

Kilka często popełnianych błędów.

Hejka,

Przejrzałem sporo wątków poświęconych game designowi.

Zawsze pojawiały się w nich pewne kwestie, które najwyraźniej spędzają sen z powiek nowym game designerom a które, ostatecznie, okazują się być niewarte świeczki. Doskonale pamiętam jak pracowałem nad swoją pierwszą grą i szedłem tym samym torem, który widziałem w powyższych tematach – miałem te same obawy i lęki jak ci ludzie. I popełniałem sporo błędów ponieważ zbyt bardzo się tym wszystkim przejmowałem. Doszedłem do wniosku, iż tego typu zmartwienia nie pomagają – a nawet mogą przeszkadzać. Większość z nich udało mi się dziś w jakiś sposób ujarzmić – mam nadzieję, że poprzez ich rozpiskę w tym poście, pokażę Wam że naprawdę nie warto zgrzytać zębami rozwodząc się nad jakimś ‘ultra-ważnym-problemem’.

#1: Nie zamieszczaj w swojej grze czegoś 'obcego' tylko po to by ‘zadowolić wszystkich’. Powód? – nie zadowolisz wszystkich i z pewnością nie sprawisz by Twoją grę kupowali wszyscy. Czy Twoja gra nurtu S/F potrzebuje psioniki by zachęcić do niej większą ilość nabywców? Nie! Jeśli coś usprawnia Twoją grę, wtedy ok, świetnie. Wdrażaj to do swojego projektu. Ale jeśli to coś jest najzwyczajniej na świecie niepotrzebne by Twoja gra stała się kompletna, zajmująca, zabawna, zbywalna (w sensie rynkowym) albo cokolwiek innego Ci tutaj przyjdzie tutaj na myśl (to samo może dotyczyć obecności magii w grach z nurtu fantasy) – wtedy zdecydowanie nie jest ok. Nie umieszczaj czegoś tylko dlatego, iż uważasz że przez to zwiększy się target Twojej gry. Szanse są takie, iż nic z tego nie będzie. Skup się na tym o czym naprawdę jest Twoja gra i użyj takich rozwiązań mechanicznych by ten cel jak najlepiej zrealizować.

#2: Nie przejmuj się kwestią tworzenia wielkich linii dodatków bazujących na Twojej grze. Nie istnieje żadne ‘za’ byś miał to robić. Nie wiesz jak Twoja gra się sprzeda – to po co w ogóle masz myśleć o ew. dodatkach do niej. Co najwyżej skończysz z kilkoma świetnymi pomysłami rozbitymi na wiele podręczników. Jeśli jest to drugi (albo trzeci lub czwarty) podręcznik, ludzie miną całą zabawę którą mogliby doświadczać podczas gry w jedną grę.

Dlaczego nie miałbyś umieścić wszystkich tych świetnych pomysłów w jednej grze? Ponadto, jak tylko Twoja gra zostanie opublikowana i ulokuje się na rynku, jak tylko ktoś w nią zagra – może się okazać, że to, co na początku planowałeś na jakiś 'wypaśny' dodatek, może nie okazać się na tyle ciekawe by zainteresować oczekiwania potencjalnych klientów. Przyszłość jest zbyt nieokreślona by zaplanować całą serię suplementów bazujących na Twojej pierwszej grze. Nie marnuj więc energii na projektowanie dodatków jeśli nie jest ona jeszcze skończona. Nie odcinaj od siebie graczy i ich spostrzeżeń.

#3: Jeśli mówimy już o podręcznikach, nie myśl sobie, że Twoja gra RPG nie jest grą RPG tylko dlatego, że nie jest wydrukowana na papierze i umieszczona na półce. PDFy też są obecne na świecie – i każdy może sobie je wydrukować za cenę o wiele niższą niż 'pełnoprawny RPG książkowy'. Poza tym, istnieje już sporo serwisów z grami PDF typu RPGNow, Drivethru RPG, Lulu i tak dalej. Nie wpadaj w pułapkę mentalności typu: „moja gra będzie lepsza jeśli będzie opublikowana w twardej okładce i będzie posiadała wiele świetnych kolorowych ilustracji”. Ustal co jest dla Ciebie optymalne. Jeśli uznasz, że druk – w porządku. Jeśli zaczniesz od PDFów – to jeszcze lepiej!

#4: Jeśli jest to Twoja pierwsza gra RPG, początkowo ignoruj kreatywną agendę którą ma wspierać Twoja gra. W zasadzie, powinieneś zignorować to zjawisko w ogóle. Kreatywna agenda wytworzy się po tym jak już skończysz swój projekt, po tym jak będziesz z nim rozmawiał ze swoimi znajomymi lub po tym jak rozegrasz w nim kilka sesji. Pewnie, Kreatywna Agenda jest istotna – ale popatrz na Wielki Model, którego definicję znajdziesz w Provisional Glossary na Forge. Kreatywna Agenda jest tylko jedną częścią mówiącą o tym czym jest dana gra. Nie miej żadnych obsesji na tym punkcie. Rozpisz sobie jakie typy zachowań chciałbyś widzieć podczas rozgrywki i rób tak by rzeczywiście Twoja gra je wywoływała. Twoi beta-testerzy z pewnością będą w tym zadaniu wielką pomocą.

#5: Nie przejmuj się ew. kradzieżą Twoich idei przez inne osoby. Blogi i fora designerskie nie działają w ten sposób. A jedyną drogą by otrzymać zadowalający Cię feedback, jest wyłożenie wszystkich kart dotyczących gry na wspólny, publiczny stół. Ludzie, którzy są zainteresowani by Ci pomóc, nie są zainteresowani tym by cokolwiek Ci podkraść. Nie mogą tego zrobić, bo i tak to w Twojej głowie znajdują się kompletne przemyślenia dotyczące, było nie było, Twojej gry. Poza tym, bierz pod uwagę to, iż tylko tekst gry może zostać objęty prawami autorskimi – nie mechanika/rozwiązania przez grę proponowane.

A jeśli ludziom naprawdę zależy by coś Ci podkraść – cóż, niewiele możesz zrobić by ich powstrzymać. Ale – jeśli Twoja gra jest naprawdę tak bardzo świetna iż każda osoba pragnie ją emulować u siebie, nie ma lepszej reklamy niż taka sytuacja! Każdy będzie mówił o Twojej grze kiedy będzie projektował własną. To układ, w którym wygrywa każda ze stron.

#6: Nie poświęcaj zbyt wiele czasu na rozważania nad tytułem Twojej gry. Gdy dojdiesz do punktu jej sprzedaży, nazwa nie będzie robiła wielkiej różnicy kupującym. Weźmy na przykład grę pod tytułem: „Czarodziej” („Sorcerer”). To raczej prosty i jasny tytuł. Ron nie wynalazł tego słowa a idea o gościu przyzywającym demona zbyt oryginalna nie jest. Więc, co ma niby sprawić by ten tytuł był coo? Cóż, to co zawarto w tej grze. I to jest właśnie to, co sprawia że gra się świetnie sprzedaje. To nie jest wcale wymyślny tytuł – to jej zawartość. Niemniej, ktoś może stwierdzić że jest inaczej – co widać chociażby na przykładzie gry Vincenta Bakera pt. „zabijaj szczeniaki dla szatana” („kill puppies for satan”). Tak, ten tytuł z pewnością zwraca na siebie uwagę i ktoś mógłby pomyśleć, że za jego pomocą gra sprzedaje się w większej ilości egzemplarzy. Niemniej, jestem pewien że Vincent, gdyby o tym przeczytał, poparłby moją tezę: nie sprzedałby nawet połowy kopii swojej gry gdyby nie ich zawartość. Jeśli gra jest do chrzanu, tytuł jej nie pomoże. Jeśli gra jest świetna, tytuł tylko przyciągnie dodatkową uwagę. Jeśli jest średnia, tytuł niczego nie zmieni.

7#: miej wiarę w swoich beta-testerów i w publikę swojej gry. Gracze którzy zagrają w Twoją grę będą z pewnością obiektywnie czerpać z niej radość. Uwierz w to. Z pewnością zrobią też swoje własne zasady stołu. Nie musisz wcale wyjaśniać punkt po punkcie każdej reguły gry w każdej możliwej wariacji każdego możliwego przypadku. Twoim zadaniem jako designera jest stworzyć poruszający setting, spełnić własne założenia, przygotować stół narzędzi i rozwiązań mechanicznych oraz wykreować dobry system nagradzania. Gracze zajmą się postaciami, kolorem i sytuacją. Używaj przykładów, ale nie twórz ich istniejącej litanii typu ‘możecie/nie możecie to i to’. Twoi gracze sami do tego dojdą – na własną rękę.

#8: nie zmieniaj niczego w swojej grze dopóki nie jesteś pewien w jaki sposób to coś w niej działa. Jedna sesja testowa gry nie daje Ci wielu informacji dotyczących tego czy (i jak) działa w niej Twoja mechanika. Poświęć parę spotkań na jej rozpracowanie zanim podejmiesz decyzję o zmianie któregośkolwiek jej elementu (przydatną rzeczą przed samą zmianą jest poinformowanie i porozmawianie o niej na jakimś forum designerskim).

Czasami możesz dojść do wniosku, że Twoja mechanika nie tyle nie działa co po prostu zwraca Twoją uwagę na jakiś jej aspekt, którego wcześniej nie brałeś pod uwagę.

#9: Nie czuj się onieśmiałany przez osiągnięcia tych, którzy byli przed Tobą. Nikt nie oczekuje po Tobie, że stworzysz *Dogs in the Vineyard*, *Burning Empires* czy chociażby *Spirit of the Century*. Vincent, Luke czy Fred są tymi kim są. Ty jesteś kimś innym, unikalnym i tak samo ważnym. Twoja gra może stać o własnych siłach. Jedyną osobą, z którą powinienes porównywać swoje projekty – jesteś Ty sam. Pracuj dopóki czerpiesz z tego przyjemność – a nie dopóki ktoś ‘ważny w środowisku gier RPG’ będzie pod wrażeniem tego co stworzyłeś.

#10: Ostatnią rzeczą na tej liście jest to, byś nie martwił się jak zareagują na Ciebie samego inni ludzie (czy Cię wyśmieją czy wręcz znienawidzą) w chwili gdy zaprezentujesz im swoją grę. Zazwyczaj natarczywa, krzywdząca krytyka ma swoje źródło w niepewności sytuacji samego krytykanta/krytykantów. Pamiętaj by to, co Tworzysz zadowalało przede w pierwszej kolejności Ciebie samego. Tak długo jak będziesz szczęśliwy z pracy nad projektem – wygrywasz. Reszta może się, dosłownie, walić. Bądź odważny, rozpowszechnij swoją grę i spraw by ludzie zaczęli w nią grać.

W pewnym punkcie mojej pracy zwykle popełniałem wszystkie powyższe błędy – tak jak i, podejrzewam, popełniałem również wiele innych, nieuwzględnionych powyżej.

I naprawdę odradzam by ktokolwiek próbował iść powyższą wyboistą ścieżką. Zajęło mi wiele czasu by zrozumieć fakt, że dobrze jest projektować grę która sprawi mi radość, którą ja będę lubił. Nie muszę mieć za przewodnika obawy – zamiast tego, wolę być prowadzony przez odwagę. Mam nadzieję, że powyższe zestawienie często popełnianych błędów pomoże komuś z Was. Tak naprawdę, wszyscy siedzimy w tym po równo.

Błędy się zdarzają i są w porządku dopóty dopóki wyciągamy z nich dobre wnioski.

Ufam, że będziecie się uczyć także na moich błędach. Byłbym wówczas bardzo szczęśliwy.

Peace,

Troy.

