М.Г. ЛАРИЦКАЯ
Аспирант МГХПА им. С.Г.Строганова
e-mail: marymidnight@mail.ru

M.G. LARITSKAYA
Post-graduate student of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: marymidnight@mail.ru

МАНИПУЛЯЦИИ ИГРОКОМ ДЛЯ УДЕРЖАНИЯ ЕГО В ВИРТУАЛЬНОМ МИРЕ

MANIPULATIONS BY DEVELOPERS ON A PLAYER TO KEEP HIM IN THE VIRTUAL WORLD

«Продолжительность жизни» игры в индустрии напрямую зависит от степени интереса к ней со стороны игроков. Разработчики применяют различные методы привлечения и удержания игрока в созданном ими мире. В статье автор старается разобрать данный вопрос и проанализировать примеры для выявления методов и инструментов, которые применяют разработчики, чтобы их игровой проект продолжал оставаться интересным и востребованным.

The game's existence depends on the degree of the player's interest in it. Developers use various methods to attract and retain a player in the world they created. In this article, the author tries to analyze examples to identify methods and tools that developers use so that their game project continues remains interesting and in demand.

Ключевые слова: игры, анализ, геймдев, разработка, игрок, видеоигры, TESO, Wildscapes, The Second Life.
Keywords: games, analysis, gamedev, TESO, Wildscapes, The Second Life, develop.

Видеоигры стали важной составляющей человеческого общества, они способны нести в себе несколько функций одновременно. Являясь продуктом проектной деятельности, совмещающей в себе мно-

жество различных составляющих, формирующих ее (таких как графика, музыка, эмбиент [1], анимация, сценарий, элементы маркетинга и пр.), игра несет в себе развлекательную, социальную и, частично, а в отдельных случаях даже может быть целиком построена на образовательно-просветительской функции. Данная многогранность открывает столь же обширные возможности, что имеет кино, с той только разницей, что игрок участвует в игре непосредственно, а не является безвольным зрителем задумок автора.

Стоит уточнить, что методы удержания могут быть совершенно различными. Некоторые из них почти незаметны для игрока, а некоторые буквально навязываются разработчиками, что может вызвать отторжение у игроков и даже полный уход из игры. На примере некоторых игр, отобранных автором, попробуем рассмотреть примеры методов удержанием игрока.

1. Wildscapes. Это мобильная игра от компании Playrix. Основная механика — match 3 [2] с элементами пазла. Несмотря на простую, на первый взгляд, механику взаимодействия, игра очень хорошо продумана, с точки зрения комфортной игры, и сочетает в себе чистоту восприятия каждого элемента данного проекта.

Игра отличается интуитивно понятным управлением, что приводит к быстрой адаптации новых игроков. Простота привлекает и одновременно является неким «якорем», удерживающим игрока, ведь привыкать к новой игре — это и время, и отсутствие привычки к новому управлению. Далеко не каждый игрок захочет бросать то, что он так легко «освоил», а в сочетании с положительным общим впечатлением от процесса прохождения уровней, у игрока в целом складывается положительное впечатление и от игры в целом. В результате всего этого возврат в игру будет проходить без принуждения игрока по его собственной воле.

Что же составляет это положительное впечатление? В первую очередь, это разумное, рациональное комплексное сочетание различных элементов дизайна в данной игре.

Простая механика сбалансирована постепенным усложнением «базовых» задач. Если в начале наша цель — это просто собрать предметы определенного цвета, формы, условной функции в ряд из 3, 4, 5 объектов в определенной последовательности для достижения цели (например, для уничтожения смежных объектов, таких как, блог травы или пончики), то со временем игрок уже начинает сталкиваться с объектами,

которые разрушаются лишь после повторного сбора элементов в ряд. А еще дальше появляются и вовсе препятствия, которые обладают способностью поглощать соседние клетки на локации с каждым новым ходом, что усложняет процесс прохождения. Таким образом, игрок постепенно сталкивается со сложностями, которые, однако, не создают чрезмерного давления на игрока.

Это происходит еще и потому, что после удачно пройденного уровня игрок получается своеобразное «вознаграждение» в виде внутриигровой валюты [3], которая пригодится для улучшения зоопарка, и что, в свою очередь, даст отдельные очки для приобретения дополнительных бонусов уже для более эффективного прохождения очередного уровня. Круг замыкается, и интерес подогревается выше перечисленными особенностями усложнения игрового процесса.

Первое впечатление от игры во многом зависит от ее визуальной и видео-звуковой составляющей. Общий стиль игры можно упрощенно обозначить как «мультяшный». Отличительной же особенностью можно назвать качественную скелетную анимацию, которая порой создает иллюзию трехмерного изображения, но не берет на себя все внимание зрителя, а скорее поддерживает интерес и при этом не утомляет, что важно для удержания внимания. Не утомлять зрителя. Ведь цветовая палитра игры довольно яркая, более характерная для детского восприятия. Но локальные цвета все такие разбавлены немного полутонами, и также цвета здесь играют, в том числе, и разделительную функцию, отделяя одни объекты от других по их назначению и возможностям (сок синий, его ценит синий слоненок, оранжевая газировка интересна рыжему тигренку, а красный фрукт — любит красная панда и т.д.; на каждом уровне — свой зверек-«покровитель», и при наборе желаемых лакомств, они дают бонусы, которые можно использовать для прохождения). В игре есть «жизни», условно ограничивающие время игрового сеанса тем, что отнимает одно сердечко при неудачном прохождении уровня. Если сердечки «заканчиваются», то продлить игру, не дожидаясь автоматического восстановления «сердец», можно, но уже за определенную плату или через помощь от друга. Также в игре есть бонусы и вознаграждение в виде сундуков с редкими полезными инструментами, которые могут помочь на уровне, что усиливает погружение игрока и позволяет создать больше вариантов прохождения. Удержание игрока также происходит через магазин, ведь если заканчиваются инструменты, бону-

сы, сердца, то появляется предложение покупки за реальные деньги, игроки, не желающие ждать несколько часов, продлевают игровой сеанс за реальные деньги, однако это не навязывается разработчиками. Периодически проходят акции на бесконечные сердца, дополнительные бонусы, инструменты в игре и скидки на внутриигровые товары также подогревают интерес игроков и побуждают некоторых из них периодически возвращаться в игру, а постоянная поддержка игры и обновления, добавления новых уровней этому только сильней способствует. Почти всегда при открытии игр типа «match 3,», открываются напоминания об акциях. Если они возникают единожды за день, это не раздражает, но если объявление происходит каждый раз, когда игрок открывает приложение — это становится чем-то неприятным и навязчивым, что в итоге отталкивает игрока от игры.

Wildscapes не предлагает игроку купить что-то чаще, чем нужно.

В магазин игроку предлагают заглянуть, если заканчиваются «сердца», бонусы или «виртуальное золото» для покупки внутриигровых объектов, которые можно заработать при прохождении очередного уровня так же, как и сообщения об акциях, появляются только при открытии приложения. Если оно уже было открыто и находилось в свернутом состоянии, то информация об акциях появляется, только в случае изменений событий в игре. Во всех остальных случаях игрока не вынуждают сталкиваться с магазином ни в коем виде. Другие игры данного жанра от других разработчиков часто грешат тем, что пытаются торопить игрока через таймер, что вполне работает как метод создания напряжения игрока, но если мы говорим об общей аудитории таких игр, то есть семья, особенно дети и мамы-домохозяйки, молодые женщины, то данный прием можно назвать излишним, так как он может вызывать не только чувство азарта, но нервную отрицательную реакцию. Разумеется, такая особенность применима лишь сугубо индивидуально и не может считаться абсолютной. Такое можно наблюдать в играх hidden object [4] и match 3, например, Hidden city от G5. Сама по себе игра кажется очень продуманной, обладающей графикой высокого качества, но во всем присутствует доля суеты и намеренное создание нервных ситуаций для игрока. Например, на уровне поиска предметов и три в ряд постоянно звучит таймер. Его звук неравномерен по громкости и когда время заканчивается, его звук усиливается многократно так, что игроку кажется, будто оно ускоряется. Если человек нечасто играет в игры, то он может становиться более раз-

дражительным (не во всех случаях, но такое случается). Ведь количество попыток ограничено, а время, потраченное на игру, начинает выглядеть слишком дорогим. Вместо положительных эмоций могут быть получены отрицательные. Но это уже вопрос ожиданий игрока, которые могут не совпадать с тем, что сама игра несет и что в нее закладывали сами разработчики. Также имеет смысл признать, что данный прием является очень эффективным способом воздействия. Отличительной особенностью wildsapes от других match 3 игр является то, что в ней сбалансированы лучшие элементы таких игр и реализованы через продуманную, профессионально отработанную графику, благоприятно воспринимаемую определенной категорией зрителей с учетом их восприятия.

2. Если Wildscapes предполагает одиночную игру, то The Second Life полностью построено на общении между игроками. The second life — это виртуальный мир, где игроки буквально сами создают контент в нем. Формируют его согласно своим желаниям и установленным в мире «второй жизни» правилам. По сути, это означает, что данный мир является чем-то вроде песочницы, со своими установками, ограничениями, которые игроки принимают безоговорочно. А наличие инструментов импорта, интеграции, настройки и редактирования загруженных объектов позволяет игроку совмещать в себе частично функции творца — игрового разработчика (в том плане, что игрок может создавать и внедрять контент в данный виртуальный мир) и простого игрока, который пришел за развлечениями и удовлетворением социальных потребностей. Ограничения и правила выполняют же своего рода контрольный пункт, через который не проходит некачественный контент. То есть происходит своего рода естественный отбор. Дополнительное отсеивание контента также проходит на уровне торгово-рыночных отношений и под влиянием своего рода местной «моды». «Вторая жизнь» является отражением нашей жизни, и именно этим она особенно сильно привлекает новых и новых игроков — возможность стать кем-то другим или реализовать себя через виртуальный мир, или просто приятно провести время с друзьями. «Вторая жизнь» позволяет осуществлять буквально любую творческую деятельность, начиная от создания контента для виртуального мира, заканчивая снятием срежиссированных роликов, фотографий через снятие скринов внутри «второй жизни» и продажа виртуального контента в магазине, трансляция своего аудио-визуального творчества и многое другое.

По сути, в The Second Life можно определить типы аудитории как: «тусовщики» и «креативщики» (creator — англ. «создатель», «творец», условно частично — смесь «коллекционеров» и «исследователей» (определенных Ричардом Аланом Бартлом как 2 из 4 психотипов игроков), «креативщики» в данном случае — это отдельный вид игрока, определенный автором статьи). Первые приходят в игру исключительно для общения, вторые — ради того, чтобы создавать и обогащать мир игры своими работами, а также чтобы продавать часть их в местный игровой магазин, который с удовольствием посещают первые. Данный виртуальный мир также становится местом встреч, создания виртуальных университетов, музеев, достопримечательностей, музыкальных клубов, личных виртуальной недвижимости, магазинов и других мест.

Через свободу и возможность выражения своего «я» игрок готов прощать «второй жизни» довольно многие неприятные моменты, например, подтормаживание при взаимодействии с внутриигровым браузером (происходит не на всех машинах, но автор с этим сталкивался на машинах разной мощности и качества онлайн соединения), не самое удобное базовое управление и довольно «дубовая» оригинальная анимация, базовый набор моделей персонажей, предлагаемых при старте и другие моменты. «Вторая жизнь» не об идеале. Этот виртуальный мир — отражение нашего реального мира, но с упором на творческое видение этой реальности. Именно этим она привлекает и удерживает игроков на своих просторах.

3. Кроме творчества, игры могут оглядываться и на свои «старые достижения», использовать их в качестве «приманки», для игроков, которые помнят предыдущий игровой опыт и, встретив намек на него, готовы погрузиться в чувства ностальгии вновь. Именно так действуют поначалу создатели TESO (The elder scrolls online тематически относится к серии игр «древних свитков» (The elder scrolls)). Они поступили очень умно, сделав стартовой локацией в игре тот самый мир из третьей части (The Elder Scrolls II — Morrowind), который в свое время принес немалую популярность данной серии в целом и особенно полюбился игрокам (даже тем, кто не был знаком с предыдущими частями). Мало того, в онлайновых свитках звучит та же фоновая мелодия из третьей части, усиливая эффект ностальгии. Это не говоря о том, что, несмотря на переосмысление дизайна городов, мира Morrowind, многие места узнаются игроками в той или иной степени. То есть разработчики как бы говорят игроку, что «это тот же мир, который тебе так нравился, только

с обновленной механикой и дизайном». И, по сути, так оно и есть. Даже квестам здесь уделено не меньшее внимание, чем в оригинале. Конечно, популярность свитков понятна. Важно пояснить, что ZeniMax Online Studios (которые и занимаются разработкой и поддержкой данной игры) на E3 2018 объявила, что в игре около 11 млн. игроков. Как и у любой другой игры, у TESO есть свои поклонники — как со стороны тех, кто не пропускает игры данной вселенной, так и те, кто ценят ее чисто ммо [5] особенности. В первую очередь нужно понимать, что TESO — не типичная онлайновая игра. В ней присутствуют особенности, которые больше характерны для сингла [6]. Эти особенности (активный пве миссии, квесты с профессиональной озвучкой, характерные для свитков, крафт [7] (множество профессий), развитие навыков, в стиле рпг [8], бои от первого и третьего лица и пр.) обусловлены историей TESO, но сегодня мы об этом не будем говорить. В TESO есть внутриигровой магазин, несколько типов внутриигровых валют, из которых кроны покупаются за реальные деньги либо же даются владельцам платной подписки (по сути, входя в ее стоимость), есть в игре и ныне модные лутбоксы [9], но пользоваться ими, равно как и внутриигровым магазином, совсем не обязательно, ведь товары в нем, кроме дополнений, сундуков для хранения и быстро заканчивающихся предметов постоянного пользования в игре (вроде зелий, одноразовых заклинаний, ломающихся инструментов и т д.), имеют чаще всего косметический характер, выражающийся в виде скинов [10] для персонажа, одежды, небоевых питомцев и разных ездовых животных (которых еще предстоит отдельно прокачивать [11] внутри игры). Кроме того, TESO — одна из тех игр, в которую желательно для получения большего удовольствия нужно учиться играть, нужно изучать механику и алгоритмы взаимодействия с системой и между игроками. Да и сама игра это всячески дает понять. Вся информация никогда не раскрывается полностью, а преподносится порционно и в четно продуманный период относительно уровня игрока и его возможностей. В отличие от прочих ммо, здесь уровень среднестатистических врагов подстраивается под уровень игрока, так что игрок вынужден рассчитывать свои силы, оттачивать навыки боя, развивать свое тактическое мышление и изучать местную механику, в том числе и распределение очков и возможности той или иной экипировки, оружия, зелий и пр.

Таким образом, мы получаем продуманный процесс вовлечения игрока, через довольно хитрую систему, где сложность и насыщен-

ность игры открывается постепенно, и игрок, вникнув во все тонкости и затратив время на изучение, уже не станет покидать игру, разве что совсем потеряв к ней интерес. Кроме того, освоившись в игре, игрок привыкает и принимает мир игры таким, каков он есть. К тому же, кроме классического PvE [12], в TESO есть и pvp режим, состоящий из дуэлей, осад и пр. Другими словами, в данной игре продуман максимальный охват потребностей, в виде как «своих» игроков, так и учтены варианты для привлечения новых более далеких от мира игры пользователи.

Также значительное влияние оказывают и ежедневные события в мире игры, которые только подогревают интерес к ней и привлекает еще большее количество как простых игроков, так и платных подписчиков. Например, сезонные события открывают новые временные товары, в игре имеются сюжетные и ремесленные PvE квесты, которые обновляются каждый день и несут ощутимый на первых этапах игры прирост местных валют, материалов для крафта, а также оружие, броню или даже редкие предметы, рецепты, свитки, что очень важно для начинающих игроков. Таким образом, за потраченное время, игрок получает достойное вознаграждение, которое выше, чем если бы он занимался поиском и набором ресурсов в процессе исследования мира, рыбалкой, охотой и открывал случайно появляющиеся по миру сундуки с сокровищами. Давать игрокам понять, что их время ценится, пусть и лишь ресурсами самой игры, дает возможность игроку почувствовать удовлетворение, а не разочарование от потерянного времени. Отдельно хочется отметить, что не только выше перечисленные примеры используют данные приемы. Такие игры, как Slime Rancher, Minecraft, Subnautica, также удерживают внимание через схожие в совокупности приемы, такие как интересная визуальная составляющая, ненавязчивость, изучение окружающего мира, творческая составляющая игры, частые обновления, события и пр.

В них нет ярко выраженной системы поощрений, но зато сам мир богат на возможности самостоятельного приятного времяпрепровождения и творческой деятельности, особенно это касается двух последних примеров — minecraft и subnautica. В одной игрок получает базовые инструкции о том, что и как работает и с чем какая часть состыкуется при строительстве подводной базы (Subnautica), во второй игрок не получает инструкций вовсе и либо вынужден обращаться на форумы, сторонние ресурсы для получения знаний о рецептах, либо он бу-

дет пробовать и экспериментировать самостоятельно (Minecraft и самостоятельные игры на его теоретической базе. Самая ярко проявляющая себя в этом плане, по мнению автора, — minetest). Поставленный перед игроком фактом, что он должен развлекать себя сам (но при этом у него есть все необходимые для этого инструменты), может, конечно, поначалу сбивать неподготовленного с толку. Однако освоившись, игрок начинает понимать, чувствовать и ценить ту свободу выражения, которую он получает в игре. Как ни странно, может показаться, но именно эта мысль была официально когда-то заявлена разработчиками (Bethesda Game Studios), когда они презентовали игру fallout 76. Здесь игроки действительно вынуждены развлекать себя сами. Однако данная игра с самого начала показала себя не с лучшей стороны, так как по факту являлась (и ею остается) «сборной солянкой» из уже созданных ранее данными разработчиками игр, не привнеся ничего нового, даже с визуальной точки зрения. Конечно, сообщество игроков fallout 76 устраивает периодически коллективные события, сражения и пр., но это скорее выглядит как попытка оправдания потраченных немалых средств на игру. В целом, даже если бы эта игра не имела в своей основе огромное количество багов [13] с анимацией (унаследованные в результате прямого переноса их целиком или частично из предыдущих игр, вроде Skyrim), у нее были бы свои текстуры (а не бережно скопированные из fallout 4) и ее цена была бы хотя бы в половину ниже нынешней, то она бы не создала бы уже такого отрицательного резонанса, хотя на общее положение дел относительно fallout 76 это бы не сильно повлияло. Свобода действий должна быть оправдана идеей, концепцией, миром и нарративом игры, но не желанием сэкономить ресурсы во время разработки.

Процесс вовлечения игрока может быть постепенным, через отсутствие каких-либо объяснений со стороны игры. Например, в игре Hollow knight игрок получает лишь базовые знания о мире и основной идее, лоре игры. Однако по мере прохождения, игрок открывает новые области мира, новые способности, усложняющие и одновременно упрощающие процесс игры. Но самое главная особенность состоит в том, что поначалу игрок вынужден сам изучать мир. Ему дается ровно столько информации, чтобы поспособствовать появлению и развитию интереса у игрока. Но не более того. Сам мир ощущается как нечто самостоятельное, самобытное и отчасти одинокое с долей отчужденности от всего известного игроку. Более глубоко и одновременно жестко в этом плане

поступает с игроком игра Вангеры, которая буквально дает понять игроку с самого начала, что он никто и звать его никак в этом мире. Она не считается с игроком и всячески наказывает его самыми разнообразными способами, начиная от управления и интерфейса, заканчивая самими миром игры: лишь погружаться в нее и превозмогать все трудности прохождения и накапливающийся негативные эмоции, оттого что игра относится к игроку прямо как мир людей в реальности, где любой человек, придя в мир, буквально вынужден доказывать окружающим, что он, его мнение, жизнь, деятельность — значимы. Такой уровень погружения оказывает колоссальное влияние на игрока, который, если решает продолжать играть, вынужден вникать и погружаться глубже в этот сложный далеко не тривиальный мир Вангеров.

Видеоигры и наука

Обоснованность применения тех или иных методов воздействия на игрока полностью основывается на особенностях человеческой психологии. Чтобы это лучше понять, имеет смысл обратиться к исследованиям ученых соответствующих направлений. Выше упоминалось, что совершение определенных действий в игре игроком может служить способом воздействия на него. Например, чтобы получить преимущество в игре, нужно развить персонажа. Чтобы развить персонажа, необходимо регулярно совершать комплекс фиксированных действий, оговоренные правилами игры. Исходя из психогидравлической модели инстинктивного поведения К.Лоренца, мы можем увидеть связь между установленными правилами игры, действиями игрока с выработанной цикличностью выполнения определенных действий (самый прямой пример такой игровой деятельности — гринд (анг. grind — «однообразная работа») — добывание игровых ресурсов с целью получения преимущества в рамках виртуального мира). Игрок видит, какой он получит результат от тех действий, которые от него требует игра взамен тех или иных игровых предметов, опыта и т. д., и ради выгоды он готов производить данные действия в нужных для этого количествах, даже если он будет знать, что получение той или иной награды основано на той или иной процентной вероятности. Если мы вспомним поведения животных, то, получив однажды лакомство от человека, животное попытается получить его вновь, совершив те же действия что и ранее, с целью спровоцировать прежний результат. Человек в этом плане от животных не ушел далеко, и, исполь-

зуя «проверенные» методы действий его инстинктов, он также пытается получать те или иные блага. Кроме того, правила общества и жизни в целом диктуют цикличное поведения и навязывают те или иные ценности, в результате которых человек понимает, что для благополучного выживания ему необходимо совершать те или иные действия на постоянной основе. Например, ходить на работу, выполнять одни и те же действия, и как результат он получит деньги, чтобы иметь возможность выжить, прожить больше и может даже жить лучше, чем он мог бы, если бы не делал необходимых для этого действий, платя за блага самым ценным — временем и своей свободой. Кроме того, он вынужден вести себя определенным образом или участвовать в каких-то мероприятиях, навязанных обществом и правилами. Цикличность и повторяемость во всем. Как верно подметил Рэф Костер в своей книге «Разработка игр и теория развлечений»: «Люди не любят хаос. Нам нравится порядок — не строгая система, но некая стабильная структура, в рамках которой возможны незначительные изменения» [1, с. 24]. У игр с жизнью из общего можно найти выделить то, что участники принимают правила, установленные добровольно, и в играх, в отличие от жизни, человек может поменять, установить свои или принять наиболее близкие для себя. Однако игрок в любом случае принимает их и следует им. Этот вопрос довольно подробно и наглядно рассмотрел Треси Фуллертон, автор книги «Мастерская игрового дизайна. Игровой подход к созданию инновационных игр» [2], когда рассматривал схожие черты между игровыми проектами разных жанров с целью выявления общих черт, характерных для игр в целом. Любые правила определяют и конкретные паттерны поведения, пусть и обусловленные какими-то в дальнейшем результатами в виде игровых ресурсов, опыта, эмоций. И, как было уже сказано ранее, наиболее наглядно такая механика отображена в гринде предметов в ммorpg или в иных играх, где особую роль играют ресурсы и крафт.

Злоупотребление отдельных методов удержания игрока

Основная проблема у некоторых разработчика состоит в том, что в погоне за прибылью или популярностью, или в силу неопытности, или иных причин, он может увлечься использованием механик удержания игрока, что приведет лишь к обратному результату. Например, активное использование внутриигровых уведомлений о том, что в магазине проходит акция на игровые предметы или в игре реклама возникает

слишком часто, то в условно free2play [14] играх это вызывает лишь раздражение у игроков и желание закрыть приложение и не открывать его в ближайшее время. Люди приобретают и скачивают игры для развлечения, а не для полного осознания того, что их используют для получения прибыли. Пользователи этого явно не оценят в положительном ключе. И если в бесплатных приложениях наличие рекламы или магазина может восприниматься снисходительно по понятным причинам, разработчики тоже люди, и для них создание игровых приложений работа, за которую они вправе получать деньги, то в платных играх игрок справедливо более требователен к разработчикам и их приложениям. Следовательно, у игрока больше причин как желать более высокого качества и сбалансированности игры в плане профессионализма, так и меньше видеть рекламы, нарочитого навязывания и манипулирования со стороны разработчиков.

Выводы

Выявленные методы и их типы воздействия на игрока

1) Через осознанные действия игрока: гринд, крафт, магазин.

2) Через интерес игрока: сюжет, мир игры, творческая деятельность.

3) Через эмоции игрока: внутриигровые события, праздники, акции.

4) Через подсознание и инстинкты: поощрения цикличных действий игрока, завязанных на времени (в том числе и вход в игру), простота взаимодействия с игрой (UI, управление), испытание игрока (намеренное вызывание у него отрицательных эмоций с целью вызова желания преодоления трудностей), поощрение и диалог на уровней естественных потребностей игрока (обращение к таким темам, как голод, сон, секс и т.д.) или простейших эмоций (удовольствие, страх, гнев, страсть и т.д.).

Исходя из всего вышесказанного, мы можем понять, что погружение и удержание игрока в виртуальном мире базируется, прежде всего, на умении разработчика слушать игрока, чувствовать его потребности, интересы и удовлетворение их.

Погружение в мир игры может дать игроку не только новые эмоции, но и требует от него затрат энергии, времени и иногда вложения средств. Любая затрата со стороны игрока требует того, чтобы была взаимная отдача, и если игра дается ее, то игрок чувствует, что его жертвы были осуществлены не зря. Игроку нужна причина, почему он

должен играть именно в эту игру. Этой причиной может стать комфорт, уникальность контента, который находит отражение в игроке в той или иной степени, возможность стать тем, кем игрок не может стать в реальной жизни, пережить роль иного персонажа и получить уникальные эмоции, которые он ранее не испытывал.

Такие методы можно назвать естественными, потому что разработчики вызывают понятный и натуральный собственный интерес у игрока к миру игры.

Когда же мы говорим о принуждении в стиле акций в игровом магазине, намеренном внедрении таймера, откровенно рекламные подходы, например, создание ажиотажа вокруг того или иного игрового контента, то мы можем назвать такие методы можно назвать искусственными.

Комбинации и тех и других элементов приводят к тому, что у игрока возникает интерес к игре, как собственный (сюжет, графика, музыка, общая атмосфера, впечатления, социальная составляющая), так и производственного происхождения (магазины с контентом, обновления имеющихся механик, награды за ежедневный вход, победы (поощрение ожидания выгоды), намеренное упрощение отдельных механик в угоду расширения аудитории и т.д.). Разумеется, разработчикам важно, чтобы их игру больше покупали и в нее играли. Однако мы видим, к чему может привести злоупотребление искусственными методами удержания игрока или даже его обман. Он приводит к смешанным и отрицательным рейтингам игры, массивной критике со стороны думающих игроков, временной вспышке популярности в системе запросов и в дальнейшем — неизбежное угасание интереса, если разработчик не помял своего отношения к своему проекту.

Примечания:

1. Э́мбиент (англ. ambient — «окружающий») — стиль электронной музыки, основанный на модуляциях звукового тембра; основная особенность эмбиента заключается в том, что он может дополнять художественное произведение, являясь его фоном, создающим определенное настроение, атмосферу.

2. Match 3 — жанр компьютерных игр, в котором игровой мир базируется на таблице или сетке элементов. Основная задача игрока состоит в манипуляции игровыми объектами этой сетки так, чтобы совпали данные игрой шаблонные комбинации, после выполнения комбинации собранный игроком ряд

объектов исчезает, а оставшиеся объекты на сетке или их часть смещаются, закрывая образовавшиеся пустоты.

3. Внутриигровой валюта — игровой ресурс, выполняющий роль денежных единиц в рамках игрового проекта. Например, она может зарабатываться за выполнение игровых заданий и использоваться для покупки внутриигровых предметов. Обычно не предполагает взаимодействия с реальными денежными единицами.

4. Hidden object — жанр игр, который базируется на поиске определенных предметов на локации.

5. MMO (англ. Massively Multiplayer Online Game) — Массовая многопользовательская онлайн-игра.

6. Сингл (англ single — «одинокий, один») — однопользовательская игра, рассчитанная на одиночное прохождение.

7. Крафт (анг. craft) — процесс создания одних игровых предметов через совмещение, комбинирование или изменение с другими игровыми объектами с использованием специальных средств игры. Цель крафта — получение игровых преимуществ, предметов, которые невозможно или проблематично получить иным путем в игре.

8. Rpg (РПГ от англ. *role-playing game*) — Ролевая игра, жанр, в котором игроку предлагается вжиться в роль, получить определенный опыт, то есть пережить отдельные ситуации, фрагменты, эпизоды жизни, приключений одного из персонажей игры или главного героя. Изначально данный жанр берет свое начало из настольных игр. Особенно популярным сеттингом для рпг можно считать средневековое фентези, но игра ни в коем случае не ограничивается им.

9. Лутбокс (лут — предметы, получаемые в игре, посредством выполнения заданий или выполнения определенных действий в игре, и бокс — от англ. — коробка, он же «кейс» или «контейнер») — чаще всего это предмет, содержащий в себе случайную единицу или несколько единиц внутри игровых предметов. Своего рода лотерея, где игрок может получить как чисто декоративный предмет, так и полезный и даже редкий предмет игры.

10. Скин (анг. skin — «кожа») — визуальная оболочка, текстура, модель или фрагменты для персонажа, несущие чисто декоративный характер.

12. Прокачка персонажа — его развитие, получаемое путем совершение цикличных действий, определенных внутри игры и ведущих к получению специальных очков.

12. PvE (player versus invironment) — режим игры, в котором игрок или игроки сражаются против окружения и / или простив неиграбельных (то есть не управляемых игроком) персонажей, являющиеся частью игры (нпс — npc).

13. Баг (англ. bug — «жук») — программная ошибка, ведущая к непредсказуемым результатам. Столь странное название берет свое начало из истории компьютера. Первый раз было применено 9 сентября 1947 года Грейс Хоппер (Гарвардский университет), когда насекомое попало в вычислительную машину Harvard Mark I, вызвав, таким образом, ряд ошибок.

14. Free2play — игры, распространяющиеся по бесплатной модели. Монетизация таких игр идет через рекламу, встроенные микротранзакции или сторонние методы монетизации контента, так или иначе связанного с игрой.

Список литературы:

1. *Костер Р.* Разработка игр и теория развлечений. — США: Параглиф (Paraglyph), 2005. — 256 с.: ил.

2. *Фуллертон Т.* Мастерская игрового дизайн. Игровой подход к созданию инновационных игр (Game design Workshop. A Playcentric Approach to crearing Innovative Games). — Morgan Kaufmann Publishers., 2008. — 491 с.: ил.

3. Антропологические концепции современной науки. Учебное пособие по курсам «Концепции современного естествознания» и «Антропология» для студентов специальностей «Социология» и «Социальная работа»: в 2 частях. Часть 2: антропосоциогенез / Э.Д.Владимирова. — Самара: Универс-групп, 2008. — 72 с.

Ссылки на электронные ресурсы:

1. Психотипы игроков. — URL: https://habr.com/ru/company/mailru/blog/263839/ (дата публикации: 30 июля 2015 в 14:03) (дата обращения: 15.12.2019).

2. URL: https://kanobu.ru/news/bethesda-v-fallout-76-dlya-animatsii-odnogo-iz-suschestv-ispolzovala-skriptyi-drakonov-iz-skyrim-409145/ (дата публикации: 28 ноября 2018, 18:25, автор: Дмитрий Кинский) (дата обращения: 20.12.2019).

3. URL: https://www.youtube.com/watch?v=7smUD83nb_8 (дата публикации: 19 дек. 2019 г. Канал: БУЛДЖАТь) (дата обращения: 18.12.2019).

4. Инстинкты. — URL: https://studopedia.org/5-49363.html (дата публикации: 28 Ноября 2014) (дата обращения: 16.12.2019).