

УДК 004.021

РАЗРАБОТКА ИГРОВЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ НА ПЛАТФОРМЕ FACEBOOK

М.А. ТРАЩЕНКО

(Представлено: канд. техн. наук, доц. И.Б. БУРАЧЕНОК)

В данной статье рассматриваются принципы разработки моментальных игр для платформы Facebook Instant Games.

Facebook Instant Games является довольно молодой платформой, количество выпущенных на данной платформе приложений - порядка 3000, что в 600 и 1300 раз меньше, чем на платформах AppStore и Google Play соответственно. Так же стоит заметить, что приложения опубликованные на платформе Facebook Instant Games являются мультиплатформенными: приложения запускаются через мессенджер, который доступен на платформах iOS, Android, Mac OS, Windows. Приложения Facebook набирают аудиторию на манер «сарафанного радио», подобно цепной реакции. Если у вас есть действительно стоящая идея, то реализовав ее, вы получаете потенциальную аудиторию в 20 млн. пользователей Facebook, при гораздо меньшей конкуренции со стороны других разработчиков. При таком размахе не удивительно, что некоторые любительские приложения для Facebook продаются за десятки тысяч долларов.

Платформа Facebook Instant Games дает возможность пользователям Facebook играть в небольшие бесплатные игры без скачивания. На данной платформе Приложения можно запускать из ленты новостей или во время разговора в Messenger. Базовая технология для разработки приложения для платформы Facebook Instant Games – HTML5 и WebGL.

Любое приложения создается не только, для развлечения пользователей, а так же для получения прибыли. Платформа Facebook Instant Games предоставляет классические способы монетизации приложений: можно реализовать IAP (in-app purchase, внутриигровые покупки) и рекламу (операторами выступают аффилированные Facebook сети). Можно отметить, что данная платформа была открыта для разработчиков в марте 2018 года, сейчас на ней опубликовано около 3000 игр.

Особенности становления платформы на разных этапах:

- 14 марта 2018: стало доступно API Facebook Instant Games для разработчиков по всему миру;
- 21 марта 2018: из-за скандала вокруг утечки данных, Facebook останавливает публикацию игр почти на месяц и прекращает проверку новых приложений;
- 18 апреля 2018: площадка снова открывается, но, как показывает опыт GBN, ревью игр приходится ждать 5 недель вместо заявленных 3-5 дней. К тому же на этапе проверки выясняется, что разработчики ряда стран, в том числе России, не имеют доступа к рекламным возможностям Instant Games, поскольку, по мнению Facebook, из этих регионов велика вероятность фрода (fraud, вид мошенничества в области информационных технологий) и некачественного контента [2].

Требования и рекомендации для тех, кто хочет выпустить игру для Instant Games.

Требования:

- размер игры не должен превышать 200 Мб;
- скорость загрузки должна быть не больше 5 секунд;
- адаптация игры как под веб-браузеры на компьютерах, так и для мобильных устройств.[1]

Обязательные элементы: регистрация через аккаунт Facebook, лидерборды (leaderboard, рейтинг участников какого-либо соревнования) и страница приложения.

Рекомендации:

- встраивание виральных механик в игру;
- использование ботов для возвращения игроков в приложение (есть ограничения на отправку сообщений: не больше 5 сообщений за 10 дней с момента последней игровой сессии).

Подход к разработке игр для мессенджера отличается от того, что используется при дизайне нативных мобильных или социальных игр. Это не останавливает многих мобильных разработчиков от прямого портирования мобильных игр в мессенджер. В исключительных случаях это работает (Cut the Rope и Adventure Capitalist), но большинство портов проваливаются [1].

Это значит, что новая платформа означает смену не только технической парадигмы, но и подхода к дизайну. Иными словами, переход на Instant Games влечёт за собой глобальные метаморфозы для продуктов, как это было при восхождении мобильных игр в 2010–2011 годах.

Да, то, что касается взаимодействия пользователя с игровыми объектами и в целом UX (user experience, пользовательский опыт) по-прежнему применимо и Instant Games (это всё-таки платформа с тач-управлением). Но чтобы достичь нужных показателей удержания, обычного портирования недостаточно. Основной цикл, игровой прогресс, взаимодействие с игроками – всё это нужно при переносе мейнтейн. В ином случае реализовать потенциал игры на новой платформе не удастся.

Мессенджер в первую очередь всё-таки чат-приложение. Это значит, что места под игры на такой платформе не так-то много. То есть игра должна быть сделана так, чтобы оставаться актуальной в рамках чат-приложения.

В интерфейсе Facebook-мессенджера есть вкладка с играми (Games) и поисковиком новых игр (Discover), но одних этих элементов интерфейса вам будет недостаточно, чтобы удерживать аудиторию. Вам нужно формировать для игрока «социальное окружение» и правильно использовать чат-ботов. Социальное окружение – это чаты с друзьями и групповые обсуждения, в рамках которых ваша игра будет релевантна в отношении игр-конкурентов.

Учтите, что чат-боты при неправильном использовании могут восприниматься как спам, а Facebook очень строг в том, что касается частоты оповещений. Вскоре после появления в Facebook игр соцсеть научилась делать так, чтобы разработчики не становились помехой для пользователей платформы. Если игроки не будут заходить в чат с ботом, он быстро пропадёт с домашней страницы мессенджера. Кроме того, если бот будет раздражать игроков, те мгновенно отключат оповещения.

Таким образом, перечислим главные испытания для разработчика игр под мессенджеры.

– Как сделать игру, которая будет актуально и для персональных чатов, и для групповых?

– Как сделать так, чтобы боты не засоряли чат пользователей, а были им полезны?

– Как настроить ботов и социальное окружение так, чтобы игроку хотелось возвращаться к игре?

Как видите, это не те вопросы, которые стоят перед дизайнерами нативных мобильных игр. Лучшие игры для мессенджеров – это те, что лучше всех умеют наладить социальное взаимодействие игроков. Это повышает как виральность (способность контента распространяться самостоятельно) проекта, так и удержание. Новизна игр для мессенджеров в динамике групповых чатов. Хорошие проекты подталкивают игроков к тому, чтобы вовлекаться в групповое обсуждение: совместно решать какую-то задачу или соперничать друг с другом.

Лучший пример подобного социального взаимодействия – система «групповых рейдов». Групповой рейд – это когда пользователи запускают сложный уровень, который можно пройти только сотрудничая с другими игроками в групповом чате. Чем сильнее участники группы, тем сложнее будет сам уровень, и тем выше окажется награда. Такая система позволяет разноуровневым игрокам играть вместе. Она вознаграждает пользователя за совместную игру с друзьями и мотивирует на то, чтобы играть больше. Однако подобная механика может применяться только в достаточно глубоких играх типа RPG, не все проекты могут использовать этот подход. Некоторые игры для налаживания социального взаимодействия игроков используют пошаговый геймплей. После каждого хода игрок отправляет сообщение о своих действиях оппоненту/союзнику. [1]

У игр для Instant Games всё ещё период детского роста, но этот рынок развивается очень быстро. За один год здесь уже произошли большие сдвиги, выявившие, какие игры подходят для платформы лучше. Многие тайтлы, которые при появлении платформы оказались очень популярны (Galaga, Space Invaders, PAC-Man), фактически пропали, а немало новинок, появившихся в последние полгода, наоборот, стали топовыми (Snake Mania, Cookie Crush). Игры для Instant Games в ближайшее время будут «Диким Западом» для разработчиков. Чем больше разработчиков пойдёт на платформу и чем острее встанет проблема поиска игр, тем сильнее дизайн этих игр будут двигаться в сторону социального взаимодействия.

ЛИТЕРАТУРА

1. App2Top [Электронный ресурс] Facebook Instant Games: как разрабатывать игры для мессенджеров. – Режим доступа: https://app2top.ru/game_development/facebook-instant-analysis-127048 – Дата доступа: 13.09.19.
2. AppTractor [Электронный ресурс] Разработка Facebook Instant Games / – Режим доступа: <https://apptractor.ru/info/articles/razrabotka-facebook-instant-games-opyit-cat-grows-fat-ot-gbn.html>. – Дата доступа: 14.09.19.