

О ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ

Л.К. Титова

Учреждение образования

«Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого»

Чтобы быть создателем игр, необходимо любить игры и понимать их; необходимо находить удовольствие в анализе игры, разбиении игры на мельчайшие части и понимании того, как эти части образуют целое.

Для эффективного функционирования в сфере игровой индустрии необходимы высококвалифицированные специалисты: программисты, геймдизайнеры, дизайнеры уровней, специалисты по звуку, копирайтеры, 3D- и 2D- художники и другие специалисты.

В 2018 году в университете на выпускающей кафедре «Информационные технологии» открыта подготовка студентов по направлению специальности I степени высшего образования 1-40 05 01-12 «Информационные системы и технологии (в игровой индустрии)», квалификация – инженер-системный программист-геймдизайнер.

Направление специальности «Информационные системы и технологии (в игровой индустрии)» формирует у выпускника компетенции для следующих видов деятельности:

- разработка и написание кода, реализующего графическую, звуковую и физическую составляющие, а также основы искусственного интеллекта интерактивных программных продуктов;
- программирование сценариев и дизайна уровней игры, на основе технических и художественных принципов созданных персонажей, игровых интерьеров и звуков;
- разработка дизайна операционных систем, реализация параллельной обработки графической, звуковой и другой информации;
- разработка и программирование виртуальных миров;
- разработка игр с использованием коммерческого игрового движка на основе языков сценариев.

В результате изучения учебных дисциплин студенты должны уметь анализировать существующие игры, проектировать по заданным параметрам новые, составлять документацию для создания игр, владеть технологиями проектирования, приемами и техникой разработки игр, техникой и методами создания графических и стилистических элементов для создания игр, навыками построения игровых механик и выбора сеттинга, инструментами аналитики и анализа.

Работа геймдизайнера предполагает знание и точных наук. Математика и теория вероятности являются одним из инструментариев специалиста. Несомненным плюсом для игрового дизайнера является знание основ алгоритмизации и программирования, знание иностранных языков.

Помимо этого, геймдизайнер должен уметь работать с проектной документацией, с графическими редакторами и дизайнерскими приложениями, знать психологию игрока, изучать различные системы таскооборота для синхронной работы всей команды проекта и активно изучать проекты конкурентов.

Из личных качеств следует выделить коммуникабельность, умение работать в команде, умение грамотно формулировать свою мысль как устно, так и на бумаге, любовь к видеоиграм.

В существующих реалиях нужны, как минимум, базовые знания того, как построить процесс разработки игрового приложения.

Таким образом, учебный план направлен на получение базовых системных знаний для начинающих свой путь в игровой индустрии людей.

Учебный план предполагает изучение таких дисциплин, как «Разработка игровой концепции», «Индустрия компьютерных игр», «Теория практической реализации игр», «Алгоритмические основы современной компьютерной графики», «Программирование графики в Web», «Программирование графики и звука», «Игровые платформы», «Двумерная визуализация», «Трехмерное моделирование».

Изучая дисциплины, студенты понимают, что любой проект начинается с ИДЕИ. А в игровом бизнесе гениальная идея и фантазия гейм-дизайнера являются определяющим фактором. Гейм-дизайнер не просто генерирует какие-то идеи и разные фишки, но и досконально продумывает способы их реализации, учитывая интересы целевой аудитории. Идею игры гейм-дизайнер формирует в концепцию, составляя первичный концепт-документ, в котором четко излагает краткое описание игрового процесса и особенности игры. На основании концепт-документа создается дизайн-документ. На этом же этапе решается вопрос финансирования проекта. Затем гейм-дизайнер собирает команду специалистов, которые на основе «диздока» создадут игру. В процессе разработки игры гейм-дизайнер контролирует работу команды, чтобы технические спецификации соответствовали основной идее игры. Дизайн-документ в процессе работы корректируется в зависимости от предложений разработчиков. В тестировании игры гейм-дизайнер также принимает активное участие.

Геймдизайнер должен уметь аналитически мыслить – выявлять и анализировать актуальные тренды на рынке компьютерных игр. Понимать интересы и особенности поведения целевой игровой аудитории. Перед тем как сформировать игровой концепт, геймдизайнер проводит большую аналитическую работу.

Исходя из вышесказанного, занятия по учебным дисциплинам разработки игр построены таким образом, чтобы сразу же на практике проверить, в правильном ли направлении работают студенты, преподаватель поможет избежать традиционных ошибок.

В процессе обучения студенты создают свою игру.

Данные приложения разрабатываются, как правило, коллективно. Возникает вопрос, как подбирать людей в команду, на что обращать внимание при продвижении игрового проекта. Выполнение указанных требований – необходимый способ достичь намеченной цели, а не потерять время и деньги впустую.

Для выработки навыков коллективной работы при выполнении лабораторных и практических работ практикуется групповая работа над созданием одной компьютерной игры. Члены группы выполняют разные роли – один студент выступает как гейм-дизайнер, второй – web-программист, третий разрабатывает виртуальную реальность и т.д. Обязательно в данной группе один студент должен выполнять роль руководителя проекта.

Создание игровой документации и самого игрового приложения так же является темой курсового проекта.

В настоящее время игры являются одной из движущих сил развития компьютерных технологий, достижения которых впоследствии применяются и для других целей.

Стоит отметить, что для повышения эффективности учебного процесса необходимо привлекать специалистов (экспертов-практиков), которые знают текущее состояние рынка, типы и виды современного маркетинга, умеют оценивать эффективность маркетинга, целевую аудиторию (методы сегментирования игроков), анализируют каналы продвижения, маркетинговые ассеты и PR.