты, аниматоры, моделлеры, музыканты, писатели и дизайнеры, работающие над игрой, – все называются разработчиками. Геймдизайнер – это всего лишь один из видов разработчика.

«Геймдизайнер – это единственный человек, который может принимать решения об игре?»

Давайте сформулируем вопрос по-другому: каждый, кто принимает решение относительно того, какой будет игра, – это геймдизайнер? Дизайнер – это роль, а не человек. Практически каждый разработчик в команде принимает решения о том, какой будет игра, просто создавая для нее контент. Эти решения можно отнести к геймдизайну, и, когда вы их принимаете, вы становитесь геймдизайнером. Поэтому независимо от того, какую роль вы занимаете в команде разработки, понимание принципов геймдизайна поможет вам делать свою работу лучше.

В ожидании Менделеева

Открытие – это не поиск новых горизонтов, а способность посмотреть на вещи по-новому.

Марсель Пруст

Цель этой книги – сделать из вас лучшего геймдизайнера.

К сожалению, на момент написания книги не существует «унифицированной теории геймдизайна», нет простой формулы для создания хорошей игры. Так что же нам делать?

Наше текущее положение напоминает положение древних алхимиков. До того как Менделеев изобрел периодическую таблицу химических элементов, наглядно демонстрирующую взаимосвязи между основными элементами, алхимики пользовались примитивными правилами для определения этих связей, которые они сами вывели опытным путем. Эти правила были неполными, иногда неправильными и часто ненаучными, но, пользуясь ими, алхимики творили удивительные вещи, а их поиски истины привели нас к тому, что сейчас считается современной химией.

Геймдизайнеры все еще ждут своего Менделеева. Сегодня у нас нет собственной таблицы элементов. У нас есть свод принципов и правил, которые далеки от идеала, но они помогают нам делать нашу работу. Я попытался собрать самые полезные из них в одном месте, чтобы вы могли с ними ознакомиться, обдумать их, посмотреть, как другие дизайнеры используют их в своей работе, и, в конечном итоге, начать использовать их самостоятельно.

Хороший геймдизайн возникает тогда, когда вы можете рассмотреть вашу игру в разных перспективах. Я называю эти перспективы **призмами**, потому что каждая из них представляет собой уникальный способ посмотреть на ваш дизайн. Призмы – это небольшой набор вопросов, которые вы должны задавать себе на разных этапах разработки. Это не схемы или рецепты, а скорее, инструменты для изучения дизайна. Я буду представлять их одну за другой на протяжении всей книги. Я даже создал колоду карт, где каждая карта дополняет свою призму. Эти карты можно скачать на смартфон в виде приложения, а также вы можете купить аналоговую колоду на сайте <http://www.jesseschell.com/> – это облегчит использование призм в вашей работе.

Ни одна из этих призм не идеальна, ни одну нельзя назвать законченной, но каждая из них представляет собой уникальный взгляд на ваш дизайн и будет полезна для вас в определенной ситуации. Идея заключается в том, что призмы позволяют нам взглянуть на возникшую проблему под самыми разными углами и найти наилучший вариант ее решения, даже не видя полной картины. Как бы я хотел, чтобы у нас была одна всевидящая универсальная призма. Но ее нет. Поэтому я предлагаю не списывать со счетов множество маленьких неидеальных призм, а подумать, как применить эти инструменты с максимальной эффективностью. Вскоре вы поймете, что игры – это больше искусство, чем наука, больше кулинария, чем химия, и есть вероятность, что наш Менделеев никогда не придет.

Сосредоточьтесь на основах

Многие считают, что для изучения базовых принципов геймдизайна достаточно ознакомиться с наиболее современными, сложными и технически продвинутыми играми, существующими на данный момент. Это в корне неверный подход. Видеоигры представляют собой естественный переход традиционных игр на новые носители. Правила, по которым они работают, остаются неизменными. Архитектор должен понимать, как построить сарай, прежде чем он сможет спроектировать небоскреб, потому в этой книге мы уделим много внимания изучению самых простых игр. Некоторыми из них станут видеоигры, но другие будут еще проще: игра в кости, карточные игры, настольные игры, игры на детской площадке. Если вам не ясны принципы этих игр, как можно рассчитывать на то, что вы поймете более сложные игры? Некоторые скажут, что эти игры старые и в их изучении нет смысла, но вспомним слова Генри Торо: «Может, нам и природу не стоит изучать, раз она старая?» Игра всегда остается игрой. Принципы, которые делали классические игры интересными, продолжают работать и в современных играх. У классических игр есть дополнительное преимущество – они прошли испытание временем. Они обязаны своим успехом не новаторской технологии, как это бывает с большинством современных игр. Они обладают более глубокими чертами, которые мы как геймдизайнеры просто обязаны понимать.

В этой книге я чаще говорю о классических играх и фундаментальных правилах геймдизайна, вместо того чтобы останавливаться на отдельных жанрах («50 советов по созданию истории для шутера от первого лица»). Потому что жанры приходят и уходят, в то время как основы геймдизайна строятся на базовых принципах человеческой психологии, которые не меняются вот уже тысячи лет и будут оставаться таковыми еще очень долго. Усвоив основы, вы легко справитесь с любым жанром и даже будете создавать собственные жанры. В противовес другим книгам по геймдизайну, пытающимся дать читателю как можно больше информации, моя книга не столько про информацию, сколько про инструменты, позволяющие вам добывать эту информацию самостоятельно.

Несмотря на то что в этой книге я рассказываю, как создавать традиционные настольные и карточные игры, нужно всегда проецировать сказанное на индустрию видеоигр. Почему? Потому что работа дизайнера заключается в создании новых игр. Развитие компьютерных технологий открывает практически бесконечный простор для инноваций в сфере геймдизайна. Сегодня в мире так много геймдизайнеров, сколько никогда раньше не существовало. Вероятнее всего, вы будете создавать игры на стыке новых технологий, и книга призвана научить этому, хотя большая часть принципов, описанных здесь, отлично работает и в традиционных играх.

Говорите с незнакомцами

Страннолюбия не забывайте, ибо через него некоторые, не зная, оказали гостеприимство Ангелам.

Евреям 13:2

Говорят, что разработчикам свойственна ксенофобия, то есть страх перед незнакомцами. В данном случае я подразумеваю под этим словом не незнакомых людей, а скорее, незнакомые технологии, практики и принципы. Кажется, что разработчики не замечают изменений, происходящих вне игровой индустрии. На самом деле, они просто перегружены. Создавать хорошие игры непросто, поэтому разработчики сутками сидят с опущенными головами и сосредоточенно делают свою работу. Им некогда оглядываться по сторонам, искать и изучать новые технологии и способы их внедрения в свою игру. Особенно с учетом риска, что новая технология может дать сбой. Поэтому они выбирают безопасный путь и работают с тем, в чем они уверены, и это, к сожалению, приводит к засилью однотипных игр на рынке.

Но, для того чтобы достичь успеха, создать что-то великое и инновационное, нужно работать иначе. Моя книга не о том, как создавать шаблонные игры. Она о том, как сделать дизайн ваших игр свежим и инновационным. Если вас удивило то, как много внимания уделяется нецифровым играм, вы удивитесь еще больше, когда увидите принципы, методологии и примеры, которые я беру из сфер, далеких от игр. Здесь будут примеры из музыки, архитектуры, кино, науки, художественного искусства, литературы и из любой другой сферы, о которой вы можете подумать. А почему бы и нет? Почему мы должны разрабатывать принципы с нуля, когда всю сложную работу уже сделали представители других сфер сотни, а то и тысячи лет назад? Я черпаю принципы дизайна отовсюду, потому что дизайн – везде и он **везде одинаковый**. Эта книга не просто находит вдохновение для дизайна во всех сферах – она убедит и вас поступать аналогично. Все, что вы знаете на данный момент, и весь ваш жизненный опыт в целом – это настоящая игра на столе геймдизайнера.

Карта

Неважно, что именно учит человека. Все знания взаимосвязаны, и человек при должном старании становится образованным, что бы он ни учил.

Гипотеза

Про геймдизайн писать не так просто. Призмы и фундаментальные основы – это полезные инструменты, но, чтобы действительно понять геймдизайн, вам нужно разобраться в удивительно сложных хитросплетениях креативности, психологии, искусства, технологий и бизнеса. Это паутина, в которой все взаимосвязано. Изменение одного элемента затрагивает все остальные, а понимание одного элемента влияет на понимание других. Опытные геймдизайнеры смогли воссоздать эту паутину у себя в голове, год за годом изучая ее элементы и взаимосвязи методом проб и ошибок. Именно поэтому про геймдизайн так сложно писать. Книги всегда линейны. Они подразумевают, что вам представляется одна идея за раз. По этой причине многие книги по геймдизайну кажутся неполноценными – вас словно ведут с фонариком в темноте, по дороге вы видите много интересного, но не осознаете, как все это связано между собой.

Геймдизайн – это приключение, а для любого приключения нужна карта. Для этой книги я создал карту, демонстрирующую паутину всех связей в геймдизайне. Полную карту можно найти ближе к концу книги, но, если вы сейчас увидите всю карту целиком, вас это только запутает. Пикассо однажды сказал: «Чтобы что-то создать, нужно сначала что-то уничтожить». Это именно то, что нам предстоит сделать. Мы начнем нашу карту с чистого листа. Я призываю вас отбросить в сторону все ваши предубеждения по поводу геймдизайна, чтобы ничто не мешало вам изучать этот сложный, но дико увлекательный предмет.

Глава 1 начнется с первого элемента – геймдизайнера. В следующих главах будут добавляться новые элементы, по одному за раз, чтобы у вас в голове постепенно формировалась система отношений между дизайнером, игроком, игрой, командой и заказчиком, чтобы вы понимали, как они сочетаются между собой и почему именно так, а не иначе. К концу книги карта этих отношений сформируется и на бумаге, и у вас в голове. Конечно, бумажная карта не самая важная – важна лишь та карта, которая у вас в голове. Помните, что это не карта территории. Она обязательно будет неидеальной. Но, применяя ее на практике, вы сможете изменять и дополнять ее, находя моменты, которые можно улучшить. Каждый дизайнер проходит этот путь. Если вы новичок в геймдизайне, книга поможет вам начать путешествие по созданию собственной карты отношений. Если же вы опытный геймдизайнер, я надеюсь, что эта книга поможет вам улучшить вашу карту.

Учитесь думать

Истина имеет четыре угла: как учитель я могу дать тебе только один угол, а остальные три ты должен найти сам.

Конфуций

О чем говорит Конфуций? Разве хороший учитель не должен показать мне все четыре угла? Нет. Чтобы по-настоящему чему-то научиться, понять и запомнить осознанное, ваш мозг должен находиться в поиске знаний. Если он не находится в этом состоянии, не пытается вникнуть как можно глубже в полученную информацию, любые мудрые принципы будут стекать с него, как с гуся вода. В этой книге будут моменты, когда вам не все будет понятно сразу, – вещи, которые я нарочно делаю неочевидными, чтобы заставить вас докопаться до сути самостоятельно.

Но для подобного подхода есть и другая причина. Как мы уже говорили ранее, геймдизайн – это не точная наука. При его изучении мы столкнемся со множеством тайн и противоречий. Наш набор призм будет неполным и несовершенным. Чтобы стать хорошим геймдизайнером, недостаточно просто знать принципы, описанные в этой книге. Вы должны быть готовы думать самостоятельно, пытаться понять, почему некоторые принципы не работают в определенных случаях, и быть способными изобрести собственные принципы. Мы все еще ждем своего Менделеева. Возможно, это вы.

Почему я ненавижу книги

Я ненавижу книги, потому что они только учат людей говорить о том, чего они не понимают.

Жан-Жак Руссо

Важно иметь сбалансированный подход к учебе и практике.

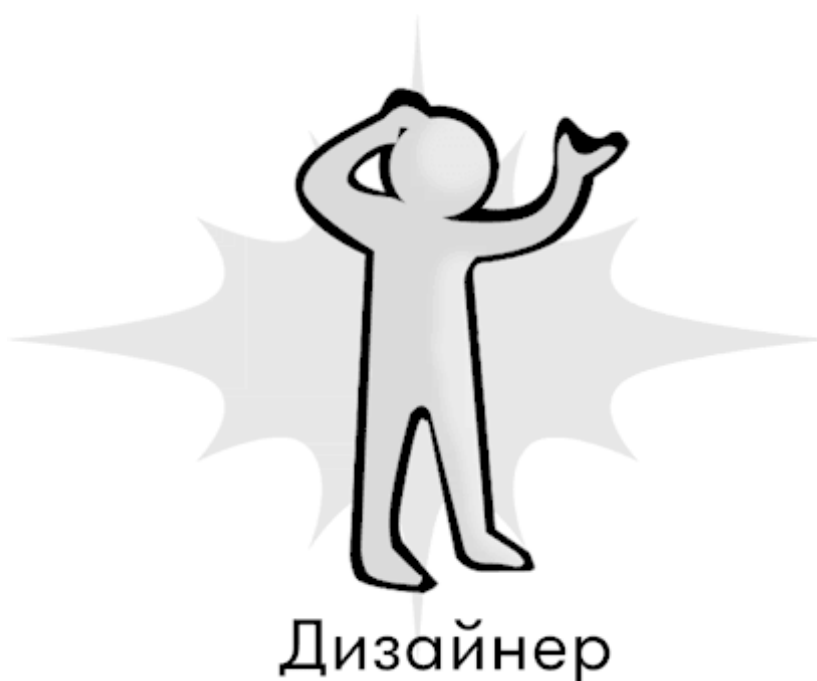
Далай-лама

Пожалуйста, не думайте, что прочтение этой или какой-либо другой книги сделает вас геймдизайнером, тем более великим. Геймдизайн – это не набор принципов, это род деятельности. Вряд ли у вас получится стать певцом, пилотом или баскетболистом, если вы прочтете книгу на одну из этих тем. Есть только один способ стать геймдизайнером – делать игры, и не просто игры, а игры, которые будут нравиться людям. Это значит, что вам недостаточно просто записывать идеи. Вы должны сделать игру, сами в нее поиграть и дать поиграть другим. Если она кого-то не удовлетворит (а скорее всего, так и будет), вы должны что-то в ней изменить. А затем поменять еще раз. И еще раз, и так десятки раз, пока у вас не получится игра, в которую людям действительно интересно играть. Пройдя этот путь несколько раз, вы начнете понимать, чем на самом деле является геймдизайн. Среди геймдизайнеров есть пословица: «Первые десять ваших игр провалятся, поэтому лучше вам сделать их как можно быстрее». Принципы из этой книги помогут вам направлять ваш дизайн и позволят по-другому посмотреть на процесс создания игр, но единственный способ стать хорошим дизайнером – это практика. Если вы не собираетесь становиться хорошим геймдизайнером, отложите эту книгу прямо сейчас. Вы не найдете здесь ничего интересного. Но если вы действительно стремитесь к своей цели, эта книга – начало продолжительного процесса обучения и практики, который продлится всю вашу жизнь.

Глава 1

В начале был дизайнер

РИСУНОК
1.1



Волшебные слова

Те, кто только планирует стать геймдизайнерами, часто задают мне один и тот же вопрос: «Как же им стать?» Ответ очень прост: «Создавайте игры. Начинайте прямо сейчас! Не ждите! Не дожидайтесь даже конца этого разговора! Просто начинайте делать игры! Идите! Сейчас!»

Некоторые из них так и поступают. Но большинству не хватает уверенности в себе, и они попадают в безвыходную ситуацию, становясь жертвами собственного парадоксального положения: если только геймдизайнеры могут создавать игры, а стать геймдизайнером можно, лишь создавая игры, с чего вообще начинать? Если вы чувствуете то же самое, просто произнесите вслух эти волшебные слова:

Я – геймдизайнер.

Серьезно. Скажите это громко, прямо сейчас. Не стесняйтесь – здесь нет никого, кроме нас.

Ну что, вы сделали это? Если да, примите мои поздравления! Теперь вы – геймдизайнер. Возможно, в этот самый момент вы можете почувствовать, что еще не являетесь настоящим геймдизайнером, а просто им притворяетесь. Но это нормально, ведь вскоре мы узнаем, что люди становятся теми, кем они притворяются. Просто продолжайте делать все то, чем, по вашему мнению, занимаются геймдизайнеры, и очень скоро, к вашему собственному удивлению, вы заметите, как сами становитесь геймдизайнером. Если ваша уверенность начнет угасать, просто повторите волшебные слова: **Я – геймдизайнер.**

Порой я проговариваю их вот так:

Кто ты?

Я геймдизайнер.

Нет.

Я геймдизайнер.

Какой дизайнер?

Я *геймдизайнер*.

В смысле ты играешь в игры?

Я *геймдизайнер*.

Эта игра по возобновлению уверенности сначала может показаться глупой. Но это далеко не самая глупая вещь, которую вам придется делать как геймдизайнеру. Очень важно научиться возвращать себе уверенность, потому что вас всегда будут преследовать сомнения по поводу ваших способностей. Как начинающий геймдизайнер, вы будете думать: «Я никогда этого не делал – я даже не понимаю, что я сейчас делаю». С появлением небольшого опыта вы будете думать: «Мои навыки так ограничены, а это уже другая игра. Возможно, в прошлый раз мне просто повезло». И даже являясь бывалым дизайнером, вы не будете лишены сомнений: «Мир уже не такой, как раньше. Возможно, я потерял хватку».

Но забудьте об этих бесполезных мыслях, они вам не помогут. Когда нужно попробовать что-то новое, никогда не думайте о том, что возможно, а что – нет. Посмотрите на величайшие умы, они так сильно отличаются друг от друга, но у них есть одна общая черта: отсутствие страха перед насмешками. Авторы некоторых величайших инноваций просто были слишком тупы, чтобы осознать их невозможность. Геймдизайн – это процесс принятия решений, а решения нужно принимать уверенно.

Будете ли вы иногда терпеть неудачи? Да, будете. Вы будете терпеть их снова и снова. Вы будете терпеть неудачи намного чаще, чем добиваться успеха. Но эти неудачи – единственный путь к успеху. Вы научитесь любить свои неудачи, потому что каждая неудача еще на шаг приближает вас к вашей гениальной игре. У жонглеров есть поговорка: «Если ты не роняешь, ты не учишься. А если ты не учишься, то ты не жонглер». То же самое можно сказать о геймдизайне: если вы не терпите неудачи, значит, вы недостаточно стараетесь, а значит, вы – ненастоящий геймдизайнер.

Какие навыки нужны геймдизайнеру?

Я все знания сделал своей областью.

Френсис Бэкон

Если коротко, то все. Практически любая вещь, которую вы умеете делать хорошо, может стать полезным геймдизайнерским навыком. Вот список самых важных, расположенных в алфавитном порядке.

- **Анимация.** Современные видеоигры наполнены персонажами, которые должны выглядеть как живые. Само слово «анимация» означает «давать жизнь». Понимание возможностей анимации персонажей откроет вам двери к таким идеям геймдизайна, которых мир еще не видел.

- **Антропология.** Вы будете изучать своих игроков в их естественной среде, пытаться выведать их самые потаенные желания, и создавать игры, которые будут удовлетворять эти желания.

- **Архитектура.** Вы будете не просто проектировать здания, вы будете проектировать целые города и миры. Знание основ архитектуры, а именно понимание правил взаимодействия людей с пространством, даст вам огромное преимущество в плане создания игровых миров.

- **Бизнес.** Игровая индустрия – это все-таки индустрия. Большинство игр создаются ради денег. Чем лучше вы понимаете «денежную» сторону индустрии, тем больше у вас шансов сделать игру вашей мечты.

- **Звуковой дизайн.** Звук – это то, что действительно убеждает ваш мозг, что вы находитесь в правильном месте. Иными словами: «слышать – значит верить».

- **Игры.** Вам будет очень полезно ознакомиться с играми в целом, не ограничиваясь рамками того жанра, в котором вы планируете работать. Изучая принципы разных игр, начиная с простейшей «приколи хвост ослику» и заканчивая сагой игр *Panzer Dragoon*, вы обретете полезный запас знаний, который поможет вам в создании собственных новых игр.

- **Изобразительное искусство.** Ваши игры будут наполнены графическими элементами. Чтобы игра стала такой, как вы хотите, вы должны свободно говорить на языке графического дизайна и знать, как его использовать.

- **История.** Действие многих игр происходит в прошлом. Даже создавая выдуманные миры, вы можете найти немало вдохновения в истории.

- **Кинематограф.** Во многих играх бывают врезки видеороликов. Почти во всех современных видеоиграх присутствуют виртуальные камеры. Вам предстоит понять искусство кинематографа, если вы хотите подарить своим игрокам наиболее яркие и насыщенные впечатления.

- **Коммуникация.** Вам предстоит общаться со специалистами во всех перечисленных здесь сферах и даже больше. Вам нужно будет улаживать конфликты, решать проблемы с непониманием и учиться распознавать, что на самом деле ваша команда, ваши игроки и ваши заказчики думают о вашей игре.

- **Креативность.** Вы будете создавать целые выдуманные миры, придумывать, кто будет жить в этих мирах, и решать, какие события будут там происходить.

- **Математика.** Игры насыщены математикой: расчет вероятностей, анализ рисков, сложные системы учета очков. Не говоря уже о той математике, что стоит за компьютерной графикой и программированием. Опытный дизайнер не должен бояться время от времени углубляться в математику.

- **Менеджмент.** При командной работе в процессе достижения поставленной цели всегда должен присутствовать некий менеджмент. Хорошие геймдизайнеры могут добиться

успеха даже при плохом менеджменте, тайно «управляя всем изнутри», доводя начатое до конца.

- **Мозговой штурм.** Вам нужно будет генерировать новые идеи десятками, да что там десятками – сотнями.

- **Музыка.** Это язык души. Если вы хотите, чтобы ваша игра действительно трогала людей, погружала и растворяла в своем гейм-плее, знайте: этого невозможно добиться без музыки.

- **Ораторское искусство.** Вы будете часто представлять свои идеи перед группой людей. Иногда будете говорить с целью получения обратной связи, иногда – чтобы убедить людей в гениальности своей новой идеи. Но какой бы ни была причина, вы должны держаться естественно, говорить уверенно, четко и интересно, иначе у слушателей возникнет впечатление, что вы не понимаете, о чем говорите.

- **Психология.** Ваша цель – сделать человека счастливым. Вы должны понимать, как работает мозг человека, если не хотите работать вслепую.

- **Техническое письмо.** Вы должны писать документы, которые понятно описывают сложные моменты дизайна, не оставляя никаких пробелов и не упуская ничего важного.

- **Технологии.** В современных видеоиграх используются одни из самых сложных на сегодняшний день технологий, а количество строчек кода порой измеряется миллионами. Технологические инновации открывают новые возможности для гейм-плея. Дизайнеры-инноваторы должны понимать как возможности, так и ограничения технологий.

- **Экономика.** Во многих современных видеоиграх можно встретить сложные экономические отношения. Понимание правил экономики может стать весьма полезным навыком.

Их, конечно, намного больше. Пугает, правда? Как вообще кто-то может разбираться во всем сразу? Правда заключается в том, что никто и не может. Но чем с большими объемами вы будете работать, пусть даже не идеально, тем искуснее вы станете, ведь рост происходит именно тогда, когда мы выходим за рамки привычных возможностей. Это еще одна причина, по которой геймдизайнеры должны быть уверенными и бесстрашными. Но есть один, ключевой навык.

Самый важный навык

Среди всех навыков один является наиболее важным, но для большинства он звучит так странно, что я даже не стал упоминать его в списке выше.

Многие люди считают, что самым важным навыком является «креативность», но я, пожалуй, назову его вторым по важности. Кто-то говорит, что это «критическое мышление» или «логика», поскольку геймдизайн строится на принятии решений. Эти навыки действительно очень важны, но их никак нельзя назвать самыми важными.

Некоторые ставят во главу угла навыки общения, и это уже ближе к правильному ответу. Слово «общение» за последние несколько столетий утратило свой первоначальный смысл. Когда-то оно означало обмен идеями, но сейчас превратилось в синоним для слова «разговаривать». Умение говорить – это, определенно, важный навык, но хорошее общение и хороший геймдизайн основываются на чем-то намного более важном и фундаментальном: **умении слушать**.

Самый важный навык для геймдизайнера – это умение слушать.

Геймдизайнер должен слушать множество вещей. Их можно разделить на пять основных категорий: **команда, аудитория, игра, заказчик и он сам**. Большинство страниц в этой книге будут посвящены тому, как освоить эти пять видов слушания.

Это может звучать абсурдно. Разве умение слушать является навыком? У нас нет никаких «слуховых устройств». Что нам вообще может дать это умение?

Но, говоря «слушать», я не имею в виду только лишь слух как таковой. Нужно слушать более глубоко и вдумчиво. Например, вы на работе, и вы встретили своего друга Фреда. «Привет, Фред! Как дела?» – скажете вы. Фред насупился, опустил глаза и, неуверенно переступая с ноги на ногу, как будто пытаясь найти нужные слова, не глядя вам в глаза, тихо ответил: «Все вроде нормально». А затем он берет себя в руки, делает глубокий вдох и, смотря вам прямо в глаза, говорит чуть громче и увереннее, но все еще неубедительно: «Да все нормально. А ты как?»

Итак, как дела у Фреда? Он сказал: «Все нормально». Замечательно. У Фреда все нормально. Если «слушать поверхностно», можно сделать именно такой вывод. Но уделяя достаточно внимания языку тела Фреда, его мимике, тембру голоса и жестам, вы услышите что-то совершенно другое: «На самом деле, все не так хорошо. У меня есть серьезные проблемы, которые я бы хотел с тобой обсудить. Но я не сделаю этого, пока не увижу, что это тебя действительно интересует, потому что это в некотором смысле мое личное дело. Но если у тебя нет желания углубляться в мои проблемы, я не буду тебя ими беспокоить и притворюсь, что у меня все нормально».

Все это было в двух словах Фреда – «Все нормально». Если вы внимательно слушали то, что он говорит, вы это услышали: четко и понятно, как будто он сказал это вслух. Именно так должен слушать геймдизайнер, принимая каждое свое решение.

Когда вы слушаете вдумчиво, вы все замечаете и постоянно задаете себе вопросы. «Это правильно?», «Почему это происходит именно так?», «Это то, что она на самом деле чувствует?», «Теперь, когда я это знаю, что это означает?»

Пять видов слушания

Поскольку геймдизайн состоит из многих взаимосвязанных процессов, на протяжении всей книги мы будем раз за разом возвращаться к пяти видам слушания и изучать их взаимосвязь.

Вам нужно будет слушать свою **команду** (главы 25 и 26), поскольку вы будете создавать свою игру и принимать все ключевые решения по дизайну вместе с ними. Помните тот большой список навыков? Вместе ваша команда может обладать всеми. Если вы умеете внимательно слушать свою команду и по-настоящему общаться с ней, вы будете работать как единое целое, как будто вы все обладаете общими навыками.

Вам нужно будет слушать свою целевую **аудиторию** (главы 9, 11, 23, 24 и 32), потому что это те люди, которые будут играть в вашу игру. Ведь если ваша игра не делает их счастливыми, вы проиграли. И единственный способ узнать, что делает их счастливыми, – слушать их очень внимательно и понимать их желания даже лучше, чем они сами.

Вам нужно будет слушать свою **игру** (большая часть глав этой книги). Что это вообще означает? Это значит, что вам нужно будет знать свою игру вдоль и поперек. Как механик, который, просто послушав шум мотора, может сказать, что не так с машиной, вы сможете сказать, что не так с вашей игрой, просто «послушав», как она работает.

Вам нужно будет слушать своего **заказчика** (главы 29–31). Заказчик – это тот, кто платит вам за создание игры, и если вы не можете дать ему то, что ему нужно, он найдет того, кто сможет. Только внимательно слушая своего заказчика, вы сможете понять, чего он действительно хочет где-то глубоко в душе.

И, наконец, вам нужно будет слушать **себя** (главы 1, 7 и 34). Это звучит просто, но для многих именно это оказывается самым сложным. Однако это станет одним из ваших самых мощных инструментов, секретом вашей невероятной креативности, если вы его освоите.

Тайна одаренных

После всех этих умных разговоров ваша уверенность, должно быть, угасла. Вы, наверное, пришли к выводу, что геймдизайн – это не ваше. И уж наверняка вы успели подумать, что у опытных геймдизайнеров, видимо, есть какой-то особый талант: им все дается легко и естественно. Но вы любите игры, и теперь вам интересно: достаточно ли у вас таланта для того, чтобы стать успешным геймдизайнером. Так вот, раскрою вам один маленький секрет по поводу талантов. Есть два вида талантов. Первый – врожденный талант к определенному навыку. Это второстепенный талант. Если вы обладаете таким талантом, то легко освоите геймдизайн, математику или игру на фортепиано. Вы можете делать это, почти не думая. Но вы не обязательно будете получать от этого удовольствие. Есть миллионы людей, обладающих второстепенными талантами всех видов, но, несмотря на это, они никогда не добиваются ничего значительного, а вызвано это недостатком основного таланта.

Основной талант – это любовь к своей работе. Звучит противоречиво. Как любовь к использованию навыка может быть важнее самого навыка? На это есть очень простая причина: если у вас есть основной талант – любовь к созданию игр, – вы будете создавать игры, используя те навыки, которые у вас есть, пусть даже они пока не очень хороши. И вы будете продолжать делать это. А ваша любовь к работе будет освещать все вокруг, наполняя эту работу неопишымым свечением, которое появляется только тогда, когда вы действительно ее любите. И с опытом ваши навыки геймдизайна, подобно мышцам, будут расти и становиться все сильнее и в итоге станут такими же или даже лучше, чем навыки того, кто обладает лишь второстепенным талантом. И люди скажут: «Да уж. Вот это действительно талантливый геймдизайнер». Они, конечно, будут думать, что вы обладаете второстепенным талантом, но вы точно будете знать: настоящим источником ваших способностей является ваш основной талант – любовь к работе.

Возможно, вы не уверены в том, что у вас есть основной талант. Не можете сказать наверняка, что действительно любите геймдизайн. Я встречал много студентов, которые начинали делать игры, просто чтобы посмотреть, что это такое, и лишь потом понимали, что им действительно нравится этим заниматься. Были и студенты, уверенные в том, что геймдизайн является их предназначением в жизни. Некоторые из них даже обладали второстепенным талантом. Но, лучше узнав геймдизайн, они понимали, что это не для них.

Есть только один способ узнать, обладаете ли вы основным талантом. Начните собственный путь и посмотрите, приносит ли это удовольствие.

Итак, повторите ваши волшебные слова и отправляйтесь в путь!

Я – геймдизайнер.

Я – геймдизайнер.

Я – геймдизайнер.

Я – геймдизайнер.

Дополнительное чтение

*John U. Bacon; Lyn Heward: **Cirque du Soleil: The Spark – Igniting the Creative Fire and Lives within Us All.** Отличная маленькая книга о поиске своего пути.*

*Branda Brathwaite; Ian Schreiber: **Callenges for Game Designers.** Огромное количество упражнений для тех, кто хочет потренировать свои геймдизайнерские навыки.*

Глава 2

Дизайнер создает опыт

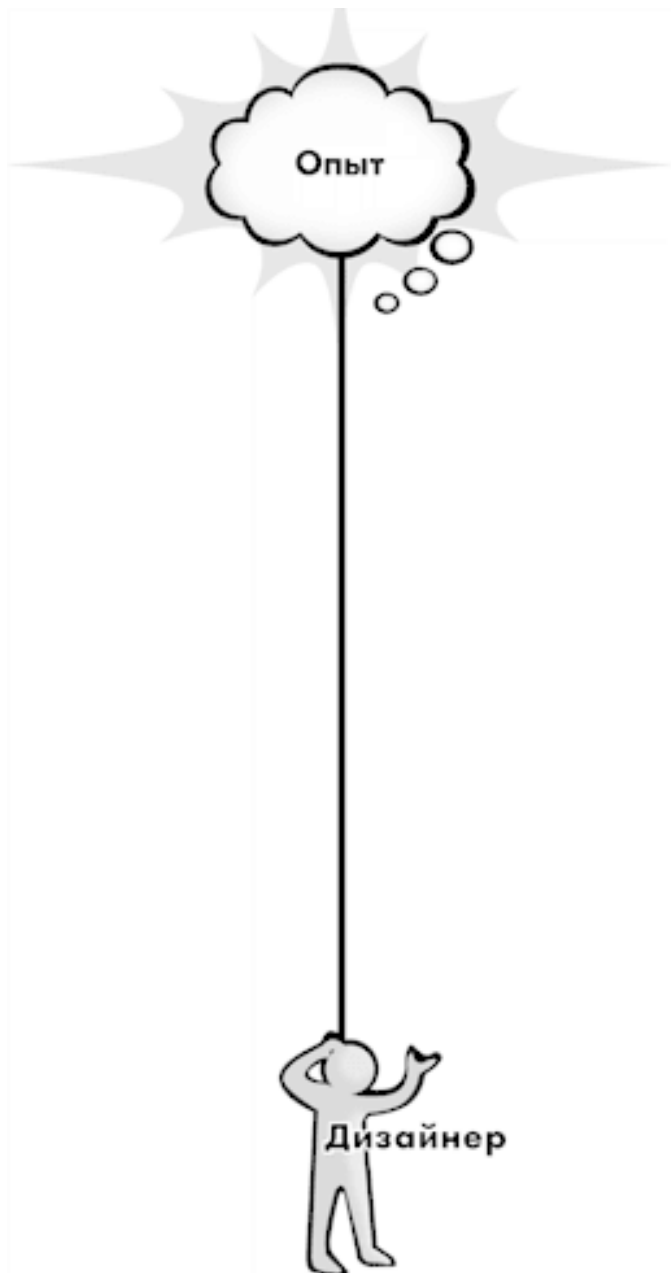


РИСУНОК
2.1

Я уже знаю концовку,
это часть, от которой у вас взорвется голова,
я не знаю, от чего именно ваша голова взорвется,
но именно так закончится фильм.

They Might Be Giants («Возможно, они великаны»). Экспериментальный фильм

Из бесчисленных эффектов или впечатлений, способных воздействовать на сердце, интеллект или (говоря более общо) душу, что именно выберу я в данном случае?

Эдгар Аллан По. *Философия творчества* (в переводе Р. Рогова)

В предыдущей главе мы решили, что все начинается с геймдизайнера и что тот, в свою очередь, должен обладать определенными навыками. Теперь пришло время поговорить о том, для чего геймдизайнер использует эти навыки. Иными словами, нужно спросить: «Что является целью геймдизайнера?» С первого взгляда ответ кажется очевидным: цель геймдизайнера – делать игры.

Но это неправильный ответ.

В конечном счете, геймдизайнер не интересуется самой игрой. Игры – это просто средство для достижения конечной цели. Кусочки пластика и картонки или кучи байтов. Игры ничего не стоят, если люди в них не играют. Почему так? Что за волшебство происходит, когда в игры кто-то играет?

Когда люди играют в игры, они получают опыт. Именно опыт является тем, что интересует дизайнера. Без опыта ценность игры равняется нулю.

Предупреждаю, что сейчас мы входим на территорию, о которой очень трудно говорить. Не потому что она незнакомая – на самом деле, очень даже наоборот. О ней трудно говорить, потому что она *слишком* знакомая. Все, что мы когда-либо видели (посмотрите на этот закат!), делали (вы когда-либо управляли самолетом?), думали (почему небо голубое?) или чувствовали (этот снег такой холодный), стало нашим опытом. По определению, мы не можем *испытать* то, что не является опытом. Опыт – это настолько большая часть нас, что о нем даже думать трудно (даже думать об опыте – это опыт). Несмотря на то что мы хорошо знакомы с понятием опыта, нам крайне трудно его описать. Мы не можем увидеть его, потрогать или поддержать – мы даже не можем им поделиться. Два разных человека не могут получить одинаковый опыт от одной и той же вещи – опыт каждого человека уникален.

И это парадокс опыта. С одной стороны, он туманный и непонятный, а с другой – хорошо известный каждому. И каким бы сложным он ни был, его создание – *это то, что на самом деле интересует геймдизайнера*. Мы не можем прятаться от него, прикрываясь конкретностью материальных игр. Мы должны использовать все доступные нам способы, чтобы понять и освоить природу человеческого опыта.

Игра – это не опыт

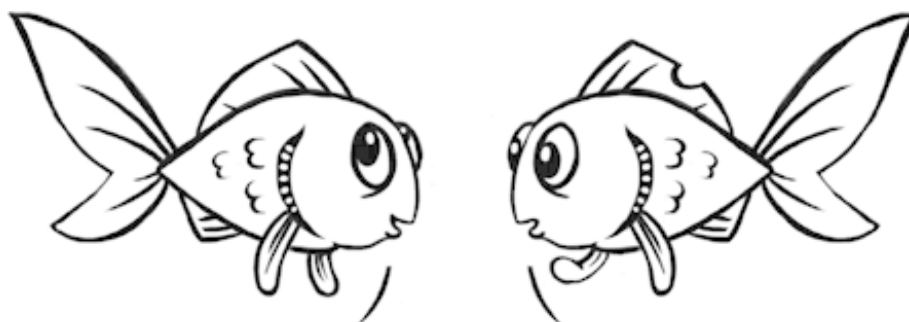


РИСУНОК
2.2

— Отличная сегодня водичка!

— Какая такая водичка?

Мы должны разобраться с этим моментом до того, как идти дальше. Игра – это не опыт. Игра делает опыт возможным, но она *не является опытом*. Некоторым людям трудно понять этот концепт. Древний буддистский вопрос гласит: «Если в лесу упадет дерево, но никто этого не услышит, оно издаст звук?» Этот вопрос повторялся так часто, что уже кажется избитым, но это именно то, о чем мы говорим. Если мы определяем «звук» как колебание молекул воздуха, то тогда да, дерево издало звук. Если мы определяем звук как опыт, который получает человек, услышав звук, тогда ответ «нет» – дерево не издает звуков, когда в лесу никого нет. Как геймдизайнеров нас не интересуют деревья и то, как они падают, – нас интересует только опыт, который получил человек, услышав это. Дерево – это просто способ достижения цели. И если в лесу нет никого, чтобы слышать звук его падения, что ж, нам это неинтересно.

Геймдизайнера интересует только то, что *якобы* существует. Игрок и игра существуют на самом деле. Опыт – это воображаемая вещь, но геймдизайнеров оценивают исходя из качества этой воображаемой вещи, ведь именно она является причиной, по которой люди играют в игры.

Если бы мы могли посредством какого-то высокотехнологичного волшебства передавать людям опыт прямо, не прибегая к помощи посредников – никаких игровых досок, никаких компьютеров и никаких экранов, – мы бы это делали. В известном смысле это мечта об «искусственной реальности» – найти способ создания опыта, не ограниченного возможностями медиа, которые доставляют этот опыт. Это красивая мечта, но все-таки мечта. Мы не можем прямо передавать опыт. Возможно, в отдаленном будущем появятся технологии, которые сейчас тяжело вообразить, и это станет возможным. Время покажет. Сегодня мы живем в настоящем, где наши возможности ограничиваются созданием артефактов (своды правил, игровые доски, компьютерные программы), позволяющих получать опыт при взаимодействии с ними.

И именно это делает геймдизайн таким сложным. Это как строить корабль в бутылке – мы находимся далеко от того, что пытаемся создать. Мы создаем артефакт, с которым взаимодействует игрок, и, скрестив пальцы, надеемся на то, что опыт, полученный от этого взаимодействия, доставит ему удовольствие. Мы даже не можем увидеть результат своей работы, поскольку опытом, в конечном счете, нельзя поделиться.

Поэтому умение внимательно слушать так необходимо геймдизайнеру.

Опыт уникален для каждой игры?

Вы можете спросить, что такого особенного в играх по сравнению с другими видами опыта, также требующими от нас проявления наших эмоций. И действительно, с одной стороны, в этом отношении в играх нет ничего особенного. Дизайнеры всех видов развлекательного опыта – книг, фильмов, пьес, музыки и т. д. – имеют дело с одним и тем же вопросом: как создать что-то, способное генерировать определенный вид опыта при взаимодействии с человеком?

Но пропасть между артефактом и опытом в геймдизайне более очевидная, чем в случае с другими видами развлекательного опыта. Геймдизайнер имеет дело с гораздо большим количеством взаимодействий, чем дизайнеры более линейных видов опыта. Автор книги или сценарист создают линейный опыт. Можно проследить четкую связь между тем, что они создают, и тем, что испытывает читатель. Для геймдизайнера все не так просто. Мы предоставляем игроку широкие возможности продвижения, он сам выбирает последовательность событий. А некоторые из этих событий мы даже добавляем в случайном порядке! В этих условиях очень сложно предсказать, какой именно опыт возникнет в голове у игрока.

Зачем же мы это делаем? Что такого особенного в игровом опыте, что мы готовы отказаться от роскоши контроля, которым так дорожат создатели линейного развлекательного опыта? Может, мы просто мазохисты и любим трудности? Нет. Мы делаем это ради опыта, который создается в процессе. Есть разные ощущения: ощущение выбора, ощущение свободы, ощущение ответственности, ощущение завершенности, ощущение дружбы и многие другие ощущения, которые могут дать только «игровые» виды опыта. Именно поэтому мы проходим через все эти муки – ради создания тех видов опыта, что невозможно получить иными способами.

Три практических подхода к погоне за радугой

Здесь нет никаких правил! Мы пытаемся достичь чего-то!

Томас Эдисон

Итак, мы решили, что должны делать, – создавать игры, которые будут каким-то образом генерировать у игроков увлекательный и запоминающийся опыт. Для этого нужно решить очень трудную задачу: раскрыть тайны человеческого мозга и человеческой души. Ни у одной области исследований так и не получилось создать подробную карту этой территории, но в некоторых из них ученым удалось составить план ее частей. Особых достижений достигли в трех областях: психология, антропология и дизайн. Психологи разбираются в механизмах, которые делают человека таким, каким он есть, антропологи пытаются понять людей на общечеловеческом уровне, а дизайнеры просто хотят сделать людей счастливыми. Мы будем использовать подходы, взятые из всех трех областей, поэтому предлагаю поближе ознакомиться с возможностями каждой из них.

Психология

Кто сумеет рассказать нам о природе человеческого опыта лучше, чем психологи – ученые, которые изучают механизмы, управляющие нашим разумом? Они действительно сделали несколько важных открытий в области изучения человеческого мозга, некоторые из них могут быть весьма полезными для нас, и я обязательно расскажу о них в этой книге. Вы можете подумать, что на этом наш с вами путь к изучению человеческого опыта и закончится: у психологов должны быть ответы на все интересующие нас вопросы. Но, к сожалению, это не так. А все потому, что психологи – это ученые, обязанные ориентироваться в своей работе на реальные и научно доказанные факты. Ранее, в двадцатом веке, в психологической науке произошел раскол. С одной стороны, были бихевиористы, которые фокусировались лишь на том поведении, что поддавалось измерению, они использовали подход «черного ящика» в изучении мозга. Их основным инструментом были объективные, контролируемые эксперименты. С другой стороны, феноменологи, изучавшие то, что больше всего интересует геймдизайнеров, – природу человеческого опыта и «чувство происходящего». Их главным инструментом был самоанализ – исследование опыта в тот самый момент, когда он происходит.

К сожалению для нас, бихевиористы победили, и вполне заслуженно. Фокусировка бихевиористов на объективных повторяющихся экспериментах имела большую научную ценность. Один бихевиорист может провести эксперимент, написать по нему работу, и другие бихевиористы могут повторить этот эксперимент при идентичных условиях, почти со стопроцентной уверенностью получив такой же результат. Феноменологический же подход является полностью субъективным. Опыт нельзя измерить – его можно только описать, к тому же описать неидеально. Как можно быть уверенным в том, что вы контролируете условия эксперимента, если опыт происходит у вас в голове? Каким бы увлекательным и полезным ни казалось нам изучение наших собственных мыслей, научная ценность этого процесса находится под большим вопросом. В результате, несмотря на весь прогресс, которого сумели достичь современные психологи, они старательно избегают того, что интересует нас больше всего, – природы человеческого опыта.

И хотя психология не может ответить на все интересующие нас вопросы, у нее есть кое-что весьма полезное, в чем мы обязательно убедимся. Более того, некоторые психологические подходы могут быть очень эффективными в нашем деле. Не ограниченные строгими обязательствами перед наукой, геймдизайнеры могут использовать как бихевиористские, так и феноме-

нологические эксперименты, черпая из них все необходимые знания. Нас как геймдизайнеров интересует не то, что является *единственной правдой* в мире объективной реальности, а скорее, то, что *кажется правдой* в мире субъективного опыта.

Но, может быть, существует и другой научный подход, который лежит где-то между крайностями бихевиоризма и феноменологии?

Антропология

Антропология – самая гуманитарная из наук и самая научная из гуманитарных.

Альфред Л. Крёбер

Антропология – еще одна важная научная дисциплина о людях и о том, что они думают и делают. В отличие от психологии, она использует более комплексный подход, рассматривая все аспекты человеческой жизни, включая физический, умственный и культурный. Значительную ее часть занимает изучение общих и отличительных черт разных народов, как на современном этапе, так и на протяжении всей истории развития человечества.

Особый интерес для геймдизайнеров представляет подход культурной антропологии, изучающий жизнь человека в его естественной среде. Ученые, занимающиеся культурной антропологией, работают в «полевых условиях»: живут вместе с предметами своего изучения, пытаясь полностью погрузиться в их мир. Их цель – объективное наблюдение за культурой и бытом, но в то же время они занимаются самоанализом, изо всех сил пытаясь поставить себя на место изучаемых людей и понять, каково это – быть ими.

От антропологов мы можем получить огромное количество необходимой нам информации о природе человека, но еще важнее то, что, применяя подходы культурной антропологии к нашим игрокам – опрашивая их, узнавая о них все, что только возможно, и ставя себя на их место, – мы получаем такое понимание игры, которого невозможно было бы достичь более объективными средствами.

Дизайн

Третья дисциплина, в рамках которой прошли важные исследования человеческого опыта, – это, как ни удивительно, дизайн. Мы можем узнать что-то полезное практически у каждого дизайнера: музыканта, архитектора, писателя, кинематографиста, промышленного дизайнера, веб-дизайнера, хореографа, дизайнера визуальных эффектов и многих других. Все эти сферы дают нам бесконечное разнообразие «практических правил» в дизайне, которые прекрасно справляются с задачей описания полезных принципов человеческого опыта. К сожалению, зачастую эти принципы очень трудно использовать. В отличие от ученых, дизайнеры редко публикуют работы со своими открытиями. Специалисты в одних сферах дизайна имеют весьма ограниченные знания в других сферах. Музыкант может многое знать о ритме, но вряд ли он расскажет о том, как принципы ритма применяются не в музыке, например в книгах или в театре, несмотря на то что ритм действительно можно использовать в этих сферах. Итак, чтобы использовать принципы из разных областей дизайна, нам придется очень внимательно слушать. У любого, кто создает какой-либо вид опыта, нам есть чему поучиться. Наша задача – не бояться неизвестного и смело использовать правила и примеры из самых разных областей.

В идеале мы должны найти способ объединить различные принципы дизайна друг с другом, используя их общую психологическую и антропологическую основу, поскольку, в конечном счете, все принципы геймдизайна начинаются именно в этих плоскостях. Именно этим мы и постараемся заняться в этой книге. Возможно, в будущем найдут способ объединить

принципы всех этих трех областей под одним знаменателем. Сейчас же вполне достаточно построить несколько мостов тут и там, и даже это будет непросто из-за малого количества точек соприкосновения этих областей. Позже вы поймете, насколько полезными для вас окажутся эти мосты! Задача, которая стоит перед нами – перед геймдизайнерами, – настолько сложная, что мы не можем позволить себе проявлять снобизм относительно того, откуда мы черпаем свои знания. Ни один из подходов не решит все наши проблемы, нам придется смешивать их и подбирать, как мы делаем с инструментами, находя наиболее подходящие для конкретного случая. Мы должны быть практичными и открытыми для всего нового: хорошие идеи приходят отовсюду, но для нас они будут полезными только в том случае, если они повышают качество создаваемого нами опыта.

Самоанализ: преимущества, риски и применение

Преданный делу ученый, не колеблясь, экспериментирует на себе.

Фентон Клейпул

Мы уже поговорили о том, где можно найти полезные инструменты для освоения человеческого опыта. Теперь давайте сосредоточимся на одном из этих инструментов – самоанализе, используемом во всех трех дисциплинах. На вид это довольно простой акт изучения собственных мыслей и чувств, то есть собственного опыта. Вам не дано знать, каким был опыт другого человека, но вы точно знаете, каким был ваш собственный. По сути, это единственное, что вы можете знать. Слушая самого себя, наблюдая, оценивая и описывая собственный опыт, вы можете дать быструю и уверенную оценку тому, что работает, а что не работает в вашей игре и почему все происходит именно так.

«Но, подождите, – скажете вы. – Действительно ли самоанализ – такая хорошая идея? Если ученые его не используют, чем он может помочь мне?» И это резонный вопрос. Есть два основных риска, сопряженных с использованием самоанализа.

Риск 1: Самоанализ может привести к искаженному восприятию реальности

Это основная причина, по которой ученые не рассматривают самоанализ в качестве собственного метода для исследований. Многие псевдоученые выдвигали сумасшедшие теории, основанные преимущественно на самоанализе. То, что кажется правдой при нашем личном рассмотрении, не обязательно является правдой в реальности. Например, Сократ в свое время отметил забавную особенность восприятия новой информации. Когда мы приступаем к изучению чего-то нового, нам нередко кажется, что мы уже знаем предмет изучения досконально и лишь вспоминаем когда-то изученное, но забытое. Это очень интересное наблюдение, и многие люди могут подтвердить, что испытывали подобные чувства во время изучения чего-либо. Но Сократ пошел слишком далеко и сформировал неоднозначный вывод: если учеба кажется нам попытками вспомнить однажды изученное и забытое, значит, мы являемся реинкарнированными душами и просто вспоминаем изученное в прошлых жизнях.

Это проблема с вынесением суждений о реальности, основанных на самоанализе. Если что-то кажется правдой, это не обязательно является правдой. Очень часто люди сами загоняют себя в ловушку, используя «железную» логику в попытках прикрыть то, что кажется им правдой. Ученые стараются избегать этой ловушки. Конечно, у самоанализа есть свое место в науке – он позволяет исследовать проблему с иной точки зрения, недоступной для простой логики. Хорошие ученые всегда используют самоанализ, но не выносят научных суждений на его основе.

К счастью для нас, геймдизайн – это не наука! И хотя «объективная правда о реальности» небезынтересна нам, гораздо больше нас интересует то, что «кажется правдой». У Аристотеля есть другой классический пример, который отлично иллюстрирует вышесказанное. Он написал ряд работ на самые разные темы, включая логику, физику, естествознание и философию. Он известен глубиной своего самоанализа, и в его работах можно найти кое-что весьма интересное. Но его идеи по истории и естествознанию подвергаются сегодня большим сомнениям. Почему? Потому что он уделял слишком много внимания тому, что ему казалось правдой, практически полностью игнорируя возможность проведения научных экспериментов. Его самоанализ приводил к самым разным ошибочным выводам.

Вот некоторые из них.

- Тяжелые предметы падают быстрее, чем легкие.

- Сердце – основа сознания.
- Жизнь появилась вследствие самопроизвольного зарождения.

Так почему же мы помним о нем как о гении, а не как о сумасшедшем? Потому что другие его работы по метафизике, драме, этике и сознанию до сих пор считаются полезными. Большинство его выводов, сделанных на основе глубокого самоанализа, все еще актуальны в тех областях, где кажущееся правдой важнее того, что действительно является правдой.

Мораль здесь довольно проста: когда мы сердцем и мозгом пытаемся понять опыт и то, на что похожи вещи вокруг, самоанализ – это невероятно мощный и надежный инструмент. Как геймдизайнерам нам не стоит слишком сильно волноваться о первом риске. Нас больше интересует то, что кажется правдой, а не то, что на самом деле является ею. Делая выводы о качестве создаваемого опыта, мы зачастую можем безоговорочно доверять своим чувствам и инстинктам.

Риск 2: То, что является правдой для моего опыта, может быть неправдой для других

Ко второй опасности, связанной с самоанализом, нужно отнестись серьезно. Первый риск оказался нам не страшен, ведь мы дизайнеры, а не ученые. Но от второго так легко не избавиться. Этот риск – опасность субъективности, ловушка, в которую попадают многие дизайнеры: «мне нравится эта игра, следовательно, она хороша». Иногда это действительно так. Но случается и иначе, если вкусы аудитории отличаются от ваших собственных. В такие моменты некоторые дизайнеры впадают в крайности, демонстрируя диаметрально противоположные точки зрения: от «я буду делать игры только для таких людей, как я, – только так я могу быть уверенным, что игра получилась хорошей» до «самоанализу и субъективному мнению доверять нельзя. Доверять можно только плейтестам». Это «безопасные» позиции, но каждая из них таит в себе определенные проблемы и ограничения.

Подходу **«Я делаю игры только для таких, как я»** свойственны следующие проблемы.

- Геймдизайнеры часто обладают специфическим вкусом. Возможно, в мире не так много людей, похожих на вас. Стоит ли вкладываться в игру с малой целевой аудиторией?
- Создание игры – работа командная. Будет непросто приходить к общему мнению, если члены вашей команды будут иметь вкусовые предпочтения, отличные от ваших.
- Существует множество игр и аудиторий, которые окажутся вне зоны вашей досягаемости.

Подходу **«Личному мнению доверять нельзя»** свойственны следующие проблемы.

- Нельзя полагаться на плейтесты во всех решениях, особенно на ранних стадиях разработки, когда еще и тестировать нечего. В этом случае кто-то должен высказать личное мнение по поводу того, что хорошо, а что плохо.
- Иногда нужно увидеть игру полностью завершенной, чтобы оценить ее по достоинству. Плейтесты же могут забраковать необычные идеи еще до того, как игра будет закончена. Не доверяя своим чувствам, полагаясь лишь на советы своих плейтестеров, вы можете отказаться от «гадкого утенка», который впоследствии мог бы превратиться в прекрасного лебедя.
- Плейтесты можно проводить лишь время от времени. Важные решения по дизайну нужно принимать ежедневно.

Но в ваших силах избежать обоих рисков, не вдаваясь при этом в крайности. Для этого вам нужно научиться правильно слушать. Самоанализ в геймдизайне – это слушать не только самого себя, но и других. Наблюдая за собственным опытом, а затем и за опытом других, пытаясь поставить себя на их место, вы начинаете видеть, как ваш опыт отличается от опыта других людей. Как только перед вами возникнет четкая картинка этих отличий, вы сможете, словно антрополог, поставить себя на место своей целевой аудитории и предсказывать то, какой вид

опыта сможет доставить удовольствие, а какой – нет. Это тонкое искусство, требующее практики: со временем вы научитесь мастерски использовать его.

Описывайте свои ощущения

Работать в невидимом мире так же сложно, как и в видимом.

Руми

Понимать собственные чувства не так уж просто. Дизайнеру недостаточно иметь обобщенное чувство «нравится – не нравится», он должен понимать причины этих чувств и уметь четко формулировать их. У моего друга из колледжа были большие проблемы с этим. Мы часто сводили с ума друг друга разговорами вроде этого.

Я: Что ты ел сегодня в столовой?

Он: Пиццу. Она была плохой.

Я: Плохой? Что с ней было не так?

Он: Она была просто... плохой.

Я: Ты хочешь сказать, она была слишком холодной? Слишком твердой? Сырой? Слишком много соуса? Недостаточно соуса? Слишком много сыра? Что с ней было не так?

Он: Я не знаю – она просто была плохой!

Он просто не мог четко описать свой опыт. Он знал, что пицца ему не нравилась, но не мог (или не хотел) проанализировать свой опыт глубже и поэтому был неспособен дать полезные советы по улучшению качества пиццы. Но именно это описание опыта и является основной целью вашего самоанализа – это то, что дизайнер обязан уметь. Играя в игру, вы должны анализировать возникающие чувства и мысли, а также грамотно формулировать результаты проведенного самоанализа. Вы должны выражать абстрактные ощущения конкретными словами. Конкретика поможет вам донести до других людей особенности того опыта, которым вы хотели бы наделить свою игру. Такой анализ будет нелишним не только при создании своих игр, но и при игре в чужие: на самом деле, вам необходимо анализировать любой опыт, с которым вы сталкиваетесь. Чем больше вы анализируете собственный опыт, тем четче представляете себе опыт, создаваемый вашей игрой.

Для описания того, что мы чувствуем, существует специальное слово: эмоции. Наш мозг часто отмечает эмоции как что-то незначительное, но они являются основой запоминающегося опыта. Чтобы мы никогда не забывали о важности эмоций для геймдизайна, давайте превратим их в нашу первую призму.

Призма 1: Призма эмоций

Люди могут забывать, что вы им сказали, но они никогда не забудут, что вы заставили их почувствовать.

Майя Энджелу

Чтобы убедиться в том, что вы создаете правильные эмоции, спросите себя:

- Какие эмоции должны испытывать мои игроки? Почему?
- Какие эмоции игроки испытывают сейчас? Почему?
- Как я могу объединить эмоции, которые игроки испытывают сейчас, с теми, которые я хочу им дать?

Победить Гейзенберга

Но на этом трудности с использованием самоанализа не заканчиваются. Как можно наблюдать за собственным опытом, не нарушая его целостности, если акт наблюдения сам по себе тоже является опытом? Мы очень часто сталкиваемся с этой проблемой. Попробуйте понаблюдать за тем, что делают ваши пальцы при наборе текста на клавиатуре, и вы быстро заметите, что стали печатать медленнее и делать больше ошибок, если вообще не перестали печатать. Попробуйте понаблюдать за собой, когда вы наслаждаетесь фильмом или игрой, и вы заметите, что наслаждение куда-то исчезло. Некоторые называют это «аналитический паралич», другие связывают это явление с принципом неопределенности Гейзенберга – понятием из области квантовой механики. Этот принцип гласит, что за движением частиц нельзя наблюдать, не нарушая движения этих частиц. Точно так же нельзя увидеть природу опыта, не нарушив ее. Это, казалось бы, ставит крест на целесообразности использования самоанализа. Но, несмотря на сложность поставленной задачи, существуют довольно эффективные способы ее решения, нужна лишь практика. Большинство из нас не привыкли открыто обсуждать природу своих мыслительных процессов, поэтому кое-что из того, о чем мы будем говорить далее, может показаться вам странным.

Анализируйте воспоминания

В опыте хорошо то, что мы его запоминаем. Анализировать опыт в момент его получения очень сложно: аналитическая часть мозга уже задействована в самом опыте. Гораздо легче анализировать свои воспоминания об опыте. Наша память не идеальна, но анализ памяти – это лучше, чем ничего. Конечно, чем больше вы можете запомнить, тем лучше, поэтому предпочтительнее работать либо с яркими воспоминаниями о каком-то запоминающемся опыте (он также станет отличным источником вдохновения), либо со свежими воспоминаниями. Научившись контролировать свое сознание, вы сумеете погружаться в опыт (такой, как игра) не с намерением анализировать его непосредственно во время игры, а с целью последующего анализа воспоминаний об этом опыте, сразу после окончания игровой сессии. Одно только намерение позволит вам запомнить больше деталей опыта, не прерывая его. Но при этом нельзя забывать, что, анализируя опыт, мы не должны нарушать его целостность. Вот уж задача!

Две фазы

Метод, основанный на анализе воспоминаний, позволяет испытать один и тот же опыт дважды. Первый раз вы просто испытываете опыт, не анализируя его. Затем возвращаетесь и повторяете то же самое, в этот раз анализируя всё – можно даже прерываться и делать записи. В вашей голове остается нетронутый опыт, а второй раунд позволяет вам «пережить его снова» с возможностью сделать паузу и обдумать, что вы чувствуете и почему.

Взгляд украдкой

Возможно ли наблюдать за собственным опытом и не портить его? Возможно, но это требует практики. Это звучит странно, но вы можете «посмотреть украдкой» на опыт в момент его получения, особо не нарушая его целостности. Это похоже на попытки рассмотреть незнакомца в общественном месте. Быстро взгляните на него пару раз, и он даже не заметит, что за ним наблюдают. Но если смотреть слишком долго, вы привлечете его внимание, и он заметит

ваш пристальный взгляд. К счастью, вы можете узнать об опыте достаточно много посредством нескольких коротких «сознательных взглядов». Вам необходимо контролировать свое сознание, иначе ваш анализ будет сведен на нет. Если вы сумеете сделать такие сознательные взгляды своей привычкой и будете использовать их не задумываясь, прерывание опыта будет случаться все реже и реже. Многие люди замечают, что настоящей причиной прерывания потока мыслей и опыта является внутренний ментальный диалог. Когда вы задаете себе слишком много вопросов и тут же пытаетесь ответить на них, ваш опыт обречен. «Взгляд украдкой» больше похож на: «Достаточно интересно? Да». Затем вы сразу же перестаете анализировать и возвращаетесь к опыту до следующего «взгляда».

Тихое наблюдение

Конечно, в идеале вы хотели бы наблюдать за происходящим в тот самый момент, когда это происходит, и не какими-то беглыми взглядами, а посредством сознательного наблюдения. Смотреть на себя играющего со стороны так, словно вы отделились от своего тела, с тем исключением, что вы увидите гораздо больше, чем видит простой наблюдатель со стороны. Вы сможете слышать все свои мысли и чувствовать все свои ощущения. В таком состоянии у вас как будто появляется два мозга: один – подвижный, вовлеченный в опыт, а другой – пассивный, молчаливо наблюдающий за первым. Это может прозвучать очень странно, но такая ситуация вполне реальна. В это состояние очень тяжело войти, но все-таки это возможно. Это напоминает буддистские практики по самонаблюдению, в которых монахи посредством медитации наблюдают за собственным дыхательным циклом. Обычно мы дышим, не думая об этом, но при желании способны контролировать свое дыхание и, как следствие, – нарушать его. Однако, практикуясь, можно научиться наблюдению за своими естественными подсознательными дыхательными процессами, не нарушая их. Это требует практики, так же как и наблюдение за собственным опытом. Вы можете практиковаться повсюду: пока смотрите телевизор, работаете, играете или занимаетесь чем-то еще. Вы не сможете освоить эту технику моментально, но, тренируясь и экспериментируя, довольно быстро начнете понимать, что к чему. Вам потребуется очень много практики, но, если вы действительно хотите слышать самого себя и понимать природу человеческого опыта, вы не пожалеете ни об одной потраченной минуте.

Существенный опыт

Но как применить все эти разговоры об опыте и наблюдении в настоящих играх? Задумав игру, скажем, о войне в снежки, смогу ли я использовать мои воспоминания о реальной игре в снежки? Мне никак не повторить опыт реальной игры в снежки без реального снега и реальных друзей из реального мира – так в чем же смысл?

Смысл в том, что вы не обязаны идеально повторять реальный опыт, чтобы сделать хорошую игру. Все, что вам нужно, – передать суть этого опыта в вашей игре. Но что означает «суть опыта»? Каждый запоминающийся опыт имеет основные черты, которые определяют его и делают особенным. Возвращаясь к своим воспоминаниям об игре в снежки, вы сможете вспомнить множество деталей. Некоторые из них вы посчитаете существенными: «Было так много снега, что в школе отменили уроки», «Было очень холодно, но солнечно – небо было таким голубым», «Мы играли прямо на улице», «Снег очень хорошо лепился», «Повсюду были дети», «Мы построили эту огромную крепость», «Фред бросил снежок очень высоко – когда я посмотрел наверх, он упал прямо мне на голову!», «Мы не могли перестать смеяться». Также у этого опыта есть части, которые не покажутся вам существенными: «На мне были вельветовые брюки», «У меня в кармане были мятные конфеты», «Мужчина, который выгуливал собаку, смотрел на нас».

Как геймдизайнер, занятый созданием запоминающегося опыта, прежде всего вы должны выделить существенные элементы, действительно определяющие тот опыт, что вы стремитесь сделать частью своей игры. Тогда и у ваших игроков появится возможность испытать эти существенные элементы. Большая часть этой книги будет посвящена тому, как создавать игры, доносящие до игроков именно тот опыт, который вы хотите им передать. Возвращаясь к примеру с игрой в снежки: какими способами можно перенести опыт «там было так холодно» в игру? Если это видеоигра, обязательно используйте графику: персонажи могут выдыхать пар и дрожать от холода. Звуковые эффекты вроде свиста ветра тоже передадут ощущение холода. Возможно, в тот день, ставший вашим вдохновением, и не было ветра, но посредством звуковых эффектов можно передать суть и донести нужный опыт до игрока. Если холод в данном случае действительно важен, вы можете поддержать эффект при помощи правил игры: скажем, снежки получаются лучше, если на персонаже перчаток нет, но, когда персонажи замерзнут до определенной степени, им все-таки придется надеть перчатки. Разумеется, это не обязательное правило, это лишь один из способов донести до игроков опыт холода, который станет неотъемлемой частью вашей игры.

Некоторые люди считают этот подход странным – они говорят: «Просто делай игру, а потом уже смотри, какой опыт из нее получится!» И я считаю это отличным советом для тех, кто еще не знает, чего хочет от игры. Но если у вас уже есть четкое представление о том, какой опыт игроки должны увидеть вашу игру, вам необходимо задуматься о том, каким способом вы будете передавать игрокам существенные элементы опыта.

Призма 2: Призма существенного опыта

Для применения этой призмы думайте не об игре, а об опыте игрока.

Спросите себя:

- Какой опыт должны приобретать мои игроки?
- Что является существенным для этого опыта?
- Как моя игра может передать эту суть?

Если опыт, который вы задумали, сильно отличается от того, который вы в итоге создаете, в вашей игре нужно что-то менять: четко сформулируйте желаемый существенный опыт и найдите как можно больше способов привить этот опыт вашей игре.

Дизайн очень успешной бейсбольной игры для *Wii Sports* – отличный пример взгляда через Призму существенного опыта. Изначально дизайнеры намеревались сделать эту игру максимально похожей на настоящий бейсбол и даже добавили возможность взмахивать контроллером, словно битой. Но вскоре они поняли, что у них было недостаточно времени для воссоздания всех элементов бейсбола настолько точно, как они бы того хотели. И они сделали решительный шаг: сосредоточили все свое внимание на самой уникальной части игры – взмахах контроллером, – стараясь максимально точно передать игрокам эту составляющую бейсбольного опыта, самую существенную часть, по их мнению. Остальные детали (украсть базу, девять иннингов и т. д.) были признаны несущественными в воссоздании необходимого опыта.

Дизайнер Крис Клаг мастерски использовал Призму существенного опыта при создании ролевой игры «Джеймс Бонд 007» (*James Bond 007*). Крис был расстроен предыдущими ролевыми играми про секретных агентов, такими как *TSR's Top Secret*: все в итоге превращались в простую «войнушку» и не передавали захватывающей сути шпионской жизни. Для своей игры Клаг разработал механики, помогающие в полной мере ощутить себя героем фильма про Джеймса Бонда. И наиболее удачно это отразилось в так называемых «очках героя». В традиционных РПГ-играх, когда игроки делают что-то рискованное, например выпрыгивают из окна летящего вертолета, вероятность успеха этого поступка высчитывается при помощи броска кубиков. Но здесь мы сталкиваемся с проблемой баланса игры: если вероятность успеха в опасных моментах слишком мала, игрок предпочитает не рисковать, если же шанс велик, игроки ведут себя словно супергерои, совершая подвиги на каждом шагу. Клаг изменил эту механику, предоставив игрокам «очки героя», которые они могли использовать в рискованных ситуациях, изменяя значение кубиков на свое усмотрение. Поскольку запас этих очков на каждое приключение был ограничен, игрокам приходилось осторожно расходовать их. Но, когда игроки использовали эту возможность и внезапно решались на зрелищные поступки, это действительно отражало суть поступков Джеймса Бонда, каким мы привыкли видеть его в книгах и фильмах.

Многие дизайнеры игнорируют Призму существенного опыта. Они просто следуют своей интуиции, и та в некоторых случаях выводит их на нужный путь. Но полагаться лишь на удачу опасно. Способность отделять опыт от самой игры очень полезна: держа в голове четкую картинку опыта и осознавая, какими способами этот опыт достигается, вы будете понимать, какие элементы игры можно безопасно изменить для улучшения игры, а какие трогать нельзя. Конечная цель любого геймдизайнера – донести опыт. Если вы хорошо представляете себе идеальный желаемый опыт и его существенные элементы, вашему дизайну есть куда стремиться. В противном случае вы будете блуждать в темноте.

Все, что вы чувствуете, реально

Все эти разговоры об опыте подводят нас к одному весьма странному выводу. Единственная реальность, которую мы можем знать, – это реальность опыта. И мы знаем, что то, что мы испытываем, «не совсем реально». Мы пропускаем реальность через свои ощущения и через свой мозг. То, что мы испытываем, является в некоторой степени иллюзией – не совсем реальностью. Но эта иллюзия – единственное, что может быть реальным для нас, потому что она – это и есть мы. Это головная боль для философов, но прекрасная вещь для геймдизайнеров: мы-то с вами знаем, что опыт, создаваемый посредством наших игр, может казаться таким же реальным и таким же осмысленным (или даже более), как наш повседневный опыт.

Подробнее мы рассмотрим это в главе 10 «Разум игрока», а сейчас пришло время поговорить о том, где на самом деле приобретается опыт.

Глава 3

Опыт определяется местом действия

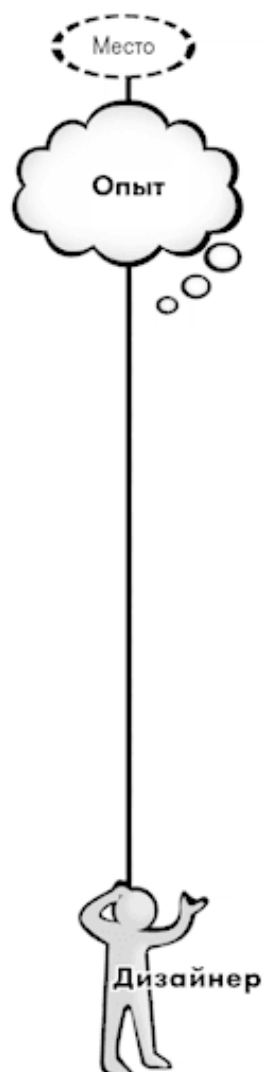


РИСУНОК
3.1

Зыбучие пески платформ

В современной дискуссии цифровых игр огромное место занимает вопрос *платформ*. Игроки и разработчики постоянно спорят о том, какая платформа лучше: ПК, консоль, телефон, планшет, браузер, портативная консоль и т. д. Так кто же побеждает? Самая прибыльная платформа? Платформа с самыми интересными играми? Или, может, та, у которой больше шансов не потерять актуальность через три года? В природе человека считать, что, если что-то успешно на данный момент, оно будет таковым всегда. Но дела обстоят иначе. Что-то остается, что-то уходит навсегда. Телевидение почти полностью вытеснило радио, но у него не получилось вытеснить кино. ПК-гейминг вытеснил игровые автоматы, а затем ПК-гейминг сменили консоли, но позже игры на ПК вновь стали популярными, а наиболее быстрорастущей платформой на сегодняшний день являются мобильные устройства. Вы думаете, все это случайно? Конечно, нет. Явление, заставляющее определенные технологии уходить из нашей жизни,

а затем возвращаться, старо как мир. Но мы постоянно наступаем на одни и те же грабли, концентрируясь на существующих технологиях (новых и привлекательных, но недолговечных), и забываем о том, что действительно важно: о местах, где мы используем эти технологии. Я называю их *местами действия*.

Потребуется небольшая смена парадигмы для того, чтобы взглянуть не на сами технологии, а на паттерны использования этих технологий в повседневной жизни, но это полезное упражнение, оно позволит нам взглянуть на прошлое, настоящее и будущее гейм-плея под совершенно новым углом. Я хотел бы поделиться с вами системой, которую я использую для определения мест действия с точки зрения их соотношения с гейм-плеем. Это не идеальная система – в ней есть как недочеты, так и перегибы, – но я часто обращался к ней, пытаюсь понять, какому месту и времени лучше всего соответствует определенный тип гейм-плея.

РИСУНОК
3.2



Приватные места действия

Гейм-плей часто требует уединенности. Для комфортного погружения в фантазийный мир видеоигры мы предпочитаем безопасные места, наедине с самими собой или в окружении близких людей. Неудивительно, что чаще всего мы играем в собственном доме.

Очаг

Одной из определяющих черт человека как вида является его отношение к огню. Пока мы не поняли, как использовать огонь, мы жили словно животные. Как только мы освоили и приручили огонь, он изменил нас: культурно, психологически и физически. Он дал нам свет, тепло и ощущение безопасности. Он позволил нам готовить еду, что способствовало упрощению человеческой пищеварительной системы и увеличению размера мозга. Поддержкой огня приходилось заниматься круглосуточно, люди сменяли друг друга на этом посту, и это значительно увеличило важность семьи и в целом социальной группы. Сегодня, когда открытый огонь уже стал пережитком прошлого, в некоторых домах все еще есть камин, потому что «поступать иначе кажется неправильным». У некоторых антропологов есть теория, согласно которой транс, в который мы погружаемся, глядя на огонь, – это поведение, развившееся вследствие эволюции. Подумайте сами: когда дело касается выживания, способность долго концентрироваться на огне, не отвлекаясь и не позволяя ему затухнуть, дает огромное преимущество.

В большинстве современных домов каминны заменили телевизоры. И эта замена кажется вполне уместной. Телевизоры почти такого же размера, они тоже излучают свет и мерцание, а членам семьи теперь не нужно развлекать друг друга разговорами, потому что этот «современный камин» может рассказывать истории сам.

Неудивительно, что многие выбирают для игр место у домашнего очага. Заметнее всего это проявляется у игроков, которым нравится развлекать других людей, либо играя вместе, либо делая процесс игры настолько веселым, что за ним становится интересно наблюдать. Nintendo Wii в этом плане стала идеальной игровой системой. Благодаря уникальному взаимодействию между реальным и виртуальным мирами в игре на Wii можно не только играть всей семьей, но и с немалым интересом наблюдать за игрой других. С этой точки зрения, Wii U стала настоящим разочарованием, поскольку была ориентирована на одиночную игру. В то время как игры про песни и танцы, такие как *SingStar* и *Dance Central*, идеально подошли для домашнего очага, ведь мы уже миллион лет танцуем и поем вокруг костра.

Когда появляются новые технологии, люди тут же начинают говорить о том, что понятие очага исчезнет. В прессе часто звучат мнения о «конце телевидения» и о «конце консолей». Но это верно лишь отчасти: постоянно меняются лишь способы, которыми мы танцуем, поем песни и наслаждаемся историями, очаг же всегда был с нами с момента зарождения человечества – и не стоит ожидать, что он исчезнет из нашей жизни в скором времени.

Рабочее место

В большинстве домов есть отдельное место, выделенное специально для работы. Будь то верстак в подвале, где вы занимаетесь работой по дереву и починкой сломанной техники, швейная машина, на которой вы шьете одежду, или письменный стол в тихом углу для выполнения домашних заданий, для всех этих вещей я использую один термин – «рабочее место». Обычно это уединенные и тихие места, нередко подверженные творческому беспорядку (поэтому гостей сюда не водят). Когда в наши дома пришли персональные компьютеры,

они быстро заняли свою часть «рабочего места»: и работа, и игры на компьютере требуют концентрации и уединения. Интересно отметить разницу между играми «за рабочим местом» и играми «у очага». *World of Warcraft* и другие многопользовательские игры, несмотря на их популярность, всегда оставались играми «рабочего места». Платформа *Steam* от компании Valve во многом обязана своим успехом тому факту, что ее конкуренты (Sony, Microsoft, Nintendo и Apple) сделали выбор в сторону других мест действия, оставив рабочее место *Steam*.

Игры «рабочего места» требуют от игрока высокого уровня навыков, постоянной концентрации и большого количества времени. В них редко играют вместе с членами семьи, предпочитая им онлайн-партнеров, с которыми можно разделить важность преодоления сложных игровых вызовов. Смею предположить, что, став более доступными, шлемы виртуальной реальности начнут свою экспансию с «рабочего места» в наших домах.

Уютный уголок для чтения

Чтение является относительно новым способом времяпрепровождения для человека, оно стало популярным только последние несколько тысяч лет, но уже можно говорить о том, что оно достаточно сильно укоренилось. Есть что-то поистине волшебное в ощущении, охватывающем нас в тот момент, когда мы читаем текст и уносимся в своем сознании в увлекательные миры, наполненные интересными местами и личностями. Книги являются портативными предметами, мы можем читать где угодно, но есть такие места, где чтение приносит нам больше удовольствия. Многим людям не нравится читать у очага, если только они не одни дома, поскольку там бывает очень шумно и трудно сосредоточиться. Чтение за рабочим местом тоже не лучший вариант: несмотря на тишину и уединение, рабочие места редко бывают удобными. Рабочее место, как следует из названия, – это место для работы, в то время как чтение больше относится к отдыху. Типичным уютным уголком можно считать спальню или любую другую тихую комнату с мягким креслом или диваном, подальше от телевизора.

Но что может быть общего у чтения и видеоигр? Эта связь неочевидна. ПК-гейминг и игровые консоли не очень хорошо подходят уютному уголку для чтения. Когда Apple представили свой первый iPad, он не особо впечатлил представителей игровой индустрии. У него не было удобства мобильного телефона, предоставлявшего возможность играть отовсюду, а также не было элементов управления, которые позволили бы испытать те виды опыта, что популярны в играх «у очага» и «за рабочим столом». Поэтому игровая индустрия проигнорировала iPad. Но планшет от Apple очень быстро завоевал популярность и обрел важное значение в игровой индустрии, оказавшись на деле идеальной игровой платформой для уютного уголка. Играть в игры на планшете, лежа на кровати, сидя в кресле или находясь в любом другом тихом уголке, – это очень спокойный и расслабляющий опыт, который во многом напоминает чтение книги. И игры, популярные на планшете, очень сильно отличаются от игр на ПК и консолях. Они намного более простые и спокойные – идеальный гейм-плей для уютного уголка.

Публичные места действия

Но не для всех игр местом действия является дом. Окружающий нас мир наполнен удивительными местами и людьми. Секрет развлечений, основанных на местоположении (*англ. location-based*), известен тысячи лет. Независимо от того, владеете вы таверной, рестораном, борделем, парком развлечений или залом игровых автоматов, правило всегда одно: *дайте им то, чего они не смогут получить дома.*

Театр

Есть что-то волшебное в этом месте. Театры бывают самые разные как по форме, так и по содержанию. Будь то театр, где дают спектакли, показывают фильмы, проводят музыкальные концерты или спортивные состязания, они все имеют одну общую черту: большое количество людей собирается вместе, чтобы на что-то посмотреть. Происходит что-то волшебное, когда толпа одновременно фокусируется на определенной последовательности действий. Каким-то образом мы получаем что-то от других людей в зале. Порой мне кажется, что мы на подсознательном уровне можем чувствовать то, что другие люди думают о представлении, и это помогает нам лучше сосредоточиться на собственных ощущениях. Наверное, поэтому так много телесериалов практикует закадровый смех – мы получаем удовольствие от того, что разделяем опыт с другими людьми.

Но толпа делает процесс игры в театре трудным. Интерактивные игры создают уникальный опыт для каждого игрока. Много раз люди пробовали создать театральное представление, в котором могла бы участвовать вся аудитория, но о каком-то долгосрочном успехе говорить не приходится. Доставляемое интерактивностью удовольствие уменьшается пропорционально количеству мест в зрительном зале, в итоге либо создавая опыт, от которого быстро устаешь, либо делая такие представления попросту невыгодными для театра, поскольку количество зрителей, которые могут в них участвовать, строго ограничено. Возможно, что в один прекрасный день, технологии позволят нам преодолеть эти сложности – если такое когда-либо произойдет, это будет действительно революционная технология.

Арена

На протяжении тысяч лет соревновательные игры проводились в специально отведенных для этого местах. От гонок на колесницах до современного бокса и всевозможных командных видов спорта – все они проводились на арене. В большинстве случаев арена – это большое помещение без дверей, созданное специально под тот тип гейм-плея, для которого она используется. Футбольные стадионы, поля для гольфа, теннисные корты и ипподромы – все это арены. Каждая арена является публичным местом, позволяя другим людям смотреть, что происходит внутри, – определение победителя и проигравшего становится достоянием публики. И поскольку люди находят наблюдение за такими играми крайне увлекательным, во многих случаях арена превращается в театр, что делает ее двумя местами действия одновременно.

Пока что цифровые игры не смогли оказать значительного влияния на традиционные арены, где проводятся соревнования под открытым небом. Зато они унаследовали определенные характеристики таких арен. Многопользовательские шутеры от первого лица вполне можно считать примером игры на арене: несмотря на то что игроки зачастую находятся у очага или рабочего места, мыслями они в эти моменты на арене. На основе этого симбиоза появляется все больше театров: людям нравится наблюдать за чужой игрой. Часть из них смот-

рит записи игр в интернете, другие предпочитают наблюдать за игрой в реальном времени: сотни заведений стали частью события под названием BarCraft, где люди собираются вместе, чтобы посмотреть соревнования по *StarCraft*. Подозреваю, что в будущем, с появлением новых мобильных технологий и технологий дополненной реальности, мы увидим, как традиционные спортивные арены станут еще более цифровыми.

Музей

Устав от монотонности повседневной жизни, мы ищем разнообразия и стараемся расширить наши знания о мире, изучая экзотические предметы и новые места. Что важнее, получив такой «заряд», мы возвращаемся домой с новым взглядом на окружающие нас вещи. В понятие музея я включаю все возможные виды музеев, но в то же время я не ограничиваюсь ими. Зоопарки и аквариумы тоже являются в некотором смысле музеями, и, когда мы едем в другой город посмотреть на достопримечательности, этот город также становится для нас музеем. Даже поездку в новый магазин можно приравнять к посещению музея, поскольку мы находим там множество неизвестных нам предметов.

На первый взгляд, музеи и гейм-плей могут показаться странной комбинацией, но многие игры чувствуют себя там как дома. Все большее число музеев знакомят посетителей со своими экспонатами, используя игровые механики. Посещение зала игровых автоматов тоже можно сравнить с посещением музея, поскольку вы двигаетесь от игры к игре, пробуя каждую из них и пытаясь выбрать лучшую.

Полуединенные-полупубличные места действия

Есть и другие места действия, существующие где-то между приватностью дома и открытостью публичного места или же в обеих плоскостях сразу. Гибкость этих мест делает их очень интересным и важным явлением.

Игровой стол

Есть что-то особенное в игре, в которую играют, сидя за одним столом. В игроках, повернутых друг к другу лицом к лицу и возвышающихся, подобно богам, над игрушечным миром, которым они управляют. Часто мы играем в настольные игры дома, но благодаря тенденции играть в них с гостями наш дом превращается в подобие публичного места. Но настольные игры существуют и в более публичных местах, таких как бар с бильярдом или казино со столом для покера. Наличие стола заставляет игроков посмотреть на игру по-другому. Любопытно, что сэндвичи и суши-роллы были изобретены примерно в одно и то же время (в восемнадцатом веке), но в совершенно разных частях света. А изобрели их игроки в настольные игры, увлеченные игрой настолько, что хотели перекусить, не отрываясь от процесса игры.

Традиционные настольные игры, карточные игры и кости долгое время являлись заветными играми игрового стола. До сих пор, если не брать в расчет некоторые экспериментальные настольные игры, у видеоигр не получилось закрепиться в этом месте действия, возможно, из-за необходимости наличия экрана. Вполне возможно, в недалеком будущем с увеличением размеров и уменьшением цены сенсорных экранов цифровые игры займут доминирующее место на наших столах.

Игровая площадка

Мы, как увлеченные играми взрослые, часто забываем, что игры во многом являются прерогативой детей. Дети любят играть и заниматься спортом как дома, так и на открытом воздухе со своими друзьями. Когда мы слышим фразу «игровая площадка», то сразу представляем зону с качелями и горками в парке. Это и правда называется игровой площадкой, но данное понятие не ограничивается качелями в парке и включает в себя любое место, где дети могут собраться и поиграть вместе, будь то задний двор, улица или пещера в лесу.

Взрослым легко забыть про игры на площадке, потому что им не свойственно проводить время таким образом. Но дети всегда будут это делать, ведь игры на площадке являются важной частью их развития. Индустрия видеоигр продолжает игнорировать этот аспект, пока не ясно, как создать игры, подходящие для этого места действия, но сегодня, когда технологии становятся более мобильными, все может поменяться.

Где угодно

Для некоторых игр неважно, где вы будете в них играть. Кроссворды, sudoku, словесные игры – примеры игр, в которые можно играть «где угодно», что может быть очень полезно в дороге или когда у вас выпала свободная минутка на работе или в школе. Конечно, развитие смартфонов изменило это место действия навсегда, подарив нам огромное количество игр, в которые можно играть где угодно и когда угодно. Но стоит отметить, что эти игры благодаря возможности прерваться в любой момент и небольшому размеру экрана имеют ряд интересных особенностей. У них обычно короткие сессии, простые интерфейсы и незамысловатые сюжеты.

Также стоит отметить, что подобные игры чаще всего распространяются бесплатно, поскольку пользователи играют в них лишь для того, чтобы заполнить свободную минуту, такие игры редко входят в привычку. В главе 31 мы более подробно поговорим о специфике этих игр и об используемых в них бизнес-моделях.

Совмещение разных мест действия

Можно легко найти пробелы и недочеты в моей систематизации мест действия. В каком месте я нахожусь, когда играю в пинбол в ресторане? Каким местом является зал для боулинга? Казино – это музей, арена, набор настольных игр или что-то совсем иное?

Не столь важна идеальная систематизация мест действия, сколько возможность видеть за пределами игр и платформ, знать возможные места действия и их характеристики. Потому что игры и технологии меняются постоянно, а места действия – почти никогда. В завершение вот еще одна призма, через которую вы сможете увидеть правду.

Призма 3: Призма места действия

Места, в которых мы играем, оказывают огромное влияние на дизайн создаваемых игр. Убедитесь в том, что вы не работаете в вакууме, и задайте себе следующие вопросы:

- Какое место действия лучше всего подходит игре, которую я создаю?
- У моего места действия есть особые характеристики, которые я могу использовать в моей игре?
- Какие элементы моей игры соответствуют месту действия? Какие элементы не соответствуют?

Теперь, когда мы поговорили об опыте и о том, где он приобретается, пришло время столкнуться с еще более сложным вопросом. Что именно делает игру игрой?

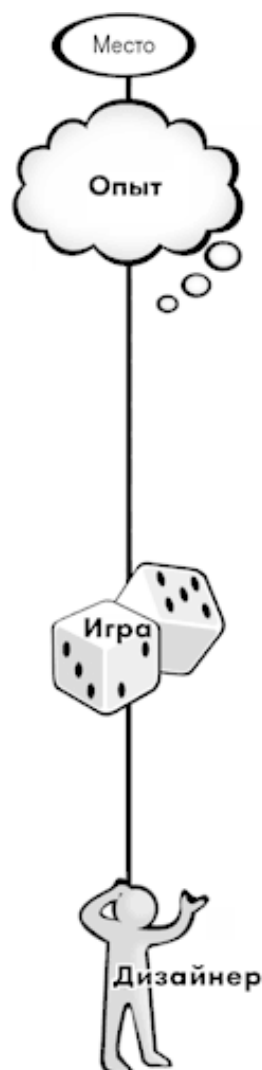
Дополнительное чтение

*Christopher Alexander et al: **A Pattern Language**. Эта книга заставит вас изменить свои представления об отношениях между человеком и пространством, в котором он находится. Мы еще вернемся к этой книге в главе 21 «Пространства».*

Глава 4

Опыт появляется в игре

РИСУНОК
4.1



Поговорить о создании опыта – замечательно. Ведь именно создание хорошего опыта и является нашей основной целью. Но мы не можем потрогать опыт. И мы не можем управлять им напрямую. Если геймдизайнер и может что-то контролировать и прикладывать к чему-то свою руку, то это игра. Игра – это ваша глина, которой вы будете придавать самые разнообразные формы, создавая все виды потрясающего игрового опыта.

Итак, о каких же видах игр мы говорим? В этой книге мы говорим обо всех видах игр. Настольные игры, карточные игры, спортивные игры, игры на открытом воздухе, игры для вечеринок, азартные игры, электронные игры, компьютерные игры, аркадные игры, видеоигры и любые другие игры, которые вы только можете себе представить, потому что, как мы вскоре узнаем, для всех этих игр можно применить одни и те же принципы дизайна. Удивительно, что, какими бы разными ни были игры, мы интуитивно причисляем их к понятию игр.

Так что же общего у всех этих игр? Или, иными словами, как мы определяем, что это «игра»?

Споры по поводу определения

До того как продолжить, мы должны четко осознать, зачем нужно искать это определение. Для того чтобы знать, что мы имеем в виду, когда говорим «игра»? Нет. По большому счету все мы понимаем, что имеем в виду, когда говорим «игра». Конечно, обозначение слова «игра» (или любого другого термина) будет слегка отличаться от человека к человеку, но в основном мы все знаем, что такое «игра». Иногда во время дискуссии возникает спор о том, является ли что-то «на самом деле игрой», участники обсуждения дают собственное определение игры, и как только все выскажутся, дискуссия продолжается. Нет ничего плохого в том, что человек имеет собственное определение игры или собственное определение того, что является или не является «музыкой», «искусством» или «спортом».

Некоторые люди, особенно из академических кругов, не согласятся со мной. Они считают, что недостаток стандартизированных определений в мире геймдизайна – это «кризис», который тянет его назад. Обычно те, кого этот вопрос заботит больше других, в наименьшей степени связаны с реальным дизайном и разработкой игр. Но как настоящие дизайнеры и разработчики справляются без стандартизированной лексики? Так же, как и все остальные: когда возникает неопределенность, они просто объясняют, что имеют в виду. Это замедляет обсуждения, вследствие чего замедляется и общая работа команды? И да, и нет. Да, порой это требует от дизайнера вдаваться в подробные разъяснения, что может немного замедлить работу (но только немного). С другой стороны, эта небольшая пауза для пояснений может сэкономить вам гораздо больше времени на более продолжительном этапе, поскольку после этой паузы все члены команды будут лучше понимать, что каждый из них имеет в виду.

Было бы лучше, если бы существовал некий централизованный словарь стандартных терминов, который мы могли бы использовать, обсуждая вопросы геймдизайна? Это, определенно, было бы удобно, но совсем не необходимо, и тот факт, что у нас нет такого словаря, еще не говорит ни о каких «ограничениях» или «кризисе». Это просто небольшое неудобство, из-за которого нам иногда нужно останавливаться, задумываясь о том, что мы имеем в виду и что пытаемся сказать. На самом деле, благодаря этому мы станем только лучше в профессиональном плане, поскольку будем думать немного чаще. К тому же подобный словарь едва ли может стать «золотым стандартом» на все времена – смена технологий вынуждает нас пересматривать старые термины и определения, переформулировать некоторые из них и создавать новые. Процесс определения и переопределения будет продолжаться до тех пор, пока развиваются технологии, имеющие непосредственное отношение к играм.

Другие говорят, что «настоящая проблема», стоящая за несовершенством геймдизайнерского словаря, – это не проблема стандартизированных определений, а недостаток терминов, которые можно было бы использовать при обсуждении различных сложных идей, возникающих в процессе создания игры. Поэтому они настаивают на необходимости присваивать названия всем этим вещам. Но эти люди бегут впереди паровоза, ведь настоящая проблема заключается не в недостатке слов для описания элементов геймдизайна – проблема в недостатке четкого понимания того, чем, на самом деле, являются эти идеи. Как и представители многих других областей дизайна, геймдизайнеры следуют своим ощущениям и внутреннему голосу, определяя хорошую или плохую игру, и иногда испытывают сложности, пытаясь объяснить, почему определенный дизайн хороший или плохой, – они просто знают это, поэтому они и могут создавать прекрасные вещи. Вам этого тоже может быть достаточно. Что важно, так это умение четко формулировать свое мнение, когда вы говорите, что хорошо и что плохо и как конкретно это можно улучшить. Главное – это не знать терминологию геймдизайна, а понимать принципы, на которых он строится. Термины для этих принципов появятся со временем –

этот процесс лучше не торопить. Термины, которые дизайнеры сочтут полезными, останутся, остальные уйдут в небытие.

Тем не менее новые принципы геймдизайна и термины, на них ссылающиеся, не перестают появляться, и некоторые можно встретить в этой книге. Это не каноничные определения, а скорее, доступные выражения полезных для вас идей. Если ваши идеи или термины лучше моих, используйте их, они войдут в обиход и будут помогать людям формулировать свои идеи более точно.

Некоторые понятия могут показаться весьма туманными. Такие термины, как «опыт» и «игра», разные люди воспринимают по-разному, и если учесть, что эти понятия не получили четкого определения за тысячи лет, то маловероятно, что они вообще их получат.

Значит ли это, что мы не должны пытаться понять их? Ни в коем случае. Попытки понять определенные вещи заставляют нас думать о них четко и лаконично, анализируя их природу. Конечно, и список терминов с их определениями научит вас чему-то. Но, пытаясь определить эти термины для себя самостоятельно, вы научитесь гораздо большему, в том числе и умению анализировать дизайн игры. Даже если определения, к которым вы придете, будут не идеальными. Вам может показаться, что в этой главе гораздо больше вопросов, чем ответов. Но это нормально: конечная цель — сделать из вас хорошего дизайнера, а хороший дизайнер должен уметь думать.

Итак, что такое игра?

Мы обсудили, зачем искать определения неоднозначным понятиям, теперь попробуем сделать это. Начнем с того, что мы знаем об играх наверняка.

Начнем с этого:

Игра – это то, во что мы играем.

Не думаю, что кто-то будет с этим спорить. Но это и не сильно нам помогло. Например, игра отличается от игрушки? Да, игры сложнее игрушек и подразумевают под собой разные способы игры. Мы даже определяем их по-другому:

Игрушка – это то, с чем мы играем.

Хорошо, интересно. Если игрушки проще игр, то, может, нам стоит сначала дать определение им? Посмотрим, получится ли у нас что-то получше с нашим определением игрушки. Мы можем играть со своими друзьями, но они не являются игрушками. Игрушки – это предметы.

Игрушка – это предмет, с которым мы играем.

Отлично, уже что-то. Но я могу играть с мотком изолянта, пока разговариваю по телефону. Будет ли он игрушкой? Технически – да, но, вероятно, не самой лучшей. На самом деле, все, с чем мы играем, можно назвать игрушкой. Возможно, это неплохая мысль для начала рассуждений о хорошей игрушке. «Фан» (*англ.* fun) – вот слово, приходящее в голову, когда думаешь о хорошей игрушке. То есть можно сказать, что:

Хорошая игрушка – это предмет, который приносит фан.

Неплохо. Но что мы имеем в виду, когда говорим «фан»? Мы просто имеем в виду удовольствие или наслаждение? Удовольствие – это часть фана, но разве фан – это просто удовольствие? Есть много видов опыта, доставляющих удовольствие, например поедание сэндвича или лежание на солнце, но было бы странно говорить, что в этих действиях есть фан. Нет, вещи, которые считаются интересными, содержат в себе особую искру, и мы испытываем особое волнение по отношению к ним. Обычно вещи, в которых есть фан, подразумевают под собой наличие *сюрпризов*. Поэтому определение фана может быть следующим:

Фан – это удовольствие с сюрпризами.

Неужели это правда? Неужели все так просто? Как странно, что мы можем постоянно использовать какое-то слово и быть уверенными в том, что оно означает, но когда нас просят выразить его, мы оказываемся неспособными сделать это. Хороший способ проверить «жизнеспособность» определения – придумать противоречащий пример. Вы можете представить себе вещи, которые приносили бы фан, но в них не было бы фана? Сюрпризы и фан – настолько важные части дизайна любой игры, что у каждого из них есть своя собственная призма.

Призма 4: Призма сюрприза

Сюрприз – это что-то настолько базовое, что мы часто о нем забываем.

Используйте эту призму, чтобы всегда помнить, как важно уметь удивлять игрока. Спросите себя:

- Что может удивить игрока, когда он играет в мою игру?
- В сюжете моей игры есть сюрпризы? А в правилах игры? В графике?

В технологии?

- Правила вашей игры позволяют игрокам удивлять друг друга?
- Правила вашей игры позволяют игрокам удивляться самим?

Сюрприз – это основополагающая часть любого развлекательного опыта, это основа юмора, стратегии и решения проблем. Наш мозг запрограммирован на получение удовольствия от сюрпризов. Во время эксперимента, в котором участникам брызгали в рот водой с сахаром и простой водой, участники, получавшие воду в случайном порядке, описали опыт как более приятный, чем те, кто получал воду в четко определенном порядке, несмотря на то что все порции воды содержали одинаковое количество сахара. Во время других экспериментов сканирование мозга показало, что даже неприятные сюрпризы активируют центры мозга, отвечающие за удовольствие.

Призма 5: Призма фана

Наличие фана желательно практически в каждой игре, хотя иногда фан не поддается анализу. Чтобы добиться максимального уровня фана в вашей игре, спросите себя:

- Какие части моей игры содержат фан? Почему?
- В каких частях игры фана недостаточно?

Итак, вернемся к игрушкам. Мы говорим, что игрушка – это предмет, с которым мы играем, а хорошая игрушка – это предмет, взаимодействуя с которым, мы ощущаем фан. Но что в нашем случае значит глагол «играть» и сам процесс игры? Это сложный вопрос. Каждый из нас в момент игры понимает, что он играет, но выразить это действие словами довольно трудно. Многие люди пытались четко сформулировать значение слова «играть», но большинство из них терпели неудачи по тем или иным причинам. Давайте рассмотрим некоторые из них.

Игра – это бесцельная трата избыточной энергии.

Фридрих Шиллер

Это определение пришло к нам из устаревшей теории, которая гласит, что целью игры является избавление от избыточной энергии. На определенных этапах развития психологии можно проследить тенденции к упрощению сложного поведения, и это – ранний пример данного явления. Это определение также использует слово «бесцельный», как будто у игры нет цели, что в большинстве случаев является глубочайшим заблуждением. Вне всяких сомнений, мы можем придумать определение лучше.

Игра – это вид деятельности, сопровождающийся состоянием сравнительного удовольствия, веселья, власти и ощущения собственной инициативы.

Дж. Бернард Гиломр

Это утверждение действительно отвечает на некоторые вопросы. Все описанное часто ассоциируется с игрой. Но все-таки данное определение не отображает полной картины. Есть и другие вещи, ассоциирующиеся с игрой, такие как воображение, конкуренция и навыки критического мышления. В то же время данное определение слишком обширное. Например, некий работник компании может изо всех сил стараться подписать выгодный контракт, испытывая при этом «сравнительное удовольствие, веселье, власть и ощущение собственной инициативы», но было бы странно назвать этот процесс игрой. Давайте попробуем что-то другое.

Игра – это свободное движение внутри закрытой структуры.

Кати Зален и Эрик Циммерман

Это необычное определение, впервые встречающееся в книге «Правила игры» (*Rules of Play*), является попыткой создать настолько открытое определение игры, которое захватывало

бы даже «игру лучей солнца на стене» или «игру руля автомобиля». И пусть довольно трудно найти что-то, что мы называем игрой и что не подпадает под это определение, зато можно легко придумать примеры не связанных с игрой действий, к которым также подходит данное определение. Например, если ребенка попросили протереть пол на кухне, ребенок наслаждается (слово «наслаждается», вероятно, сюда не подходит) свободным движением (он может скользить шваброй, как ему угодно) внутри закрытой структуры (пол), будет странно назвать это действие игрой. Тем не менее бывает интересно подумать о своей игре с точки зрения этого определения.

Возможно, другое определение сможет лучше передать дух игры.

Игра – это все, что делается спонтанно и ради самой игры.

Джордж Сантаяна

Вот это уже интереснее. Сначала рассмотрим спонтанность. Игра очень часто бывает спонтанной. Когда мы говорим, что кто-то «игривый», мы отчасти имеем в виду спонтанность. Но разве процесс игры обязательно должен быть спонтанным? Нет. Человек может запланировать игру в футбол за месяц до самой игры, и, когда она все-таки случится, это все равно будет «игра». Значит, спонтанность бывает частью игры, но не всегда. Некоторые придают спонтанности такое большое значение, что при любых попытках уменьшить спонтанность перестают считать происходящее игрой. Бернард Мерген говорит об этом следующее: «Игры, а именно конкурентные игры, где есть проигравший и победитель, не попадают под мое определение процесса игры». Это звучит смешно: следуя данной логике, процесс игры нельзя отнести непосредственно к играм (какими мы их себе обычно представляем). Если отбросить эту крайность, можно сделать вывод, что спонтанность не является важной частью игры.

Но как насчет второй части определения Сантаяна: «ради самой игры»? Под этим имеется в виду, что «мы играем, потому что нам это нравится». Все именно так просто, как и звучит, и это важная характеристика игры. Если нам не нравится делать что-то, значит, это, вероятно, не игра. Иными словами, само действие нельзя классифицировать как «работу» или «игру». Важно лишь то, как сам человек воспринимает то, что он делает. Об этом нам поет Мэри Поппинс в замечательной песне братьев Шерманов, которая называется «Ложка сахара»:

*В каждой работе есть, без обмана,
Хоть небольшая, но горсточка фана.
Найдите фан – и труд любой
В один момент станет игрой.*

Но как найти этот фан? Посмотрите на историю психолога Михая Чиксентмихайи, в которой он рассказывает о рабочем фабрики Рико Миделлине, превратившем свою работу в игру:

«Манипуляции, которые он должен был выполнять с предметом, проезжающим мимо его места работы, занимали по 43 секунды каждая – он проводил одну и ту же манипуляцию почти 600 раз в день. Большинство людей быстро устали бы от такой работы. Но Рико занимается этим уже больше девяти лет, и он любит свою работу. Причина в том, что он относится к своей работе как спортсмен-олимпиец относится к соревнованиям: как я могу побить рекорд?»

Этот сдвиг в восприятии превратил труд Рико из работы в игру. Как это повлияло на производительность труда? «В течение пяти лет его средний результат за один день улучшился до двадцати трех секунд за единицу». И он все еще любит свое дело: «Это лучшее из того, что я делаю, – говорит Рико. – В тысячу раз лучше, чем смотреть телевизор».

Что сейчас произошло? Как обычная постановка цели вдруг изменяет деятельность, которую мы обычно классифицируем как работу, на деятельность, которая, очевидно, является игрой? Все дело в том, почему человек занимается какой-либо деятельностью. Он уже не делает это для кого-то другого, теперь он делает это для самого себя.

Сантаяна уточняет свое определение, указывая на то, что при ближайшем рассмотрении:

«Работа и игра... становятся равнозначными рабству и свободе».

Мы работаем, потому что должны. Мы работаем за еду, являясь рабами своего желудка. Мы работаем для оплаты своего жилья, являясь рабами безопасности и комфорта. Некоторые виды рабства являются добровольными, как, например, работа ради заботы о своей семье, но все-таки это рабство. Мы делаем это, потому что должны, а не потому что «испытываем такое желание». Чем больше вы обязаны что-либо делать, тем больше вы воспринимаете это как работу. Чем меньше вы обязаны что-либо делать, тем больше вы воспринимаете это как игру. Иными словами, «это неизменный принцип любой игры... все, кто играют, играют свободно. Кто *должен* играть, играть не может».

Теперь я хочу поделиться с вами собственным определением игры, которое, несмотря на то что оно такое же неидеальное, как и все остальные, позволяет рассмотреть понятие игры под необычным углом. Пытаясь определить вещи, связанные с человеческой деятельностью, я часто нахожу, что полезно уделять меньше внимания самой деятельности и больше думать о мыслях и чувствах, которые заставляют нас делать именно это, а не что-то другое. Я не могу не отметить, что большая часть игровой деятельности представляет собой попытки ответить на подобные вопросы:

- Что случится, если повернуть этот рычаг?
- Мы можем одолеть эту команду?
- Что я могу делать с этой глиной?
- Сколько раз я могу перепрыгнуть через эту веревку?
- Что случится, когда я закончу этот уровень?

Когда кто-то ищет ответы на свои вопросы свободно, по собственной воле, а не потому, что он обязан это делать, мы называем такого человека любопытным. Но любопытство не обязательно подразумевает под собой факт игры. Нет, игра подразумевает, что вы делаете что-то по своей воле. Например, сами хотите что-то изменить или прикоснуться к чему-то – чем-то манипулировать. То есть у нас появляется еще одно возможное определение:

Игра – это манипуляция, удовлетворяющая любопытство.

Когда Рико пытается достичь своей «конвейерной» цели, он пытается ответить на вопрос: «Я могу побить свой рекорд?» Поэтому причиной для его деятельности становится не зарабатывание денег для оплаты жилья, а удовлетворение собственного любопытства.

Согласно этому определению, игрой являются такие вещи, которые мы никогда не рассматривали как игру, – например эксперименты художника на холсте. С другой стороны, он может сказать, что он «играет с цветами». Химик, который экспериментирует со своей любимой теорией, – разве он играет? Он может сказать, что он «играет с идеями»? Хотя это и расплывчатое определение игры, я считаю его очень полезным и к тому же своим самым любимым. Это определение открывает для нас призму 6.

Призма 6: Призма любопытства

Посмотрев на свою игру через эту призму, вы увидите то, что действительно мотивирует игрока: не набор поставленных перед ним целей, а причины, по которым игрок хочет достичь этих целей. Спросите себя:

- Какие вопросы вызывает моя игра в голове у игрока?
- Что я делаю для того, чтобы его интересовали эти вопросы?

- Что я могу сделать для того, чтобы у него появлялось еще больше вопросов?

Например, в игре-лабиринте целью игрока может быть прохождение уровня за определенное время, что заставляет его ответить на вопрос: «Я смогу выбраться из этого лабиринта за 30 секунд?» Чтобы заинтересовать игрока еще больше, можно добавить интересную анимацию, которая будет появляться после окончания каждого уровня и заставит его задать еще один вопрос: «Интересно, какой будет следующая анимация?»

Нет, правда, что такое игра?

Мы сформулировали несколько определений игрушек и фана и даже смогли более-менее подробно рассмотреть понятие процесса игры. Давайте теперь еще раз попробуем ответить на наш изначальный вопрос: как нам стоит определять «игру»?

Ранее мы говорили о том, что «игра – это то, во что мы играем», но данная формулировка слишком широка. Многие люди пытались определить, что такое «игра». Давайте посмотрим еще на несколько подобных попыток.

Игры – демонстрация добровольных систем управления, посредством которых происходит сопоставление сил, ограниченное правилами, обеспечивающими неравновесный результат.

Эллиот Аведон и Брайан Саттон-Смит

Вот это да. Как же запутанно! Давайте разделим всё на части.

Первая – «демонстрация добровольных систем управления»: иными словами, люди начинают играть по собственному желанию.

Вторая – «сопоставление сил»: это является частью большинства игр. Несколько сущностей ведут борьбу за превосходство. Некоторые одиночные игры не подходят под этот параметр (разве можно вообще назвать *Tetris* сопоставлением сил?), но эта фраза четко излагает две вещи: игры имеют цель, и игры имеют конфликт.

Третья – «ограниченное правилами»: очень важный момент! В игры нужно играть по правилам, в то время как играть с игрушками можно без правил. Правила – это, определенно, один из основополагающих аспектов игры.

Четвертая – «неравновесный результат»: неравновесный – это очень интересное слово. Оно не просто означает «неравный», а говорит о том, что когда-то здесь присутствовало равновесие, которое позже было утеряно. Иными словами, все начинают игру на равных условиях, но затем кто-то побеждает. Это, определенно, является правдой для большинства игр: если вы играете – вы либо побеждаете, либо проигрываете.

Итак, это определение указывает нам на ключевые качества игры.

1. В игры начинают играть по собственному желанию.
2. В играх есть цель.
3. В играх есть конфликт.
4. В играх есть правила.
5. Игру можно либо выиграть, либо проиграть.

Давайте посмотрим на другое определение, на этот раз не из академического мира, а из мира дизайна.

[Игра –] интерактивная структура эндогенного значения, которая требует от игроков бороться за результат.

Грег Костикян

Все кажется понятным, но что еще за «эндогенный»? Скоро узнаем. Давайте разделим это определение на части, как мы сделали с предыдущим.

Первая – «интерактивная структура»: Костикян подчеркивает, что игрок активен, а не пассивен, и что игрок и игра взаимодействуют друг с другом. Это, определенно, правда: у игр есть структура (определяемая правилами), с которой мы можем взаимодействовать и которая может взаимодействовать с нами.

Вторая – «бороться за результат»: опять же мы видим, что идея цели и борьбы подразумевает под собой некий конфликт. Но она подразумевает не только это – она подразумевает сложность. Частично Костикян старается не просто определить, что собой представляет игра,

он хочет дать определение хорошей игре. Плохие игры могут быть слишком простыми или слишком сложными. В хороших играх сложность всегда сбалансирована.

Третья – «эндогенное значение»: эндогенный – это отличный термин, который Кости-кян позаимствовал у биологов, и он означает «вызванный факторами внутри организма или системы» или «сформирован внутренне». Итак, что же такое «эндогенное значение»? Кости-кян указывает нам на очень важный момент – что вещи, имеющие ценность внутри игры, имеют ценность *только* внутри игры. Деньги из «Монополии» имеют ценность только в «Монополии». Сама игра наделяет их значением. Когда мы играем в эту игру, деньги значат для нас очень много. Вне игры они никому не нужны. Эта идея и термин могут быть очень полезными для нас, они – показатель, исходя из которого люди судят о том, насколько захватывающей является игра. В рулетку не обязательно нужно играть с настоящими деньгами – это могут быть жетоны или любая внутриигровая валюта. Но тогда эта игра будет иметь низкую эндогенную ценность. Без реальных денег на кону рулетка станет недостаточно захватывающей. Чем более захватывающая игра, тем выше «эндогенная ценность», создаваемая внутри нее. Некоторые массовые многопользовательские игры захватывают людей настолько, что они продают и покупают воображаемые предметы за вполне реальные деньги. Эндогенная ценность настолько полезна, что она становится призмой 7.

Призма 7: Призма эндогенной ценности

Чтобы воспользоваться этой призмой, подумайте о том, что чувствуют ваши игроки по отношению к предметам, целям и зарабатыванию очков в вашей игре. Спросите себя:

- Что в моей игре представляет ценность для игроков?
- Как я могу увеличить ценность этих вещей?
- Как ценности моей игры соотносятся с мотивацией игрока?

Помните, ценность предметов и очков в вашей игре – прямой показатель того, насколько сильно игроков интересует успех в вашей игре. Думая о том, что на самом деле интересует игрока и почему, вы можете прийти к идеям по улучшению вашей игры.

Пример применения Призмы эндогенной ценности: игра *Busby* для SNES и Sega Genesis – это обычный платформер. Вы играете котом, которому нужно добраться до конца уровня, убивая врагов, избегая препятствий, а также собирая клубки ниток для получения дополнительных очков. Однако очки в данной игре лишь показывали количество собранных предметов, не имея никакого дополнительного предназначения. Поначалу большинство игроков собирали клубки, предполагая их дальнейшую ценность, но, немного поиграв, они стали их игнорировать, фокусируясь на врагах, препятствиях и пути до конца уровня. Почему? Потому что мотивация игрока (смотрите призму 6: Призму любопытства) ограничивается простым желанием пройти уровень до конца. Если он наберет больше очков – это ему никак не поможет, поэтому эндогенная ценность клубков равняется нулю. Теоретически у игрока, который прошел все уровни, может появиться новая мотивация: пройти их заново, но в этот раз набрав больше очков. На деле же игра оказалась настолько сложной, что количество игроков, все-таки сумевших пройти ее, было очень небольшим.

Sonic the Hedgehog 2 для Sega Genesis – такой же платформер, но ему чужда эта проблема. В *Sonic 2* вместо клубков вы собираете кольца, и их количество очень важно для игроков – кольца имеют огромную эндогенную ценность. Почему? Потому что собирание колец защищает вас от врагов, а за каждые сто колец вы получаете дополнительную жизнь, что увеличивает ваши шансы пройти уровень до конца. В конечном счете *Sonic 2* была намного более

захватывающей, чем *Busby*, частично благодаря этому механизму, который наглядно демонстрировал собственную состоятельность посредством эндогенной ценности.

Определение Костикина открывает нам новые качества игры, которые мы можем добавить в наш список.

6. Игры интерактивные.

7. В играх есть вызов.

8. Игры могут создавать собственную внутреннюю ценность.

Давайте рассмотрим еще одно определение игры.

Игра – это закрытая формальная система, которая вовлекает игроков в структурированный конфликт с неравным исходом.

Трэйси Фуллертон, Крис Свэйи и Стивен Хоффман

Большинство из озвученных моментов получили свое разъяснение в предыдущем определении, но и это содержит две части, которые мне хотелось бы разобрать по отдельности.

Первая – «вовлекает игроков»: автор правильно заметил, что игроки считают игры увлекательными, то есть они умственно в них погружаются. Технически это скорее качество хорошей игры, а не всех игр, но это все равно важный момент.

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.