

# ЭВОЛЮЦИОНИРОВАТЬ ИГРАЮЧИ

ТО, ЧТО ЕЩЕ ВЧЕРА СЧИТАЛОСЬ КИБЕРПАНКОМ, СЕГОДНЯ СТАЛО МЕЙНСТРИМОМ: ЦИФРОВИЗАЦИЯ ВСЕГО И ВСЯ ПРИКОВАЛА ЛЮДЕЙ К МОНИТОРАМ И ГАДЖЕТАМ, А ГЕЙМИФИКАЦИЯ ЗАСТАВИЛА ИХ ВСЕ БОЛЬШЕ ВОВЛЕКАТЬСЯ В ВИРТУАЛЬНУЮ РЕАЛЬНОСТЬ. КАЖЕТСЯ, ЕЩЕ НЕМНОГО — И ЛЮДИ БУДУТ НУЖНЫ ТОЛЬКО ДЛЯ НАЖИМАНИЯ НА КНОПКИ: ОДНИ — ДЛЯ СОЗДАНИЯ ЦИФРОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ, ДРУГИЕ — ДЛЯ ЕЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЯ, ТРЕТЬИ — БОЛЬШИНСТВО — КАК ЮЗЕРЫ. КОНСТАНТИН ПЕТРОВ

Люди потихоньку становятся «новой нефтью», но не так, как обещали футурологи и маркетологи — в качестве высококлассных хорошо оплачиваемых специалистов, несущих на себе основное бремя развития экономики, а как миллиарды игроков, без которых виртуальность не имеет смысла. В играх они знакомятся, покупают, продают, ссорятся, взламывают аккаунты, образуют кланы — в общем, делают все то же, что и в реальной жизни. Причем игр становится все больше, а значит, и игроков.

Значимость тех, кто игры создает, безусловно, тоже возрастает. Но они остаются небольшой кастой «посвященных», рыцарями цифрового меча и магии, впрочем, также вовлеченными в виртуальную реальность. Более того, они ее главные и адепты, и пользователи, и пророки. Они и создают ее под себя.

**НЕЗАВИСИМЫЕ ИГРОКИ** «Для новичков в игровой индустрии сейчас огромное количество возможностей, чтобы выпустить свою первую игру,— рассказывает независимый эксперт по BizDev and Digital-marketing Федор Датнов.— Рынок активно развивается, существует множество платформ, под которые можно создать свой первый проект: все зависит от бюджета и команды».

По словам господина Датнова, за последние годы снизилось влияние монополистов и разработчиков «железа», что привело к развитию сегмента инди-игр, выпущенных независимыми студиями. Появились даже отдельные самородки-разработчики, создающие продукты в одиночку. Благо есть готовые графические движки и платформы, которые позволяют ускорить и удешевить разработку. Если речь идет о небольших аркадах для мобильных платформ и браузерных проектах, то порог тоже может быть низким.

«Выйти на рынок может любой, а вот „выстрелить“ удастся единицам,— поясняет эксперт рынка мобильных игр Василий Терентьев.— Сейчас доступно много бесплатных и достаточно удобных инструментов для разработки игр, что-то „играбельное“ можно сделать за неделю даже в одиночку. Однако это приводит к чудовищному перенасыщению рынка — мобильного, консольного, PC... Время от времени какой-нибудь Minecraft или Flappy Bird, который делается за копейки в свободное время, приобретает чудовищную популярность и приносит создателю-одиночке гору денег, но это исключения».

**ДОРОГИЕ ПРОЕКТЫ** Десять-пятнадцать лет назад почти любой проект требовал самостоятельной разработки с нуля. Сейчас бюджеты, заложенные в разработку игр, зависят от сегмента, уровня проекта, жанра и платформы. Какие-то игры вовсе не требуют вложений, другие нуждаются в серьезных инвестициях. Десять лет назад средний



ВМЕСТЕ С ИГРАЮЩЕЙ АУДИТОРИЕЙ ПОВЗРОСЛЕЛИ И ДОХОДЫ ОТ ПРОИЗВОДСТВА ИГР. МОЛОДЫЕ ЛЮДИ ТЕПЕРЬ ХОТЯТ НЕ НАХОДИТЬСЯ В ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ, А СОЗДАВАТЬ ЕЕ

бюджет на одну игру составлял 50 млн рублей, и это включало как разработку, так и продвижение.

«На разработку качественной компьютерной игры уровня А+++ с хорошей графикой, интересным сценарием и быстрым движком с нуля, сейчас необходимо от \$10 до \$20 млн,— утверждает основатель агентства по продвижению игр в интернете AdvGame Александр Матвеев.— Отдельная статья расходов — маркетинг. При наличии связей в СМИ на первых этапах, конечно, можно обойтись релизами в профильных изданиях. Однако, как показывает практика, для окупаемости проекта необходимо привлекать трафик. В среднем на интернет-маркетинг необходимо тратить не меньше \$3 млн в год. В итоге при грамотном продвижении инвестиции в разработку игры могут окупиться за пару лет».

На таких насыщенных рынках важно качество продукта, и в этом гораздо больше шансов у большой организации со стабильным финансированием и налаженными процессами разработки. «Наличие компетентной команды и инвестиций решает много, но не все так богаты, как компании типа EA или Blizzard,— говорит Федор Датнов.— Существуют примеры мгновенного взлета с достаточно скромными вложениями. Характерный пример — World of Tanks — когда небольшая команда белорусских разработчиков создала глобальный проект, который взлетел за считанные недели. Суммарный объем стартовых инвестиций составлял всего \$3 млн. Можно даже сказать, что сейчас золотое время для разработки игр».

**НЕОДНОЗНАЧНЫЙ ФЕНОМЕН** Кадры для того, чтобы собирать это цифровое золото, в России, к счастью, пока не проблема. Нельзя сказать, что их штампуют тысячами, но для развития рынка разработчиков пока хватает. В Петербурге хороших специали-

стов выпускают многие технические вузы. К примеру, Санкт-Петербургский политехнический университет и Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения. Это не значит, что выпускники этих вузов с ходу готовы создать новую стратегию или шутер, которые изменят игровой мир, но базовые навыки для работы в индустрии там заложить могут — при желании самих студентов, конечно.

Кроме того, в Петербурге и в целом в России есть большое число образовательных центров, где готовят программистов: непрофильные вузы часто открывают на своей базе курсы и учебные программы. Впрочем, эксперты зачастую убеждены, что вузы и профильное образование в игровой индустрии — «неоднозначный феномен».

«Художники и программисты обычно имеют соответствующее образование, но компании смотрят на реальные навыки, а не в диплом,— говорит господин Терентьев.— Геймдизайн — профессия достаточно новая, даже за рубежом к образованию в этой области относятся без особого доверия. У нас время от времени в вузах появляются инициативы по подготовке геймдизайнеров: я хорошо помню одну такую в Санкт-Петербургском государственном институте кино и телевидения несколько лет назад. Приглашенные эксперты от индустрии испугались требований по отработке часов и написанию методичек и разбежались. Студентов учили режиссуре, как и на остальных потоках. Получается, какое-то образование есть, но для нанимателей оно не играет практически никакой роли. Все ищут специалистов с практическим опытом».

«Самым эффективным решением является привлечение в компанию одного или нескольких опытных программистов и выстраивание на их опыте внутреннего учебного курса, через который проходят

„новобранцы“»,—поясняет основатель и технический директор федерального проекта cybersport.fm Дмитрий Роменский.— Сообщество программистов, несмотря на внешнюю закрытость, достаточно лояльно к новым особо стремящимся участникам».

**КОМАНДНАЯ РАБОТА** Рабочие группы возникают как грибы, рассказывает господин Роменский. Информация по ним разносится моментально, и на разработку небольшого проекта могут даже не потребоваться дополнительные инвестиции, если потенциальный лидер команды сможет объяснить суть своей идеи и заразить ею коллектив.

Хэджанты разработчиков компании так же, как и других узких специалистов: с помощью HR-организаций, через специализированные сайты, а также по знакомству и личным рекомендациям. Еще один вариант — отраслевые конференции. В последние годы в Петербурге их две: White Nights и «4С: Санкт-Петербург».

Северная столица, безусловно, один из лидеров игровой индустрии в России, но до главенства ей еще далеко. Здесь открыты подразделения крупных международных игровых разработчиков, например, BigFish, Playgendary и Wargaming. Есть и местные компании, такие как Nevosoft. Однако лидером российской игровой индустрии по-прежнему остается Москва, в которой базируются крупнейшие отечественные разработчики: Playrix, Pixonic, Mail.ru, 101XP.

«При всем уважении к городу на Неве, выделять какой-то мегаполис в качестве лидера игровой индустрии было бы не совсем корректно,— поясняет Дмитрий Роменский.— Современная разработка игр и приложений подразумевает свободу передвижения разработчиков по всему миру и отсутствие привязки к определенной локации. „Местом работы“ для продвинутых digital-специалистов уже давно является не конкретный город, дом или офис, а скорее проектная среда, к которой они подключаются и ведут командную работу с использованием, чаще всего, scrum-технологии, хорошо зарекомендовавшей себя в digital-разработках».

Есть ли в таком случае необходимость у компаний-разработчиков в отдельном офисе? Это вопрос скорее психологии. Очень много проектов разрабатывается фанатами, которые никогда в жизни не видели друг друга, но для России это весьма непривычный формат. Даже в такой продвинутой индустрии с ее гибкими подходами к проектной работе компании не готовы полностью отпустить своих работников в свободное плавание, заставляя ежедневно проделывать путь от дома до офиса. И именно этот страх потерять контроль над коллективом пока защищает от перехода в новую реальность, где человек окончательно превратится в приложение к гаджетам, а не наоборот. ■