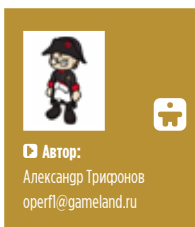




# CASUALTY EUROPE: EAST 2006

БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОСТО ИГРЫ



**В** Киеве тепло и солнечно даже в середине ноября, невероятное количество красивых девушек на улицах и очень вкусная еда. А еще с 16 по 18 ноября здесь прошла первая в Восточной Европе конференция представителей индустрии казуальных игр. Событие, без преувеличений, знаковое, а главное – полностью себя оправдавшее.

Прежде чем продолжить рассказ, стоит разобраться, а что же такое казуальные игры и чем они отличаются от игр «обычных»? На наших страницах мы иногда применяем термин «казуальный геймплей», но при этом имеем в виду проекты, вроде The Sims или Nintendogs, то есть, привлекающие тех людей, которые обычно играми не интересуются. И это верное определение, но участники конференции к Maxis или Nintendo никакого отношения не имеют. Ведь The Sims, при всей доступности и простоте, остается типичной PC-игрой. Которую надо покупать в магазине, устанавливать на компьютер, скачивать к ней патчи и дополнения, разбираться в управлении... Про DS и говорить нечего: пускай в Японии она расходится миллионами, в нашей стране нескоро еще скупающая

секретарша компьютерному пасьянсу «Косынка» предпочтет игры на портативной консоли. А вот откроет присланную подругой по почте ссылку – легко. Так вот, casual games – это те самые «убийцы офисного времени», незамысловатые забавы в духе легендарных Lines, Arkanoid и Tetris, которые подобно заразе распространяются по ICQ, ЖЖ и форумам и крутятся на главных страницах крупных интернет-порталов. Но нас интересуют те из них, которые нужно скачивать. По сложности и интересности они превосходят бесплатные flash-игры, для работы которых достаточно запущенного браузера, или ту же «Косынку», но через какое-то время пробный срок истечет и у вас попросят денег. И тут-то за легкомысленным развлечением проявится целая индустрия, годовой оборот которой уже вплотную приблизился к миллиарду долларов. А ведь всего лишь шесть лет назад рынка не было как такового. Мелкие независимые студии что-то разрабатывали, но зарабатывать серьезные деньги никто не собирался. Однако первые попытки онлайн-продаж на Западе оказались весьма удачными, и стали появляться первые профессиональные команды,

а крупнейшие порталы вроде, MSN, AOL и Yahoo, предоставили площадки для распространения. За какие-то три года, начиная с 2003-го, только в США рынок вырос в десять раз. На сегодняшний день в мире насчитывается более 25 млн. поклонников casual games, играющих, как минимум, раз в неделю. В целом же за последние четыре с половиной года игры этого формата загрузили порядка 175 млн. человек. Хитовые проекты дадут фору большинству PC-игр, так, создатели Zuma заработали \$35 млн. долларов, а Bejeweled разошлась тиражом в 10 миллионов копий по всему миру. При этом более 20 процентов всех казуальных игр созданы в Восточной Европе, и на самом деле процент еще выше – так как в статистике не учитываются игры, которые делают наши компании на заказ. Так, самый большой результат восточноевропейской игры – серия Magic Ball, разошедшаяся миллионом копий по всему миру. Российский рынок стал формироваться примерно в 2002 году (хотя первые разработчики появились еще после кризиса 98-го), а бурный рост начался с 2005-го. Долгое время тормозили развитие трудности

с широкополосным доступом, оплатой, малое распространение кредиток. Сейчас они решены, и рост рынка составляет более 500% в год, в распространении участвуют крупнейшие порталы Mail.ru, Rambler.ru, Kochka.ru, Alawar.ru. Число продаваемых копий на российском рынке в месяц (вообще всеми компаниями) – примерно 50000. При этом отличаются не только цены (\$19.99 в США и 90 рублей у нас), но и предпочтения игроков. В России большей популярностью пользуются головоломки, где нужно думать, а не просто кликать по экрану. В общем, необходимость провести особую встречу назрела давно. До этого уже проводились однодневные секции в рамках конференций КРИ и ISDEF, но, по словам Александра Лысковского, генерального директора Alawar Entertainment, «пришло время подтянуться за рынком. Хотелось бы обсудить множество тем, а на КРИ для этого стало тесновато. Вот так и появилась конференция Casualty Europe: East 2006». Что интересно, даже сами организаторы (среди которых – Casual Games Association, проводящая каждый год конференции в Амстердаме и Сиэтле) не предполагали, что собрание



«Звездами» конференции стали братья-близнецы из Якутии, основавшие негавно студию Sulus Games и прогавшие дебютный проект американцам.

**1** Чтобы посмотреть на «порку», многие участники даже пожертвовали обедом.

**2** В холле бизнес-центра ни на минуту не прекращалась активность: подписывались контракты, проводились переговоры.

**3** Организаторы довольны: конференция определено удалась.

**4** На рынок приходят крупные российские разработчики. Андрей Кузьмин из KranX Productions (слева) готовит для Alawar (в центре – генеральный директор компании Александр Лысковский) казуальную игру, а Антон Югинцев из Gajjin Entertainment (справа), уже две.

станет таким людным: вместо ожидаемых полутора сотен приехали 310 человек из 90 компаний. Издатели, разработчики, дистрибьюторы; в том числе – 38 иностранцев из Electronic Arts, Real Networks, Vivendi, Oberon Media, Boonty, Reflexive. Конференц-зал бизнес-центра «Леонардо» на каждом докладе и «круглом столе» был набит битком, но и холл никогда не пустовал: люди, сотрудничавшие несколько лет, наконец встречались воочию, там же на месте заключались контракты – ведь преимущество казуальной игры в том, что потенциальный издатель может оценить её, поиграв пять минут на ноутбуке разработчика. Общение не прекращалось ни на спонсорских вечеринках, проводимых каждый вечер, ни даже поздно вечером в лобби гостиницы, в которой остановилось большинство участников.

Докладчики затрагивали самые разные темы: портрет казуального игрока, обстановку на международном и восточноевропейском рынках, сотрудничество между нашими и зарубежными компаниями, работу по лицензиям, отличия разработки под PC и консоли, и самое главное – секреты создания успешной игры. Ведь хотя годовой оборот индустрии уже

достиг миллиарда долларов, а, по оценкам экспертов, к 2008 году должен удвоиться, 75% прибыли приходится на проекты в Top 20. Как попасть в заветную «двадцатку», придумать новый геймплей, чем завлечь покупателя? Эволюция казуальных игр во многом повторяет историю игр «больших»: появляется оригинальный проект с незатасканной идеей (читай – новый жанр), становится хитом продаж, все начинают его повторять, у потребителя наступает пресыщение, интерес падает, но тут «выстреливает» кто-то еще и все повторяется. Есть и особенности: скажем, разработчики и издатели предпочитают лишний раз сделать клон, чем взяться за новое. «Собери три шарика в линию» в фантастическом, древнеегипетском и, скажем, ацтекском стиле – это три разных игры, которые способны продаться совершенно одинаково. Иногда невозможно даже предсказать, чем проект зацепит аудиторию. Так, одну головоломку от нью-йоркской студии люди покупали только для того, чтобы послушать фоновую мелодию сверх бесплатного часа. И, быть может, наступит время, и мы еще увидим казуальные RTS и MMORPG. Собственно, не случайно в программу конференции включили семинар на тему «Многопользовательские онлайн-игры»

при участии представителей Sierra Online, IT Territory и GD Team. Любопытно: если на Западе аудитория предпочитает в основном онлайн-карточные и азартные игры, на постсоветском пространстве сложилась уникальная среда, 80% рынка в которой занимают хардкорные ролевые браузерные проекты. И львиная доля доходов идет не от абонентской платы (зачастую ее вообще нет), а от торговли виртуальными предметами и валютой за настоящие деньги. Цифры назывались разные, от десяти до сотен тысяч долларов в месяц: надо понимать, на котором проводятся основные финансовые операции, никаких официальных данных нет. Кроме того, казуальная индустрия гораздо дружелюбнее к начинающим командам, чем на PC-рынке: разработка игры в России обходится в среднем в \$20000. И хотя это намного больше, чем несколько лет назад, у новичков все равно есть хорошие шансы на выгодный контракт и всяческую поддержку со стороны издателя. Свообразными «звездами» конференции стали братья-близнецы из Якутии, основавшие недавно студию Sulus Games и продавшие дебютный проект

американцам из Freeze Tag (правда, для издательства это тоже первая подписанная игра). Живой интерес участников вызвала «публичная порка»: опытные продюсеры безжалостно критиковали демоверсии, показываемые одна за другой на плазменной панели, не забывая, впрочем, отмечать самые перспективные проекты. На проведенной в последний день пресс-конференции организаторы из Alawar Entertainment, FriendsGames, CTXM, Casual Games Association и Casual Games SIG с удовольствием подвели итоги. Несмотря на недостаточную «раскрутку» в прессе и на профильных сайтах, мероприятие вызвало огромный интерес у представителей не только казуальной индустрии, но и смежных отраслей, и все остались крайне довольны организацией и затронутыми темами, не говоря уж о преимуществах личного общения. В следующем году обязательно состоится Casualty Europe: East 2007 и ожидается более 500 участников. Ну а мы, в свою очередь, не останемся в стороне и обо всем вам расскажем. Ведь, в конце концов, съездить в Киев всегда приятно. P.S.: На нашем диске вы найдете несколько ознакомительных версий казуальных игр. **СА**