

# Digitální hry

VIKMB31 (podzim 2015)

Publikum, hráči, participativní kultura a motivace

# Témata

- Rozptýlené publikum
- Prosumer
- Participace
- Participativní kultura
- Crowdsourcing vs digitální hry
- Hráč-prosumer jako vektor
- Game design v kontextu participativní kultury
- Typologie hráče

# Rozptýlené publikum

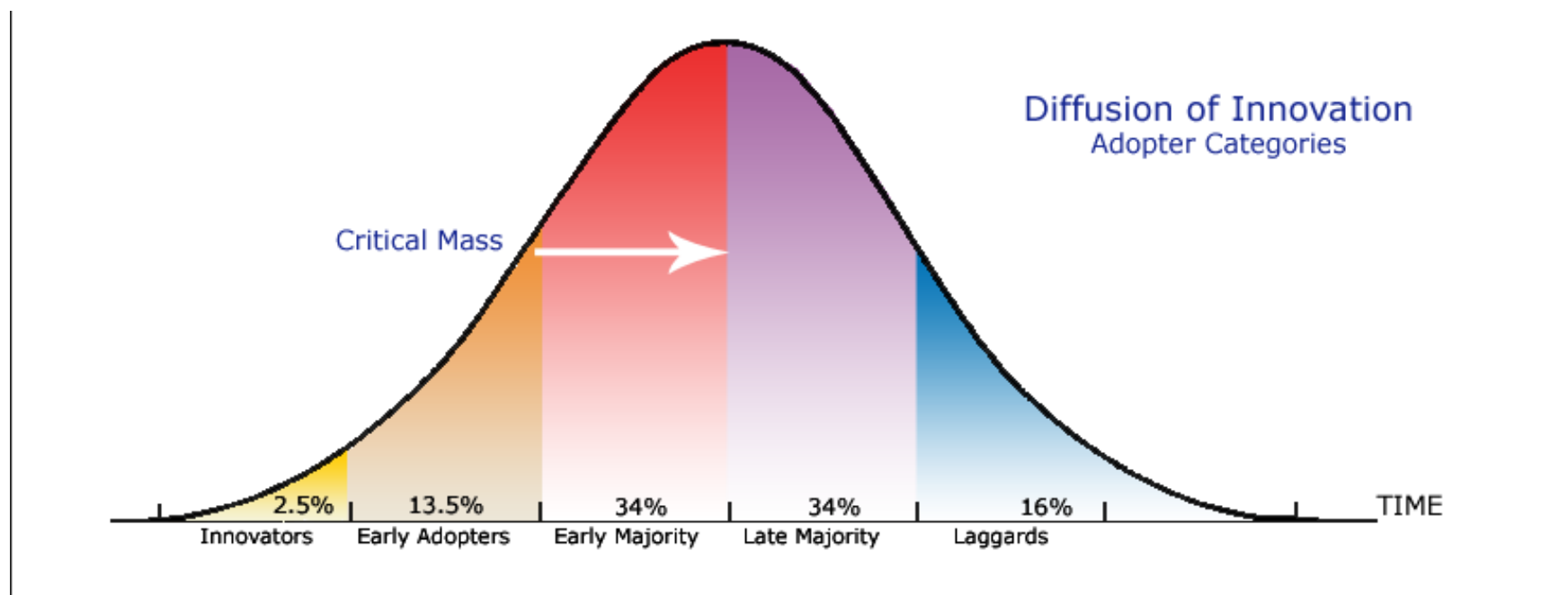
- rozptýlené a „všudypřítomné“ publikum (dispersed audiences)  
publikum: jednoduché, masové, rozptýlené
- nová zkušenost publika
- člověk je neustále publikum
- penetrace informacemi a mediálními sděleními

# Rozptýlené publikum

- obrovská performativní společnost
- difúzní publikum = všudypřítomné, je vystaveno mediální nabídce prakticky neustále
- Publikum je tedy rozptýlené v čase a prostoru a zároveň mezi různorodé mediální obsahy.
- Není lehké se zacílit na dostatečně diferencovanou skupinu.

# Difúze inovací

- difúze inovací (Rogers) – schéma
- typy lidí v inovačním procesu (1) inovátoři; (2) ranní osvojitelé; (3) raná majorita; (4) pozdní majorita; (5) zaostávající
- hráči jsou raná majorita



# Od diváka k prosumerovi

- první vlna producent
- druhá vlna konzument (volný čas)
- třetí vlna „prozument“
- participativní publikum (Jenkins)
- konvergence mediálních forem => participativní kultura

# Participativní kultura

- Fanart / cosplay
  - Paratext
  - Performance
  - Estetické modifikace
- 
- *Henry Jenkins: participatory culture, convergence Culture*
  - *Mia Consalvo: paratext*
  - *Nicolas Bourriaud: postprodukce a kultura remixu*
  - *(+ L. Lessig – právo)*

## Participatory Culture

1. Relatively low barriers for engagement
2. Strong support for sharing creations with others
3. Informal mentorship
4. Members believe their contributions matter
5. Care about others' opinions of self & work

"Not every member must contribute, but all must believe they are free to contribute when ready and that what they contribute will be appropriately valued."



Henry Jenkins



# Terminologie?

Participativní kultura

+

Digitální hry

=

<fanart, fandom, crowdsourcing>



# FANART - příklady

- vizuální
- audiální
- textový
- video
- performativní
- fyzická výroba
- doplňující obsah
- přetvářející

# FANART - příklady

- vizuální: *deviant art, skicy, mashupy, crossovery*
- audiální: *podcasty, radio, soundtracky, covery*
- textový: *AAR, walkthrough, recenze, lets play, fanfikce*
- video: *LP, navody, recenze, prostor*
- performativní: *speedruny, zive streamy, turnaje, cosplay*
- fyzická výroba: *cosplay, repliky, plakáty, papírové modely, 3D printy*
- doplňující obsah: *mapy, kampaně, modely, skiny, modifikace*
- přetvářející: *modifikace, overhaul, tématické larpy*

# Terminologie?

crowdsourcing

vs

crowdfunding

# Crowdsourcing ve hrách

- Editor map      (*Duke Nukem 3D, Lode Runner, Warcraft 2*)
- Vlastní příběhy      (*Neverwinter Nights, DnD, HoMaM 2*)
- *Ingame* obsah      (*Half Life, Team Fortress, MMO*)
- Modifikace důležitých herních prvků (*Simulátory, modifikace, Skyrim, Warcraft 3 a MOBA (tehdy DOTA)*)

# Uživatelé / Crowd jako směrovatelná síla

- výkon - analýza (foldit, captcha)
- sociální aspekt - subkultury, učící se huby (AMV), creative capital
- lidský kapitál - laborers (*playbour*), Twitch.TV a art
- Už v teoriích mediálních teoretiků P. Lévyho a McLuhana; rané teorie o kyberkultuře, globální vesnici, interaktivitě médií...

# Co s tím?

- Publikum není pasivní, interaguje se systémem (feedback) i nad rámec systému (participace, komunitní management, marketing).
- Publikum je určitá síla – vektor – zkoumá prostředí, optimalizuje, „sebeuplatňuje“ se / manifestuje se / plní své potřeby.

**Tuto sílu / aktivitu publika (*prosmerů*) lze usměrňovat, stimulovat, kontrolovat a do určité míry i měřit.**



**Kde probíhá činnost prosumerů?**

# Místa crowdsourcingu aneb kde probíhá participace / exploit?

- fyzická
  - obchody
  - eventy
  - kluby
- online
  - soc.sítě
  - komunitní uzly a fóra
  - platformy
    - komunikační kanály

**Které aspekty hry jsou pro nás relevantní, pokud chceme pracovat cíleně s prosumery – participativní kulturou?**

# Hra jako ekosystém

- Herní mechaniky
- Systém
- Nástroje
- Komunikační uzly
- Zvyky fandomu
- Platforma
- Hra jako mediální objekt

# Zdroje pro crowdsourcing

- *agents pool*
- *human machine*
- *actions*
- *labour*
- *game mechanics*
- *creativity*
- *time*
- *advertisements*
- *social capital / reach*

# EKOSYSTÉM HRY

HRA

HRÁČI

CROWDSOURCE  
ZDROJE



# Kdo se zapojuje do „spolutvorby“?

- Streamer
- Youtuber
- Speedrunner
- Cosplayerka
- Letsplayer
- *Podcast host*
- Modder
- Tvůrce map
- Umělec
- Spisovatel
- Muzikant
- Recenzent
- ...

**Spoiler z (herního) marketingu!**



# Cílová skupina

- Typologie hráče (Bartle, Keirsley, Stewart)
- Preference žánrů, stylu hraní
- Osobní estetické preference
  - *inklinace ke stylizované grafice vs spektakulárnost*
- Subjektivní kontext spotřeby
  - Délka herní instance
  - Nároky na obtížnost
  - Preferované ovládání
- => dohromady – otisk nároků a preferencí zákazníka

BARTLE	KEIRSEY	MOTIVACE / CHAR. RYSY
<b>Achiever</b>	Guardian	praktický, logický, organizovaný, zaměřený na detail, vyhledávající bezpečí...
<b>Killer</b>	Artisan	taktický, manipulativní, pragmatický, zaměřený na akci, vyhledávající zážitek...
<b>Socialiser</b>	Idealist	emotivní, diplomatický, zaměřený na vztahy, vyhledávající identitu...
<b>Explorer</b>	Rational	inovativní, strategický, logický, orientován na budoucnost, zaměřený na výsledek, vyhledávající znalosti...

*Tabulka: Typologie hráčů – Bartle, Keirsej*

CHARAKTERISTIKA HRÁČE / PREFERENCE	CHARAKTEROVÝ RYS
věk	25+
preferované styl hraní	achiever, explorer
délka herní instance	15 – 30 minut
kontext herní instance	výplň mezi činnostmi, odpočinek
nároky na obtížnost	vyšší, zkušený hráč
preferované herní žánry a stylizace	akční, příběhové, RPG, rogue-like, dungeon crawler
motivace	odpočinek, vylepšování postavy, zlepšování schopností hráče, dokončení výzev, sesbírání možného obsahu

*Tabulka: Charakteristika cílové skupiny (hráče)*

# VALIDACE

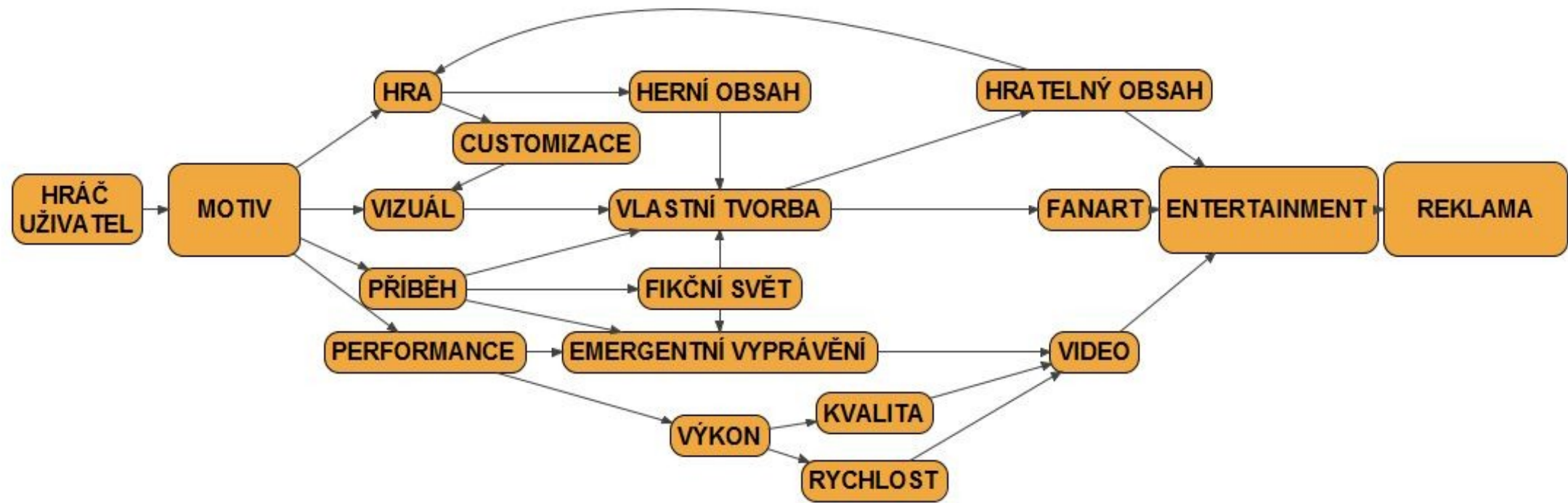
*Jaké charakteristiky má „ten/ta, který/á se zapojuje“?*

CHARAKTERISTIKA HRÁČE / PREFERENCE	CHARAKTEROVÝ RYS
věk	15-20
preferované styl hraní	explorer, socialiser
délka herní instance	60 - 240 minut
kontext herní instance	pečlivé hraní, optimalizace
nároky na obtížnost	vysoké
preferované herní žánry a stylizace	příběhové, RPG, strategické, taktické
motivace	pobývat ve fikčním světě, tvořit, modifikovat, sdílet, pobývat v ekosystému hry

*Tabulka: Charakteristika cílové skupiny (hráče)*

CHARAKTERISTIKA HRÁČE / PREFERENCE	CHARAKTEROVÝ RYS
věk	18+
preferované styl hraní	socialiser
délka herní instance	nerelevantní
kontext herní instance	vizuální styl, setting, lore
nároky na obtížnost	snadný onboarding
preferované herní žánry a stylizace	kompetetivní, spektakulární, příběhové, se silnými charaktery
motivace	tvorba, nertworking, socializace, výroba, uznání komunity

*Tabulka: Charakteristika cílové skupiny (hráče)*



# VALIDACE

*Jak ověříme, že naše práce s hráči - prosumery má smysl?*



# *Engagement a participative metriky*

- Počty
- Míra impactu
- Kvalita
- Soutěže
- Jiné incentivy
- Zapojení diváků (twitch, tokeny, gamifikace)
- Zařazení do kánonu
- ... (více v samostatné přednášce o herní analytice)

# Typologie hráče - četba

- STEWART, Bart. *Personality And Play Styles: A Unified Model*. Gamasutra [online]. 2011. Dostupné z: [http://www.gamasutra.com/view/feature/6474/personality\\_and\\_play\\_styles\\_a.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/6474/personality_and_play_styles_a.php)
- KEIRSEY, David. *Please understand me II: temperament, character, intelligence*. 1st ed. Del Mar, CA: Prometheus Nemesis, c1998, 350 p. ISBN 18-857-0502-6.
- BARTLE, Richard. Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players who suits MUDs. [online]. 1996. Dostupné z: <http://www.mud.co.uk/richard/hcds.htm>

...

```
if allocated_time < 90 min then {
```

```
do.project.round.up(names, claims);
```

```
ask.questions();
```

```
}
```