

УДК 004.94

ЧЕРТЫ ЯПОНСКОГО ГЕЙМДЕВА. ОСОБЕННОСТИ И СПЕЦИФИКА

В. В. Иванов, А. Т. Абраменкова

Донской государственной технической университет (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация)

Статья посвящена анализу японского подхода к созданию видеоигр. Целью работы являлось изучение популярности японского рынка видеоигр. Исследована статистика прибыли видеоигрового бизнеса в разных странах, проанализированы доходы самых крупных игровых франшиз, в том числе в Японии. Проведено сравнение разных подходов к созданию контента на примере двух игровых студий из разных стран. Полученные результаты можно использовать при создании проектов, учитывая зарубежные подходы к созданию контента.

Ключевые слова: геймдизайн, видеоигры, игровые франшизы, статистика, проецирование культуры, культурные произведения.

FEATURES OF JAPANESE GAMEDEV. FEATURES AND SPECIFIC

V. V. Ivanov, A. T. Abramenkova

Don State Technical University (Rostov-on-Don, Russian Federation)

The article is devoted to the analysis of the Japanese approach to the creation of video games. The aim of the work is to study the popularity of the Japanese video game market. The statistics of the profit of the video game business in different countries are studied, the incomes of the largest game franchises, including in Japan, are analyzed. A comparison of different approaches to content creation is carried out using the example of two game studios from different countries. The results obtained can be used when creating projects, taking into account foreign approaches to content creation.

Keywords: game design, video games, game franchises, statistic, projection of culture, culture works.

Введение. На протяжении нескольких десятилетий японский геймдев был главным на рынке видеоигр [1]. За все время в этой сфере выработались свои уникальные черты и культурные особенности, которые привлекали и заметно выделяли японские игры от других. Японские студии главенствовали в сфере видеоигр на протяжении многих лет. Поэтому целью данной работы являлось изучение того, чем на самом деле японский геймдев отличается от западного и правда ли, что данный, отличающийся во многих аспектах, подход к созданию игр все еще интересен людям.

Японский рынок видео игр. Японский подход к созданию компьютерных игр довольно сильно отличается от того, что делают на Западе. Тем не менее, японские проекты не просто пользуются популярностью среди игроков, но и остаются одними из самых востребованных игр во всем мире. По данным ресурса Newzoo по доходам видеоигровых компаний за 2021 год Япония находится на третьем месте, в то время как Россия даже не попадает в топ 10 (таблица 1) [2–4].

Таблица 1

Рынки по доходам от видеоигр

Номер	Рынок	Доходы, долл.	Игроки, чел
1	Китай	46 млрд	685 млн
2	США	40,5 млрд	191 млн
3	Япония	22 млрд	75 млн
4	Южная Корея	7,5 млрд	33 млн

Номер	Рынок	Доходы, долл.	Игроки, чел
5	Германия	5,8 млрд	46 млн
6	Великобритания	5,3 млрд	37 млн
7	Франция	4,1 млрд	38 млн
8	Канада	3,69 млрд	20 млн
9	Италия	3,29 млрд	36 млн
10	Испания	2,33 млрд	29 млн

Однако если пересчитать эти данные на душу населения, то выясняется, что японцы в среднем тратят больше денег на игры, чем китайцы и американцы (на основе данных newzoo.com, csci.am и statista.com) (таблица 2).

Таблица 2

Доходы от игр на душу населения

Страна	Средние затраты на игры на 1 человека, долл.
Япония	150
США	111
Китай	28

Исходя из этих данных, японцы охотнее всего приобретают игровые товары. Кроме того, на протяжении многих лет японцы были самым крупным и востребованным поставщиком видеоигр. По данным ресурса TitleMax, 7 из 10 самых прибыльных видеоигровых франшиз являются японскими [5] (таблица 3).

Таблица 3

Самые прибыльные видеоигровые франшизы

Название франшизы	Страна	Продажи, долл.
Pokemon	Япония	90 млрд
Mario	Япония	30,25 млрд
Call Of Duty	США	17,808 млрд
Wii	Япония	14,808 млрд
Pac-Man	Япония	14,107 млрд
Space Invaders	Япония	13,93 млрд
Dungeon Fighter Online	Южная Корея	11,8 млрд
Street Fighter	Япония	11,3 млрд
Final Fantasy	Япония	10,656 млрд
Warcraft	США	10,627 млрд

Подход к созданию игр в Японии. Проанализируем, чем отличается подход к созданию игр в Японии. Он совсем иной, по сравнению с западными играми. Японские разработчики зачастую уделяют внимание тем аспектам в играх, на которые западные и европейские разработчики не так часто обращают внимание (презентация компании Amata). Сравним методики разработок игр в разных регионах (таблица 4) [6, 7].

Различия в подходе к разработке в России и Японии

Объект	Россия	Япония
Игровые жанры	FPS, экшен, открытый мир	РПГ, экшен, приключения
Графика	Фотореализм	Аниме-стилистика
Характеристика	Акцент на свободе действия игрока	Акцент на гейм-дизайне, линейной истории и развитии персонажей
Стиль разработки	Команда часто обсуждает идеи и дальнейшее развитие проекта	Директор видит строгое видение проекта
Разделение обязанностей	Работа разделена преимущественно между профессиями	Часто неопределенные — в одном проекте человек может быть художником, а в другом — гейм-дизайнером
Карьера	После завершения работы над проектом часто перемещаются в другие компании	Зачастую работают в одной компании много лет и продвигаются по карьерной лестнице

Как можно видеть из таблицы 4, многие аспекты разработки в Японии проходят иначе. Японцы часто проецируют свою культуру и мировоззрение на создаваемые ими продукты, их культурная идентичность и нестандартный подход отражается практически во всех аспектах производства проектов, начиная от графической стилистики, направленной на гиперболизацию каждого элемента, заканчивая темами, поднимаемыми в проектах: ядерная война (Metal gear), биоэтика (Final Fantasy VII), социальный распад (Catherine). Вышеперечисленные темы очень важны для японского общества и часто обсуждаются в разных культурных произведениях [8].

Явные отличия к подходу реализации схожих идей можно увидеть на примере франшизы Devil May Cry. Изначально игры этой серии создавались японцами. Однако в какой-то момент возможность создать свою версию игры выпала на долю британской компании разработчиков. Поэтому это хорошая возможность наглядно сравнить разные взгляды на реализацию одной идеи. Сравним особенности дизайна игры в разных произведениях. Черты дизайна от японского дизайнера — яркие цвета одежды, волос, специфичная поза героя. Яркий образ персонажа отражает его характер.

Западный вариант довольно сильно контрастирует с дизайном от японцев, весь образ более приземленный, более похожий на настоящего человека, по сравнению с японским аналогом, с приглушенными цветами и нейтральной позой. Образ данной версии персонажа читается не так явно, что ближе к обычному человеку.

На примере сравнения игрового процесса этих двух игр можно отметить еще одну яркую черту японских игр — недосказанность. Многие японские медиа обладают чертой таинственности и оставляют некоторые свои элементы на рассмотрение и интерпретацию пользователя. Например, в фильмах и аниме этими элементами могут выступать открытые концовки. Игры также этим качеством не обделены. Игра Devil may cry 3 — представитель жанра экшен-приключений, в котором основной акцент делается именно на экшен и сражениях с различными врагами. В игре 10 видов оружия, где каждое является хорошим в конкретных ситуациях, но игра никогда не говорит,

какое оружие будет более эффективно на конкретном уровне, она оставляет поле для экспериментов игроку, давая ему полную свободу выбора своего стиля игры.

Западные игры, напротив, часто обучают игрока всем тонкостям игрового процесса и всячески стараются вести игрока по нужному и правильному в рамках игры пути с помощью всяческих уловок. Игровой процесс DMC: Devil May Cry довольно сильно схож со своим японским аналогом, однако и он имеет значительные отличия. Самым ярким аспектом является то, что теперь оружие разделяется на синее и красное. Для врагов красного и синего цвета требуется использовать соответствующего цвета оружие.

Заметно главное отличие от подхода японцев — нет поля для экспериментов. Каждый раз, увидев красного врага, игрок всегда знает какое оружие против него нужно использовать, так как другие виды оружия на него действовать не будут. В итоге игровой процесс становится довольно прозрачным и похожим на другого игрока [8].

Заключение. Говоря об особенных отличиях японских игр от других, продюсер серии игр Yakuza Тосихиро Нагоси говорит: «Рынок диктует свои условия. Существуют японские тайтлы, которые не пытаются соответствовать западным стандартам. Они стоят особняком и не стараются понравиться западным игрокам. Именно такой подход ведёт к хорошим результатам. Мы нацелены на удовлетворение вкусов японских геймеров. Концепт Yakuza не подходит Западнему рынку, но мы не можем и не должны его пересматривать, потому что именно он делает нашу игру уникальной» [9].

Можно сделать вывод, что, в первую очередь, культурные особенности и темы, присущие японскому рынку, являются причинами заинтересованности западного рынка в их играх, так как они достаточно необычны для пользователей на фоне их собственных продуктов [10]. Поэтому один из аспектов, на котором возможно стоит сделать акцент производителям при создании своих игр, — это отражение контекста культуры своего народа в создаваемых произведениях.

Библиографический список

1. Keiji Inafune Staying in the game, 1.6.2011 / Inafune Keiji // mckinsey : [сайт]. — URL : <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/staying-in-the-game> (дата обращения : 13.05.2022).
2. Top 10 Countries/Markets by Game Revenues / newzoo : [сайт]. — URL : <https://newzoo.com/insights/rankings/top-10-countries-by-game-revenues/> (дата обращения : 13.05.2022).
3. Kunst A. Have you spent money on video games in the past 12 months? 3.2.2022 / A. Kunst // statista : [сайт]. — URL : <https://www.statista.com/forecasts/1001072/video-game-purchases-in-japan> (дата обращения : 13.05.2022).
4. Siran Video Game Marketing in Japan, 26.12.2021, / Siran // CCCI : [сайт]. — URL : <https://ccci.am/video-game-market-in-japan-japanese-game-localization/> (дата обращения : 13.05.2022).
5. Hallman C. The Top 10 Highest-Grossing Video Game Franchises, 2021 / C. Hallman // TITLEMAX [сайт] — URL : <https://www.titlemax.com/discovery-center/lifestyle/the-top-50-highest-grossing-video-game-franchises/> (дата обращения : 13.05.2022).
6. Which Genres Perform Best in Different Regions, 2022 / APPMAGIC : [сайт]. — URL : <https://appmagic.rocks/essentials/genre-performance> (дата обращения : 13.05.2022).
7. Broadhead A. How to Become a Game Developer in Japan, 22.10.2020 / A. Broadhead // EVENTS : [сайт]. — URL : <https://events.ucf.edu/event/1870888/how-to-become-a-game-developer-in-japan/> (дата обращения : 13.05.2022).

8. Hutchinson R. Japanese Culture Through Videogames: Games as Texts and Discursive Practice, 2.12.2020 / R. Hutchinson // SOAS : [сайт]. — URL : <https://www.soas.ac.uk/jrc/events/seminar-and-events/02dec2020-japanese-culture-through-videogames-games-as-texts-and-discursive-practice.html> (дата обращения : 13.05.2022).

9. Здоренко, В. Основные черты японского геймдева и особенности японской культуры, повлиявшие на него / В. Здоренко // vc.ru : [сайт]. — URL: <https://vc.ru/finance/192302-osnovnye-cherty-yaponskogo-geymdeva-i-osobennosti-yaponskoy-kultury-povliyavshie-na-nego> (дата обращения : 13.05.2022).

10. Верещагин, А. Особенности и привлекательность японских игр можно сравнить с ramenom / А. Верещагин // DTF : [сайт]. — URL : <https://dtf.ru/gamedev/19918-osobennost-i-privlekatelnost-yaponskih-igr-mozhno-sravnit-s-ramenom> (дата обращения : 13.05.2022).

Об авторах:

Иванов Вадим Вячеславович, студент кафедры «Медиатехнологии» Донского государственного технического университета (344003, РФ, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1) maskanda54@yandex.ru

Абраменкова Анжелика Тамерлановна, старший преподаватель кафедры «Медиатехнологии» Донского государственного технического университета (344003, РФ, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), a.t.abramenkova@mail.ru

About the Authors:

Ivanov, Vadim V., Student, Department of Media Technology, Don State Technical University (1 Gagarin Square, Rostov-on-Don, 344003, RF), maskanda54@yandex.ru

Abramenkova, Anzhelika T., Senior lecturer, Department of Media Technology, Don State Technical University (1 Gagarin Square, Rostov-on-Don, 344003, RF), a.t.abramenkova@mail.ru