

ВООБРАЖАЕМЫЙ ГЕНЕРАТОР ПРОГРЕССА: ИГРА-КЛИКЕР

Можаров О. В.

ХТИ – филиал СФУ, Россия, Абакан, e-mail: khti@khakassia.ru

Первое появление инкрементальных игр, в которых основной задачей является увеличение переменной(ых), состоялось в массовых многопользовательских онлайн-играх 1990-х годах. Поскольку массовые многопользовательские онлайн-игры имели модель подписки, они должны были стимулировать игрока играть как можно дольше. Частично эту задачу решали созданием обширных миров и сложных социальных систем, но также использовалась и другая техника: «подсаживание» игрока на беговую дорожку роста: ты убил несколько крыс и получил уровень! Убил ещё несколько и получил новый. Теперь крысы не дают достаточно опыта, поэтому ты переходишь к убийству слизняков, и так далее. Игрок всегда бежит к следующей цели, но на самом деле никуда не попадает. Указаны различия между несколькими играми данного типа по определенным признаками относящимся к игровой индустрии. Представлен экономический план всех инкрементальных игр и проиллюстрирована зависимость потока ресурсов, стоимости улучшений от номера покупки. Представлен опыт разработчика создавшего игру жанра кликер. Также был проведен опрос, который выявил отношение определенной группы людей к играм такого типа.

Ключевые слова: кликер, сравнение, игры, рынок, микротранзакции, эксперимент, Cookie Clicker, прогресс, доход.

IMAGINARY PROGRESS GENERATOR: GAME CLICKER

Mozharov O. V.

Khakassian Technical School (branch of Siberian Federal University), Abakan, e-mail: khti@khakassia.ru

The first emergence of incremental games, in which the main task is to increase the variables, took place in the massively multiplayer online games of the 1990s. Since massively multiplayer online games had a subscription model, they had to encourage the player to play as long as possible. Part of this task was solved by creating vast worlds and complex social systems, but another technique was also used: placing the player on the treadmill: you killed several rats and got a level! Killed some more and got a new one. Now the rats do not give enough experience, so you go to killing slugs, and so on. The player always runs to the next goal, but in fact does not go anywhere. The differences between several games of this type are indicated for certain features related to the gaming industry. An economic plan for all incremental games has been identified and illustrated to demonstrate the dependence of the flow of resources on the cost of improvements. The story of the programmer who created the game like clicker is told. A survey was also conducted that revealed the attitude of a certain group of people to games of this type.

Key words: clicker, comparison, games, market, micro-actions, experiment, cookie clicker, progress, income.

Введение. В век глобального интернета человечество начало открывать и создавать технически сложные изобретения. Развиваются и все сферы человеческой жизни, в том числе развлечения. Одним из видов таких развлечений является – игра-кликер. Idle-игра (кликеры «Убийца времени») – жанр игры в которой весь процесс сводится к накоплению некоего ресурса, необходимого в данной игре. Известно, что игры отнимают много времени у зависимых от них людей, выход из таких игр происходит путем усилий воли играющих.

Цель статьи: представление результатов исследования об истории игр-кликеров, их особенностях, интереса к ним молодежи.

Использованы методы исследования: анализ литературы, опрос, наблюдение.

Результаты. Игры имеют огромное значение для развития человека, которое сложно переоценить. Приведем здесь определение игры, которое отражает ее социальную и личностную значимость: один из видов деятельности человека, удивительный феномен нашего существования, вид деятельности в ситуациях, направленных на воссоздание и усвоение общественного опыта, в котором складывается и совершенствуется самоуправление поведением Г. К. Селевко [1]. Однако не все игры имеют данное значение. В социальных сетях набрали большую популярность инкрементальные игры (Idle-игры) – игры, которые не вписываются в классическое представление об игре как об одном из способов «передачи опыта», имеют примитивный набор действий (кликов) и вызывают удивительную зависимость игрока. Более того в такие игры «в общем-то, не обязательно играть» [2]. Фундаментальные аспекты дизайна Idle-игр следующие:

1. наличие одной валюты,
2. увеличение доходности этой валюты с установленной скоростью, совсем без усилий или с минимальными усилиями,
3. валюта может быть израсходована на увеличение скорости доходности [3].

Cookie Clicker – один из примеров Idle-игры. Игровой процесс заключается в кликанье курсором на изображение печенья (рис. 1) [4].

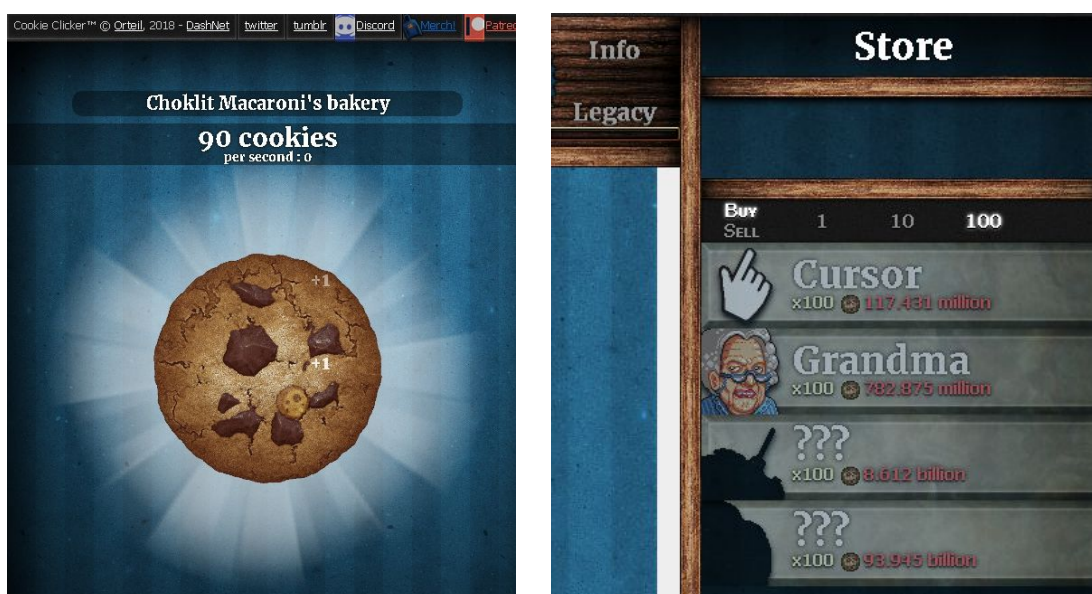


Рисунок 1 – Скриншоты фрагментов экрана при клике на печенье

Каждый клик увеличивает количество испеченного печенья. Заработанные ресурсы периодически тратятся на покупку улучшений, которые увеличивают прирост данного ресурса. С каждым разом улучшения становятся дороже и дороже, приходится все больше

кликать и копить печенье, покупать улучшения и так все происходит по кругу. «По сути, игра бесконечна, и в нее можно играть до тех пор, пока не надоест» [5]. Для разнообразия геймплея в игре присутствуют достижения, а также забавные и интересные моменты на суть игры не влияющие.

В таких играх есть улучшения, которые могут добывать печенье автоматически: купив несколько таких улучшений, больше не придется неустанно нажимать на мышку, процесс становится автоматизированным и пользователю нужно только использовать заработанное печенье. Автоматическая генерация работает независимо от того, нажимают на печенье или нет. Печенье генерируются даже тогда, когда игрок вышел из игры.

Этот прием положительно сказался на популярности данной игры (большинство игр «требуют» присутствия игрока, «наказывая» за отсутствие). Вернувшись в игру, игрок увидит у себя огромное количество ресурсов – ведь все это время процесс накопления ресурсов не останавливался. Поскольку игра социальная, то игрок получает удовлетворение от успеха в состязании с другими игроками.

Примеры наиболее популярных игр данного жанра приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнение популярных игр-кликеров

Критерии	Игра-кликер					
	Cookie Clicker	A Girl adrift	Escape from Prison	Make More	League of Gamers	Clicker Heroes 2
Стоимость	нет	нет	нет	нет	нет	515 руб.
Количество игроков	Более 100 млн. игроков	Более 1 млн. игроков	Более 1000 игроков	Более 5млн. игроков	Более 1 млн. игроков	380000 игроков
Дата выхода	10 августа 2013	14 августа 2017	28 июля 2017	13 ноября 2016	12 сентября 2016	16 июля 2018
Сюжет	Нужно печь печенье и покупать улучшения	Нужно помочь девочке выжить на плоту, ловя рыбу	Нужно сбежать из тюрьмы делая подкоп	Нужно заставлять подчиненных работать усерднее	Нужно сделать игрока кибер-спортсменом	Пройти «коридор» анимированным персонажем, сражаясь с монстрами, улучшая свои навыки и снаряжение
Необходимость установки	нет	да	да	да	да	да

Основные критерии, которые мы определили для сравнения:

1. стоимость (цена) – часто это основной критерий выбора игр, влияющий на её популярность и признание в мире;

2. количество игроков (популярность) – показатель известности игры, основанный на количестве скачиваний в сети интернет;

3. сюжет – основная завязка игры, основной её принцип, способы завлечения аудитории;

4. необходимость установки – показатель того, будет ли занимать игра место на устройстве или нет.

Сравнительный анализ игр-кликеров позволяет сделать вывод о том, что данные игры особо не отличаются друг от друга, игры-кликеры одинаковы за исключением сюжета.

Многие считают, что игры в социальных сетях — это нечто из разряда бесполезных развлечений. Разработчик Ян Богост (Ian Bogost) решил доказать это, создав примитивную игру Cow Clicker и опубликовав ее в виде приложения на Facebook. Ян Богост объясняет, что эта игра создана в результате спора между создателями обычных игр и теми, кто работает в нише социальных сетей. Выступление создателя Cow Clicker Яна Богост на конференции разработчиков игр в Остине осенью 2010 года «Making a Mockery: Ruminations on Cow Clicker» можно посмотреть по ссылке в источнике [6] списка литературы.

Смысл игры прост: У вас есть корова. Вы можете на неё кликнуть – купить новую корову (рис. 2). Кликать можно только определённое количество раз в день, остальное – за реальные деньги. Коров можно показывать друг другу. Всё максимально примитивно – таким образом, создатель игры Ян Богост пытался показать людям, насколько просто выглядят игры в социальных сетях. Но всё получилось вовсе не так, как предполагалось.



Рисунок 2 – Скрины фрагментов экрана в режиме игры Cow Clicker

Эта игра стала самой удачной в плане популярности идей Яна Богост. Cow Clicker должна была стать сатирой на социальные игры, но в результате мало кто это осознал. Наступил момент, когда, коровы, по воле своего создателя, исчезли.

Пользователи писали разработчику письма, в которых говорится: “Я обнаружил, что у меня произошёл коровоапокалипсис и теперь все пользователи должны заплатить, чтобы

увидеть свою корову. Ты не можешь сказать, когда ты планируешь вернуть всё так, как это было раньше?” На это дизайнер ответил: “За коров платить нельзя. Они были вознесены”. Пользователь разозлился и сказал, что теперь в игру играть неинтересно, и он уходит. На это Богост ответил ему, что вообще-то в Cow Clicker не должно было интересно играть в первую очередь [7,8].

Сначала ссылку распространяли люди, которые понимали, в чем заключается идея автора, но очень быстро она начала гулять по просторам Facebook и внезапно оказалось, что вокруг Cow Clicker образовалась база преданных игроков. Люди, которые даже не подозревали, что делают что-то глупое и смешное, активно кликали на коров и платили за клики. Они даже слали Богосту свои отзывы и советы по улучшению геймплея. Разработчик иронично ввёл жутко дорогую “премиальную” корову, которая стоила около 20 долларов. Она отличалась от обычной только тем, что смотрела в другую сторону. Далее Богост установил на странице игры часы, которые отсчитывали время до коровоапокалипсиса. Крововоапокалипсис произошел, кликать возможность осталась, но коров нет. Богост получил возмущённые послания, но возвращать коров отказался: «You Clicked Where Your Cow Used to Be! You and the other cows in your pasture have earned a click! ...but no moo nor bovinely visage awaits you» (рис. 2).

Итак, мы представили вам примеры большой популярности игр-кликеров.

Ядром игры является скорость генерации ресурсов (некой единственной валютой), она велика, ресурсы быстро накапливаются. Очень скоро расходы на обновление игры становятся высокими. Начав с небольших чисел, вы всего за несколько сессий приходите к ценам в несколько триллионов. Большинство разработчиков ужаснулись бы такой кривой роста. Какой игрок захочет беспокоиться о числах такого масштаба?

В AdVenture Capitalist затраты игрока поднимаются до одного третригинтиллиона (10^{102}). Как ни странно, игрокам это нравится. Прогресс — это всегда приятно. Те, кто играет достаточно долго и достигает таких значений в ресурсах, ощущают себя так, словно это их реальное достижение.

Итог в игровом процессе в играх жанра кликер всегда один, наступит момент, когда копить деньги до следующего улучшения станет невыносимо долго. Сама игра строится на покупке улучшений и увеличения прироста некой валюты. Покупка улучшения увеличивает стоимость следующего улучшения. На рисунке 3 схема работы любой кликер-игры [3].

Функция нелинейная, есть скачок цены на двенадцатой итерации, рост цены быстро обгоняет увеличение скорости доходности. Это важный аспект дизайна, потому что это значит, что время, потраченное на ожидание возможности покупки следующего апгрейда в течение процесса игры, растёт экспоненциально. То есть в начале игра развивается очень

быстро, игроку нужно всего лишь время от времени ждать, чтобы накопить достаточно для следующей покупки, но постепенно скорость снижается.

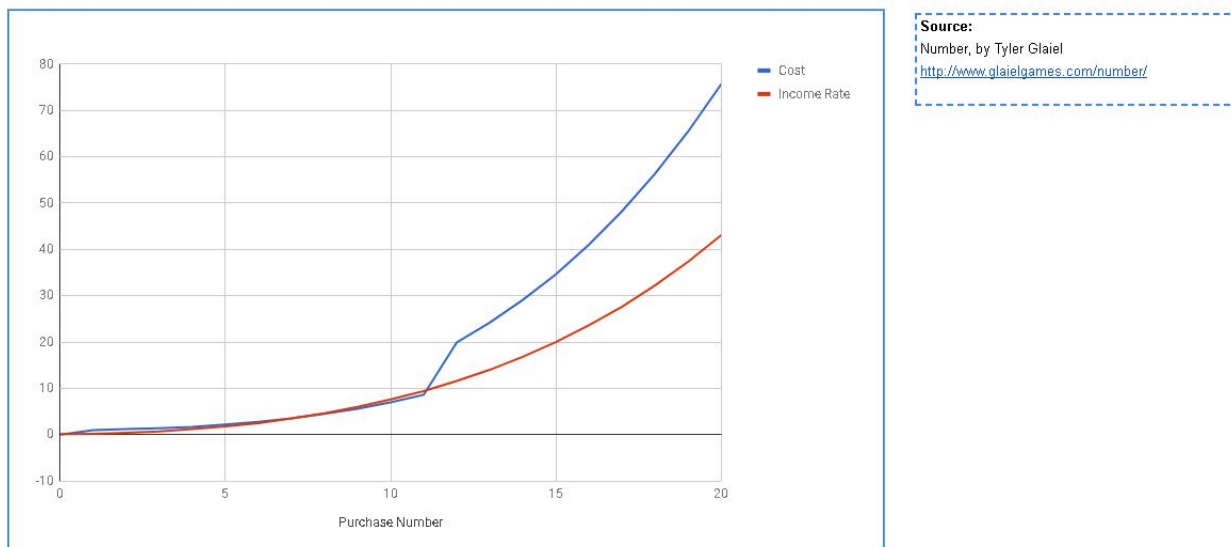


Рисунок 3 – Зависимость стоимости и доходности игры от номера покупки

В большинстве инкрементальных игр есть несколько источников апгрейдов увеличения скорости прироста, а не один. И это основной источник исследований и стратегий инкрементальных игр, потому что наличие нескольких направлений усовершенствований, цена которых растёт нелинейно, добавляет интересные способы оптимизации. Если игрок решает активно инвестировать в одно здание или апгрейд, то экспоненциально увеличивающаяся цена означает, что в какой-то момент другие варианты развития становятся относительно дешевле, даже если изначально их цена была очень высока. Это значит, что у игрока есть варианты выбора, но их необходимо постоянно оценивать заново, потому что относительная выгода для игрока постоянно изменяется.

Заключение и обсуждение. Нами был проведен опрос среди студентов 1–3 курсов технического вуза. Оказалось, что из общего количества опрошенных 36 % не знают термин игры-кликеры и не знают самих игр, известны они 64 % опрошенных.

На рисунке 3 представлены результаты ответов студентов из числа, положительно ответивших на вопрос о знании таких игр.

По результатам опроса видно, что 59% опрошенных студентов из числа, положительно ответивших на вопрос о знании таких игр запускали их очень давно, 17 % потратили финансы на игру и 50 % играли только один раз в день.

Самой популярной оказалась игра Cookie Clicker, не требующая скачивания и установки на устройстве.



Рисунок 3 – Результаты ответов

Однако количество пользователей таких игр (таблица 1) огромно и вызывает тревогу. В ходе исследований стало ясно, кликеры заняли нишу в игровой индустрии. Влияния на игровой мир очень велико, тяжело найти игру, которая не взяла бы в себя какой либо элемент из Idle-игр.

Техника «подсаживания» игрока на достижение численного результата вызывает иллюзию прогресса: «убил несколько крыс и получил уровень! Убил ещё несколько и получил новый. Теперь крысы не дают достаточно опыта, поэтому ты переходишь к убийству слизняков, и так далее» [3]. Однако этот прогресс виртуальный, воображаемый игроком, мнимый генератор прогресса не ведущий к новой цели.

Таким образом, огромное социальное значение игр, как вида деятельности, при данном увлечении теряет свое значение. Мы разделяем мнение с Александром Кинг давшего критическую оценку инкрементальному жанру игр, несмотря на их «минималистичную» красоту. Причины на наш взгляд три: первая – их примитивность, вторая – создание иллюзии успеха, воображаемого прогресса, третья – инкрементальные игры «поглощают время» игрока.

Литература

1. Янченко И. В. Педагогическая ценность деловой игры в формировании карьерной компетентности будущих выпускников вуза // Молодой ученый. 2013. №1. С. 383-385. URL: <https://moluch.ru/archive/48/6059/> (дата обращения: 10.10.2018).
2. Idle-игры: Почему разработчикам стоит обратить внимание на жанр «кликеров» [Электронный ресурс]. URL: <https://dtf.ru/gamedev/166-idle> (дата обращения: 10.10.2018).
3. King A. Numbers Getting Bigger: The Design and Math of Incremental Games [Электронный ресурс]. URL: <https://gamedevelopment.tutsplus.com/articles/numbers-getting-bigger-the-design-and-math-of-incremental-games--cms-24023> (дата обращения 01.01.2019).
4. Cookie Clicker [Электронный ресурс]. URL: <http://orteil.dashnet.org/cookieclicker/> (дата обращения 10.11.2018).
5. Cookie Clicker по-русски [Электронный ресурс]. URL: http://ru.cookieclicker.wikia.com/wiki/Русская_энциклопедия_по_игре_Cookie_Clicker (дата обращения 9.10.2018).
6. Making a Mockery: Ruminations on COW CLICKER by Ian Bogost [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gdcvault.com/play/1013828/Making-a-Mockery-Ruminations-on> (дата обращения 15.12.2018).
7. Cow clicker: коровы вознеслись, но кликать можно [Электронный ресурс]. URL: <https://www.computerra.ru/216603/cow-clicker-korovy-i-vozneshlis-no-klikat-mozhno/> (дата обращения 15.12.2018).
8. Tanz J. The curse of Cow Clicker: how a cheeky satire became a videogame hit [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wired.com/2011/12/ff-cowclicker/> (дата обращения 28.12.2018).