



CMP

United Business Media

>> ГОРЯЧАЯ ТЕМА:
ПЕРСПЕКТИВЫ ЦИФРОВОЙ ДИСТРИБУЦИИ

(game)land

01(01), ОКТЯБРЬ 2005

gamedeveloper

ВЕДУЩИЙ ЖУРНАЛ ОБ ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ

РОССИЯ

>> ПОСТ-МОРТЕМ

ГРАФИЧЕСКИЙ ОБРАЗ
RESIDENT EVIL 4

>> ДЕЛОВОЙ РАЗДЕЛ

СОЗДАНИЕ ИГР
ПО ЛИЦЕНЗИИ

>> ГЕЙМ-ШУЙ

ОТРИЦАТЕЛЬНАЯ
ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

TOP
20
ИЗДАТЕЛЕЙ

ХОТИТЕ СТАТЬ
НАШИМ ПАРТНЕРОМ?

Соболев Максим sobolev@gameland.ru
Менеджер по рекламе



ПОСТ-МОРТЕМ

18 МОДЕЛИРОВАНИЕ ГРАФИЧЕСКОГО ОБРАЗА RESIDENT EVIL 4

Инновационное использование камеры, впечатляющие ролики и реалистичные персонажи – это всего лишь часть улучшений в Resident Evil 4. Есиаки Хирабаяси, дизайнер графики, делится тайнами создания хита.

Автор: Есиаки Хирабаяси

07 ТОР 20 ИЗДАТЕЛЕЙ

Кто ведет в гонке издателей? Мы составили рейтинг ведущих паблишеров, оценив объемы продаж, качество выпущенных игр и прочие критерии. Кто же стал победителем на этот раз?

Автор: Тристан Донован

13 ЖИЗНЬ ПИРАТОВ: ИНТЕРВЬЮ С ДЭНИЭЛЕМ ДЖЕЙМСОМ

Что объединяет пиратов, ковбоев и многопользовательские игры? Их очень любит Дэниэль Джеймс, управляющий Three Rings и создатель увлекательных MMO. Джеймс рассуждает о проблемах разработки MMO и основных тенденциях в этом секторе.

Автор: Брендон Шеффилд

30 ТЕНДЕНЦИИ 2006: ЦИФРОВОЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ

На смену стандартным сетям приходят альтернативные каналы распространения. Мы рассматриваем существующие каналы сбыта и перспективы цифровой дистрибуции на международных рынках и на территории России.

Автор: Александр Логинов



РАЗДЕЛЫ

02 ИНТРО

04 ГЛАЗА НА ЭКРАН

Обзор Game Developers Conference Europe, женщины в игровой индустрии и многое другое...

34 ДОРОЖЕ ТЫСЯЧИ СЛОВ

Ubisoft's PETER JACKSON'S KING KONG



КОЛОНКИ

24 ДЕЛОВОЙ РАЗДЕЛ Автор: Райли Расселл
Разрешение на кражу

[БИЗНЕС]

25 ДОЗА ПИКСЕЛЕЙ Автор: Стив Теодор
На карандаше

[АРТ]

28 АКУСТИЧЕСКАЯ ФИКСАЦИЯ Автор: Александр Брендон
Пошумим!

[ЗВУК]

29 ГЕЙМ ШУЙ Автор: Ной Фальштайн
Отрицательная обратная связь

[ДИЗАЙН]

33 РОССИЙСКИЙ РЫНОК Автор: Дмитрий Бурковский
Индустриальный тупик

[РОССИЯ]

[ИНТРО]



ПРИВЕТСТВУЮ!

Как вы наверняка помните, с сентября 2004 и до августа 2005 года мы выпускали «Вестник игровой индустрии» – b2b-издание, рассчитанное на всех тех, кто вовлечен в игровую индустрию. Однако недавно мы закрыли проект, так как высокая цена (более \$15 за номер) сильно мешала стать «Вестнику» по-настоящему популярным журналом.

Тогда мы крепко задумались – как же сделать качественное, дешевое и массовое издание для игровой индустрии и при этом не оказаться в долговой яме? Ответ перед вами – электронная версия журнала Game Developer, самого авторитетного gamedev-журнала, который выпускает CMP Media.

Итак, проверяем – все ли требования выполнены? Качество – без вопросов, Game Developer давно стал журналом номер один в своей нише на рынках США и Европы. Дешевизна – за счет отказа от бумаги и полного перехода на электронную версию. Массовость – сочетание доступной цены вкупе с сильной маркой и полная открытость для всех читателей. Последнее означает, что мы рады видеть вас в качестве рецензента и/или автора журнала, а также выслушать мнение и критику.

Юрий Поморцев,
издатель



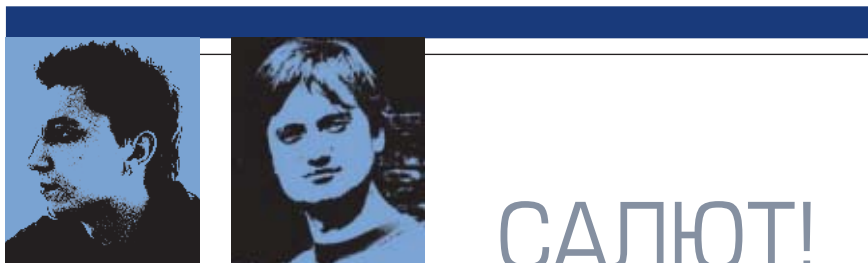
СТОИМОСТЬ ПОДПИСКИ

1 месяц (1 номер)	\$4
6 месяцев (6 номеров) (18% скидка на каждый номер!)	\$20
1 год (12 номеров) (38% скидка на каждый номер!)	\$30

При корпоративной подписке на год предоставляется скидка:

- более 50 копий – 5%;
- более 100 копий – 10%.

Подробная информация на сайте
www.gamedeveloper.ru



САЛЮТ!

Российская индустрия медленно вливается в международное пространство. Еще несколько лет назад никто не мог себе представить, что игра от российской компании сможет войти в NPD TOP 100. Никто не верил, что Electronic Arts откроет здесь свой офис, а индустриальный гигант Microsoft будет продвигать приставку следующего поколения Xbox 360 на пост-советском пространстве. Мир меняется, и мы меняемся вместе с ним. И эти изменения рожают новые желания и потребности. Российская редакция самого известного журнала для разработчиков Game Developer надеется стать тем мостиком, который объединит индустрию и даст ей возможность активно развиваться в будущем. Тем самым журналом, который станет настольной книгой и лучшим другом для всех, кто любит, создает и живет игровой индустрией.

Анатолий Норенко, главный редактор
Александр Логинов, заместитель главного редактора



С чего
начинаются
игры...

BY GAME DEVELOPERS, FOR GAME DEVELOPERS

Game Developer Россия – издание для разработчиков игр, созданное их же усилиями. Редакция журнала всегда открыта для обратной связи, мы всегда готовы учесть все ваши пожелания и предложения. Имеется интересная тема для материала? Есть желание поделиться своим опытом? Пишите на editor@gamedeveloper.ru – мы делаем журнал вместе!

Журнал выходит 1 раз в месяц. №01 (01) ОКТЯБРЬ 2005
<http://www.gamedeveloper.ru>

РЕДАКЦИЯ

Анатолий Норенко	editor@gamedeveloper.ru	главный редактор
Александр Логинов	aloginov@gamedeveloper.ru	зам. главного редактора
Юлия Транквилицкая	proof@gamedeveloper.ru	литературный редактор / корректор

ART

Даниил Ткач	dtkach@gamedeveloper.ru	арт-директор
Дмитрий Бортоновский	dbortnovsky@gamedeveloper.ru	дизайнер

РЕКЛАМНЫЙ ОТДЕЛ

По вопросам размещения рекламы обращайтесь, пожалуйста, к Максиму Соболеву (sobolev@gameland.ru).

Телефон: (095) 935-7034;
факс: (095) 780-8824

PR-ОТДЕЛ

Максим Баканович	baxx@gameland.ru	руководитель отдела
Инна Яшина	yashina@gameland.ru	менеджер

ИЗДАТЕЛЬ И УЧРЕДИТЕЛЬ

Юрий Поморцев	yury@gameland.ru	издатель
Дмитрий Агарунов	dmitri@gameland.ru	генеральный директор

PUBLISHER

Yury Pomortsev	yury@gameland.ru	publisher
Dmitri Agarov	dmitri@gameland.ru	director

КАК СВЯЗАТЬСЯ С РЕДАКЦИЕЙ

Для писем: 101000, Москва, Главпочтамт, а/я 652, «Game Developer Россия»
E-mail: feedback@gamedeveloper.ru, Тел.: (095) 935-7034, Факс: (095) 780-8824

Доступ в Интернет: компания Zenon N.S.P.
<http://www.aha.ru>; Тел.: (095) 250-4629

За достоверность рекламной информации ответственность несут рекламодатели. Рекламные материалы не редактируются и не корректируются.

Редакция ждет откликов и писем читателей. Рукописи, фотографии и иные материалы не рецензируются и не возвращаются.

При цитировании или ином использовании материалов, опубликованных в настоящем издании, ссылка на «Game Developer Россия» строго обязательна. Полное или частичное воспроизведение или размножение каким бы то ни было способом материалов настоящего издания допускается только с письменного разрешения владельца авторских прав.

Game Developer Россия содержит материалы, лицензированные у CMP Media LLC. Указанные материалы переведены и опубликованы с разрешения Game Developer © 2005 CMP Media LLC. Все права защищены.

Game Developer Russia contains articles under license from CMP Media LLC. The articles are translated and reprinted by permission of Game Developer, copyright © 2005 CMP Media LLC. All rights reserved.

(game)land

CMP
United Business Media

WWW.GAMEDEVELOPER.RU

[ГЛАЗА НА ЭКРАН]

ЕСТЬ НОВОСТИ? ПОДЕЛИТЕСЬ С НАМИ: editor@gamedeveloper.ru

GDC EUROPE ОТКРЫВАЕТ КАРТЫ

КОНФЕРЕНЦИЯ РАЗРАБОТЧИКОВ ИГР GDC EUROPE, ОРГАНИЗОВАННАЯ CMP GAME GROUP (СОЗДАТЕЛИ GAME DEVELOPER), прошла в Лондоне в Cafe Royal с 30 августа по 1 сентября этого года. На конференции широко обсуждались разнообразные технические и концептуальные вопросы, однако наибольший интерес вызвали выступления ведущих игроделов.

В ходе пресс-конференции исполнительный вице-президент SCEE Фил Харрисон (Phil Harrison) обсудил с председателем GDC Джамилем Молединой (Jamil Moledina) грядущий выход PlayStation 3, основанной на чипе Cell. Также была затронута тема уже вышедшей PSP и по-прежнему процветающей PlayStation 2.

Комментируя очевидный успех Xbox Live в сравнении с онлайн-достижениями PS2, Харрисон отметил, что PS3 обладает гораздо большим онлайн-потенциалом. Также Фил подчеркнул, что PS3 позиционируется как открытая платформа, а также то – здесь наверняка имелась в виду Microsoft, – «что в отличие от наших конкурентов, SCEE предоставляет издателям полную свободу в определении политики продаж».

Кейта Такахаси (Keita Takahashi) из Namco, отец культового творения Katamari Damacy, прокомментировал нынешнее состояние индустрии и поделился собственным опытом в создании сиквела We Love Katamari. Такахаси постарался ответить на главный вопрос: стоит ли дальше делать игры, которых уже предостаточно? Что ж, если они будут так же восхитительно преподноситься, как концепция нового контроллера в виде кошки, которым Такахаси очаровал участников Game Design Mash-Up на GDCE, то он может делать все что угодно – всеобщее поклонение ему обеспечено.

Главный менеджер Microsoft Xbox Game Developer Group Крис Сэтчелл (Chris Satchell) в своей речи высказался от лица компании о прогнозах и тенденциях потребления и создания контента. Наиболее животрепещущую информацию

публика почерпнула на пресс-конференции с участием Криса. На вопрос о двух вариантах поставки Xbox 360 (с жестким диском и без) Сэтчелл ответил просто: «Оба варианта – это игровые устройства». Он лишь добавил, что у владельцев приставки с жестким диском будет больше возможностей загрузки контента через Xbox Live, но на этом разница, собственно, и заканчивается. Тем же, кто жаловался на то, что игры для Xbox 360 недостаточно используют жесткий диск, Сэтчелл сказал: «Игры и так выглядят отлично. Жесткий диск им не нужен, они прекрасно идут с DVD».

Добавим ко всему перечисленному конференции и пост-мортемы на GDC Mobile, а также привлечение массы внимания технические и бизнес-семинары – и станет совершенно ясно, что младший брат GDC снова в строю. И это несмотря на то, что несколько лет он пребывал в забвении, а на европейском рынке и в индустрии в последнее время творилась изрядная неразбериха.

В заключение нужно добавить, что, по заявлению CMP Game Group, GDC Europe 2006 все же состоится. Место и время проведения будут объявлены позднее. – Саймон Карлесс



Фил Харрисон (SCEE)

WIGI – «ВОПИЮЩИЙ ГЛАС ПРОФСОЮЗА»

ЖЕНЩИНАМ В ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ НЕ ХВАТАЕТ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА.

Точнее, не хватало до этого лета. WIGI (Women In the Game Industry) была основана Шери Грейнер Рей (Cheri Grainer Ray), адвокатом по делам женщин, по совместительству работающей в Sony Online Entertainment. Это новая некоммерческая организация, которая задалась целью стать выразителем мнения (и жалоб) женщин, работающих над играми. В создании организации также участвовали две известные особы: Лора Фрайер (Laura Fryer) из Microsoft Game Studios и Кэти Шобак (Kathy Schobak) из Ageia.



Шери Грейнер Рей

«Обычно в игровых компаниях работает всего по две-три женщины, и они, как правило, чувствуют себя одиночками. Мы хотим дать им право голоса в сообществе», – говорит Грейнер Рей. Также WIGI намеревается активно обучать и женщин, и мужчин-игроделов тому, как привлекать женщин – и представителей прочих сообществ – в индустрию.

Лора Фрайер поясняет: «Созданием игр должны заниматься разные люди. Изменение конъюнктуры – очень тонкий процесс, он требует много времени. И мы готовы за это взяться. Изменение стиля жизни также требует времени. Люди в этой индустрии хотят делать то, что им по душе. Они хотят быть разными. Но не всегда знают, как».

Хотя перечень вопросов, касающихся женщин и прочих социальных групп, неоднократно обсуждался на различных конференциях, ни одно сообщество еще не было представлено официально. Похоже, WIGI сумеет это сделать, особенно в силу того, что леди Грейнер Рей, Фрайер и Шобак (среди многих прочих) занимались этой проблемой еще до учреждения WIGI.

«Учитывая количество женщин, занятых в игровой индустрии, объективно WIGI не могла не возникнуть», – утверждает Грейнер Рей. – Мы набрали критическую массу. Я рада, что собралось столько женщин, что мы смогли решиться на такой шаг».



Лора Фрайер

«От прочих подобных женских объединений WIGI отличается то, что мы думаем о роли женщины в индустрии... Как мы делаем игры? Какими играми станут в будущем благодаря нам?» – говорит Фрайер.

«Все, чего мы добиваемся, – это внимания к проблемам женщин в игровой индустрии», – считает Грейнер Рей, повторяя, что одна из задач WIGI – помочь женщинам, которых интересует разработка игр, выстроить карьеру.

«Сейчас мы активно набираем силу», – говорит Лора Фрайер. – В этом году GDC посетило больше дам. Не знаю, были то посетительницы или занятые в индустрии женщины. В любом случае, мы уже вступили в игру». – Джилл Даффи

В СЕТИ QUAZAL ПОПАЛАСЬ PSP

КОМПАНИЯ QUAZAL ИЗ МОНРЕАЛЯ, СОЗДАТЕЛЬ МНОГОПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ ДВИЖКОВ NET-Z И RENDEZ-VOUZ, объявила, что Sony одобрила участие компании в программе разработки инструментов и движков для PSP. Quazal уже готова предоставить заинтересованным разработчикам тестовые версии своих продуктов.

«Многопользовательская игра на карманных консолях предлагает ряд уникальных возможностей наряду с выдвигаемыми требованиями. И мы рады, что наша компания эти требования удовлетворяет, — говорит Мартин Лавойе (Martin Lavoie), ведущий менеджер Quazal по технологии. — Учитывая обратную совместимость домашней и карманной консо-

ли, мы получаем огромную нишу для многопользовательских разработок».

Используя технологии от Quazal, создатели игр получат невиданную доселе возможность программировать сетевые сражения между обычной и карманной приставками. Авторы Net-Z и Rendez-Vouz утверждают, что в силу кроссплатформенности движка, пригодного для создания как приставочных, так и PC-игр, подобные проекты как никогда близки к реализации.

Технологии от Quazal уже применяются в таких разработках, как Tom Clancy's Splinter Cell: Chaos Theory от Ubisoft, Project: Snowblind от Eidos и Crystal Dynamics и Darkwatch от High Moon и Capcom.

СЛИЯНИЕ NDL И EMERGENT

КОМПАНИЯ NDL, РАЗРАБОТЧИК ДВИЖКА GAMEBRYO 3D GRAPHICS, И EMERGENT GAME TECHNOLOGIES (БЫВШАЯ BUTTERFLY.NET) объявили о слиянии под именем последней с целью разработки инструментария для создания игр.

Президент NDL Джон Остин (John Austin) так прокомментировал это событие: «Мы стремимся предоставить разработчикам качественные средства, чтобы они сосредоточились на создании контента».

Жюв Сельзер (Geoff Selzer), исполнительный директор Emergent, добавляет к этому, что они с NDL видят широкие перспективы взаимодействия на рынке средств разработки: «Покупка Renderware EA в 2004 году (вскоре после которой Сельзер занял свой пост в NDL) означала для нас две вещи. Первая: создание движков получило признание ведущего мирового издателя. Вторая: на рынке образовалась огромная незаполненная ниша».

По словам Джона Остина, решение об объединении компаний с целью заполнить эту самую нишу обусловлено желанием выглядеть «более представительно». «Нам действительно нужен более широкий спектр продуктов», — говорит он.

Emergent собирается представить некоторые свои разработки уже на Austin Games Conference в конце октября. «Думаю, мы здорово впечатлим индустрию широким ассортиментом продуктов, которые сможем предложить в ближайшие 16-18 месяцев», — говорит Сельзер.

На вопрос о том, как небольшая независимая компания прорвется на рынок средств разработки, Сельзер отвечает так: «Полагаю, существуют бизнес-модели, которые позволяют разработчикам с небольшими бюджетами оставаться на плаву». Остин добавляет, что «ключевые потребители Gamebryo — это среднего размера компании, которым выгодно приобретать именно наши технологии». Среди клиентов Emergent — достаточно известные студии: Firaxis Games (Sid Meier's Pirates, Civilization IV), Bethesda Softworks (Oblivion для Xbox 360), Mythic (Dark Age of Camelot), Irrational Games (Freedom Force).

«Мы хотим дать понять, что рассматриваем средства разработки не просто как инструменты и поставляем не просто отдельные продукты, но идем по пути создания целой системы для разра-

ЖАНРОЛОГИЯ

ДАННЫЕ О ПРОДАЖАХ ИГР В США ПО ЖАНРАМ
С ЯНВАРЯ ПО ИЮЛЬ 2005 ГОДА НА ВСЕХ ПЛАТФОРМАХ

ЖАНРЫ	ПРОДАНО КОПИЙ	СЕТЕВЫЕ ПРОДАЖИ
ЭКШН	27,035,610	\$852,702,600
ПРИКЛЮЧЕНИЯ	2,425,331	\$75,989,740
АРКАДЫ	1,397,017	\$24,244,360
ДЕТСКОЕ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ПО	2,348,405	\$52,678,740
СЕМЕЙНОЕ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ПО	5,576,937	\$154,203,000
ФАЙТИНГИ	3,988,296	\$122,693,000
АВИАСИМУЛЯТОРЫ	540,809	\$12,920,810
ПРОЧИЕ ИГРЫ / СБОРНИКИ	1,671,175	\$36,365,850
ГОНОЧНЫЕ	10,530,040	\$346,699,300
РОЛЕВЫЕ	8,550,013	\$268,752,800
ШУТЕРЫ	7,032,452	\$240,188,400
СПОРТИВНЫЕ	14,055,000	\$443,180,000
СТРАТЕГИИ	1,675,265	\$39,913,250
ЖАНР НЕ УКАЗАН	157,357	\$7,567,901
ИТОГО	86,983,700	\$2,678,100,000

ПО ДАННЫМ NDP GROUP

ботки игр», — говорит Сельзер, добавляя, что компания планирует «стремительную экспансию в Европе и Азии».

Разговор о системах в противопоставление узкоспециализированным инструментам приобретает все большую актуальность. Сейчас разработчики все больше внимания уделяют организации трудового процесса, созданию стандартизированных методов разработки, оптимизации управления крупными студиями, многомиллионными проектами и технологиями, которые развиваются гигантскими темпами.

«Игроделы боятся слова «стандартизация», — рассказывает Сельзер. — Однако ее необходимость обусловлена неизбежным взрослением индустрии. Я могу сказать, что мы (Emergent) верим в стандартизацию. Но мы рассматриваем стандарт как нечто уникальное для каждой студии». Сельзер уверен, что «модульные решения» — это путь в будущее. По крайней мере, для Emergent. «Гибкость станет одним из наших основных принципов, — говорит Жюв. — Мы не хотим ограничивать — мы хотим оказать поддержку». — Джилл Даффи

КАЛЕНДАРЬ

**Project Bar-B-Q
Canyon of the Eagles
Остин (Техас)**

13-16 октября 2005 г.
Стоимость участия: \$2,595 (включает поселение)
www.projectbarbq.com

**Women's Game Conference
Austin Convention Center
Остин (Техас)**

26-27 октября 2005 г.
Стоимость участия: \$115-\$195
www.WomensGameConference.com

**Austin Game Conference 2005
Austin Convention Center
Остин (Техас)**

27-28 октября 2005 г.
Стоимость участия: \$115-\$195
www.GameConference.com

**Serious Games Summit DC
Crystal Gateway Marriott
Арлингтон (Вирджиния)**

31 октября — 1 ноября 2005 г.
Стоимость участия: \$795
www.seriousgamessummit.com

ХОТИТЕ СТАТЬ
НАШИМ ПАРТНЕРОМ?

Соболев Максим sobolev@gameland.ru
Менеджер по рекламе

>> ТРИСТАН ДОНОВАН



В ЭТОМ ГОДУ GAME DEVELOPER В ТРЕТИЙ РАЗ ОПРЕДЕЛЯЕТ ДВАДЦАТЬ ЛУЧШИХ ИЗДАТЕЛЕЙ. МЫ УВЕРЕНЫ, ЧТО, ХОТЯ В ЭТОМ СПИСКЕ ПО БОЛЬШЕЙ ЧАСТИ «ЗНАКОМЫЕ ВСЕ ЛИЦА», ВСЕГДА НАЙДЕТСЯ МЕСТО И НОВИЧКАМ. РЫНОК МЕНЯЕТСЯ И КОНСОЛИДИРУЕТСЯ, А ВМЕСТЕ С НИМ – И УЧАСТНИКИ НАШЕГО РЕЙТИНГА.

В этом году мы точно не увидим в списке Acclaim, погрязшую в пучине банкротства прямо перед выходом в печать номера с нашим прошлогодним чартом. Благодаря своей внушительной международной активности Bandai и Carbot потеснили из двадцатки Коеи и Empire. А если учесть большое количество состоявшихся, а также грядущих слияний, наш перечень раз от раза становится все более интригующим.

ТРИСТАН ДОНОВАН – журналист из Великобритании. Адрес электронной почты: tdonovan@gdmag.com



1. ELECTRONIC ARTS

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1982

ГОЛОВНОЙ ОФИС: РЕДВУД, КАЛИФОРНИЯ

СТУДИИ: Criterion (Гилфорд, Великобритания); EA Black Box (Ванкувер); EA Canada (Монреаль, Ванкувер); EA Los Angeles (Плайя Виста, Калифорния); EA Japan (Токио, Япония); EA Redwood Shores (Редвуд, Калифорния); EA U.K. (Чертси, Великобритания); Maxis (Уолнат Крик, Калифорния); EA Tiburon (Орlando)

И СНОВА, ТРЕТИЙ ГОД ПОДРЯД, ELECTRONIC ARTS ЛИДИРУЕТ В НАШЕЙ ДВАДЦАТКЕ. Компания может похвастаться годовым доходом более \$3,1 млрд., а также – в силу мультиплатформенности тайтлов – наибольшим количеством релизов из всех кандидатов на первенство. За счет поглощения Criterion Software в 2004 году EA расширила внутреннее подразделение разработчиков, увеличила инвестиции в разработку игр для мобильных телефонов и строит планы по открытию студии в Китае. В конце 2004 года EA купила 19,9% акций Ubisoft, на что французский издатель отреагировал крайне негативно. Также компания заключила долгосрочные соглашения с ESPN и NFL, гарантировав тем самым, что действующие логотипы, а также реальные имена и характеристики игроков будут только в футбольных симуляторах от EA.

EA перехватила у Vivendi Universal Games эстафету по распространению Half-Life от Valve. Помимо этого, медиагигант стал соучредителем звукозаписывающей студии Next Level Music LLC. Среди наиболее популярных игр, выпущенных EA в 2004 году, – Burnout 3: Takedown от упомянутой выше студии, успешные игры по вселенной Lord of the Rings, адд-оны к бессмертным The Sims, а также вагон и маленькая тележка спортивных симуляторов всевозможных жанров.



ACTIVISION®

2. ACTIVISION

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1979

ГОЛОВНОЙ ОФИС: САНТА-МОНИКА, КАЛИФОРНИЯ

СТУДИИ: Веепox (Квебек); Infinity Ward (Энсино, Калифорния); Luxoflux (Санта-Моника, Калифорния); Neversoft (Энсино, Вудленд Хиллз, Калифорния); Raven Studios (Мэдисон, Висконсин); Shaba Games (Сан-Франциско); Toys For Bob (Новато, Калифорния); Treyarch (Санта-Моника, Калифорния); Vicarious Visions (Маунтин Вью, Калифорния; Троя, Нью-Йорк); Z-Axis (Фостер, Калифорния)

ОБШИРНАЯ ПОДБОРКА РЕЛИЗОВ, ВОЗРОСШИЕ ДОХОДЫ – И ACTIVISION ВЗЫМАЕТ НА ВТОРУЮ ПОЗИЦИЮ НАШЕГО ЧАРТА. Такой хороший результат в сравнении с прошлым годом достигнут во многом благодаря качественной Rome: Total War, второй части Tony Hawk’s Underground и веренице популярных игр по лицензиям – от X-Men Legends до Spider-Man 2. Будучи признанным пионером в области издательства, финансово благополучная Activision в последние годы продолжает расширять и без того внушительный список внутренних студий. В результате в дружный коллектив разработчиков Activision влились Toys For Bob, Веепox и Vicarious Visions. И даже после этих приобретений у Activision, входящей в почетный перечень компаний с годовым оборотом более \$1 млрд., остается в кассе порядка \$700 млн. Это подтверждает, что политика компании в отношении приобретенных студий, которые остаются самостоятельными и не стесненными в творческих амбициях, работает не хуже метода объединения, избранного EA. Вечно неутомимая Activision выпускает игры даже для самых невнятных приставок, имея в портфолио продукты для ныне покойной Tapwave Zodiac и не хватающей звезд с неба Nokia N-Gage.

Microsoft game studios™

3. MICROSOFT GAME STUDIOS

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1975

ГОЛОВНОЙ ОФИС: РЕДМОНД, ВАШИНГТОН

СТУДИИ: Bungie Studios (Редмонд, Вашингтон); Ensemble Studios (Даллас); FASA (Редмонд, Вашингтон); Rare (Твайкросс, Великобритания); Microsoft Game Studios Japan (Токио); Редмонд, Вашингтон

СО ВРЕМЕНИ ЗАПУСКА ХВОХ ПОЗИЦИИ MICROSOFT В ЧАРТЕ СТРЕМИТЕЛЬНО РАСТУТ. В 2003 году компания появилась в двадцатке на почетном 9-м месте и с тех пор взбирается все выше и выше. При поддержке тяжелой артиллерии в лице Halo 2 Microsoft продолжает наступление на фронте разработок для Xbox, обделив вниманием нишу PC-игр. Впрочем, Rise of Nations и Zoo Tycoon 2 заняли достойное место на персональном компьютере. Поскольку Xbox так и не закрепился в Японии, Microsoft по-прежнему теряет весомую долю рынка (хотя Phantom Dust от Microsoft Game Studios Japan тепло приняли повсеместно). С грядущим релизом Xbox 360 Microsoft намеревается сосредоточиться на этом направлении. Также в планах компании – стратегические соглашения с японскими разработчиками – Хиронобу Сакагути (Hironobu Sakaguchi, создатель Final Fantasy) и его студией WindWalker и Тэцую Мидзугути (Tetsuya Mizuguchi) из Q Entertainment.

Несмотря на то, что Microsoft владеет рядом профессиональных студий (Bungie, Ensemble, Rare), компания продолжает активно эксплуатировать внешние ресурсы. Сторонние разработчики производят более 60% продуктов корпорации.

Издатели	Рейтинг			Кол-во		Процент внешних разработок	Профессионализм подюсеров	Своевременность выплат	Заработные платы	Средняя оценка продукции
	2005	2004	2003	Баллы	релизов					
Electronic Arts	1	1	1	254	126	17	8.52	8.50	8.91	81
Activision	2	7	4	229	76	63	9.25	9.60	9.40	65.40
Microsoft	3	2	9	227.5	20	60	9.60	9.85	10.00	80.56
Nintendo	4	10	3	219	69	32	8.50	10.00	8.50	76.08
Sony Computer Entertainment	5	3	2	213	41	37	9.18	9.55	8.50	75.07
Ubisoft	6	5	12	205	65	55	9.48	8.05	9.25	70.25
Konami	7	15	8	203	78	15	8.80	10.00	8.50	67.03
THQ	8	4	13	199.5	94	55	9.31	9.42	8.50	65.68
Sega Sammy	9	14	10	198.5	75	31	8.65	7.60	9.40	70.55
Take Two	10	8	6	195.5	42	67	9.40	7.60	8.50	69
Namco	11	20	16	194.5	35	51	9.10	9.40	10.00	74.30
Vivendi Universal Games	12	11	5	180	43	72	8.73	8.92	9.00	68.93
Atari	13	9	7	174.5	67	70	8.84	7.68	8.20	67.63
SCI/Eidos	14	6	19	167	35	51	9.70	9.70	8.50	70.94
Capcom	15	–	14	142	39	21	8.50	8.50	8.50	73.39
Square Enix	16	16	11	134.5	19	21	8.50	8.50	8.50	71.90
Bandai	17	–	15	123	49	51	8.50	8.50	8.50	63.44
Codemasters	18	12	–	121.5	17	29	7.60	9.40	8.50	75.86
Midway	19	17	20	121	22	32	8.50	8.50	8.50	78.20
LucasArts	20	–	–	115.5	9	89	8.50	8.50	8.50	81.60



4. NINTENDO
ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1933
ГОЛОВНОЙ ОФИС: КИОТО, ЯПОНИЯ

СТУДИИ: Brownie Brown (Токио); Intelligent Systems (Киото, Япония); NDCube (Токио); Nintendo Entertainment Analysis and Development (Киото, Япония); Nintendo of America (Сиэтл); Retro Studios (Остин); Systems Research & Development (Киото и Осака, Япония)

ЕЩЕ ОДИН ГОД ВНУШИТЕЛЬНЫХ ИГРОВЫХ ПРОДАЖ, А ТАКЖЕ УСПЕХ DS И GAME BOY ADVANCE ПОДТВЕРЖДАЮТ, ЧТО NINTENDO ПО-ПРЕЖНЕМУ ОСТАЕТСЯ СЕРЬЕЗНЫМ СОПЕРНИКОМ SONY И MICROSOFT. Востребованность игр для консоли DS и высокий спрос на игры по вселенной Pokemon для GBA и прочих платформ помогли компании вернуться в пятерку лидеров чарта. Хотя Nintendo и любит подолгу эксплуатировать свои персонажи, недостатка в инновациях эта бабушка японской игровой индустрии также не испытывает. Выпуск DS был смелым шагом на рынке игровых устройств, а за ним последовали релизы не менее амбициозных Electroplankton и Nintendogs. Игры были хорошо приняты публикой, а поскольку это были внутренние разработки, весь доход от них Nintendo положила себе в карман. Не обошлось без изменений внутри компании: несколько студий из Киото объединились в подразделение Nintendo Entertainment Analysis and Development. Отныне создатели WarioWare и The Legend of Zelda работают вместе, и результаты этого сотрудничества могут нас приятно удивить.

	Распределение по платформам, %				Кол-во внутренних студий
	PC	Консоли	Портативные	Мобильные	
	17.46	66.67	14.28	1.59	10
	39.48	39.48	18.43	2.63	10
	10	85	5	0	6
	0	24.64	75.36	0	7
	0	78.05	19.51	2.44	14
	30.77	58.46	10.77	0	13
	10.26	61.54	23.07	5.13	6
	20.21	32.97	22.34	24.47	11
	16	66.66	11.99	5.33	7
	7.14	88.10	4.76	0	13
	0	71.42	28.57	0	2
	37.21	37.21	20.94	4.65	6
	32.84	44.78	20.89	1.49	6
	28.57	65.57	3	2.86	5
	2.56	64.10	25.65	7.69	4
	15.79	31.58	15.79	36.84	5
	28.57	60.57	8	2.86	3
	23.53	76.47	0	0	2
	9.09	81.91	9	0	6
	33.33	66.66	0	0	1

5. SONY COMPUTER ENTERTAINMENT

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1993
ГОЛОВНОЙ ОФИС: ТОКИО, ЯПОНИЯ
СТУДИИ: Бенд, Орегон; Кембридж, Великобритания; Контрейл (Токио); Фостер, Калифорния; Incognito Entertainment (Солт Лейк Сити); Ливерпуль, Великобритания; Лондон; Polyphony Digital (Токио); Сан-Диего; Naughty Dog (Санта-Моника, Калифорния); Сеул; SN Systems (Бристоль, Великобритания); Токио; Zener Works (Токио)



ВЫХОД PSP И СКОРЫЙ ВЫПУСК PLAYSTATION 3 ПОБУДИЛИ SONY РАСШИРИТЬ И БЕЗ ТОГО ВНУШИТЕЛЬНУЮ КОЛЛЕКЦИЮ ВНУТРЕННИХ СТУДИЙ. Игры для PSP займется новая студия в Южной Корее, а британский создатель инструментария для разработки SN System послужит на благо PS3. Любопытно, что, будучи ведущим производителем приставок, в разработке Sony отдает предпочтение новым тайтлам. Да, выпуском God of War и Ratchet and Clank 3 корпорация подтвердила свой статус первоклассного разработчика и издателя. Однако, не имея столь внушительных доходов, как EA, и выпустив не так уж много игр в сравнении с другими компаниями, Sony вынуждена довольствоваться 5-м местом в нашем рейтинге.

6. UBISOFT
ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1986
ГОЛОВНОЙ ОФИС: МОНРЕАЛЬ-СЮ-БУА, ФРАНЦИЯ

СТУДИИ: Аннеси, Франция; Барселона; Blue Byte (Дюссельдорф, Германия); Бухарест; Касабланка; Милан; Монпелье, Франция; Монреаль; Квебек; Париж; Red Storm (Моррисвилл, Северная Каролина); Шанхай; Wolfpack (Остин)



ИМЕЯ 13 СОБСТВЕННЫХ СТУДИЙ СО ШТАТОМ В 3000 ЧЕЛОВЕК, UBISOFT ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ ИЗ КРУПНЕЙШИХ РАЗРАБОТЧИКОВ В МИРЕ. В компании давно пришли к выводу, что стоит как можно меньше полагаться на внешние команды. Новые студии в Квебеке и Шанхае избавят Ubisoft от необходимости лишний раз прибегать к сторонним услугам. Прежде чем окончательно приступить к реструктуризации, компания решительно отразила попытку поглощения со стороны заморского конкурента в лице EA, расширила свои производственные мощности за счет приобретения у компании Microids отдела разработки и анонсировала новую линейку спортивных продуктов. Ubisoft по-прежнему умело распределяет ресурсы между производством игр по собственным брендам (Rayman, Prince of Persia) и разработками по известным лицензиям вроде серий Tom Clancy's...



7. KONAMI
ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1973
ГОЛОВНОЙ ОФИС: ТОКИО, ЯПОНИЯ

СТУДИИ: Hudson Soft (Токио, Саппоро, Сан-Франциско); Konami Computer Entertainment (Токио); Konami Digital Entertainment (Гонолулу, сан-Хосе); Konami Software Shanghai (Шанхай); Kojima Productions (Токио)

20
ИЗДАТЕЛЕЙ20
ИЗДАТЕЛЕЙ20
ИЗДАТЕЛЕЙ20
ИЗДАТЕЛЕЙ20
ИЗДАТЕЛЕЙ20
ИЗДАТЕЛЕЙ

МНОГО ЛЕТ ВНУТРЕННИЕ СТУДИИ РАБОТАЛИ ПОРОЗНЬ, И ТОЛЬКО ТЕПЕРЬ КОПАМИ СОБРАЛА СВОИ ЦЕХА В ЕДИНОЕ ТОКИЙСКОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ.

Компания утверждает, что пошла на этот шаг ради повышения эффективности. Копами пустила с молотка действующую на японском рынке дочернюю компанию по производству видеоигр и детских игрушек Takara. В результате под крылом Копами осталось только три фирменных студии и столько же – под брендом разработчика и издателя Hudson, приобретенного в апреле 2005 года.

Производство игр в этих цехах поставлено на стабильный поток, так что на внешних мощностях Копами собирает всего 15% своих тайтлов. Впрочем, американское издательское подразделение работает над увеличением этого показателя, выпуская на консолях сторонние разработки вроде Death Jr. При этом американский филиал поддерживает и игры собственной разработки компании: Metal Gear Solid, Castlevania и Pro Evolution Soccer/Winning Eleven.



8. THQ

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1989

ГОЛОВНОЙ ОФИС: КАЛАБАСАС ХИЛЛЗ, КАЛИФОРНИЯ

СТУДИИ: Blue Tongue Entertainment (Мельбурн); Concrete Games (Сан-Диего); Cranky Pants Games (Киркланд, Вашингтон); Heavy Iron Studios (Калвер, Калифорния); Helixe (Берлингтон, Массачусетс); Нью-Йорк; Rainbow Multimedia Group (Феникс); Relic Entertainment (Ванкувер); THQ Australia Studios (Спрингс Хилл, Австралия); THQ Wireless (Калабасас Хиллз, Калифорния); Volition (Шампань, Иллинойс)

НЕСМОТЯ НА ТО, ЧТО THQ ОПУСТИЛАСЬ В НАШЕМ РЕЙТИНГЕ НА НЕСКОЛЬКО ПОЗИЦИЙ, ЗА ПРОШЕДШИЕ 12 МЕСЯЦЕВ КОМПАНИЯ ЗНАЧИТЕЛЬНО УПРΟЧИЛА СВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ В ИНДУСТРИИ.

Теперь в ее составе 11 собственных студий, включая новое приобретение – Blue Tongue Entertainment. THQ занимает 2-е место в списке 20-ти наиболее «плодовитых» издателей, уступая по этому показателю только EA.

THQ – один из ведущих разработчиков, специализирующийся на австралийском рынке. Владеет двумя многообещающими студиями и знаменит своей страстью к лицензированию, выпуская все подряд – от римейков игр от Sega и Rare для GBA до очень прибыльных проектов по мультфильмам от Nickelodeon и Pixar, а также официальных симуляторов реслинга. При всем при этом компания успевает издавать оригинальные тайтлы. Самый примечательный среди последних – Destroy All Humans! от Pandemic.

КРИТЕРИИ

GAME DEVELOPER СОСТАВЛЯЕТ ДВАДЦАТКУ ЛУЧШИХ ИЗДАТЕЛЕЙ, ИСХОДЯ ИЗ ОЦЕНКИ ДОСТИЖЕНИЙ ИЗДАТЕЛЯ В НЕСКОЛЬКИХ КАТЕГОРИЯХ. Сначала формируется список из 30-ти издательств по величине дохода в отчетном периоде или по его приблизительной оценке в случае отсутствия данных.

Затем деятельность каждого издательства оценивается по следующим шести параметрам: годовой оборот, количество релизов, средняя оценка продуктов, профессионализм продю-

серов, своевременные выплаты, вознаграждение персонала.

Показатель годового оборота берется из ежегодного отчета издателя. Если эта информация закрыта, мы оцениваем оборот самостоятельно, исходя из продаж продукции издателя. Количество релизов (выпуск игры для каждой платформы рассматривается как отдельный релиз) поступает от издателя. Если издатель не в состоянии предоставить информацию, сведения черпаются с его сайта или со специализирован-

9. SEGA SAMMY HOLDINGS

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1952 (SEGA), 1975 (SAMMY)

ГОЛОВНОЙ ОФИС: ТОКИО, ЯПОНИЯ

СТУДИИ: Creative Assembly (Хоршем, Великобритания; Фортитюд Вэлли, Австралия); Racing Studio (Бирмингем, Великобритания); Red Entertainment (Токио); Sega Shanghai Studios (Шанхай); Sega Studios (Токио); Sega Studios USA (Сан-Франциско)



SEGA-SAMMY
HOLDINGS

ПОСЛЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ С SAMMY SEGA

ПРИСТУПИЛА К РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ. Ком-

пания стремится вновь выйти на прибыльность после долгих месяцев сплошных убытков. Среди изменений – продажа Kush Games и Visual Concepts компании Take Two, покупка Creative Assembly (создателей Rome: Total War), расставание с заслуженным разработчиком Тэцуйей Мидзугути, образовавшим собственную студию Q Entertainment, и слияние семи токийских студий, принадлежащих Sega. Вдобавок Sammy Studios, филиал Sammy в США, приобрела статус независимой компании High Moon Studios. Таким образом, произошло слияние американского и европейского отделов управления Sega. Наконец, Sega принялась за создание на Туманном Альбионе студии, которой предстоит заняться гоночными играми. Однако, несмотря на все преобразования, проблем у компании предостаточно. По Sega резко ударил скандал с уклонением от уплаты налогов в Японии, а также история с гибелью человека за игровым автоматом производства Sega. Тем не менее, слияние компаний несомненно пошло на пользу. За счет Sammy Sega постепенно набирает силу и отныне более осторожно подходит к ассортименту выпускаемых продуктов. Sega гордится собственными тайтлами и с успехом продолжает серии Sonic, Shining Force и Phantasy Star. Параллельно с реструктуризацией компания воскрешает бывшие хиты и не забывает о новых разработках.

10. TAKE TWO INTERACTIVE

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1993

ГОЛОВНОЙ ОФИС: НЬЮ-ЙОРК

СТУДИИ: Cat Daddy Games (Бельвью, Вашингтон); Frog City (Сан-Франциско); Indie Built (Солт Лейк Сити); Kush Games (Камарилло, Калифорния); PopTop Software (Фэнтон, Монтана); Rockstar Leeds (Лидс, Великобритания); Rockstar North (Эдинбург); Rockstar San Diego (Сан-Диего); Rockstar Toronto (Торонто); Rockstar Vancouver (Ванкувер); Rockstar Vienna (Вена); Venom Games (Ньюкасл, Великобритания); Visual Concepts (Сан-Пафазель, Калифорния)

ных игровых ресурсов. Средние оценки продуктов основаны на информации ресурса GameRankings.com. Сведения по оставшимся пунктам берутся из конфиденциальных интервью с разработчиками.

30 лучших издателей занимают позиции согласно каждому из шести критериев. Издатель с наименьшим баллом получает оценку 1, набравший больше баллов – 2 и так далее до тех пор, пока набравший больше всего баллов не получит оценку 30.

Затем процедура повторяется для суммарных показателей, итоговые величины взвешиваются и складываются. По полученным оценкам формируется список 20-ти лучших издателей.

Мы сделали все возможное для уточнения информации, содержащейся в данном материале. Однако мы не можем гарантировать ее безупречную точность и компетентность. Мы не принимаем претензии по прямым и косвенным убыткам, понесенным вследствие использования статьи.

20
ИЗДАТЕЛЕЙ20
ИЗДАТЕЛЕЙ20
ИЗДАТЕЛЕЙ20
ИЗДАТЕЛЕЙ20
ИЗДАТЕЛЕЙ20
ИЗДАТЕЛЕЙ

ПРОДАВ ОКОЛО 12 МЛН. КОПИЙ GTA: SAN ANDREAS, TAKE TWO ПОЖИНАЕТ ПЛОДЫ ОЧЕРЕДНОГО УСПЕШНОГО ГОДА. Прибыль от ее ключевого тайтла покрыла затраты на покупку нескольких студий, среди которых Venom Studios и бывшая собственность Sega – Visual Concepts и Kush Games. Расширение побудило Take Two открыть два новых издательских лейбла – 2K Games и 2K Sports –

вдобавок к существующим (Rockstar Games и Global Star). Но не все коту масленица. Hot Coffee, скандальный мод для San Andreas, открывающий закомментированные в коде игры сексуальные сцены, вынудил издателя отозвать игру из продажи. После проверки счетов компании комитет по защите рыночных механизмов (SEC) вынудил издателя выплатить \$7,5 млн. долларов штрафа, не подтвердив и не опровергнув вину ответчика. Поскольку в выставлении своей оценки мы руководствуемся качеством всех выпущенных продуктов, тут Take Two подвело обилие бюджетных тайтлов, вышедших под маркой Global Star. В итоге компания потеряла прежние позиции в нашем чарте. Но, глядя на то, как стремительно Take Two разворачивает свой новый лейбл 2K Sports, подкрепленный контентом от Visual Concepts, и раздвигает рамки рейтинга M своими оригинальными находками, в будущем году мы прочим ей безусловный успех.



11. NAMCO

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1955

ГОЛОВНОЙ ОФИС: ТОКИО, ЯПОНИЯ

СТУДИИ: Сан-Хосе, Калифорния; Иокогама, Япония

СОЗДАЕТСЯ ВПЕЧАТЛЕНИЕ, ЧТО ДВЕ СТУДИИ NAMCO ГОНЯТСЯ ЗА РАЗНЫМИ ЗАЙЦАМИ. Японское подразделение набило руку на разработке домашних проектов – Taiko no Tatsujin и Katamari Damacy стали хитами как на родине, так и в США. Компания не упустила возможности продолжить свои культовые серии Tekken и Ridge Racer. Игры последней, похоже, обречены быть первыми тайтлами на каждом новом поколении консолей.

Тем временем американское подразделение собирается раскрутиться за счет детских проектов. В этом деле ему призвано помочь специально созданное здесь же, в Сан-Хосе, подразделение по разработке игр для карманных приставок, а также стремительное продвижение на рынке игр для PC. Все эти усилия вытолкнули компанию на текущую строчку в нашем чарте. Кстати, на заметку: в этом году Namco анонсировала свое объединение с одним из крупнейших производителей детских игрушек, видеоигр и мультфильмов в Японии, компанией Bandai. Заключение договоренности запланировано на конец этого года. Мы имеем все шансы получить многообещающий тандем творческого потенциала Namco и торговых и рекламных мощностей Bandai.

12. VIVENDI UNIVERSAL GAMES

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 2000

ГОЛОВНОЙ ОФИС: НЬЮ-ЙОРК

СТУДИИ: Blizzard Console (Алисо-Вьехо, Калифорния); Blizzard Entertainment (Ирвин, Калифорния); Massive Entertainment (Мальме, Швеция); Radical Entertainment (Банкувер); Sierra Entertainment (Бельвью, Вашингтон); Swordfish Studios (Бирмингем, Великобритания)

ВСЕШ ПРОШЛЫЙ ГОД VUG АКТИВНО УКРЕПЛЯЛА ВНУТ-



РЕННИЕ ДЕВЕЛОПЕРСКИЕ МОЩНОСТИ. В этом ей помогло несколько приобретений – Radical Entertainment (благодаря этому на наших мониторах поселились Симпсоны), Swingin' Ape Studios (ныне Blizzard Console) и Swordfish Studios. Памятуя, каким успехом пользуется World of Warcraft в США и во всем мире, можно сделать вывод, что дела компании пошли на лад. Конечно, не обошедшееся без юристов расставание с Valve и потеря Half-Life нанесли VUG серьезный ущерб. Однако, несмотря на то, что по меркам индустрии Vivendi относительно молода, с ней нельзя не считаться. И наличие среди подшефных студий Blizzard только добавляет VUG уверенности.

13. ATARI

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1983

ГОЛОВНОЙ ОФИС: ЛИОН, ФРАНЦИЯ

СТУДИИ: Atari Interactive (Бeverly, Массачусетс); Atari Melbourne House (Мельбурн, Австралия); Eden Studios (Лион, Франция); Paradigm Entertainment (Даллас); Reflections (Ньюкасл, Великобритания); Shiny Entertainment (Ньюпорт Бич, Калифорния)



ПО-ПРЕЖНЕМУ БОРЯСЬ С НЕСВАРЕНИЕМ ОТ ОБИЛЬНОГО ПОГЛОЩЕНИЯ СТУДИЙ В КОНЦЕ ПРОШЛОГО ВЕКА, ATARI МЕДЛЕННО СПОЛЗАЕТ К ПОДНОЖИЮ НАШЕГО ЧАРТА. Хотя Humongous Entertainment в конце финансового года (в марте 2005-го) все еще являлась внутренней студией Atari, в апреле ее уже получила родительская компания Infogrames за \$10,5 млн. Не изменяя своему кредо в течение многих лет, Atari по сей день делает ставку на потенциально успешные коммерческие проекты, такие как The Matrix: Path of Neo, а также продает ретро-сборники с хитами старой Atari (Missile Command, Centipede).



14. SCI/EIDOS

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1988 (SCI), 1990 (EIDOS)

ГОЛОВНОЙ ОФИС: ЛОНДОН, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

СТУДИИ: Beautiful Game Studios (Лондон); Core Design (Дерби, Великобритания); Crystal Dynamics (Пало Альто, Калифорния); IO Interactive (Копенгаген); Pivotal Games (Баф, Великобритания)

ХОТЯ НЕБОЛЬШОЙ БРИТАНСКИЙ ИЗДАТЕЛЬ SCI НЕ СУМЕЛ ВОЙТИ В НАШУ ДВАДЦАТКУ В 2003 И 2004 ГОДАХ, ПРЕТЕНЦИОЗНАЯ ПОКУПКА КОМПАНИИ EIDOS (КУДА БОЛЕЕ КРУПНОЙ) ПРИВЛЕКЛА К НЕМУ ВСЕОБЩЕЕ ВНИМАНИЕ. Сделка состоялась уже давно, между тем Sci все еще дорабатывает структуру новой компании. Пока четыре студии Eidos и Pivotal Games (создатели Conflict: Desert Storm), принадлежащая Sci, остаются нетронутыми. И только одна компания не участвует в новом предприятии – Ion Storm, подразделение Eidos, распущенное еще до слияния. Информация о доходах нового тандема еще недоступна, так что мы прикидываем результат, складывая прошлогодние показатели обеих контор. Sci/Eidos тем временем осуществили еще одну замену, на этот раз внутреннюю: студию Core Design в работе над серией Tomb Raider сменила Crystal Dynamics, более уважаемая в современной индустрии за свое детище Legacy of Kain.

15. CAPCOM

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1979

ГОЛОВНОЙ ОФИС: ОСАКА, ЯПОНИЯ

СТУДИИ: Clover Studios (Осака); Studio 8 (Саннивейл, Калифорния); Team 1 (Осака); Team 2, (Осака)



TOP
20
ИЗДАТЕЛЕЙTOP
20
ИЗДАТЕЛЕЙTOP
20
ИЗДАТЕЛЕЙTOP
20
ИЗДАТЕЛЕЙTOP
20
ИЗДАТЕЛЕЙTOP
20
ИЗДАТЕЛЕЙ

ПОХОЖЕ, САРСОМ ПО ЖИЗНИ СОЧУВСТВУЕТ АУТСАЙДЕРАМ. Доказательство тому – длительный и активный выпуск эксклюзивных продуктов для GameCube. В 2004 и 2005 годах, однако, компания решила наконец изменить GC, поскольку прежняя политика стала негативно сказываться на ее финансах. И вот уже хваленые Resident Evil 4 и Killer 7 покидают GC: первая портируется на консоль от Sony, вторая выходит одновременно и на PlayStation 2. Сарсом вкладывает средства во внешних разработчиков, финансируя производство Killer 7 студией Grasshopper Manufacture и помогая Nudemaker с ее Tekki. Японский головной офис сейчас как никогда полагается на свое американское подразделение, даря право на разработку Final Fight цеху Studio 8 из Сарсом USA. Отметим, что Сарсом проявляет чудеса храбрости, когда берется издавать чужие продукты. Компания выпустила в Японии серию GTA и вызвала гнев префектуры Канагава, который принял форму запрета распространения игры на ее территории. С учетом возросших продаж, положительных отзывов и внимания компании к собственным разработкам нам жаль вычеркивать ее из нашего чарта. Однако низкий доход и скупость на релизы не дает Сарсом войти даже в десятку лидеров.

SQUARE ENIX™

16. SQUARE ENIX

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1975 (ENIX CORP., ИЗВЕСТНАЯ КАК EIDANSHA BOSHU SERVICE CENTER); 1986 (SQUARE CO. LTD.)

ГОЛОВНОЙ ОФИС: ТОКИО, ЯПОНИЯ

СТУДИИ: Пекин; Лос-Анджелес; Осака; Токио; UfEvolution (Бельвью, Вашингтон)

ВСЕШ ПРОШЕДШИЙ ГОД SQUARE ENIX УКРЕПЛЯЛА ПОЗИЦИИ НА РЫНКЕ ОНЛАЙНОВЫХ И МОБИЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ, в частности приобрела американского производителя сетевых приложений UfEvolution и открыла студию по разработке сетевых и мобильных игр в Пекине. Компания, чьим флагманом в 2004 году стала игра Dragon Quest VIII, делает значительный вклад в будущее индустрии, продолжая финансировать Digital Entertainment Academy – организацию, готовящую профессиональных гейм-дизайнеров в Японии. Помимо создания игр и инструментов разработки Square Enix выпускает в Японии книги и мангу, а также продает лицензии на свои серии (наиболее известные среди них – Dragon Quest и Final Fantasy). На заметку у SE и китайский рынок – компания не собирается затягивать с экспансией в этом регионе.

В прошедшем году SE много внимания уделила римейкам и переизданиям. История очень важна для компании – такой вывод можно сделать из того, что в августе 2005-го SE заявила о намерении купить Taito, издателя и первого разработчика аркадных игр в Японии, владеющего брендом Space Invaders. Taito известна прицелом на рынок аркад, в то время как вотчиной Square Enix всегда были RPG. А ведь заговорили же прежде о планах компании на другие жанры, это сочли бы пустой болтовней.

17. BANDAI

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1950

ГОЛОВНОЙ ОФИС: ТОКИО, ЯПОНИЯ

СТУДИИ: Banpresoft (Токио); Besc Co. Ltd. (Токио); Токио



PLAYING IS BELIEVING.™

ХОТЯ BANDAI И НЕ ПОПАЛА В НАШУ ПРОШЛОГОДНЮЮ ДВАДЦАТКУ, ОНА ИЗВЕСТНА ЕЩЕ СО ВРЕМЕН NINTENDO ENTERTAINMENT SYSTEM, для которой продала более миллиона копий игры Muscleman Muscle Tag Match. Американцам знакомы подразделения по производству игрушек и анимации, однако на рынке игр в США Bandai себя не проявила. Пойдя по стопам Nintendo и Sega, компания выпустила несколько игровых приставок, среди которых претенциозная линейка карманных консолей Wonderswan и развивающаяся игровая система Bubble.

Ни одна из консолей от Bandai, кроме Bubble, не была выпущена на западном рынке. В издательском бизнесе компания предпочитает продукты внешних команд, владея всего несколькими небольшими студиями, – Bandai активно вкладывает средства в сторонние компании в расчете на будущее сотрудничество. Скорее всего, именно отсутствие развитого отдела разработки и способствовало объедине-

нию Bandai с Namco. От этой сделки, во многом напоминающей модель Square Enix, обе компании только выиграют. Ведущие игровые продукты Bandai базируются на аниме: от One Piece до Inu Yasha и Cowboy Bebop. Собственный аниме-проект Bandai, Digimon, также может послужить хорошим материалом для создания игр.

18. CODEMASTERS

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1986

ГОЛОВНОЙ ОФИС: ЛИМИНГТОН

СПА, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

СТУДИИ: Лимингтон Спа, Великобритания; Нью-Йорк



РЕШЕНИЕ ВЕНЧУРНОЙ КОМПАНИИ BENCHMARK CAPITAL EUROPE О ПОКУПKE 40% АКЦИЙ CODEMASTERS ПОВЛЕКЛО РЯД ПЕРЕМЕН ДЛЯ БРИТАНСКОГО ИЗДАТЕЛЯ. Во-первых, соучредителя компании Дэвида Дарлингтона (David Darling) сменил на посту руководителя Род Казенс (Rod Cousins), бывший глава Acclaim. Вдобавок к этому компания решила пустить свои финансовые активы на разработку игр для консолей нового поколения и занять на этом рынке видное место. Хотя в отчетном периоде выпущено немного игр, но все они были исключительно высокого качества. Нельзя не отметить Colin McRae Rally 05 и TOCA Race Driver 2 – выдающиеся образцы в своих жанрах.

19. MIDWAY

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ: 1988

ГОЛОВНОЙ ОФИС: ЧИКАГО

СТУДИИ: Аделаида, Австралия; Остин; Чикаго; Лос-Анджелес; Сан-Диего; Surreal Software (Сизтл)



ВСЕШ ПРОШЛЫЙ ГОД MIDWAY АКТИВНО СКУПАЛА РАЗРАБОТЧИКОВ.

Начиная с 2004-го компания приобрела Surreal Games, Inevitable Entertainment (ныне Midway Studios Austin), Paradox Development (ныне лос-анджелесская студия). Последняя покупка Midway – австралийская команда Ratbag Games (ныне Midway Studios Australia). В довершение всего этого Midway развернула международную активность. Нацелившись на огромный европейский рынок, компания открыла в Германии офис продаж. Midway все больше внимания уделяет эксплуатации собственных тайтлов, издавая игры из серий Mortal Kombat и The Suffering параллельно с изданием в США японской RPG Shadow Hearts: Covenant. Компания намерена воскресить свои некогда популярные спортивные серии Blitz и Jam. В свете покупки EA прав у NFL Midway предвидит расцвет альтернативных игр, не использующих лицензированный материал.

20. LUCASARTS

LUCASARTS

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ:

1982

ГОЛОВНОЙ ОФИС:

САН-ФРАНЦИСКО

СТУДИИ: Сан-Франциско

ПОСЛЕ НЕКОТОРОЙ ВСТРЯСКИ В 2004 ГОДУ LUCAS ARTS НАМЕРЕНА ВЗЯТЬ РЕВАНШ. Прошедшим летом LA сократила свою студию в Сан-Франциско, расставшись с 31 специалистом, и уменьшила линейку игр. Одним из печальных известий стала отмена всеми ожидаемой Sam and Max 2. Однако год спустя игровая провинция империи Джорджа Лукаса снова подает признаки жизни. Разумеется, силы для выздоровления LA черпают из прямого доступа к торговой марке Star Wars. Компания выкатывает на прилавки несколько хитов, среди которых наиболее продаваемая за всю историю индустрии игра по вселенной Лукаса – Star Wars Battlefront. Вдохновленная успешными продажами Mercenaries, LucasArts готовит к выпуску еще несколько проектов. При этом компания может похвастаться не только большими тиражами некоторых тайтлов: по мнению критиков, ее игры – лучшие в нашем чарте. Последние релизы LucasArts получили общую среднюю оценку в 82,2%. ❄

>> БРЕНДОН ШЕФФИЛД



ЖИЗНЬ ПИРАТОВ

Интервью с Дэниэлем Джеймсом

>> ЙО-ХО-ХО! PUZZLE PIRATES –

ОГРОМНАЯ ОНЛАЙНОВАЯ ИГРА, развивающаяся в особом направлении; участниками единого онлайн-сообщества должны стать подростки, женщины и хардкорные геймеры. Компания-разработчик Three Rings Design (Сан-Франциско) утверждает, что смогла создать необычную бизнес-модель. Game Developer встретился с Дэниэлем Джеймсом (Daniel James), дизайнером Puzzle Pirates и директором компании Three Rings, чтобы обсудить уникальность этой разработки, поговорить о будущем MMO и «пощупать» Bang! Howdy, новый проект Three Rings, находящийся сейчас в производстве.

Game Developer: Расскажите, пожалуйста, о деталях запуска Puzzle Pirates.

ДЭНИЕЛЬ ДЖЕЙМС: Puzzle Pirates начинала команда из трех человек: два инженера и я. В течение первого года штат увеличился до шести сотрудников: три инженера, два художника и я. Именно в таком составе мы смогли довести игру до стадии альфа-тестирования. Прошло полтора года, прежде чем мы представили публике готовый проект, и еще год, прежде чем мы начали взимать с игроков деньги.

GD: У вас были инвесторы?

ДЖ: Да, несколько. Компания Three Rings основана мной и Майклом Бэйном (Michael Bayne), и больше всего денег инвестировали мы – заняли немного наличных у друзей. А спустя

год, через 9 месяцев после запуска игры, мы получили средства от сторонних инвесторов. Немного, конечно, но все же.

GD: Что нового вы узнали о привлечении и удержании потребителей?

ДЖ: Мы очень рады, что они попались на нашу удочку! На самом деле привлечь покупателя через год после выхода игры и за год до ее появления – совершенно разные задачи. У нас не было громкого старта, традиционного для других игр, когда в первые недели расходуется наибольшее количество копий. Мы запускали наш проект постепенно. Но как продавцы, привлекающие клиентов, мы поняли, что успех проекта немаловажен без грамотной маркетинговой программы. Необходимость для многих потенциальных покупателей скачать игру стала самым серьезным препятствием. Большинство игроков – женщины и подростки, а они не очень хорошо умеют пользоваться программами для загрузки приложений. Возможно, это связано с тем, что более продвинутые юзеры, окружающие их, просто не позволяют им пользоваться компьютером, на котором установлено большое количество программ. Фразы вроде «Не трогай мой компьютер, а то...» сильно усложнили нам задачу.

GD: Что вы думаете о технологии передачи через браузер?

ДЖ: Технология передачи через веб-браузеры весьма интересна. Возможно, если бы мы использовали ее при разработке



ЖИЗНЬ ПИРАТОВ

Puzzle Pirates, у нас не возникли бы те проблемы, с которыми пришлось столкнуться. Но что делать с вирусами, распространяющимися в сетях под Windows XP, и защитой от них? К тому же мы не были уверены, что сможем получить требуемую производительность внутри веб-браузера. Если бы мы начинали работу сейчас, возможно, использовали бы эту технологию. Если вы

посмотрите на RuneScape, думаю, поймете, в чем причина их успеха. В отдельных случаях пользователь сам решает, загромождать ли свой рабочий стол дополнительными ярлыками. Часто люди просто не хотят устанавливать еще одну программу. Конечно, все зависит от игроков: например, посетители Penny Arcade или игроки со стажем легко устанавливают новые программы, а многие казуалы в области компьютерных технологий просто боятся запускать неизвестные приложения.

GD: Как идет процесс интернационализации Puzzle Pirates?

ДЖ: Очень интересный вопрос. Мы уже выпустили локализованную версию в Германии. К сожалению, она не оправдала наших надежд на успешный запуск, но мы не останавливаемся на достигнутом. У нас появились партнеры в Китае, желающие распространять наши проекты. Сейчас мы присматриваемся к рынкам Китая, Кореи и Японии. Китай – наиболее интересен для нас, но здесь возникли весьма серьезные проблемы с финансированием. Более полутора миллионов человек в этой стране играют в World of Warcraft, но я не думаю, что Blizzard приложила к этому руку. Возможно, если мы найдем честных партнеров, нам не придется все делать самим. Но даже если это произойдет, заниматься маркетингом в этих странах будет очень тяжело.

GD: Собираетесь ли вы поддерживать старые игры после того, как у вас появятся новые проекты?

ДЖ: Разумеется. Я смотрю на Puzzle Pirates и другие наши проекты с позиции геймера, который никогда не перестанет играть. Люди будут обращаться к Puzzle Pirates и через 20 лет. Мы перестанем поддерживать игру, но у нее все равно останутся поклонники, комьюнити. И это замечательно! Игру, которую я запустил 15 лет назад, до сих пор обсуждается, и люди до сих пор в нее играют.

GD: А что это за проект?

ДЖ: Игра называется Avalon. Это текстовый MUD.

GD: Как вы думаете, помог ли вам статус независимого разработчика получить дополнительную аудиторию, нежели если бы вы были частью большой корпорации?

ДЖ: Да, я в этом уверен. Думаю, все зависит от того, кому это будет выгодно. Существуют довольно равнодушные разработчики, которые говорят: «Будет ли толк от работы небольшой компании?» Но есть разработчики, действительно вовлеченные в процесс создания игр. Для них важно, что происходит в обществе. Одно из

главных достоинств небольших компаний в том, что они чрезвычайно преданы геймерскому сообществу. Именно в этом направлении мы хотим двигаться дальше, даже если придется расширять штат. Нам очень важно мнение игроков, их лояльность.

GD: Расскажите подробнее о Bang! Howdy.

ДЖ: С помощью Bang! Howdy мы решили реализовать несколько иных задач в отличие от Puzzle Pirates. Для нашей компании это был эксперимент по переходу в 3D и эксперимент в модели «плати за товар, играй свободно». Мы попробовали сделать это с Puzzle Pirates, в дальнейшем планируем распространить эту схему и на другие проекты. В Корею подобный эксперимент проводится со всеми небольшими играми. Каждый этап такой игры длится от 5 до 10 минут. Вы можете попробовать, а если не понравится, оставить игру. В Puzzle Pirates реализована лишь часть всех идей; гораздо больше мы планируем сделать в будущем, ведь сейчас список нововведений длиннее моей руки. Над системой Bang! сейчас работают всего два человека, к концу года их будет трое или четверо, а в начале следующего года мы устроим публичное тестирование. Мы – оптимисты! Модель действительно хороша! Если нам удастся сократить время на разработку с 18-24 месяцев до 6-12, мы сможем делать намного больше хороших проектов. В Корею сейчас очень много таких игр, и мы заинтересованы в том, чтобы наша система заработала и в США.

GD: Вы считаете, что проект хорошо пойдет в Америке? Игры такого типа здесь вроде бы не достаточно обкатаны.

ДЖ: Да, геймплей не опробован, однако механизм торговли предметами за реальные деньги наверняка себя оправдает. Таким способом товарообмена на Западе никто пока не промышляет, – а мы собираемся. Купля-продажа вещей – одна из ключевых особенностей Puzzle Pirates. Не думаю, что американская публика так уж особенна, чтобы на ней эта концепция не сработала. Небольшие проекты вроде Habbo Hotel, который вообще больше похож не на игру, а на сайт для общения, – и те получают на продаже виртуальной мебели для гостиничных номеров баснословные деньги! В этом году их оборот достигнет \$20 млн. Европейцам идея пришлась по вкусу – чем же американцы хуже? Так что для нас выход на западный рынок – вопрос решенный. Осталось только определить, как выгоднее преподать проект. Например, в Puzzle Pirates обменом валют (их в игре две) занимаются сами игроки. Уже сейчас можно зайти на сервер и купить у неко-



торых игроков фрукты, на выращивание которых они затрачивают в час сумму, эквивалентную 25-50 центам. Такого рода торговля идет, и люди, которые покупают игровые предметы, существенно облегчают жизнь игрокам, которые хотят играть бесплатно, ради процесса. Можно взять кредитку и накупить себе разных вещей – при этом ты так или иначе спонсируешь игровую активность других. Такая модель необычна, но честна.

GD: Так как вы собираетесь позиционировать игру на внешнем рынке?

ДЖ: Игра использует кодировку UTF, так что ее локализация не представляет трудности. В какой-то мере мы работали вслепую: играя в корейские игры, трудно понять, к чему привыкли игроки, – все ведь на корейском. Но мы старались – и, кажется, у нас получилось. Приходит довольно много отзывов от корейских игроков, которые говорят, что игра недостаточно анимешная, хотя пираты в меру большеголовые. Так что Bang! Howdy мы постараемся сделать еще анимешнее. Впрочем, мы пытаемся учесть не только интересы западных игроков, но и геймеров со всего мира. Обязательно будем дорабатывать игру после запуска. У нас уже есть завязки с потенциальными партнерами, так что когда игра будет готова, мы выставим диски на продажу и посмотрим, сколько народу соблазнится. А дальше будем вносить поправки. Зарубежные покупатели Puzzle Pirates нередко просят: «А вот тут лучше сделать так, а здесь – этак...» И так далее. Что нам, трудно сделать головы персонажей больше?

GD: Вы собираетесь взимать фиксированную абонентскую плату, как например Rodo, за свои сервисы?

ДЖ: Нет. Используя модель Rodo, можно, конечно, предоставить пользователю базовые возможности Puzzle Pirates и часть уникальных платных фишек, которые входили бы в стоимость подписки. Но тогда потребуется дополнительный биллинг, на что Rodo вряд ли согласится. Что делают Rodo – они просто берут с пользователя по \$20-30 в год. А мы считаем, что можно зарабатывать значительно больше, и знаем как. Система подписок, на мой взгляд, должна так

или иначе претерпеть ряд изменений. Это довольно привлекательный бизнес, но в нем есть свои неприятные моменты. Главный из них – это то, что ты даешь номер своей кредитки и вынужденно соглашаешься на автоматическое продление подписки.

GD: Ощущаете ли вы конкуренцию? Ведь сейчас рынок MMO не насыщен.

ДЖ: Единственное, что меня беспокоит, – большая концентрация капитала вокруг рискованных проектов. Каждый день нам звонят потенциальные инвесторы, обещающие вложить деньги в наши игры. Они даже не пытаются узнать, что мы делаем, их интересуют исключительно деньги. А я не хочу беспокоить людей только ради того, чтобы они изменили ход разработки и попытались уложиться в бюджет. Я хочу, чтобы они были заинтересованы в результате. Многие люди, взглянув на Puzzle Pirates, скажут: «О, это хорошая игра, но она не достаточно раскрученная. Мы лучше возьмемся за клон World of Warcraft». Ну пожелаем им удачи, пусть попробуют собрать \$30 млн., которые им потребуются.

GD: Что вы думаете о перспективах консольного многопользовательского рынка? Похоже, Microsoft собирается реализовать в Xbox Live Arcade ряд интересных вещей.

ДЖ: Думаю, Arcade – это здорово, и Microsoft проделала титаническую работу, завоевывая лидирующие позиции на рынке. Sony и



ЖИЗНЬ ПИРАТОВ



Nintendo придется потрудиться, чтобы догнать их. Это заставляет меня переживать по поводу консольного рынка. Нас очень обрадовал запуск PSP и Nintendo DS, но бюджеты проектов для этих платформ оказались очень большими, а это заставляет разработчиков более тщательно подходить к созданию игр. Все это действительно пугает меня, и если мы соберемся делать консольную игру, нам придется искать издателя, что в свою очередь заставит устанавливать иерархические отношения, от которых так пытаются отстраниться независимые разработчики. Я всегда сопротивлялся увеличению штата сотрудников, потому что в этом случае издатель всегда может сказать нам: «Если мы потратим еще больше денег и наймем еще 15 человек, мы, вероятно, откажемся от этой игры». Я просто не хочу подставлять своих сотрудников. С точки зрения человека, распоряжающегося бюджетом, я предпочитаю сотрудничать с прямым капиталом, от которого можно получить реальные деньги. Чтобы не требовалась отчетность, чтобы я мог распоряжаться средствами так, как считаю нужным. Это наиболее разумно. Кроме того, если вы имеете дело с консольными, вам придется работать с прямыми поставками игр в магазины. Puzzle Pirates интересен прежде всего тем, что распространение происходит через прямую загрузку, что исключает все ужасы, связанные с продажей коробочных версий. Даже если у вас нет «хвостов», и вы укладываетесь в сроки, всегда есть риск выпустить недоделанную игру. И у вас никогда не будет прямой связи с покупателями! Совершенно другая ситуация с передачей по сети. В сети всегда есть возможность обратной связи. С помощью системы Bang! мы можем узнать мнение покупателей уже на начальных стадиях разработки и понять, насколько им интересны или неинтересны наши идеи. Кому захочется тратить \$15 млн., чтобы просто узнать, насколько хороша или плоха игра?

GD: Как вы считаете, независимые разработчики могут выжить в суровых условиях рынка?

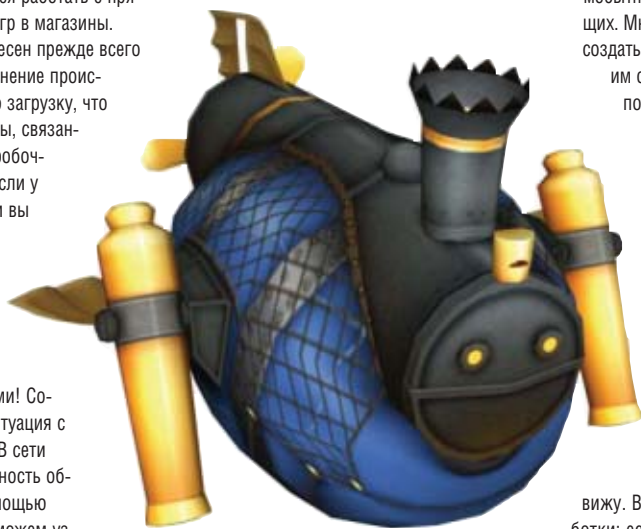
ДЖ: Конечно. И сейчас им намного легче, чем раньше. Я делю независимых разработчиков на две группы: те, кого не поддерживают издатели, и те, кто получает свои доллары, работая на издателя. Я говорю сейчас только о консольных разработчиках. Их бизнес намного сложнее, да они и сами могут подтвердить мои слова. Недавно я прочитал постморт Psychonauts – я представляю, какой стресс испытывали ребята, когда их почти готовый продукт был закрыт, и на их плечах остались финансовые обязательства. Что бы вы сделали на их месте?

Сейчас с огромной скоростью распространяются мобильные технологии. К потребителям можно обратиться напрямую: вы со-

даете сайт игры и, если она действительно хороша, сразу же узнаете об этом. Вот тогда вы уже придете к издателю с конкретными данными. С точки зрения разработчика это гораздо удобнее. Я могу назвать три компании, работавшие по такой схеме. Одна из них – PopCap. Эти ребята выкладывали в сеть код своей игры, и люди могли сами попробовать свои силы в создании уровней. Если бы мы начинали работу сейчас, я бы поступил именно так. Это позволило бы сделать Puzzle Pirates более гибкой и простой, чем тот амбициозный проект, который есть сейчас.

GD: Расскажите о дизайне игры.

ДЖ: В этом отношении вопрос всегда один: что выбрать – надежность или неповторимость? Обычно берут готовую успешную вещь и частично ее улучшают. Так многие поступали: и EverQuest, и World of Warcraft. Но я считаю, что пора изобретать что-то свое. Независимым разработчикам нужно делать по-настоящему самобытный проект без оглядки на окружающих. Мне часто пишут: «А вот мы планируем создать очередную масштабную RPG...» А я им отвечаю: «Не стоит». Они хотят использовать эльфов и гоблинов, в то время как нужно делать что-то новое.



GD: Не хотите попробовать себя в серьезной игровой индустрии?

ДЖ: Серьезное игровстроение – это, без сомнения, интересно. По-хорошему, с него и надо начинать. Но там на первых порах можно работать только за зарплату. Я как разработчик в этом особенной выгоды не вижу.

В чем прелесть независимой разработки: если проект выгорит – все деньги твои. GameLab, например, выпустили Diner Dash – и сейчас дела у них закрутились, они исправно получают роялти и имеют возможность делать новые проекты. И все потому, что сначала они самостоятельно выпустили хит. А когда подражаешь на чужой масштабный проект, то работаешь на дядю. Сделал дело, получил гонорар – и гуляй.

GD: Чего, по вашему мнению, не хватает современным онлайн-играм?

ДЖ: Самой большой головной болью онлайн-игр, во всяком случае для меня, продолжает оставаться проблема платформ. Все эти вирусы, файлы запуска, несовместимость с XP и прочие недоработки очень сильно раздражают игроков. Люди не хотят загружать дополнительные программы. Java не всегда работает корректно и не так распространена. Flash – это постоянные проблемы с совместимостью. Shockwave Director – некорректно работает, плохо устанавливается. Как можно делать игры в таких условиях? ☹

ХОТИТЕ СТАТЬ
НАШИМ ПАРТНЕРОМ?

Соболев Максим sobolev@gameland.ru
Менеджер по рекламе

POSTMORTEM

МОДЕЛИРОВАНИЕ
ГРАФИЧЕСКОГО
ОБРАЗА

resident evil®

ЕСИАКИ ХИРАБАЯСИ

Сотрудник Capcom с 2001 года. Профессия – дизайнер графики, специализация – видеоролики на игровом движке. Работал над роликами в обоих портах Resident Evil для GameCube. Сейчас занимает должность ответственного режиссера игровых видеосцен в Resident Evil 4.

Адрес электронной почты:

yhirabayashi@qdmag.com

ЧТОБЫ НЕ РАЗОЧАРОВАТЬ МНОГОЧИСЛЕННЫХ ПОКЛОННИКОВ СЕРИИ

RESIDENT EVIL, мы решили сделать четвертую часть непохожей на своих предшественниц. За долгую историю серии и у фанатов, и у команды разработчиков накопилось много замечаний и предложений, проигнорировать которые было невозможно. Для преображения знакомой формулы Resident Evil требовался свежий взгляд, новый подход к воссозданию знаменитой атмосферы игры.

Посмотрим, как выполнялось это условие, на примере одного из наиболее сложных элементов разработки: создании удачного графического образа. Я расскажу о тех трудностях, с которыми мы столкнулись, и их преодолении.

ЧТО УДАЛОСЬ

1 ИНТЕГРАЦИЯ ВИДЕОРОЛИКОВ

Главной проблемой, с которой мы столкнулись в самом начале работы над проектом, было чередование игровых сцен и видеороликов. Когда сцены, в которых игрок действует самостоятельно, сменяются готовым видео, момент перехода обычно не удается сгладить. Возможно, именно тогда происходящее на экране начинает восприниматься как красивый фильм и перестает быть частью игры.

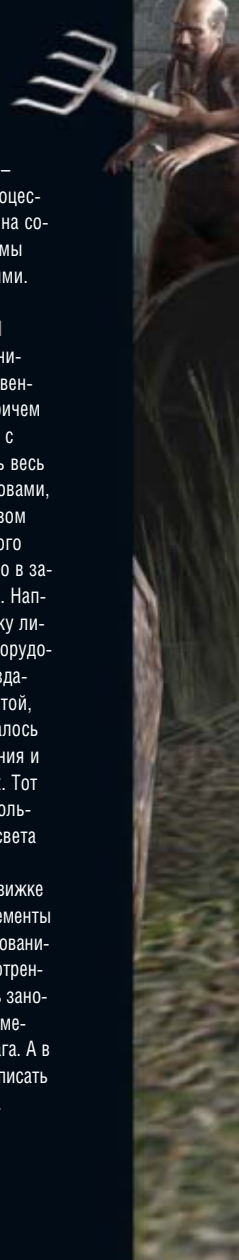
Это вовсе не огорчает тех, кого видеоролики привлекают более качественной графикой. Но вполне возможно, что резкий переход от геймплея к кино ослабляет внимание игроков, отвлекая их от прохождения. А если бы переход от игры к видеосценам был плавным, то и впечатление от всего проекта было бы цельным. Поэтому для создания всех видеороликов мы использовали игровой движок.

Удачным дополнением к общему решению проблемы чередования сцен стала система «кнопок действия». Традиционная демонстрация отрендеренного видео предполагает пассивность зрителей – они перестают быть участниками процесса. Позволив геймерам реагировать на события в роликах нажатием клавиш, мы сделали видеовставки интерактивными.

2 УЛУЧШЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Новое поколение консолей значительно превосходит своих предшественниц по техническим параметрам, причем современные технологии позволяют с максимальной отдачей использовать весь потенциал оборудования. Иными словами, сейчас возможно создавать на игровом движке ролики такого качества, какого раньше можно было добиться только в заранее отрендеренных видеовставках. Например, детально анимировать мимику лица. Раньше мощности и ресурсов оборудования было недостаточно, чтобы создавать сложную анимацию наподобие той, что будет в Resident Evil 4. Этого удалось достичь с помощью программирования и оптимизации архивирования данных. Тот же метод был применен для зон с большим количеством спецэффектов – света прожекторов и взрывов.

Использование видеороликов на движке игры дало возможность изменять элементы сцен в соответствии с игровыми требованиями и дизайном. Например, заранее отрендеренный ролик придется переделать заново, если возникнет необходимость изменить внешний вид персонажа или врага. А в нашем случае можно было просто записать новые данные модели поверх старых.





СВЕДЕНИЯ ОБ ИГРЕ

НАЗВАНИЕ:
Resident Evil 4

ИЗДАТЕЛЬ/
РАЗРАБОТЧИК:
Capcom

ПЛАТФОРМЫ:
GameCube, PlayStation 2

ДАТА ВЫХОДА:
11 января 2005 года
(GameCube)
25 октября 2005 года
(PlayStation 2)

КОЛИЧЕСТВО
РАЗРАБОТЧИКОВ:
80, включая привлеченных
сотрудников

ВРЕМЯ РАЗРАБОТКИ:
3 года, включая разработку
концепции

ПРОГРАММНОЕ
ОБЕСПЕЧЕНИЕ
(ДЛЯ ГРАФИКИ):
Softimage XSI и Alias Maya

ОБОРУДОВАНИЕ:
рабочие станции NEC
Workstations



POSTMORTEM

3 ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОЧЕГО ПРОЦЕССА

3 Раз уж нам пришлось практически заново изобретать игру, то требовалось изменить и ход рабочего процесса – конвертации данных, работы с ними, выявления проблем. Для повышения эффективности мы обратились к системе управления данными XML. Оптимизировав таким образом рабочий процесс, мы сэкономили время, необходимое для проработки элементов игрового дизайна.

Пример 1 демонстрирует систему, используемую для конвертации видеосцен, загрузки данных, моделирования и внесения незначительных корректировок в текстуры. Система XML позволила оценить общий масштаб работ и выявить нехватку или переизбыток персонала, облегчила процесс внесения неоднократных изменений в модели каждой видеосцены.

Для сравнения приводится схема предыдущей системы работы (пример 2, страница 21).

В Японии до сих пор рабочий процесс строится по иерархическому принципу.

В соответствии с этой системой передачей данных на обработку занимался программист, и темпы создания проекта зависели от того, какой объем работы он выполнял. В итоге сроки сильно затягивались. Благодаря новой системе (пример 3, страница 21) нагрузка на программистов уменьшилась, а дизайнеры смогли напрямую участвовать в процессе разработки, что практически исключило возможность простоев.

4 УБЕДИТЕЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ, ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ПЕРСОНАЖИ

Создание убедительных образов не подразумевает абсолютной натуралистичности. Придуманные персонажи должны нравиться геймерам и вести себя естественно в рамках игровой вселенной. Например, в Resident Evil 4 волосы и одежда двигаются в соответствии с действиями персонажа, но немного преувеличено. Таким

образом мы привлекаем внимание игрока, слегка подкорректировав движения, чтобы расставить нужные нам акценты.

Существует множество мнений по поводу того, как сделать персонажа более привлекательным внешне. Режиссер проекта Синдзи Миками настаивал на том, что главную роль в этом играет реалистичная мимика лица и жестикуляция. Герои должны проявлять чувства и эмоции, но при этом не терять индивидуальность. Чтобы оправдать его ожидания, мы постарались сделать жесты героев убедительными (см. примеры 4 и 5), и для всех персонажей разработали реалистичные артикулируемые суставы пальцев. Но на этом решили не останавливаться и сосредоточили усилия на передаче еще более тонких деталей. Мы создали множество лицевых схем (выражений лица) для каждого персонажа.

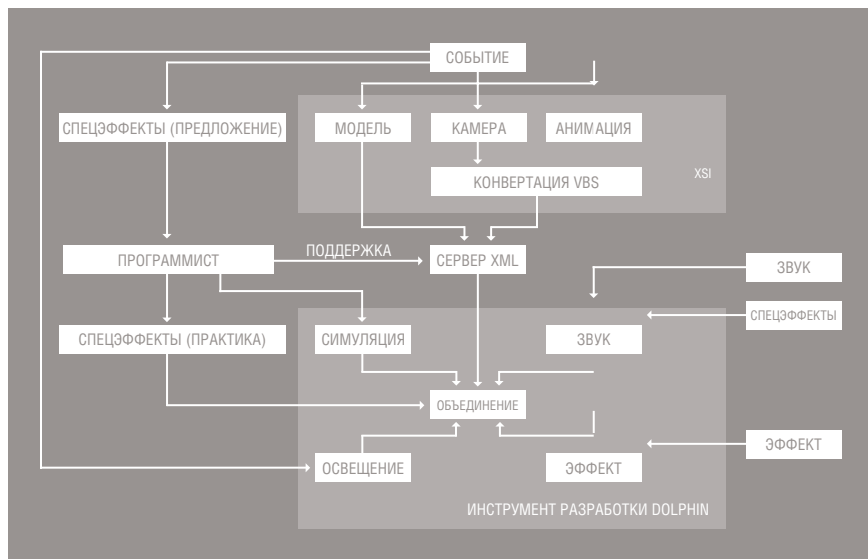
В ключевых сценах напряжение, которое испытывает персонаж, передается посредством освещения его лица дополнительными источниками света. Для каждого героя был создан обширный набор мимических выражений, также для лиц были использованы особые высококачественные текстуры. У главной героини Эшли (Ashley) 36 лицевых схем, что в полтора раза больше стандартного набора. Но одновременно с этим увеличился и объем данных, а система не всегда справлялась с таким количеством информации. Тогда мы использовали метод под названием «архивация лицевых схем». Из 36 подготовленных схем отбирались и использовались только те, которые были нужны модели в конкретной сцене.

Вначале я обсудил с программистами количество данных на каждый персонаж и решил использовать 30 схем. Они были поделены на две категории (см. пример 6, стр. 22). В первой – под названием «стандартный слот» – находятся часто используемые лицевые схемы, они подставляются по умолчанию. В «специальном слоте» хранятся редко используемые лицевые схемы для каждой сцены. И была сделана обойма с двумя наборами. Поскольку количество схем в «специальном слоте» каждый раз менялось, мы смогли эффективно распределить данные, и в каждой обойме всегда оставалось только 30 лицевых схем. Заменяя архив от сцены к сцене, мы сумели более качественно анимировать лица.

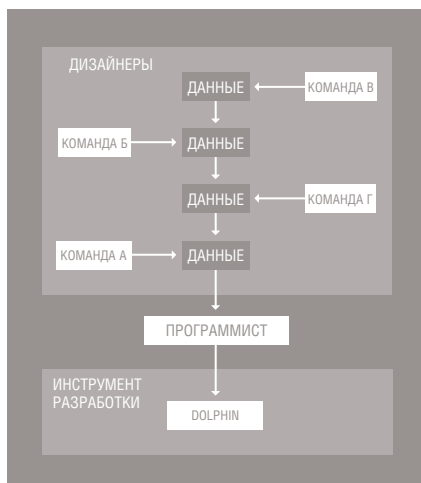
5 ОБНОВЛЕННЫЙ ГЕЙМПЛЕЙ

3 Хотя серию прежде всего ассоциируют с жанром «хоррор», ценят ее также за геймплей и увлекательность. Мы хотели вызвать интерес к Resident Evil 4 еще у более широкой аудитории игроков. На ранних стадиях разработки путем проб и ошибок мы обнаружили, что игра пугала, но не развлекала — необходимо было переосмыслить как игровую систему, так и подачу элементов «хоррора». Мы четыре раза перезапускали проект, чтобы сделать наше детище действительно интересным для покупателей; игра должна была стать чем-то большим, чем просто страшной историей.

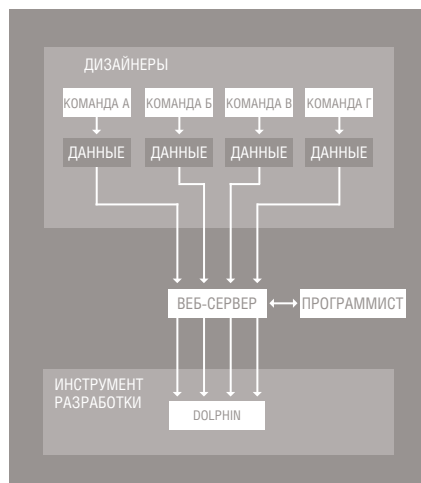
Изменить геймплей всегда тяжело. Мы решили внедрить те особенности, которые ранее нельзя было осуществить, например, взаимодействие с окружающей средой, повышенное качество графики, еще более ураганный экшн. Мы взяли существующую модель Resident Evil и добавили элементы, которые соответствовали логике игрового мира. Рукопашные приемы главного героя стали лучше, чем в предыдущих играх, поскольку он служит в полиции и обучен навыкам ближнего боя. Сделали врагов умнее и быстрее; теперь они могут подобрать оружие или открыть дверь, разговаривают друг с другом, координируют атаки. Игрок должен почувствовать, что он сражается с разумным противником, который не собирается отступать, а не с медлительными зомби или ядовитыми монстрами.



Пример 1. Система сборки видеоролика в Carsoft



Пример 2. Иерархическая система рабочего процесса в Sarcos



Пример 3. Новая система рабочего процесса

С самого начала мы собирались создать такой проект, который нам самим казался бы увлекательным и многообещающим. Мне кажется, мы справились с задачей.

СЛОЖНОСТИ



Примеры 4 и 5.

Образцы лицевой экспрессии героев в Resident Evil

25 персонажей. Мы не смогли настроить ресурсы памяти таким образом, чтобы оставить все 3000 полигонов, поэтому было решено подкорректировать количество данных для моделей в каждой сцене и создать иерархию внутри самой сцены. Сначала делалась модель, для которой требовалось больше всего данных (обычно ближайшую к камере). Затем ее адаптировали под сцену, выбирая, как именно она будет нарисована и обработана, исходя из ресурсов памяти. Ограничение объема данных для всех моделей привело бы к ухудшению качества, поэтому приоритеты опре-

1 СВЕЖИЙ ВЗГЛЯД

В Resident Evil сюжет раскрывался в основном в видеороликах. Реализовать идею сочетания геймплея с необходимыми элементами повествования так, чтобы видеосцены не нарушали целостности восприятия игры, оказалось не так-то просто. В играх информация подается наглядно, а придумывать свежие концепции, особенно для целой серии, тяжело. Поэтому для Resident Evil 4 мы выбрали новое направление развития, которое назвали «полной сменной концепцией». То есть мы проанализировали особенности геймплея всех предыдущих игр и заменили их на новые, тем самым изменив общую концепцию.

2 ОГРАНИЧЕНИЯ ПО ОБЪЕМУ ДАННЫХ

Поскольку в этой версии Resident Evil преобладали экшн-сцены, нам часто требовалось показать на экране большое количество персонажей (см. скриншоты видеороликов А-Г, стр. 22). В итоге приходилось очень аккуратно накладывать текстуры на модели для таких сцен. Обычно вражеский персонаж состоит примерно из 3000 полигонов и занимает около 400К памяти. Но в игре есть сцены, в которых одновременно участвуют до

делялись по степени важности внешнего вида детали. Мы разработали три сценария распределения данных для наложения текстур на модели, которые затем могли использоваться в различных ситуациях путем комбинирования.

Модель высокого разрешения для Ганадо (Gapado), стандартного игрового монстра, состояла примерно из 3500 полигонов. В обычных условиях

нам было бы сложно отрендерить несколько Ганадо одновременно. Поэтому мы создали две дополнительные разновидности: модель среднего разрешения, которая состоит приблизительно из 2000 полигонов, и модель низкого разрешения примерно из 1000 полигонов. Нужная модель выбирается в зависимости от ситуации. Такая же работа была проделана с текстурами. Размеры текстур высокого разрешения составляли 512x512 пикселей, среднего разрешения – 256x256, низкого – 128x128. Как уже упоминалось, модель выбиралась в зависимости от ситуации по двум критериям: сколько моделей требовалось для сцены, и сколько данных можно было использовать. Мы всегда старались экономить и уменьшали количество моделей и текстур в соответствии с ресурсами камеры и специальным освещением в некоторых сценах.

3 ТЕКСТУРА И СВЕТ

Для каждой сцены корректировалась не только модель, но и текстуры. Порой возникали проблемы с подгонкой вида персонажей, освещенных разными источниками света. Особенно часто это происходило, когда мы использовали направленный или прожекторный свет. Поэтому мы создали текстуры для каждой сцены (а иногда и фрагмента сцены). Такой метод применялся не только для деталей, требующих высокого качества проработки, вроде глаз (пример 7, стр. 23), но и почти для всего: от фигур персонажей до объектов заднего плана.

Если модель не показывалась вблизи, и для нее не требовался шейдинг, мы уменьшали количество данных, поскольку внешне рельефы не выделялись, и разница не так бросалась в глаза. В других случаях, когда было необходимо показать тень, мы не применяли модель низкого разрешения, поскольку детали освещения терялись при рендеринге. Вместо этого мы использовали модель высокого разрешения с текстурами низкого разрешения и, таким образом, уменьшали количество данных.

4 ГЛУБИНА РЕЗКОСТИ ПРОСТРАНСТВЕННОГО ИЗОБРАЖЕНИЯ

Сложности возникали и при передаче глубины изображения в сценах. В качестве одного из решений мы применили эффект блюра: размещали несколько частей требуемого образа на разной пространственной глубине, когда изображение на экране было статичным. В этом случае на обсчитывание уходило немного ресурсов, и нагрузка на оборудование сокращалась.

Более сложные решения применялись для изменения глубины резкости изображения в динамичных сценах. Мы устанавливали расстояние от камеры до зоны, в которой начинали динамически размывать изображение так же, как вы бы это сделали в Photoshop.

В результате мы смогли передать глубину изображения так, как ее отображает игровая камера. Но на обсчитывание тратилось больше ресурсов, чем в первом случае, и поэтому мы применяли

POSTMORTEM



блюр, когда хотели повернуть камеру и подкорректировать глубину резкости для художественного эффекта.

5 КАМЕРЫ И НАГРУЗКА НА ПРОЦЕССОР

В некоторых сценах требовались отрендеренные в реальном времени текстуры, для которых в свою очередь было необходимо использовать несколько камер. Однако в этом случае нагрузка на процессор возрастала в полтора раза по сравнению со сценами, где применялась только одна камера. Тем не менее, мы не отказались от этого метода, потому что наша схема работы упрощала корректировку изображений. Таким образом была реализована сцена, в которой Леон смотрит на монитор. Для «видеоизображения» на мониторе мы использовали не заранее отрендеренный фильм, а анимированные сцены, отрендеренные в реальном времени. Это позволило не рендерить движения персонажей на мониторе, чтобы менять детали сцены, и мы легко могли вносить все изменения.

Обычно для каждого ролика используются данные с одной камеры, но тут нам пришлось применить три камеры (см. пример 8, А-Г): основную, дающую общий вид сцены, дополнительную камеру А, которая создает изображение для монитора А, и



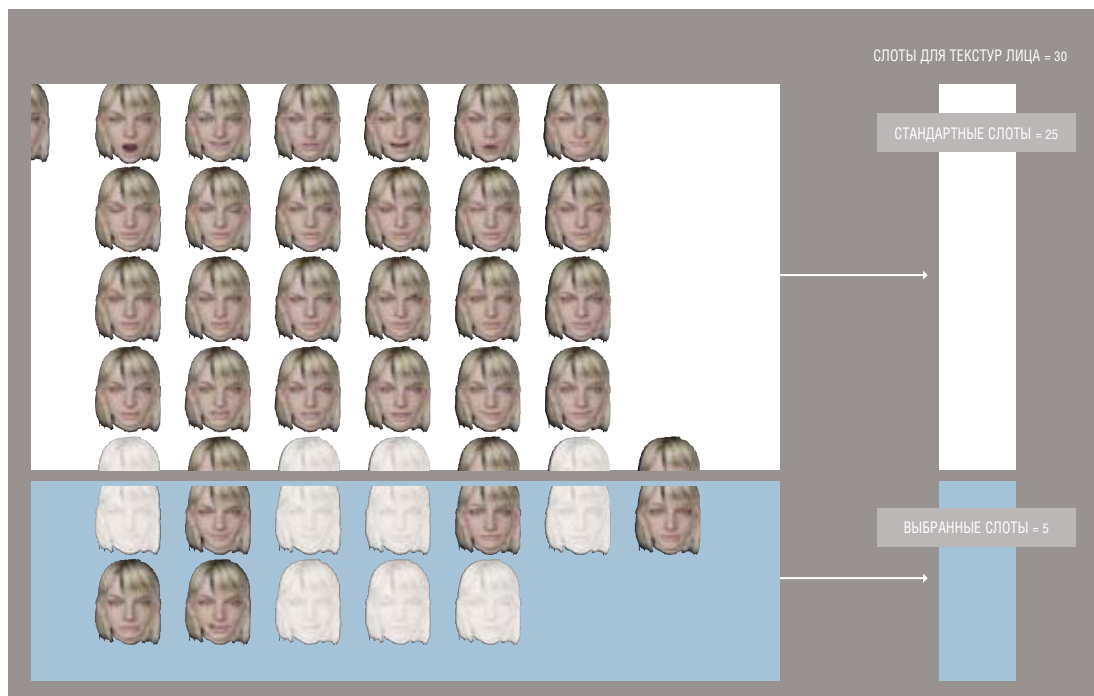
На переднем плане в этих сценах используются текстуры и модели высокого разрешения для персонажей; на заднем плане – текстуры низкого разрешения для фона

дополнительную камеру Б, которая создает изображение для монитора Б. Экранное видео с обеих камер кэшируется в памяти, уменьшается под низкое разрешение и превращается в текстуру для монитора. Завершив эту работу, мы скомпилировали картинку для основного изображения. Точно так же мы создавали отражения, например, в очках и окнах автомобилей, добавив прозрачности в кэшированные данные.



Скриншоты роликов А-Г.

Демонстрация большого количества персонажей на экране требовала изобретательности в работе с текстурами и моделями



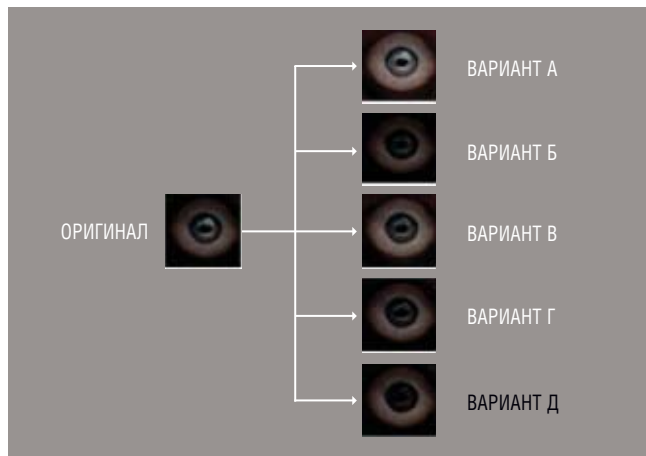
Пример 6. «Слоты» с лицевыми схемами в Resident Evil 4



В ЗАКЛЮЧЕНИЕ

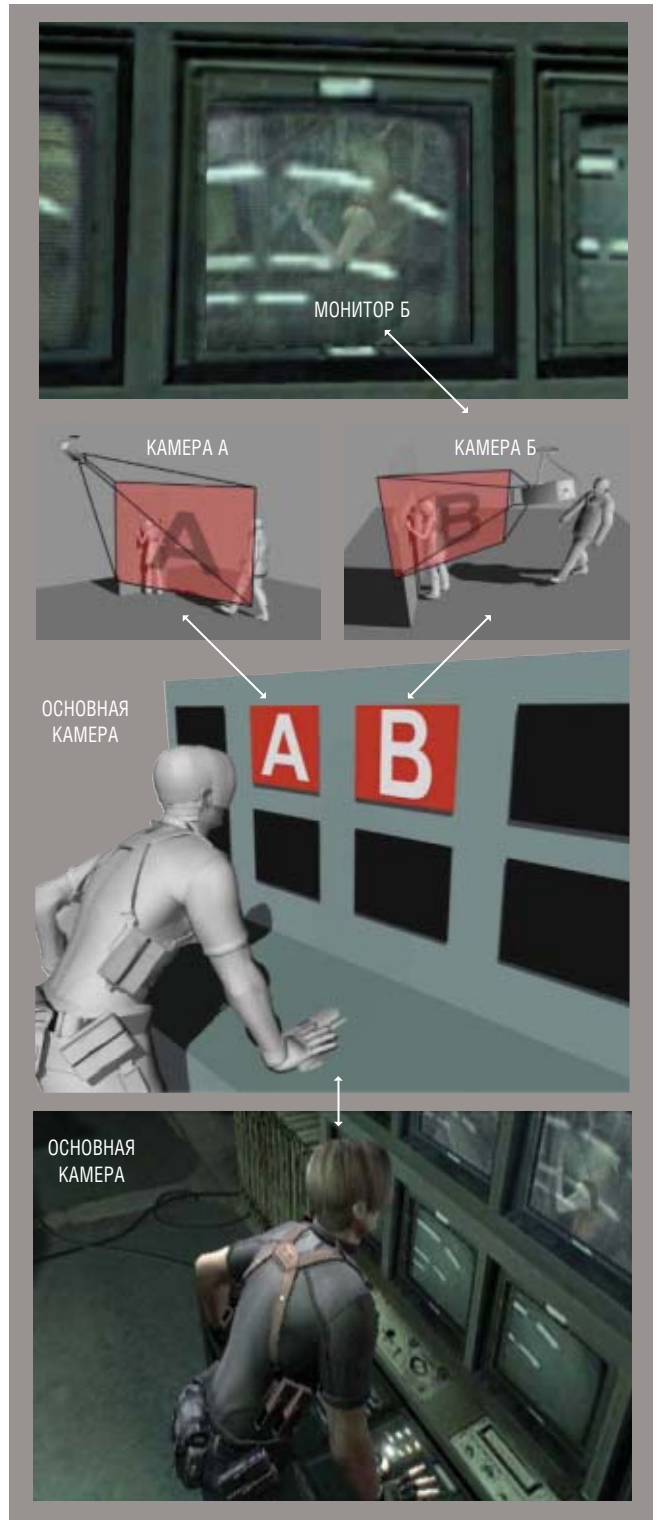
Как вы наверняка поняли, в работе над Resident Evil 4 мы не столько опирались на инновационные технологии, сколько добивались повышения эф-

фективности. Наша схема работы и пристальное внимание к деталям позволили нам достичь желаемого уровня качества. Неоднократный перезапуск проекта дал нам возможность разработать свежие концепции для решения поставленной задачи и по-новому взглянуть на жанр «хоррор» в целом. Мне кажется, в итоге мы создали такую игру, которая стала не только развлечением, но и новой ступенькой в серии. Следующая Resident Evil выйдет на консолях нового поколения, с которыми будут связаны новые проблемы и новые возможности. Я надеюсь, нам снова удастся соответствовать. ❄️



Пример 7. На примере глаза показано, как меняются текстуры в зависимости от сцены

Материал, который находится на страницах 18-23, переведен и опубликован с разрешения Game Developer © 2005 CMP Media LLC. Все права защищены. The article appearing on pages 18-23 is translated and reprinted by permission of Game Developer, copyright © 2005 CMP Media LLC. All rights reserved.



Пример 8 А-Г. Для создания текстур со стилизацией под видео использовалось несколько камер



РАЙЛИ РАССЕЛЛ

>> ДЕЛОВОЙ РАЗДЕЛ

РАЗРЕШЕНИЕ НА КРАЖУ



ЗА ГОДЫ РАБОТЫ МНЕ ПРИХОДИЛОСЬ ЛИЦЕНЗИРОВАТЬ известных мышей, известных певцов, скоростных ежей и знаменитых монстров. В последнее время я борюсь за лицензии на крупные спортивные соревнования. Лицензирование стало важной частью игрового дела, и никуда от этого не деться. Некоторые игры обязательно должны быть основаны на лицензии. Например, сейчас невозможно представить конкурентоспособный спортивный симулятор без лицензий на лиги и игроков. И все же, будь моя воля, я бы предпочел каждый раз создавать нечто уникальное.

ЗАЧЕМ НУЖНЫ ЛИЦЕНЗИИ

Экономическая выгода от разработки игры по лицензии очевидна. Знакомое имя поставляется в комплекте с аудиторией и брендом. Игра с известным названием быстрее других займет видное место на полках магазинов. Кроме того, фильмы, по которым сделаны игры, имеют рекламный бюджет в несколько миллионов долларов, и они тоже будут косвенно работать на наши проекты. Мы уже даже не спешим выпускать игру одновременно с выходом ленты в прокат. Теперь, если не успеваешь к запуску фильма в кинотеатрах, можно приурочить релиз к выпуску DVD-версии картины, который происходит на пару месяцев позже, когда шумиха вокруг кино еще не утихла.

С точки зрения издателя игра по лицензии надежно застрахована – он в любом случае продаст достаточно копий, чтобы покрыть издержки. Это примерно то же самое, что пригласить звезду на съемки: обойдется чуть дороже, зато и риск меньше.

Тем не менее следует отметить, что наша индустрия достигает наилучшего результата именно тогда, когда не боится идти на риск.

Мысленно возвращаясь в прошлое, я не могу припомнить ни одной игры по лицензии, которая всех бы потрясла и повергла в трепет. Вместо этого я вспоминаю, что с ума сходил от Sonic The Hedgehog, был увлечен (к сожалению, и усыплен) Myst'ом, восхищен путешествиями Марио в игре для Nintendo 64 и до глубины души поражен 3D-файтингом Toshinden. Я, может, и немногому научился с тех пор, но одно знаю наверняка: лучшие творения рождаются, когда разработчики придумывают и от начала до конца делают игру сами, попутно поднимая планку для той или иной платформы на новую высоту.

Игровая индустрия только выходит из того состояния, которое можно сравнить с эпохой немого кино. Сейчас мы стоим на рубеже, за которым технологии перестанут быть препятствием дизайнерской фантазии. Очень скоро индустрия преобразится.

Масштабы производства игр сегодня потрясающи. Мастерство разработчиков стремительно растет, но вместе с ним – и стоимость разработки. Брать за основу игры успешную лицензию – не такая уж плохая идея, если учесть все риски. Правильная лицензия может обеспечить игре большой успех.

В ОБХОД КРЕАТИВА

Однако у медали всегда есть обратная сторона. Во-первых, лицензия может оказаться малоуспешной. Кто-нибудь вообще помнит «Последнего киногероя» (The Last Action Hero)?..

Во-вторых, пусть даже лицензия гарантирует аудиторию и место на полке в магазине. Но если проект будет по-настоящему успешным, владелец лицензии потребует себе колоссальную долю. Никто не даст вам, например, выпустить игру по лицензии NFL, если часть прибыли не пойдет NFL в карман. Так что, продав лицензию вам, ее владелец в обмен получает лицензию на ваш грабег.

И последнее, наиболее существенное в нашей индустрии: владелец лицензии может контролировать процесс создания игры. Даже если выдавшие лицензию не вмешиваются в разработку (а большинство это делает), одно то, что лицензируемый продукт уже использовался в другой индустрии,

влияет на восприятие его потребителем и соответственно – на манеру его воплощения в игре. Игра по лицензии так или иначе вторична. Если проект создается по фильму, геймер ожидает, что сможет участвовать в сценах, которые он видел, и что последовательность уровней будет соответствовать развитию сюжета ленты. И очень редко разработчики получают карт-бланш на настоящий креатив в рамках лицензии.

Совершенно справедливо то, что создание нового бренда за короткий срок содержит большой риск, однако в долгосрочном периоде может быть финансово оправдано. Если новая игра окажется успешной с точки зрения издателя, разработчику не придется делиться прибылью с владельцем лицензии, а издатель станет поощрять разработку сиквелов и побочных продуктов в рамках серии. К тому же успешную игровую лицензию тоже можно выгодно продать. Crash Bandicoot, Twisted Metal и SOCOM принесли издателям столько прибыли, сколько не приносила ни одна игра, сделанная по лицензии. И я считаю, что эту прибыль необходимо снова инвестировать в индустрию, чтобы создавать еще больше самобытных проектов.

НА СВОИХ ДВОИХ

Слишком часто на игровой бизнес смотрят как на пасынка прочих индустрий развлечения. Да, компьютерные игры младше музыки, кино, телевидения и книг и только начали выходить из образа забавы для детей, становиться самостоятельным развлечением. И если слишком уж часто полагаться на продукты, созданные изначально для другой индустрии, это удешевит творческий потенциал игроделов и увековечит статус вторичности игрового бизнеса в сознании потребителя.

Развитие индустрии определяют самобытные игры, а не продукты по лицензии. И чем раньше мы это усвоим – тем лучше. ❖

****Примечание: все мои высказывания основаны на личном мнении и не являются точкой зрения моих нынешних или бывших работодателей. Я прямолинейный игровой юрист, преданный индустрии, и сознаю, что мои слова во многом пристрастны.*



РАЙЛИ РАССЕЛЛ – главный советник Sony Computer Entertainment America по бизнесу и правовым вопросам. Чтобы связаться с ним, пишите на rrussell@qdmag.com



СТИВ ТЕОДОР

>> ДОЗА ПИКСЕЛЕЙ

В КАРАНДАШЕ

ЛЮБОЙ ХУДОЖНИК МЕЧТАЕТ О СОВЕРШЕННОМ ИНСТРУМЕНТЕ ДЛЯ РИСОВАНИЯ: быстром, чувствительном, простом и послушном. Наше воображение рисует прибор, чуждый предварительного планирования и освоивания, позволяющий просто свободно следовать за полетом мысли.

И такой инструмент существует. Как ни банально, это обычный карандаш. Но хотя он быстр, прост и послушен, с его помощью не создашь «графики нового поколения». Большинство актуальных задач карандашу не под силу, так что приходится применять стандартные средства разработки, скрупулезное следование технологиям и дар предвидения.

КЛЕТКА ДЛЯ МОДЕЛЕРА

Из всех специалистов по графике в самые тесные рамки графических приложений загнаны моделеры. Пока количество полигонов исчисляется сотнями, вершины еще можно править руками. Но чем больше их становится, тем тщательнее приходится выверять каждое движение. Освоение новомодных технических веяний, например, касательных неравномерных рациональных би-сплайнов или групповых валентностей вершин, отнимает массу сил, которые можно было бы направить на творчество и импровизацию.

Попробуем же подойти к процессу нестандартно и смахнуть пыль с парадигмы моделирования.

МЫШКА ГЛИНЕ НЕ ЧЕТА

Итак, одного карандаша для создания игры зачастую недостаточно (впрочем, бывают и гениальные исключения вроде Pencil Whipped, см. Рис. 1). Однако есть способ добиться непревзойденных результатов в моделировании — заняться лепкой.

Хотя в игровой индустрии применяются цифровые модели, некоторые голливудские студии по-прежнему предпочитают глиняные образцы компьютерным. Глина осязаема и податлива — это, несомненно, вдохновляет настоящих художников.

Глина лучше всего подходит для создания органических форм, хотя умелый скульптор сможет вылепить из нее даже механизм. Даже сегодня многие ведущие дизайнеры игровой индустрии полагаются на глину больше, чем на компьютерные приложения.

Как и в большинстве ремесел, в лепке требуется достичь определенного мастерства, а на это нужно время. Поэтому не думаю, чтобы кто-нибудь из нас в скором времени заменил свою рабочую станцию гончарным станком. Тем не менее многие игровые дизайнеры извлекают небывалую пользу из лепки, пусть даже в рамках хобби.

СО ШПАТЕЛЯ НА ЭКРАН

Оцифровка скульптуры в требуемый графический формат — нынче вполне тривиальная задача. Контактные оцифрователи наподобие MicroScribe от Immersion (Рис. 2) стоят около \$5000. В бюро по оцифровке глиняную статуэтку и даже живого человека отсканируют гораздо дешевле. Хочу только предупредить любителей лепки: цифровые дигитайзеры класса MicroScribe лучше работают с твердыми материалами, такими как выпеченные фигурки Sculptey. Дело в том, то кончик цифрующего сенсора может погрузиться в мягкую поверхность, испортив образец и напортачив в оцифровке.

Если же традиционное гончарное мастерство вам чуждо или вы нервничаете из-за отсутствия кнопки Undo, ваш выбор — Zbrush (см. обзор в разделе Skunk Worlds в майском номере Game Developer за 2005 год).

Zbrush покажется опытным моделерам сущим недоразумением. Она рушит все установки, по которым мы жили со славной эпохи WaveFront и Alias PowerAnimator, и это сильно обескураживает закаленных профи. В то же время эта программа как ни одно другое 3D-приложение близко к



Рис. 1 Pencil Whipped, самобытный шутер от первого лица, использовал все преимущества старого доброго карандаша

карандашу по скорости, простоте и свободе выражения.

Помимо инновационного интерфейса Zbrush (которому стоило бы посвятить отдельную колонку) сила программы еще и в поразительной скорости обработки полигонов. Даже на моей довольно средней машине с моделью из 4 миллионов полигонов вполне можно работать.

Zbrush при моделировании разукрупненных поверхностей опирается на ту же тематику, что и Max MeshSmooth или Maya Subdivision. Однако его «полигоносоварение» значительно упрощает создание миниатюрных деталей. Элементы разукрупнения вроде реберных петель и валентностей вершин никуда не делись и в Zbrush, но здесь им придается куда меньше значения, чем в стандартной среде поверхностно-вершинного моделирования.

ПРЕДЕЛЫ ДЛЯ ХУДОЖНИКОВ

У ретроградной глины и новомодного Zbrush есть две важные общие черты. Первое — оба средства хороши для творчества в отсутствие четкого, заранее составленного плана. К несчастью, есть и второе сходство: тип вырабатываемых данных — несметное количество крохотных полигонов. Даже если бы игровые движки и могли отображать столь многогранные модели, их текстурирование и анимирование превратилось бы в сущую пытку. В отличие от огромных киностудий, игровые компании не могут отрядить целый отдел техспецов на каждую сверхвысокополигональную модель.

СТИВ ТЕОДОР начинал анимировать еще в текстовом интерфейсе мэйнфрейма, а впоследствии работал над такими играми, как Half-Life и Counter-Strike. Для связи с ним пишите: stheodore@qdmag.com

ДОЗА ПИКСЕЛЕЙ



Рис. 2 Дигитайзеры наподобие MicroScribe G2 стирают грань между компьютерной графикой и лепкой из глины

Рис. 3 Topology brush из Silo позволяет оперативно набросать сетку линий на поверхности модели. После того как вы на взгляд прикинули новую топологию, программа сгенерирует новую модель

Это не означает, что такие модели бесполезны. Просто необходим дополнительный этап преобразования более сложной сетки в упрощенную, с которой справится игровой движок.

Неповоротливые сверхвысокополигональные модели – хорошее приложение для нормального мэппинга. При использовании этой технологии моделиер может сосредоточиться на творчестве и создавать модель с высоким разрешением, забыв об обременительных технических деталях: оптимизации UV-мэппинга, подгонке геометрии к анимации, сведении и прочем. Пусть это и не освобождает полностью от учета производительности при создании графики, однако позволяет уделить больше внимания творческому аспекту вместо заботы о математике.

Если ваш движок поддерживает нормальный мэппинг, и высокополигональные модели после сшивания с кодом не ставят крест на быстродействии, то можно оставить все как есть. Однако часто приходится выбирать иной путь. Если движок игры не поддерживает карты нормалей или их повсеместное применение чревато лишними нулями в бюджете, придется создавать модели среднего разрешения – с десятками тысяч полигонов против сотен, тысяч и миллионов.

Модели среднего разрешения могут показаться неуклюжими, поскольку их невозможно проработать вершину за вершиной. В то же время они могут и должны использоваться, если производительность важнее внешнего лоска.

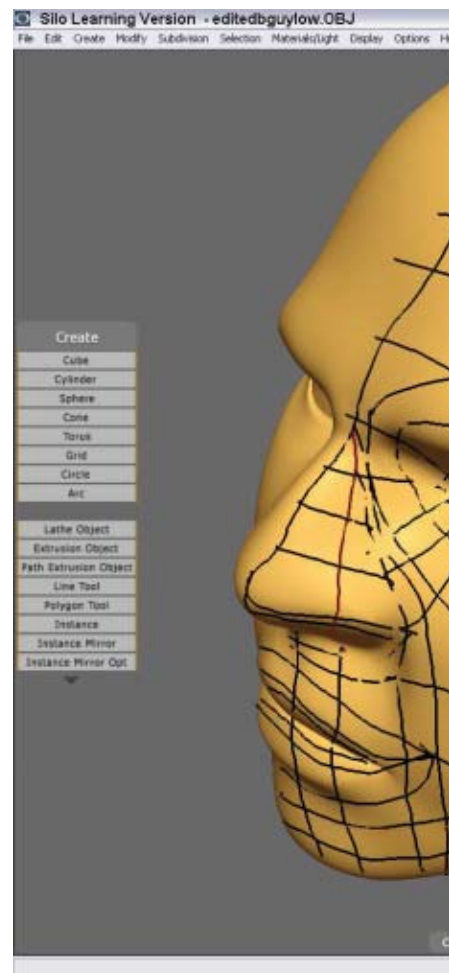
РЕТОПОЛОГИЗАЦИЯ

Даже если вы работаете с моделями низкого разрешения, не стоит полностью отказываться от использования мощных высокополигональных приложений. По-прежнему можно разделить творческую и техническую составляющие процесса, используя высокополигональные модели в качестве основы для построения новых сеток или разукрупненных поверхностей. Этот прием называется ретопологизацией и может очень вам пригодиться.

Простейшая ретопологизация основана на приемах хрестоматийного полигонального моделирования. При помощи функции Make Live в Maya или режима Snap-to-Face в Max можно построить сетку низкого разрешения прямо поверх модели более высокого качества.

Процесс может показаться очень медленным, поскольку модель будет перестраиваться полностью, точка за точкой. Но в целом это гораздо быстрее традиционного полигонального моделирования, поскольку использование модели высокого разрешения в качестве шаблона подразумевает работу с двумя измерениями вместо трех, и наложение поверхностей происходит относительно оперативно. Хитрые технологические задачи, например стыки, адекватно реагирующие на деформацию, также гораздо проще решать, когда все изначальные объемы берутся с сетки высокого разрешения.

Даже если вам не требуются модели низкого разрешения, ретопологизация поможет построить оболочки низкого



разрешения для моделей с нормальным мэппингом.

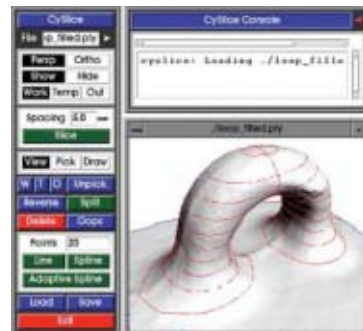
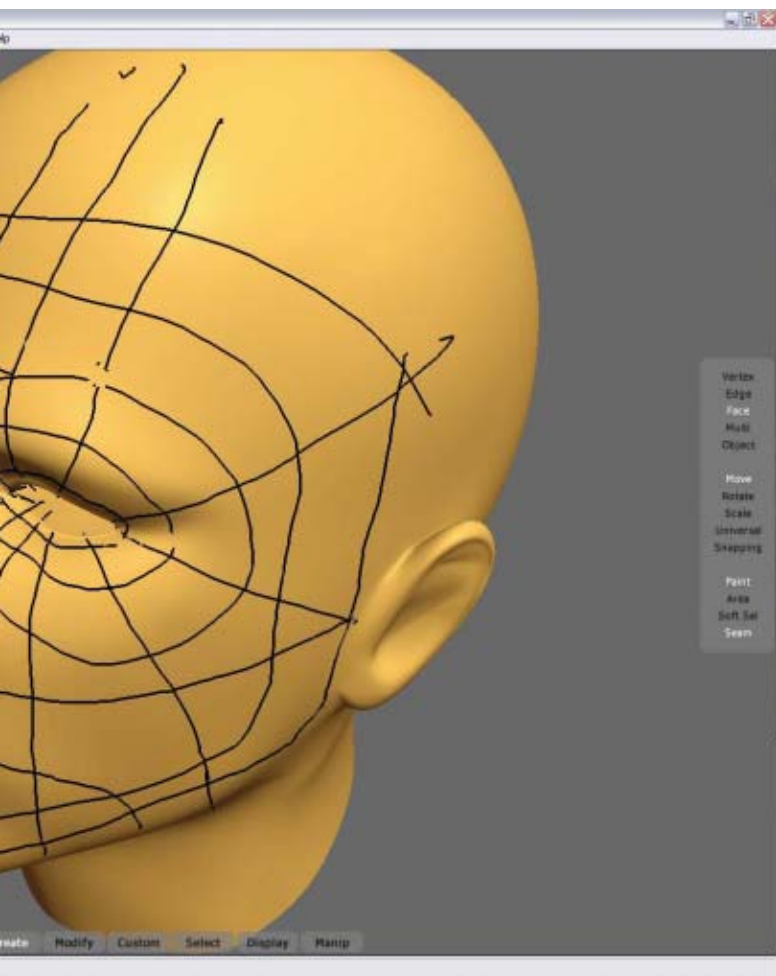


Рис. 4 CySlice – специализированное приложение для ретопологизации

ИСТОЧНИКИ

CySlicewww.cyberware.com**MicroScribe**www.immersion.com/digitizer**Silo**www.nevercenter.com**Zbrush**<http://pixologic.com>

Если ретопологизацией приходится заниматься довольно часто, вам пригодится инструмент topology brush в модельном редакторе Silo. Его применение быстро и довольно результативно, хотя использование алгоритма выбора и редактирования существующих штрихов может несколько смутить. Однако это гораздо проще, чем выполнять ту же задачу при помощи стыковки, а поскольку весь набор инструментов стоит всего \$109, он и впрямь достоин внимания.

На другом конце бюджетных ножниц находится CySlice, специализированное приложение для ретопологизации (см. Рис. 4). CySlice поставляется с большинством аппаратных дигитайзеров и умеет создавать бисплайны или разукрупненные фрагменты из сетки высокого разрешения. CySlice отчасти привлекателен тем, что может автоматически вычленять из начальной геометрии кар-

ты замещения и цветовые карты. Сейчас эта способность стала менее актуальной, поскольку теперь это можно сделать при помощи обычного нормального переноса.

КАМЕНЬ ЗА КАМНЕМ

Даже с применением новомодных инструментов скрупулезное построение моделей в несколько тысяч плоскостей остается непростой задачей. К счастью, можно использовать стыковку или описанную topology brush, чтобы построить внушительный каркас на реберных петлях как фундамент для новой разукрупненной модели (или просто получить готовое разукрупнение напрямую из CySlice). Этот прием в ходу у моделеров киноиндустрии. Хотя соображения производительности не особо их волнуют, они таким способом тоже отделяют технологию от творчества.

Скорее всего, ваша новая разукрупненная поверхность окажется несколько меньше, чем оригинал высокого разрешения. Разукрупненные поверхности не проходят прямо через контрольные точки. Если контрольная сетка для разукрупнения достаточно плотная, то этот эффект будет не так заметен. Но если он все же проявился, его можно легко исправить, сдвинув контрольные вертикали наружу вдоль их нормалей. В качестве альтернативы можно использовать разукрупнение для создания необходимых дополнительных плоскостей, а затем применить скрипты для «склеивания» вершин разукрупненной сетки с поверхностью модели-фундамента. Можно даже использовать нормальный перенос для перемещения необходимых деталей с сетки высокого разрешения на сетку среднего разрешения в виде карты неровностей или замещений. Это позволит сохранить хорошую детализацию – например, складки на одежде, для изображения которых в геометрии модель в 20 тыс. полигонов уже недостаточно подробна.

ВСЕМ ИЗОБРЕТАТЬ ВЕЛОСИПЕД!

Ретопологизация расширяет наши творческие возможности, однако до утопического трехмерного карандаша ей все же далеко. Свобода создания высокополигональной модели – из обычной или цифровой Zbrush-глины – с ее последующей ретопологизацией позволяет расширить технологические и производственные рамки.

Увы, окончательно эти ограничения так просто не исчезнут. Искусство, как водится, требует жертв. Придется дважды строить модель, и хотя вторая итерация пройдет значительно быстрее первой, это отнимет время. К тому же ретопологизация – процесс необратимый, так что сначала удостоверьтесь, что высокополигональный фундамент вас полностью устраивает, прежде чем строить на его основании новую сетку.

Если упомянутые нюансы не показались столь пугающими, разработка должна стать для вас продуктивнее и интереснее. Возможно, когда-нибудь нам не придется корпеть над каждой деталью в процессе моделирования. А пока – почему бы не воспользоваться тем, что мы уже умеем? ❖



АЛЕКСАНДР БРЕНДОН

>> АКУСТИЧЕСКАЯ ФИКСАЦИЯ

ПОШУМИМ!



График 1. На спектральной диаграмме хорошо сведенный зацикленный фрагмент в диапазоне тяжелых басов



График 2. Фрагмент с усиленными до максимума басами, достигающий 0 дБ в низких частотах

С ТЕХ ПОР КАК КАЧЕСТВО ЗВУКА В ИГРАХ

стало сопоставимо с качеством звука в кино и на телевидении (во всем, кроме голосового озвучивания), система понятий в этой области изменилась. Десять лет назад играли во все подряд, но чем больше игры приобретали «кинематографичность», тем требовательнее становился потребитель.

Сейчас звукорежиссеры зачастую слышат от продюсеров одну и ту же фразу: «Добавь басов, должно звучать мощнее!» и неизменно отвечают: «Вы не понимаете, о чем говорите!» или «Да это физически невозможно».

Мысли у тех и у других в целом здравые. Игра должна выделяться на рынке, и это во многом зависит от ка-

чества звука. Беда в том, что «хороший» и «плохой» — понятия в звукотворчестве относительные. Однако есть способ удовлетворить запросы и продюсеров, и разработчиков. Все будут счастливы, для всех будет играть музыка.

ПРОДЮСЕРУ: ПОНЯТИЕ ДИНАМИЧЕСКОГО ИНТЕРВАЛА

Каждый ведущий разработчик должен понимать, что в распоряжении звукорежиссеров находится ограни-

ченный интервал частот. Если два звука играют в одном узком диапазоне частот, этот диапазон начинает звучать гораздо громче; в прочих интервалах звук будет мягче. В каждом интервале частот есть допустимая величина громкости — так называемый запас. Стоит выйти за его пределы, как звук начнет искажаться. До этого рубежа оба звука в худшем случае просто играют неразборчиво. То есть если у вас в интервале всего два источника баса с малой разницей в частотах, вы скорее сведете их в качественную звуковую картину, чем если таких источников, скажем, восемь.

Взгляните на графики 1 и 2: на первом — хорошо сведенный зацикленный фрагмент в низкочастотном диапазоне, на втором — фрагмент, с выставленными на максимум басами. Второй вариант будет прекрасно звучать в какой-нибудь Honda Civic с открытыми окнами, но для озвучивания игры такие басы совершенно не подойдут.

Помимо запаса, необходимо учитывать параметры акустической системы. Что вы будете использовать: крохотные телевизионные колонки или заряженный B&W Nautilus? Разница в запасе и диапазоне воспроизводимых частот на высокой громкости у телевизора и у системы за \$300 с Surround Sound огромна. Каждый случай нужно рассматривать отдельно: на первой системе хорошего звука не получить вовсе, на второй — запросто.

ЗВУКОРЕЖИССЕРАМ: ИДИТЕ НА КОМПРОМИСС

Ясно как день — хороший звук украшает игру. Интерактивное микширование с использованием SCREAM, XACT или вашего домашнего звукового движка — это только фундамент серьезного звука, который должен впечатлять и владельца домашнего кинотеатра, и обладателя обыкновенного 12-дюймового телевизора.

Начните проект с определения того, что именно нужно будущей игре. Если это экшн — готовьтесь к прописыванию

акцентов, наборов затухания и требований к микшированию для каждого уровня еще до начала тестирования.

Наработанный материал не стоит откладывать в долгий ящик. Сделайте демо-версию с нетекстурированными поверхностями, без анимации — всего по минимуму. Затем покажите ее продюсерам — и пусть они подумают над звуковым оформлением, пока графика еще не готова. Вот он, апогей создания аудио-концепта.

А теперь правило, которое я сам недавно сформулировал и которого неизменно придерживаюсь: как только вы приступили к разработке и вновь столкнулись с требованием повысить мощность звука или уровень басов, покажите свою работу в сравнении с признанным хитом той же категории. Я это проделывал с Soul Calibur 3. Мощный взмах огромного меча или топора в вашей игре смотрится здорово, а звучит, по мнению ведущих разработчиков, не особенно? Увидев тот же взмах и услышав столь же слабый звук в чужой игре, продюсеры поймут, что колонки телевизора — не лучшее средство для воспроизведения смачных ударов или столкновений регбистов. То же относится к музыке и голосовому озвучиванию.

И, наконец, для сравнения запустите демо на паре мощных колонок с объемным звуком. Сделайте это на раннем этапе разработки, чтобы избавиться от претензий по поводу «худшего-чем-у-них» звучания. Правда, если на hi-end системе звук тоже не «пошел» — тогда у вас впереди и правда много работы.

ВРУБАЙ НА ПОЛНУЮ!

Эти советы помогут вам наглядно продемонстрировать всем членам команды концепцию звука и успешно разрешить все споры с продюсерами. В конечном счете, это и есть креативный подход к контролю качества. Но помните, чем больше свободы творчества — тем больше ответственности за конечный результат. Заставьте геймеров задохнуться от восторга! ✨

АЛЕКСАНДР БРЕНДОН работает со звуком в играх с 1994 года. Сейчас Александр занимает должность менеджера по звуку в компании Midway (Сан-Диего, Калифорния). Вы можете связаться с ним по адресу: abrandon@qdmag.com



НОЙ ФАЛЬШТАЙН

>> ГЕЙМ ШУЙ

ОТРИЦАТЕЛЬНАЯ ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

ПОСЛЕ МОИХ КОНСУЛЬТАЦИЙ ПО ДИЗАЙНУ МНОГИЕ КЛИЕНТЫ усваивают одно правило: чтобы привести сложность игры в соответствие с умением игрока, надо включать отрицательную обратную связь (далее ООС – прим. ред.).

При грамотном подходе ООС становится неотъемлемой частью профессионального гейм-дизайна. Тем не менее ООС недооценивают и редко используют. По-прежнему бытует мнение, что играм нужно больше положительной обратной связи. Это по



В «Цивилизации» Сида Мейера ООС умело используется для внесения баланса в геймплей.

сути равносильно утверждению, что кухню фаст-фуда надо еще больше напичкать жиром.

Обратная связь подразумевает возвращение части информации с выхода системы на ее вход. Такая связь называется положительной, если она заставляет

возрастающую величину на выходе расти быстрее, а уменьшающуюся – понижаться. Из-за такой обратной связи, например, визжат микрофоны, а автомобили зимой скользят по льду.

Логично предположить, что ООС работает по обратному принципу. Если величина на выходе возрастает, отрицательная связь снижает темпы ее роста и наоборот. Для примера представьте термостат, который отключает отопление, если температура в доме достигла нужного уровня.

Положительная обратная связь широко

используется в играх. Да и реализовать ее проще. Например, игрок в RPG уничтожил монстра и нашел в луте мощный меч. Это облегчило победу над другим монстром, в результате чего он заработал денег на покупку брони – и так далее. Поначалу это захватывает, однако персонаж рискует в итоге стать таким сильным, что человек потеряет к игре всякий интерес.

Рассмотрим другую ситуацию. В той же самой игре персонаж более слабого геймера не справился с первым монстром. Выходит, в следующем сражении он уже точно не победит. Поэтому с положительной обратной связью нужно обращаться осторожно. ООС применяют, когда хотят, чтобы не заскучал умелый игрок и чтобы не отчаялся слабый. Если взять ту же RPG, то отрицательная обратная связь могла бы принять форму нескольких высокоуровневых монстров против умелого игрока или каких-нибудь слабых крыс, несущих баснословное количество золота и лечебных зелий, против менее опытного геймера. Пусть это будет выглядеть неправдоподобно, но пользователю игра покажется «честной», а потому более увлекательной.

ГДЕ ПРИМЕНЯТЬ

Это правило годится для любой игры, где испытания и награды за них изменяются со временем – то есть для подавляющего большинства видеоигр. Лучше всего применять ООС в тех играх, которые без нее быстро утратят баланс. Очень важно – и очень сложно – научиться применять ООС в многопользовательских проектах. Трудность заключается в том, что условия игры должны казаться честными всем игрокам. С компьютерным оппонентом это проще организовать, чем с живым человеком: ведь машину в любой момент можно заставить поддаться.

ДЕВИЗ ОТРИЦАТЕЛЬНОЙ СВЯЗИ

Правило ООС гласит: награда должна быть пропорциональна сложности, с которой она завоевана. Любая игра станет куда интереснее, если даже для опытного геймера исход каждого поединка будет не-

редсказуем. В то же время слабый игрок должен знать, что и у него всегда есть шанс на победу.

ЗАЧЕМ?

Правило ООС следует из аксиомы: геймеру игра должна казаться честной. Многие дизайнеры избегают ООС. Они уверены, что ее введение равносильно наказанию победителя и поощрению проигравшего, а это кажется им в корне несправедливым. Поэтому применять ООС надо очень искусно.

Во многих стратегиях содержание войска становится дороже с увеличением его численности и мощи. Это замедляет приток финансов и затрудняет дальнейшую покупку войск, благодаря чему более слабый противник получает возможность сравняться с лидером.

А вот еще один распространенный способ применения ООС: количество опыта в RPG, необходимое для получения следующего уровня, растет в геометрической прогрессии. В то же время количество очков умений на один уровень повышается куда медленнее, практически линейно. Разумеется, внешне игра должна при этом выглядеть честной. Но чтобы сделать ее интереснее, совсем не возбраняется деликатно изменять скрытые от глаз пользователя алгоритмы. Важна не сама честность – важна ее видимость.

ПРИМЕРЫ И КОНТРПРИМЕРЫ

ООС широко используется в популярных играх. Она применяется во всей серии Civilization, в частности для ограничения темпов роста цивилизации игрока за счет повышения налогов и изменения уровня довольства горожан.

В Mario Kart 64 лидер гонки тоже может подбирать бонусы, однако прока ему от них почти никакого. А вот для аутсайдера бонус может стать спасением.

Я с удовольствием рассмотрю присланные вами примеры удачного использования ООС – даже применительно к моей колонке в этом журнале. ❄

НОЙ ФАЛЬШТАЙН – 25-летний ветеран игровой индустрии. На его сайте (<http://theinspiracy.com>) описан проект The 400 Project, который послужил основой для этой статьи. Также на сайте вы найдете советы по гейм-дизайну и рекомендации по их применению. *Связаться с Ноем можно по адресу:* nfalstein@gdmag.com



АЛЕКСАНДР ЛОГИНОВ

>> ТЕНДЕНЦИИ 2006

ЦИФРОВОЕ
РАСПРОСТРАНЕНИЕ**ВСЕ БОЛЬШЕ КРУПНЫХ ЗАПАДНЫХ ИЗДАТЕЛЕЙ ИСПОЛЬЗУЕТ ГЛОБАЛЬНУЮ СЕТЬ ИНТЕРНЕТ КАК ОДНУ ИЗ МОДЕЛЕЙ ДИСТРИБУЦИИ СВОИХ ПРОДУКТОВ.**

На данный момент речь идет о старых игровых разработках или проектах бюджетного сектора, а также единичных тайтлах AAA-класса с комбинированной моделью распространения. В недалеком будущем цифровая дистрибуция может занять до 30 процентов рынка продаж, предлагая потребителям новые продукты за несколько часов до появления финальной версии игры на полках традиционных магазинов.

СУТЬ ЦИФРОВОЙ ДИСТРИБУЦИИ

Цифровое распространение предполагает возможность получения покупателем контента сразу после оплаты заказа. Клиент оплачивает продукт по кредитной карте или через иную платежную систему (например скретч-карты) и мгновенно получает ссылку на свой заказ, который может забрать немедленно. Похожие системы внедрены в мобильном секторе, где игры и приложения распространяются, минуя традиционные сети продаж. При использовании цифровых каналов распространения в зависимости от вида связи и размера игры доставка продукта на компьютер заказчика варьируется от 30 минут до 8 часов. При передаче данных используется защищенный протокол, исключающий повреждение и кражу продукта. Кроме того, некоторые издатели используют дополнительные системы верификации и

кодирования данных. С ростом популярности этого направления повышается и надежность операций. По оценкам маркетингового агентства IDC, объем рынка сетевой дистрибуции в 2004 году составил около \$120 млн. с прогнозируемым ростом до \$763 млн. в 2007 году. Оценки на лето 2005 года, по данным все того же IDC, составляют уже около \$250 млн. Развитие отрасли происходит за счет роста рынка и потребности покупателей в гибких решениях. Среди основных игроков этого динамично развивающегося рынка называются Yahoo!, Comcast, IGN, UbiSoft, система Game xStream, Microsoft и Valve Software.

ЗАРОЖДЕНИЕ КАНАЛОВ, ИХ ЭВОЛЮЦИЯ

В начале августа 2004 года компания IGN Entertainment, владеющая большой сетью игровых сайтов, запустила свой сетевой сервис Direct2Drive (до этого игры продавались через FilePlanet). Новая система предлагала крупнейшим издателям размещение и цифровое распространение игр. По мнению генерального менеджера IGN Entertainment Джемми Бергера (Jamie Berger), Direct2Drive позволила издателям продлить жизнеспособность своих продуктов, а также решить проблему свободного места на полках стандартных магазинов. Джемми считает, что интерес к определенным проектам сохраняется на протяжении нескольких месяцев, тогда как ассортимент в магазинах полностью меняется каждые две-три недели. «Издатели получают существенное преимущество, так как при цифровой дистрибуции отсутствуют затраты на производство, упаковку и размещение продукта», — отмечает Бергер. — Все, что необходимо — это мастер-диск, промо-материалы и контракт, все остальные проблемы мы берем на себя». Всего за год работы система Direct2Drive стала альтернативным каналом распространения для продуктов от Ubisoft, Activision и Vivendi Universal Games. По данным IGN,

продажи Myst V таким способом превышают показатели ритейл-версии продукта на некоторых международных территориях. Представители UbiSoft отмечают, что если даже на скачивание игры у клиента уйдет целая ночь, это будет гораздо быстрее и удобнее, чем заказ продукта через интернет-магазин или приобретение стандартной box-упаковки в обычном магазине.

Дуг Ломбарди (Doug Lombardi) из Valve Software утверждает, что затраты в \$5 млн. на разработку и поддержание сетевого сервиса STEAM окупались за несколько месяцев активной эксплуатации системы. Более чем из 4 млн. проданных копий Half-Life 2 свыше 25 процентов были приобретены через STEAM, не говоря о ранних продуктах Valve Software (HL1, CS). Так, одна из самых популярных модификаций Half-Life под названием They Hunger смогла обрести вторую жизнь и стать полностью коммерческим продуктом на Source-движке исключительно благодаря системе распространения STEAM. «В традиционных сетях наша модификация просто потерялась бы на полках магазинов», — говорит один из создателей They Hunger: Lost Souls. — Благодаря Valve Software и их сервису мы можем заявить о себе на весь мир». Компания 3D Realms, более известная как создатель долгожителя Duke Nukem Forever, делает высокие ставки на молодую, но очень гибкую систему цифровой дистрибуции Game xStream. Продюсерский проект студии, шутер для PC Prey, появится в цифровой продаже значительно раньше, чем на полках традиционных магазинов. Ставку на цифровую дистрибуцию делает и глава компании Microsoft Билл Гейтс (Bill Gates). «Сейчас много говорится о войне форматов — HD против Blu-ray, — отметил мистер Гейтс, выступая в университете Гарварда. — Кто бы ни победил, это будет последний физический формат. Даже фильмы будущего ждет распространение через Интернет». Впрочем, не все представители индустрии настроены столь

ЛОГИНОВ АЛЕКСАНДР, в игровой индустрии 11 лет. Сценарист и внешний продюсер игровых разработок. *Связаться с Александром можно по адресу:* aloginov@gamedeveloper.ru

оптимистично. «Я не думаю, что цифровая сетевая дистрибуция сможет значительно потеснить стандартные розничные сети, — считает Кэрин Ло (Caryn Law), продюсер Raven Software. — Проблемы STEAM могут помешать развитию этого направления. Кроме того, STEAM обладает значительными техническими недостатками. Я полагаю, в этом направлении предстоит еще многое сделать, прежде чем цифровая дистрибуция станет популярной. Стоит также отметить, что необходимо выработать общий стандарт. Глупо, если для каждого продукта будет создаваться свой собственный STEAM».

УПРАВЛЕНИЕ ЦИФРОВЫМИ КАНАЛАМИ

«Идея создания подобного сервиса витала в воздухе не один год, — вспоминает Бергер, — мы смотрели на то, как наши зарегистрированные пользователи скачивают миллион файлов в месяц с FilePlanet размером в сотни, а иногда и в тысячи мегабайт. И вот мы решили, что рынок готов к новому сервису». Поэтому все игровые порталы, входящие в IGN Entertainment Network, а это IGN.com, GameSpy, FilePlanet, GameSpy Arcade, а также Planet и Vault, были перестроены под возможности сервиса Direct2Drive. Посещая различные секторы этой сети, игроки в любой момент могли заказать и получить понравившуюся игру после прочтения интервью, обзора или иного материала на сайтах портала. «Как показали исследования, нашим посетителям нравятся возможности Direct2Drive. Мгновенность — вот одна из причин популярности, — отмечает Бергер. — Вы можете выйти в сеть, увидеть игру, которая вам понравится, и сразу же купить и скачать ее на свой

компьютер». Причем, как показывает статистика, игроки с удовольствием скачивают как раскрученные проекты (например Splinter Cell: Pandora Tomorrow), так и отсутствующие сейчас в розничной сети игры (например Rainbow Six). За первые три месяца 2005 года IGN продали через сервисы FilePlanet около 50.000 продуктов.

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ

Несмотря на радужные прогнозы IDC, ситуация на рынке сетевой цифровой дистрибуции достаточно сложная. Большинство игроков предпочитает неосязаемому цифровому стандарту подарочные версии игр с руководством пользователя, бонусами, красивыми иллюстрациями, а также физическими дисками с игрой. Как показывают продажи NPD по итогам осени 2005 года, геймеры стали больше покупать специальных редакций известных игр, предпочитая отдать лишние \$15 за бонусы и расширенные редакции. На данный момент на подарочные издания игровых продуктов в некоторых магазинах розничной сети GameStop приходится до 60 процентов всех продаж. При этом большинство исследований подтверждает, что в основном цифровые каналы дистрибуции приобретают игры через сеть, только если хотят получить игру раньше стандартного бокса или не могут найти продукт в традиционной сети магазинов. К тому же многие клиенты настроенно относятся к приобретению игр объемом 3 и более гигабайт, что подразумевает не только значительный трафик, но и несколько часов ожидания. Не стоит забывать и о технических пробле-

мах подобных сервисов и отсутствии стандарта для этого вида цифровой торговли. Впрочем, с развитием высокоскоростных каналов (Internet-2), снижением тарифов и повышением надежности сетей цифровая дистрибуция может стать базовым трендом.

ИЗДАТЕЛИ И РАСПРОСТРАНЕНИЕ

Мелкие издатели, такие как Majesco или Turbine, видят в цифровом распространении свое спасение. Небольшие издательства экономят на аренде полок в традиционных сетях, внешней рекламе, упаковке и изготовлении продукции. Экономленные деньги могут быть использованы на целевую рекламу в сети, поддержку интернет-сервисов и доставку клиентам нового контента. А крупные издательства смотрят на цифровое распространение настороженно, как на потенциальную угрозу основному бизнесу. Представители Vivendi Universal утверждают, что распространение Half-Life 2 через сетевой сервис Valve Software STEAM мешало продажам оригинального продукта в розничных сетях, но при этом с небольшим опозданием выставляют новые продукты через Direct2Drive. По мнению независимых аналитиков, одновременная дистрибуция через традиционные и цифровые каналы может привести к снижению традиционных продаж до 25 процентов.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ

По мнению многих издателей, в финансовом плане существенной разницы между цифровой и традиционной сетями не существует. Возможная экономия за счет от-

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТОВ

РИЧАРД «Levelord» ГРЕЙ СОВЛАДЕЛЕЦ И ВЕДУЩИЙ ДИЗАЙНЕР RITUAL ENTERTAINMENT:

Множество людей восхищается цифровой дистрибуцией. Я тоже. Сейчас, когда практически каждый может проводить все время в Интернете, почему бы не наладить более тесный контакт между игроком и издателем? Новая система упрощает и снижает затраты на распространение продукта. Ritual Entertainment планирует пойти по стопам Half-Life 2 от Valve, запустив SiN: Episodes через STEAM.

Но на самом деле сейчас уже слишком поздно говорить об электронной доставке игр. Я практически все заказываю через сеть. Начиная от DVD и заканчивая мебелью. Для меня как потребителя сетевые заказы проще и удобнее. Не надо садиться в автомобиль и куда-то ехать, не надо выбирать из огра-

ниченного ассортимента местных магазинов. Для меня как разработчика сетевой дизайн и распространение значительно проще и удобнее традиционных каналов. Они сокращают огромную пропасть между мной и моим приятелем игроком. Никакого производства дисков, никаких коробок, никаких доставок с завода на склады и в магазины. Но самый большой потенциал, который предлагает сетевая дистрибуция, — это креативная свобода. Убирая массу препятствий между мной и игроком, мы отменяем множество запретов и ограничений, которые влияют на то, что я могу вложить в свои игры. Нам стоит немного подождать и посмотреть, оправдаются ли наши ожидания. Если сетевая доставка станет нормой, то единственное, чего я боюсь — это возвращения цензуры, а пока я верю, что мы можем расправить крылья и взлететь высоко.



МНЕНИЕ ЭКСПЕРТОВ

СЕРГЕЙ ОРЛОВСКИЙ

ГЛАВА КОМПАНИИ NIVAL INTERACTIVE

(фрагмент выступления на пресс-конференции, посвященной анонсу издательской деятельности компании):

Переход на новые каналы распространения уже произошел в мобильном секторе игр; для PC-проектов – уже начинается и будет очень мощным трендом в ближайшие несколько лет; для раскочки консолей, я думаю, потребуется еще лет пять-семь. В первую очередь это касается цифровой дистрибуции, и проблема здесь заключается в том, что все стандартные механизмы работы с конечным потребителем будут меняться. Те известные принципы, которые работали, совсем не отомрут, они просто начнут сильно модифицироваться в контексте специфики новых каналов распространения. Это уже происходит, за примерами далеко ходить не надо, самый показательный это Valve и распространение Half-Life 2 через STEAM – история успеха, на которую сейчас многие будут ориентироваться. И мы считаем, что способны занять не последнюю позицию именно на рынке цифрового распространения, который сейчас формируется. Это будущее, хотя будущее очевидно предопределенное. Если посмот-



реть на другие меди, в которых это уже происходит или происходило, вполне понятно, почему все обстоит именно так. Когда-то люди привыкли, например, приобретать кино на кассетах, и логично было, что за кассетами – а это некий аналоговый формат – нужно ходить в аналоговые магазины и покупать на материальном носителе. Сейчас в музыкальной индустрии каждый год продажи CD в магазинах падают примерно на 30 процентов, при этом рост рынка по цифровой дистрибуции на уровне 100 процентов в год. То есть то, что уже произошло в звуковой индустрии, уже начинается и в видео-индустрии. Разумеется, мы хотим быть в числе лидеров, занимающихся цифровой дистрибуцией. И для этого нам нужно иметь собственные возможности по продвижению. Они, кстати, как я уже сказал, в дальнейшем будут отличаться от того, что есть сейчас, так как сама медиа другая – у нее есть прямой контакт с потребителем.

Это будущее. Достаточно далекое, а по российским меркам и очень далекое – до него не менее двух лет. Но начать двигаться в этом направлении мы решили уже сейчас – наработать определенный опыт и в первую очередь делать так, чтобы наши собственные проекты были максимально востребованы рынком.

сутствия при цифровом распространении затрат на упаковку, изготовление и рекламу в магазинах сводится к нулю за счет затрат на исходящий трафик и защиту цифрового контента. Более того, в некоторых случаях по этим причинам цифровая версия игры может стоить на \$15 дороже коробочного варианта. Поэтому компании стараются продавать через цифровые сети продукты из бэк-каталога, которые сложно найти в традиционных сетях, или, используя гибкую систему скидок, предоставлять доступ к новейшим разработкам за многоуровневую оплату. В некоторых случаях цифровые каналы используются для подогрева интереса или бэк-сейлс угасающего в рознице продукта.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕКТОРА

Цифровая модель распространения в первую очередь выгодна небольшим компаниям, независимым разработчикам и производителям игровых приставок следующего поколения. Компания Microsoft делает высокую ставку на систему Xbox Live Arcade, которая позволяет продавать небольшие игры независимых студий непосредственно обладателям Xbox 360. Кроме того, гибкая система цифрового распространения позволяет Microsoft продавать за небольшую плату (30-50 центов) новые уровни, машины и вооружение к уже вышедшим продуктам, а также продвигать новое жанровое направление – игровые сериалы, построенные по принципу

кабельных телевизионных шоу. Вполне естественно, что традиционные сети постараются сохранить свое лидирующее положение, предложив издателям более гибкие условия и начав производство своих собственных каналов цифрового распространения. Вполне вероятно, что главную роль в развитии цифровых технологий сыграют операторы сотовой связи и контент-провайдеры, уже обладающие отлаженными системами распространения мобильных решений. Что касается России, то здесь цифровая дистрибуция вряд ли получит развитие из-за психологических и социальных особенностей потребителя. Впрочем, цифровые решения от компании Nival Interactive могут сдвинуть локальный рынок с мертвой точки. ❖

МНЕНИЕ ПРОСТЫХ ИГРОКОВ

ВОПРОС: КАК ВЫ ОТНОСИТЕСЬ К ЦИФРОВОЙ ДИСТРИБУЦИИ? КУПИЛИ БЫ ВЫ КОМПЬЮТЕРНУЮ ИГРУ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ?

Владимир, 22 года, менеджер:

Лично я не стал бы покупать игры через Интернет. Сейчас существует огромное множество развлекательных сайтов, которые выкладывают все новинки. Если бы я хотел, то

скачал бы все оттуда бесплатно. Мне гораздо приятнее зайти после работы в магазин и купить красивую коробку с игрой.

Сергей, 18 лет, студент:

Я иногда закачиваю игры на мобильный, но не на компьютер... Не знаю. Мне кажется, что нет. Я часто переставляю систему, и что мне делать со скачанными играми? Платить

за то, чтобы скачать их снова? По-моему, это глупо. Дисковый носитель куда удобнее, он наверняка никуда не денется.

Марина, 30 лет, инженер:

Стала бы я скачивать игры за деньги? Если это удобно и никуда не надо идти, то да. Но если честно, я не очень доверяю покупкам через Интернет.



ДМИТРИЙ БУРКОВСКИЙ

>> РОССИЙСКИЙ РЫНОК

ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ТУПИК

Маленький disclaimer – эта статья открывает небольшой цикл публикаций. Начнем мы с краткой истории российского игрового рынка – без этого сложно понять ту ситуацию, в которой он сейчас находится, и ту ловушку, по направлению к которой он радостно бежит. Поэтому привет и добро пожаловать на борт – есть даже маленькая надежда на то, что для кого-то этот текст будет познавательным, и он откроет для себя много интересного (особенно если покажет этот журнал детям или племянникам, на что я в тайне надеюсь).

В начале, как мы знаем, не было ничего. Затем, через относительно небольшой промежуток времени, наступил 1989 год, исчез СЭВ и был принят знаменитый закон о кооперации и свободе торговли. Что было в промежутке – на этот счет есть разные мнения, но для нас это не так уж и важно. Важно другое – появление в СССР негосударственных предприятий в конце концов привело не только к распаду Союза, но и к зарождению отечественного рынка программных продуктов.

Теперь небольшой fast forward – пропускаем начало 90-х, повсеместное пиратство на уровне «взял у друзей» и «записали на дискету с видака в магазине». Пропускаем появление первых разработчиков и будущих издателей – «Никита» после успеха «Перестройки» создавала стратегии про защиту/осаду Белого дома, 1С плавно переходила от разработки почтовых клиентов к бухгалтерским программам, Cominfo, прежде чем стать «Новым Диском», работала над путеводителем по Кремлю для японцев.

Но одно важное событие все-таки произошло – на российском рынке появились первые дистрибьюторы и первые лицензионные версии компьютерных программ. Официально предустановленный софт, несколько

коробок с играми на трехдюймовых дискетах, привезенных вместе с мышками и клавиатурами... И вдруг – революция! В стране вместе с подозрительным двуногим слоном и товарным знаком «Денди» появился новый вид досуга – электронные игры! Еще раз напомним, речь идет о той стране, где не так давно верхом технического прогресса было механическое чудо под названием «За рулем» и игры завода «Электроника» «Веселый повар», «Ну погоди!» и «Тайны океана», вчистую скопированные с линейки Game&Watch производства Nintendo середины 80-х.

Прошу еще раз обратить внимание: «Денди» – это начало отечественной игровой индустрии и главная причина, по которой вы держите в руках этот журнал. До 1993 года ситуация в стране не позволяла игровому рынку стать массовым явлением. Тогда передачи на центральном ТВ, вроде «Денди – новая реальность», и миллионные маркетинговые бюджеты были всего лишь мечтами начинающих менеджеров игровых компаний. Новый 1994 год кому-то принес «Денди» под елкой, а кому-то – новую территорию для развития, отечественный рынок электронных развлечений.

Итак, еще два года, и рынок уже практически состоялся. «Стиплер», «Битман» и GameLand (да-да!) ведут консольные войны во славу Nintendo, SEGA и Sony. «Амбер», «Бука», «Дока», «Никита», Electrotech, SoftClub делят рынок PC. Первые четыре – выводят свои проекты (да, вот они – первые отечественные игры: «Бермудский синдром», «Русская рулетка», «Противостояние», «Паркан», «Гэг») и представляют голодной обществу первые локализации западных игр. Вторые – Electrotech и SoftClub – сосредотачиваются на чистой дистрибуции, привозя full-price боксы всех топовых западных игр и изредка занимаясь частичной локализацией (коробка + документация).

1998 год. Звучит пафосно, но этот год действительно был переломным. Зафиксируемся пока на том, что было до августа, ОК? Итак, мы имеем: развивающийся, но постоянно растущий рынок, который даже смог частично справиться с главной проблемой – люди покупают лицензионные игры наравне с пиратскими. Основной рынок – PC, основной формат – CD в картонной упаковке, розничная цена – \$50 для большинства западных игр, \$25 для отечественных и ключевых локализо-

ванных проектов. Итак, мы развиваемся. Отстаем от Польши, Чехии, Венгрии, практически от всех стран бывшего соцлагеря, но, черт возьми, развиваемся! Мы выработали свою переходную цену (\$25 – 150 рублей!), мы вырастили своего потребителя (готового хоть изредка, но покупать лицензию), мы помогли подняться отечественной игровой прессе (которая стала давать призы разработчикам тех игр, которые никогда не попадали официально в Россию), мы встали на ноги.

А потом август 1998-го. И всем наплевать на развлечения, на игровую прессу (помните «Страну Игр» в газетном формате или «Игроманию» с черно-белыми страницами?), на лицензионные игры (переставешь быть джентльменом, когда зарплата уменьшилась в четыре раза, а семья хочет есть), на отечественную игровую индустрию, которая понимает, конечно, что все это временно, что скоро все пройдет, что за рецессией всегда ждет улучшение, а за падением – рост. Однако это лишь слова, чтобы выжить, надо действовать.

Итак, «Бука», Heroes of Might & Magic 3 и модель продажи игр в jewel'ax по пиратским ценам. Скажите спасибо этим людям. Поругайте их. Они вытащили рынок из пропасти. Они направили его в ту ловушку, в которой он находится сейчас. Наверное, все просто удачно совпало – вряд ли подобное случилось бы у кого-то еще кроме «Буки». За спиной – уважение игроков как к первому отечественному игровому издателю (про вылетевшую из игры «Доку» и Total Control все уже успели забыть). В активе – несколько потенциально-хитовых локализаций (на ипольской презентации «Вангеров» «Бука» рассказала о предстоящем выпуске в России убер-игры Jagged Alliance 2). На каждом пиратском лотке – «Герои-3», самая любимая в нашей стране игра. На каждом печатном развале – все три отечественных игровых журнала с одинаковой обложкой (исключение – «Обидевшийся» на «Буку» Game.EXE, но это совсем другая история). На дворе – зима 1999-го. Впереди путь в долгие пять лет – и мы обгоним Польшу и выведем российский игровой рынок на шестое место в Европе. И вдруг начнем понимать, что сами загнали себя в ловушку. Из которой, возможно, есть выход, но ничего хорошего рынку и индустрии он не сулит.

Итак, дальнейшая история развития событий, худший сценарий и советы психиатра – в следующем номере. Оставайтесь с нами! ❖



В СССР игр не было...

ДМИТРИЙ БУРКОВСКИЙ – руководитель игрового направления ЗАО «Новый Диск».
Связаться с Дмитрием можно по адресу:
dburkovsky@gamedeveloper.ru



ДОРОЖЕ ТЫСЯЧИ СЛОВ

UBISOFT'S Peter Jackson's King Kong

Графика: Ubisoft Montpellier



ХОТИТЕ СТАТЬ
НАШИМ ПАРТНЕРОМ?

Соболев Максим sobolev@gameland.ru
Менеджер по рекламе

С ЧЕГО НАЧИНАЮТСЯ ИГРЫ



gamedeveloper (game)land
ВЕДУЩИЙ ЖУРНАЛ ОБ ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ РОССИЯ

> LOG ON: www.gamedeveloper.ru

Получи два первых номера бесплатно