

*Маргарита Юрьевна Латышкевич
Союз писателей Беларуси, Полоцк*

НАРРАТИВ В МОБИЛЬНОМ ГЕЙМИНГЕ: ФОРМЫ ДИАЛОГА С ИГРОКОМ

Аннотация. В статье рассматриваются нарративные инструменты современного мобильного гейминга. Обосновывается важность диалога с игроком для успешного функционирования проекта. Отмечаются примеры разных видов диалога с игроком, свойственных как играм, так и литературным произведениям.

Ключевые слова: нарратив, нарративные инструменты, диалог, сюжет, персонажи.

Abstract. The article discusses the narrative tools of modern mobile gaming. The author substantiates the importance of dialogue with the player for the successful functioning of the project. Examples of different types of dialogue with the player, typical of both games and literary works, are noted.

Keywords: narrative, narrative tools, dialogue, plot, characters.

Один из самых распространенных на сегодня видов чтения – это чтение игровых текстов. Фактически, каждый из игроков, в том числе – предпочитающих мобильные игры, является читателем и вовлечен в диалог с авторами текстов [1]. Мобильные же игры сегодня – это самая быстро развивающаяся область индустрии геймдева (т. е. разработки игр). Например, в США около 100 миллионов человек играют в игры на своих мобильных устройствах, а 80% всех загрузок мобильных приложений – это игры. Только за 2021 год пользователи скачали около 80 миллиардов игровых мобильных приложений.

Разумеется, не все мобильные игры сосредоточены на сюжете. Наоборот, есть довольно значимый сегмент рынка (так называемые «гиперказуальные» проекты), где присутствие сюжетной и даже собственно текстовой составляющей минимально. И все-таки тексты в разных формах (а значит, и диалог с реципиентом этих текстов) присутствует даже в таких, казалось бы, сюжетно примитивных приложениях. Кроме того, существенное количество игроков следит за сюжетом и внимательно относится к внутриигровой истории.

Поэтому так важно определиться с нарративным инструментарием. Ведь именно нарратив помогает преподнести пользователю игровые механики, связывая их воедино, создавая целостное впечатление, и вообще – вовлечь игрока

в диалог с текстом, с историей. Этот диалог, отметим, может принимать самые разнообразные формы.

Подбирать инструменты для взаимодействия с целевой аудиторией необходимо исходя из потребностей пользователей. Выяснить же потребности аудитории можно во время непосредственного с ней взаимодействия – например, по **итогах опросов**. В этом помогают разнообразные агрегаторы статистики (например, GameRefinery, Newzoo или Statista), которые тщательно анализируют рынок. Если судить по общим статистическим показателям, то:

- *большая часть аудитории мобильных игр – это женщины;*
- *больше половины игроков (54%) считают разнообразие в играх существенной составляющей;*
- *игроки-женщины чаще совершают внутриигровые покупки.*

Казалось бы, это довольно несущественная информация. Однако эти показатели необходимо учитывать при выборе сюжетов и разработке персонажей. Так, около 47% игроков по данным статистики newzoo.com ответили, что не станут устанавливать игру, которая «исключает» их. Логично предположить, что игрокам, для которых момент инклюзивности важен, понравится, если центральный персонаж будет похож на них. Поэтому главная *героиня*, которая двигает основной сюжет, несомненно, будет импонировать большинству игроков.

Также логично предположить, что чем более разнообразным будет состав персонажей, тем большее число игроков будет чувствовать себя причастными к истории, а значит, смогут эмоционально включиться в сюжет.

Например, немецкая компания Wooga в одном из своих новых проектов Switchcraft (игра в жанре «три-в-ряд») очень качественно работает с разнообразием персонажного ряда. В мире игры гармонично сосуществуют не только разные психологические типы, но и представители разных национальностей и рас, разных сексуальных ориентаций. Отметим, что те или иные черты персонажа встроены довольно органично, каждый представляет из себя целостную личность, которая не исчерпывается одним-единственным ярлыком. Такая инклюзивность персонажного ряда – хороший способ диалога с аудиторией.

Помимо общей статистики существуют и **внутренние опросы** игроков на каждом проекте. С помощью таких опросов узнается возраст играющих, замеряется средняя продолжительность игровой сессии. Также цель опросов зачастую – узнать мнение игроков о каком-либо игровом событии, новой детали мира игры или конкретной механике. Немаловажную роль отыгрывают и отзывы, которые сами пользователи оставляют на сайтах, откуда скачивали игры. Эта обратная связь зачастую имеет судьбоносное значение для многих нововведений, а игроки, таким образом, напрямую влияют на развитие проекта, в том числе – на его нарратив.

Однако такие формы диалога (назовем их *прямым* общением с аудиторией) относятся не столько к нарративному, сколько к маркетинговому инструментарию. Разумеется, важно, чтобы нарративные дизайнеры участвовали в составлении таких опросов и получали их результаты для последующей работы с сюжетом. Но ряд особенностей мобильных игр предполагает иные (непрямые) формы диалога с реципиентом. Часть из них была унаследована играми из литературы, часть – результат особенностей игровых механик.

Так, например, из литературы мобильные игры унаследовали **жанровое разнообразие текстов** [2]. Часто конкретная игра придерживается конкретного жанра, однако отдельные сюжетные блоки также могут строиться по законам отдельных жанров. Чаще всего это вызвано внешними причинами, например, необходимостью подстроиться под конкретный популярный праздник. Например, в преддверии Рождества большинство популярных игр публикуют тематические дополнения в жанрах рождественского рассказа или мистерии, вне зависимости от заглавной тематики и жанровой принадлежности проекта. Это связано, конечно, с необходимостью поддерживать связь со своей аудиторией, напоминая о празднике, поддерживая общее настроение, окружающее пользователя.

Законы **структуры** литературного произведения [3] также распространяются на истории в мобильных играх. Точно так же здесь выделяются разные группы **персонажей** и разные этапы **развития действия**. Зачастую при выстраивании сюжета важно учитывать темп игры, чтобы, например, к моменту кульминации у игрока было достаточно необходимого ресурса и кульминационный момент был динамичен, не растягивался во времени слишком сильно. Отличительная особенность мобильных игр, в данном случае, в том, что игроки, в отличие от читателей литературных произведений, могут напрямую связываться с авторами, высказывая свое мнение по поводу той или иной сюжетной линии или персонажа. Более того, это мнение учитывается в дальнейшем, ведь задача игры (во всяком случае, проектов без выраженной экшн-составляющей) – это создать вокруг игрока комфортную среду, позволить ему расслабиться и отдохнуть, а также, по мере возможности, реализовать свои творческие способности [4].

Как было указано выше, часть форм непрямого диалога с читателем органично вырастает из специфики игровой индустрии. Такими формами, на наш взгляд, в первую очередь являются:

- *интерактивность*;
- *визуализация*;
- *персонализация*.

Интерактивность – основная составляющая любой игры. Это – возможность игрока какими-либо действиями влиять на то, что происходит в мире игры. Для рассматриваемых нами мобильных игр интерактивность проявляется в виде

возможности делать истинные или псевдовыборы, определяя направление сюжета. Часто это влияет на ход разговора между персонажами, развитие истории или, по крайней мере, очередность выполнения тех или иных задач. Даже если технически игрок не может повлиять на историю коренным образом, ему все равно предоставляется некий выбор, возможность принять решение самостоятельно. Игра подчеркивает: именно действия игрока (например, разгадывание головоломок) двигают сюжет и помогают персонажам.

Визуализация истории на экране мобильного устройства также поддерживает погружение игрока. Помимо того, что на экране присутствуют персонажи, сам игрок зачастую может персонализировать пространство вокруг себя и даже (в ряде проектов) – собственное воплощение в игровом мире (**аватара**). Так игра помогает игроку реализовать свой творческий потенциал, например, в преобразованиях пейзажа, интерьера или модных преобразованиях. Разумеется, выбирать игроку приходится из ограниченного числа вариантов (зачастую двух-трех). Но сам визуальный прогресс, процесс перехода локации из подчеркнуто пологоманного, мрачного состояния в обновленное и красивое поддерживает в игроке уверенность в важности того, что он делает. Собственно, сама по себе нуждающаяся в редизайне локация или персонаж, которому необходимо переодевание, рассказывают свою историю визуально, поддерживая и дополняя эмоциональную нагрузку в текстах.

Персонализация подразумевает, что в центре игры находится сам игрок. И это касается не только визуальных преобразований, описанных выше, но и роли игрока в сюжете. Зачастую персонажи подчеркивают, как важна помощь игрока, как необходима им поддержка. Более того, часто персонажи обращаются напрямую к игроку, называя его по имени (или выбранному псевдониму), мотивируя к действию. Такие эмоциональные якоря подстегивают игрока к погружению в игровой процесс, исправлению ситуации, преобразованию игрового мира в лучшую сторону.

Мобильные игры унаследовали инструментарий литературного произведения и успешно используют его для поддержания диалога с игроками, которые воспринимают большую часть информации в приложении именно в форме текстов. Однако специфика индустрии игр дает в распоряжение нарративных дизайнеров новые инструменты диалога, которые позволяют успешно организовывать общение с игроками как внутри игры, так и вне ее, создавая популярные проекты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Heussner, T. The Game Narrative Toolbox / Tobias Heussner, Toiya Kristen Finley, Jennifer Brandes Hepler, Ann Lemay. – New-York, USA: Focal Press, 2015. – 397 p.

2. Лейдерман, Н. Л. Теория жанра: исследования и разборы / Н. Л. Лейдерман ; Российская акад. образования, Уральское отд-ние, Ин-т филологических исслед. в образовательных стратегий «Словесник», Уральский гос. пед. ун-т. – Екатеринбург: УрГПУ, 2010. – 904 с.
3. Лотман, Ю. М. Структура художественного текста / Ю. М. Лотман. – Москва: Искусство, 1970. – 384 с.
4. Skolnick, E. Video Game Storytelling: What Every Developer Needs to Know about Narrative Techniques / Evan Skolnick. – Berkeley, USA: Watson-Guptill Publications, 2014. – 262 p.