

Západočeská univerzita v Plzni
Ústav umění a designu

Bakalářská práce

WEBOVÁ PREZENTACE HERNÍHO STUDIA

**S DŮRAZEM NA CROWDSOURCING
A BUDOVÁNÍ KOMUNITY**

(WEB PRESENTATION OF GAME DEVELOPER STUDIO

**WITH BACKGROUND FOR CROWDSOURCING
AND BUILDING OF COMMUNITY)**

Ondřej Martínek

Plzeň 2013

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Oddělení výtvarného umění

Studijní program Výtvarná umění

Studijní obor Multimediální design

Bakalářská práce

WEBOVÁ PREZENTACE HERNÍHO STUDIA

**S DŮRAZEM NA CROWDSOURCING
A BUDOVÁNÍ KOMUNITY**

(WEB PRESENTATION OF GAME DEVELOPER STUDIO

**WITH BACKGROUND FOR CROWDSOURCING
AND BUILDING OF COMMUNITY)**

Ondřej Martínek

Vedoucí práce: MgA. Jan Morávek

Oddělení designu

Ústav umění a designu Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2013

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Ústav umění a designu
Akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Ondřej MARTÍNEK**
Osobní číslo: **U12B0045P**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimediální design, specializace Multimedia**
Název tématu: **Webové stránky**
Zadávací katedra: **Oddělení výtvarného umění**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Počet: 1 webový portál

Formát: HTML5, CCS3

Popis realizace: Průzkum aktuální scény webových stránek herních studií, aktuálních trendů ve webdesignu, vytvoření designového podkladu pro strukturu webu, vymyšlení systému pro budování komunity, realizace ve spolupráci se zkušenými webovými developery.

Výstup: Webová prezentace herního studia.

Průběžné plnění úkolů dle pokynů vedoucího práce (a příp. konzultanta, je-li stanoven) a pravidelné konzultace do termínu odevzdání práce 1x týdně v rámci semináře ke kvalifikační práci.

Postup realizace:

1) listopad Teoretická část práce: (bod 1. - 3. - uvědomit si, kdo jsem, odkud přicházím, kam směřuji - dříve, nežli začnu pracovat). Z toho vyplývá výběr tématu a cíl práce.

Praktická práce - sběr materiálů a průběžné intenzivní studium zdrojů.

2) prosinec Předložení řady skic a variant řešení.

3) leden Varianty pracovní verze, volba nejvhodnější varianty, průběžná práce na praktické části závěrečné práce.

4) únor Předložení adekvátně rozpracované praktické části závěrečné práce, předložení rozpracované teoretické části závěrečné práce v souladu s doporučenou osnovou a dle pokynů konzultanta teoretické části práce.

5) březen Realizace výsledného projektu, předložení pracovní verze kompletní teoretické práce.

6) duben Finalizace a odevzdání: (finalizace projektu, dokončení teoretické i praktické části práce, příprava prezentace, odevzdání obou částí práce pro udělení zápočtu).

Obhajoba:

červen obhajoba + prezentace kvalifikační práce na CD/DVD (v podobě pro tisk)

Rozsah grafických prací: **vyplyne ze zpracování BP**

Rozsah pracovní zprávy: **min. 10 normostran textu**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

MCNEIL, Patrick. *The web designer's idea book. more of the best themes, trends and styles in website design. 2. [pr.].* Cincinnati, Ohio: HOW Books, 2010. ISBN **16-006-1972-X.**

MCNEIL, Patrick. *The Web designer's idea book: the ultimate guide to themes, trends, and styles in website design. 1st ed.* Cincinnati, Ohio: HOW Books, 2008. ISBN **16-006-1064-1.**

DAWSON, Alexander. *Výjimečný webdesign: jak tvořit osobité, přitažlivé, použitelné weby. 1. vyd.* Brno: Computer Press, 2012, 344 s. ISBN **978-80-251-3719-2.**

HOGAN, Brian P. *HTML5 a CSS3: výukový kurz webového vývoje.* Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2011, 272 s. ISBN **978-80-251-3576-1.**

JENKINS, Sue. *Web design all-in-one for dummies.* Hoboken, NJ: Wiley Pub., c2009, xvi, 640 p. ISBN **04-704-1796-X.**

BALDWIN, Jonathan a Lucienne ROBERTS. *Visual communication: from theory to practice.* Lausanne, Switzerland: AVA Academia, 2006, 191 p. ISBN **2940373094.**

BERGSTRÖM, Bo a Lucienne ROBERTS. *Essentials of visual communication: from theory to practice.* London: Laurence King Pub, 2008, 191 p. ISBN **18-566-9577-8.**

Vedoucí bakalářské práce: **MgA. Jan Morávek**
Oddělení designu

Datum zadání bakalářské práce: **30. září 2012**

Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2013**

Doc. akad. mal. Josef Mištera
ředitel



R F D
Richard Frederick Drury, M.A.
vedoucí oddělení

V Plzni dne 22. října 2012

Prohlášení

Prohlašuji na svou čest, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně a pouze s použitím uvedených zdrojů.

Plzeň, duben 2013

.....
Ondřej Martínek

Poděkování

Rád bych poděkoval programátorům Milanu Hajzmanovi a Jakubu Ondráčkovi za výpomoc s programováním webové prezentace, Marku Tvrdému a Gabriele Peškové za pomoc se šířením průzkumu ohledně videoherních studií a Simoně Martínkové za korekturu práce a nesmírnou trpělivost.

Obsah

Úvod	7
1 Uvedení do problematiky videoherní kultury	8
1.1 Historie videoherní kultury.....	8
1.1.1 Prvopočátky.....	8
1.1.2 Příchod konzolí a herních počítačů.....	9
1.1.3 Grafická revoluce.....	9
1.1.4 Rozkvět internetu	10
1.1.5 Mobilní a indie revoluce	11
1.2 Současnost videoherní kultury	13
1.2.1 Dělení herní kultury.....	13
1.2.2 Trendy ve videoherní kultuře	15
1.2.3 Videoherní komunity.....	17
1.2.4 Vnímání videoherních studií.....	18
1.3 Shrnutí.....	19
2 Proces přípravy.....	21
2.1 Současný vývoj webové scény.....	21
2.2 Průzkum webových řešení videoherních studií.....	22
3 Sumarizace cílů práce	25
4 Proces tvorby a popis díla	26
4.1 Vizuální podoba	26
4.2 Funkční design.....	27
5 Přínos práce pro daný obor	30
6 Silné stránky	31
7 Slabé stránky	32
8 Resumé.....	33
Seznam použitých zdrojů.....	35
Seznam příloh.....	36

Úvod

Jako téma bakalářské práce jsem si vybral tvorbu webových stránek pro nezávislé videoherní studio. Videoherním médiem se zabývám už velice dlouho, fascinují mě jeho možnosti, kultura, která se kolem něj tvoří, i vliv, jaký má na celou společnost. Tvorba stránek pro videoherní studio pro mě představovala výzvu. Problém byl nejen jak udělat dobrou webovou prezentaci, ale především jak celý projekt pojmout. S tím se pojilo mnoho otázek: Jakou roli má studio ve videoherní kultuře? Co představuje pro jeho fanoušky? A jak historie celého odvětví ovlivnila jeho roli a pozici? Na základě těchto a dalších otázek jsem se snažil přistupovat k celému projektu tak, abych využil všechny své dosud nasbírané zkušenosti v oboru a navrhl webový portál, který naplní potřeby jak hráčů, tak tvůrců a nabídne zázemí pro pevné jádro komunity, v dnešní době pro nezávislé tvůrce zásadní.

1 Uvedení do problematiky videoherní kultury

Jak už jsem předeslal v úvodu, tvorba těchto stránek souvisí s pochopením videoherního média, historie a současnosti, soudobých proudů a trendů. Ač tato témata na první pohled nemusejí s webovou prezentací herního studia souviset, měla zásadní vliv na architekturu mého projektu. Proto jim věnuji několik kapitol v úvodu teoretické části. Každé téma ve stručnosti popíši a následně zhodnotím jeho vliv na můj projekt. Nejdříve se budu zabývat historií videoherního média, jakou roli hráli herní vývojáři a studia v jednotlivých etapách a jak se jejich role měnila v průběhu dekad. Následně pak plynule navážu kapitolou o současnosti a rozeberu trendy, které danou kulturu radikálně transformují. V několika dalších kapitolách se pak zamyslím nad soudobým fungováním herních komunit a studií, vzájemným vlivem a jejich progresivním, či konzervativním přístupem k samotnému médiu.

1.1 Historie videoherní kultury

Přesto, že jsou videohry považovány za relativně mladé médium, počátek jejich existence se datuje do 50. let minulého století. Od té doby prošly značným vývojem a žánrově se rozvětvily do nebyvalé šíře. Období od jejich počátku do současnosti se dá rozdělit na několik etap; pro každou etapu je pak většinou signifikantní nějaký vývojový skok.

1.1.1 Prvopočátky

Za první videohru je považován projekt Tennis for Two (1958) amerického fyzika Williama Higinbothama, který ji naprogramoval pro osciloskop, aby tak pobavil návštěvníky Brookhavenské národní laboratoře. K širší veřejnosti se však videohry dostaly až v roce 1971, kdy bylo vyrobeno 1 500 herních automatů se hrou Computer Space. Tím započala éra herních automatů jinak nazývaných také *arcade* hry (z anglického *arcade games* – pravděpodobně pojmenované podle jejich umístění na místech v obchodních centrech, restauracích a jiných veřejných prostranstvích připomínajících arkády). Mnohé z nich definovaly základní videoherní žánry a staly se popkulturními symboly. Současně s herními automaty se začaly pomalu prosazovat i jiné formy herních přístrojů, jako herní konzole či první herní počítače, avšak prozatím ve velmi omezeném počtu vzhledem k jejich vysokým cenám. Navzdory vzrůstající konkurenci v podobě již výše popsaných domácích zařízení se obliba arcade her udržela až do poloviny 90. let 20. století.

V té době k vývoji samotných her nebylo potřeba velké množství tvůrců, avšak ani prostředí arcade her nebylo nakloněno nadšencům tvořícím hry bez finančního zázemí. Výroba

a distribuce videoherních kabinetů byla značně nákladná a mohly si ji dovolit jen velké společnosti jako Atari či Midway Games (jedni z mnoha největších hráčů na poli herních automatů).

1.1.2 Příklad konzolí a herních počítačů

Situace se mírně zlepšila s příchodem konzolí jako například Atari 2600, na počátku 80. let. Tyto přístroje využívaly k distribuci her tzv. *cartridge* – kazety s nepřepisovatelnou pamětí, na níž byly hry nahrané. Cartridge se daly v přístroji měnit a tím pádem již přístroj nemusel být nositelem pouze jedné hry. Díky tomu se herní průmysl mohl osvobodit od dosud dominujícího modelu, kde společnosti, které vytvářely hry, zároveň musely vyrábět i přístroje, na kterých se tyto hry daly hrát. To umožnilo vznik nezávislých společností jako například Activision. Ovšem zlatá éra pro herní tvůrce započala až s příchodem a rozmachem domácích počítačů. Přístupnost domácích počítačů a relativní jednoduchost tvorby nabízela nové možnosti a dávala vzniknout dosud neznámým žánrům. Jak jednoduchá byla v té době tvorba hry pro domácí počítače, demonstruje i jeden ze způsobů distribuce, kdy se kód hry tiskl v knížkách či časopisech a každý jej pak mohl přepsat do svého počítače a tím si hru vytvořit. Existovaly však i jiné způsoby distribuce, nejčastěji pomocí disket, kazet či již výše zmíněných cartridge. Nadšení vývojáři tak šířili své hry poštou bez potřeby jakýchkoli vydavatelských společností. Videoherní vydavatelství samozřejmě existovala a čím více se v tomto odvětví točilo peněz, tím více jich přibývalo. Obecně se dá říci, že se v této době rozdělil trh na tři segmenty: herní automaty, herní konzole a osobní počítače. Toto dělení částečně přetrvává dodnes, jen odvětví herních automatů nahradilo z velké části odvětví mobilní.

1.1.3 Grafická revoluce

Dalším důležitým milníkem v herní historii jsou 90. léta. S vývojem techniky se začaly vytvářet i sofistikovanější hry. Velikost vývojářských týmů rostla a dala podnět pro vznik specializovaných profesí. Do této doby byli tvůrci her vesměs univerzální programátoři, kteří se starali jak o kód, tak mnohdy i o grafiku a zvuk. Tehdejší počítače uměly zobrazovat pouze několik barev na ploše s velmi malým rozlišením, a proto nebylo potřeba výtvarníků či ilustrátorů. Ti se najímali pouze pro externí práce, především pro ilustrace herních krabic, manuálů apod. Ovšem v 90. letech již počítačům 2D grafika nedělala problémy a čím se videohry posouvaly více do *mainstreamu* (hlavnímu proudu), tím publikum kladlo větší nároky na jejich audiovizuální podobu. I tak se však počet členů herního studia počítal maximálně na desítky a pro mnohé tak stále trval zlatý věk, který umožňoval tvorbu

originálních titulů v malém počtu lidí. Největším skokem pak pro videohry znamenalo představení grafických akceleratorů – komponent umožňujících výpočet složitých grafických operací mimo hlavní procesor počítače. Díky tomu mohly vzniknout první kompletně trojdimenzionální hry založené na *polygonech* (plocha vypočítaná podle tří bodů umístěných v prostoru). Nové možnosti v grafice si opět nárokovaly množství specialistů. Navíc, jak se hry postupně stávaly masovou záležitostí spíše než pouhou zábavou pro děti a nadšence, začaly vyžadovat rozsáhlejší marketing. Poslední zásadní položkou, která ovlivňovala cenu výroby hry, byla a je distribuce. V devadesátých letech se hry distribuovaly především na CD a cartridge, distribuce na disketách byla silná v počátcích 90. let, ale jakmile se začala zvyšovat velikost her, diskety ustoupily jiným médiím. Stejně to bylo i s relativně revoluční formou distribuce pomocí internetu, kdy byly hry distribuovány jako tzv. *shareware* (typ softwaru, jenž obsahuje svoji plnou verzi, ovšem dokud ji uživatel neaktivuje zakoupením klíče, umožňuje mu pouze omezené používání) v již relativně rozšířené internetové síti. Ovšem omezená rychlost připojení udržovala tento model distribuce funkční jen do doby, než velikost her přesáhla hranici, kdy začalo být stahování značně ekonomicky nevýhodné. To uvrhlo herní průmysl na dlouhou dobu pod nadvládu tzv. krabicových prodejů, což v podstatě pro herní vývojáře znamenalo, že pokud se chtěli se svojí hrou prosadit, neobešli se bez vydavatelské společnosti.

Nejen hry samotné, ale především herní přístroje se v 90. letech proměnily. Zatímco v 80. a ještě na počátku 90. let jasně dominovaly v oblasti specializovaných herních počítačů společnosti Atari či Commodore, 90. léta pak kompletně ovládla univerzální PC (osobní počítač; personal computer), povětšinou s operačním systémem MS DOS, následně pak Windows. Oproti úzce zaměřeným herním počítačům měly PC mnoho výhod. Jednou z nich byla právě možnost *upgradovat* (vyměnit za nové, výkonnější) jednotlivé komponenty a tím zvýšit jejich životnost a zajistit funkčnost i nových her vyžadujících vyšší výkon. Na druhou stranu se pro ně hry hůře optimalizovaly. Konzolové části trhu pak dominovala trojice Nintendo, Sega a Sony. Za zmínku stojí především firma Sony se svojí konzolí PlayStation. Jakožto nováček na videoherním trhu dosáhla nebývalého úspěchu, dokonce takového, že se jejich první konzole stala do roku 2006 nejprodávanější konzolí vůbec. V roce 2006 tento status předala svému následníku, konzoli PlayStation 2.

1.1.4 Rozkvět internetu

Následující období mezi koncem 90. let až téměř do současnosti je charakteristické spíše pozvolnou technologickou evolucí nežli zásadními skoky. Staré generace konzolí byly

vyměněny za nové, jmenovitě Sony PlayStation 2 a Nintendo Gamecube, společnost Sega pak nahradil Microsoft se svým Xboxem. Pozice profesionálních herních tvůrců se stala složitější. Pokud chtěli vývojáři své hry prodávat, jedinou možností byla spolupráce s vydavatelem. To do značné míry ovlivňovalo jejich nezávislost. Čím více se zvyšovala náročnost technického zpracování hry, tím rostla i cena vývoje a tím méně se chtělo velkým vydavatelstvím riskovat financování originálních, avšak nejistých projektů. Veškeré snahy o invenci se zaměřovaly hlavně na grafickou podobu her, především její realističnost. Nedá se říci, že by v této době nevznikaly originální hry, v porovnání s boomem na konci 80. a v 90. letech je však rozdíl markantní.

Na okraji herního průmyslu ovšem pomalu dozrávala nová generace tvůrců. Její rozvoj a vliv značně ovlivnil internet, jehož dostupnost se od počátku v 90. letech radikálně zlepšila. Jednalo se o vývojáře vytvářející malé *freeware* hry (freeware je zdarma volně šiřitelný software) jednoduše distribuovatelné po internetu. Pomohly jim nové nástroje, které umožňovaly relativně jednoduchou tvorbu. Jedním z nejdůležitějších byl program Flash od firmy Macromedia. Jeho intuitivní grafické rozhraní, jednoduchý programovací jazyk a nejvíce pak možnost publikovat aplikace vytvořené v tomto programu přímo na internetu, se staly základem pro silnou komunitu vývojářů vytvářejících jednoduché i sofistikované hříčky. Nicméně ani tradiční programovací jazyky a klasické techniky nebyly v této komunitě upozaděny. Většinou se jednalo o začínající vývojáře/grafiky, kteří si tak tvořili portfolio pro svoji budoucí kariéru. Mimo jiné až do této doby sahají kořeny studia Blue Pulsar, pro nějž webový portál navrhuji a jehož jsem také členem.

1.1.5 Mobilní a indie revoluce

S rozvojem technologie ve všech možných odvětvích se postupně rozvíjely možnosti zařízení jako například mobilní telefony. Jejich rostoucí výkon dovoloval složitější operace a nakonec umožnil vstup aplikacím třetích stran. Tyto jednoduché *java* aplikace pojmenované po programovacím jazyku, ve kterém byly psány, našly oblibu především ve formě her. Jejich raná forma připomínala prvopočátky her obecně. Výkonnostními a zobrazovacími možnostmi se mobilní telefony ze začátku podobaly prvním domácím počítačům. I proto velká většina *java* her kopírovala úspěšné modely svých herních předků, jenž v 70. a 80. letech slavily úspěch na herních automatech, konzolích či počítačích. Nutno podotknout, že vzestup *java* her byl spíše pozvolný, nežli raketový. Na vině byla především složitá distribuce pomocí tehdy velmi pomalé a drahé mobilní verze internetu – WAP (zkratka z anglického Wireless Application Protocol). Navzdory tomu však na produkci *java* her postavilo mnoho studií svůj

úspěch. Tvorba těchto her byla většinou velice levná, týmy mohly být malé a díky absenci nutnosti distribuovat fyzické médium se dalo více investovat do marketingu.

Avšak skutečná mobilní revoluce přišla až s příchodem takzvaných chytrých telefonů, především pak telefonu iPhone od společnosti Apple. Když jej v roce 2007 Steve Jobs představoval, mnozí už tušili, že se jedná o revoluční zařízení, ale téměř nikdo nevěděl, jak dalekosáhlý bude mít dopad. Hned několik faktorů mělo vliv na následnou revoluci mobilních her. Dotyková plocha telefonu umožňovala tvorbu téměř jakéhokoli ovládacího prvku, přístup k internetu nebyl omezen pouze na drahá mobilní data, ale umožňoval připojení na mnohem dostupnější lokální bezdrátové síť Wi-Fi. Nejdůležitějším prvkem byl však virtuální obchod s aplikacemi. Ten umožňoval nákup jakékoli aplikace pouhými několika doteky. Z prvních tvůrců, kteří uspěli se svými aplikacemi na AppStoru (název virtuálního obchodu), se stali milionáři. Příkladem mohou být tvůrci ze studia Rovio Entertainment, jimž se podařilo k minulému roku prodat celkem 648 milionů kopií s ročními zisky 106,3 milionu dolarů.¹ Tyto a podobné úspěchy pak odstartovaly události mnohdy nazývané zlatou horečkou digitálního věku. Po celém světě se začala tvořit malá, nezávislá studia tvořící žánrově pestrou směsici her, od velmi originálních kousků po kopie již ověřených a zavedených herních modelů. Trh se sice brzy zasytil, to však nebránilo jeho stálému rozvoji. Co je však důležitější, oblast chytrých mobilních zařízení se stala první, kde velcí herní vydavatelé zaznamenali také první prohru proti malým nezávislým tvůrcům. Je jisté, že právě rozvoj na poli mobilních her zásadně ovlivnil charakter celého herního průmyslu do té doby obsazenému dominujícími nadnárodními herními vydavatelstvími.

Kromě mobilní oblasti se malá vývojářská studia tvořila i v jiných, tradičnějších oblastech interaktivní zábavy. Situace však pro nezávislá, jinak řečeno *indie* studia (převzato z anglického independent, zkráceně indie) nebyla dobrá. Jak jsem již výše popisoval, omezené finanční možnosti téměř znemožňovali distribuci přes klasický krabicový prodej v tzv. kamenných obchodech a na internetu stále chyběly kanály, které by umožňovaly nabídku větší mase hráčů.

Nemalou roli také hrála míra pirátství, která se značně podepisovala na již tak malých prodejkách. Proto nezávislí herní tvůrci prozatím vyčkávali ve freewarové oblasti, či se přesouvali do velkých videoherních studií. Situace se postupně začala měnit v roce 2005 s příchodem nové generace konzole Xbox 360 od společnosti Microsoft, s níž se kromě jiného objevilo i několik služeb, které otevřely do té doby nezávislým vývojářům uzavřený

¹ ROIZEN, Bambi Francisco. Angry Birds maker hits \$106M in sales; 648M downloads. In: VatorNews [online]. 2012 [cit. 2013-04-20]. Dostupné z: <http://vator.tv/n/2681>

konzolový trh. Hlavní službou byl distribuční kanál Xbox Live Arcade, který byl určený pro šíření malých a nezávislých her. Nedá se mluvit o žádné revoluci či zlaté horečce, jako tomu bylo u mobilních her, spíše o postupném vývoji.

Stejně jako na jiná odvětví, tak i na to herní dopadly následky hospodářské krize, které zapříčinily ještě rozvážnější financování her ze strany herních vydavatelství, s důrazem na jejich potenciální profitovost. Tento koloběh založený spíše na propočtech a průzkumech trhu, nežli na kreativitě tvůrců, znamenal značný odliv především herních veteránů na nezávislou scénu. To a ještě další faktory měly za následek posilování vlivu nezávislých tvůrců. Čím rostl respekt indie vývojářů, tím se jim začaly otevírat nové možnosti. Videoherní novináři, kteří do té doby vesměs indie scénu opomíjeli, či jí věnovali jen malou pozornost, nyní začali stavět nezávislou tvorbu po bok titulům velkých společností. Největší digitální distributor Valve jim pak umožnil distribuci pomocí svého systému Steam.

1.2 Současnost videoherní kultury

Zatímco kapitola o herní historii byla nezbytná pro dobrou orientaci v současném dění na herní scéně, současnost samotná už přímo ovlivňuje výslednou podobu mých stránek. V této kapitole bych rád nabídl celkový pohled na aktuální stav herní kultury, zároveň se budu trochu podrobněji věnovat trendům, které jsou spjaty se soudobým fungováním nezávislých studií, či problémům, se kterými se taková studia mohou potýkat.

1.2.1 Dělení herní kultury

Jak už bylo naznačeno v kapitole o herní historii, máme hned několik možností, jak soudobou herní kulturu dělit. Ovšem ani jedno z následně popsanych dělení není exaktní a slouží spíše k zběžné orientaci. Základním a pravděpodobně i nejpřesnějším dělením je dělení podle herních platform. Takto se videoherní průmysl dělí na konzolový segment, PC segment a segment mobilních zařízení. Do tohoto dělení by se dal zahrnout ještě segment videoherních automatů, jenž v určité vyvinuté podobě přežil až do současnosti, ovšem jeho zastoupení je tak mizivé, že nemá v podstatě žádný vliv. Zatímco zastoupení mobilního segmentu je ve většině zemí relativně rovnoměrné, na určitých územích se můžeme setkat z dominancí jedné ze dvou zbývajících platform. Tato dominance je většinou dána historicky a obvykle souvisí s výrobou. Například není překvapením, že v Japonsku jasně dominují konzole nad PC, protože právě Japonsko exportuje dvě ze tří nejsilnějších herních konzolí na současném trhu. Na druhou stranu jsou tu i země, kde dominance jedné platformy nesouvisí s výrobou, ale zasahují do ní politické zájmy. Taková situace panuje například v Jižní Koreji, jak píše Jim

Rossignol ve své knize *This Gaming Life*: „Následkem dlouhodobé rivality mezi Korejským poloostrovem a Japonskem, především pak kvůli přetrvávajícím vzpomínkám na japonské činy za druhé světové války, byly na dovoz z Japonska uvaleny vysoké daně. To mimo jiné znamenalo i předražení všech dovezených konzolí, jež se v té době v jiných částech světa prodávaly velice dobře. Místním hráčům tak nezbývalo, než se spoléhat na něco mnohem levnějšího a přístupnějšího; klasické IBM PC.“² Podobná situace panuje i v Číně, kde jsou herní konzole přímo zakázány. Zákaz z roku 2000 původně zamýšlený jako ochrana dětí před mrháním časem však nenaplnil očekávání a pouze akceleroval trh s počítačovými online hrami.

Druhým možným dělením preferovaným především marketingovými společnostmi je dělení herního trhu na tzv. *hardcore* a *casual* komunitu. Hardcore komunita je komunita, která považuje hry za důležitou součást svého života. Hardcore hráči mají většinou dobré povědomí o herní kultuře, aktuálních trendech, herních sériích a o společnostech, které je vytvářejí. Hraní her pro ně nebývá pouhou kratochvílí, ale vyplňuje velkou část jejich volného času. Naproti nim casual hráči jsou hráči příležitostní. Dávají přednost jednoduchým hříčkám vhodným pro ukrácení času. Obvykle nesledují trendy a novinky na videoherní scéně, sami sebe za hráče nepovažují. Hraní her je pro ně pouze jedna z možností, jak trávit volný čas. Při výběru her u nich často hraje důležitou roli sociální prvek, například jestli hru hraje nějaký z jejich kamarádů, čehož například využívají hry na sociální síti Facebook. V kontextu prvního dělení je nejmasivnější zastoupení hardcore hráčů na konzolích, PC scéna má přibližně polovinu casual hráčů a polovinu hardcore hráčů, mobilním hrám pak jasně dominují casual hráči.

Poslední dělení, kterému bych se chtěl věnovat, je dělení, jenž jsem mnohokrát zmínil v kapitole o historii. Jedná se o dělení na nezávislá herní studia a studia závislá na velkých herních vydavatelích. Hranice mezi oběma skupinami je zde nejvíce nejasná. Například mnohá nezávislá studia dělají projekty na zakázku, ze kterých pak financují vývoj svých vlastních projektů. Důležitý je tedy spíše statut, zdali je studio vlastněné velkým vydavatelem, či je většina jeho projektů tvořena na zakázku vydavatele. Co se týče vnímání obou skupin hráčskou obcí, jsou v současné době oblíbenější spíše nezávislí tvůrci, nežli studia tvořící pod vydavatelstvím. Především z důvodů, které jsem popsal v podkapitole 1.1.5 – Mobilní a indie revoluce. Nezávislá studia přinášejí originalitu, kdežto velká vydavatelství lpí na fungujících trendech. Zároveň jsou velice negativně vnímány praktiky vydavatelů, zavádějící všemožné

² ROSSIGNOL, Jim. *This Gaming Life Travels in Three Cities*. USA: Univ of Michigan Pr, 2009, s. 62. ISBN 978-047-2033-973.

tzv. *monetizační* prvky (prvky zpoplatňující některý obsah či herní funkce), které mají za cíl zvýšit profit z titulů.

1.2.2 Trendy ve videoherní kultuře

Trendy jsou ve videoherní kultuře velice důležité a udávají směr celého průmyslu. Jejich množství je obrovské a ve většině případů se vztahují k určitým proudům a skupinám. Proto zde předně zmíním trendy, které ovlivňují skupinu nezávislých tvůrců.

Zásadním trendem pro nezávislé tvůrce je digitální distribuce. Bez její existence by nezávislá videoherní scéna jen těžko dosáhla své dnešní velikosti. Důležité jsou především distribuční kanály sdružující velké množství uživatelů, jimž může být obsah nabídnut. Jmenovitě pak například již jednou zmíněný distribuční kanál Steam od společnosti Valve. Ten je prozatím leaderem v oblasti digitálních prodejů. Podle článku *The Numbers Behind Steam's Success* vydaného v internetové verzi magazínu *Forbes* činil podíl Steamu na trhu s digitální distribucí v roce 2011 celých 51 %.³ Jedná se v podstatě o vydavatele, který zajistí v rámci kanálu částečnou propagaci hry. Přitom si bere podíl pouze kolem 10 %, což je v porovnání s klasickými vydavateli nesrovnatelně méně. U klasických vydavatelů je podíl kolem 70 %. Je ovšem velice obtížné se do nabídky Steamu se svojí hrou dostat. Až donedávna o hrách uveřejněných na Steamu rozhodovali zaměstnanci za zavřenými dveřmi, dnes pro nezávislé tvůrce vede cesta na Steam skrze funkci *Greenlight*, kde hlasováním rozhodují samotní uživatelé této služby. Kromě Steamu za zmínku stojí například polský portál *Gog.com*. Ten vznikl především pro distribuci starých her přizpůsobených novým systémům a výkonu počítačů, ovšem pomalu se otevírá i nezávislým tvůrcům. Na ostatních platformách to pak je například už výše zmíněný *Xbox Live Arcade* nebo *PlayStation Store*. O obou konzolových digitálních obchodech se dá tvrdit, že jsou nejhůře přístupné, vzhledem k jejich přísným kritériím na vloženou hru a zároveň relativně vysokým poplatkům za její umístění. Pro mobilní platformy je tu pak *AppStore* a *Google Play*. Přes tyto kanály se dají hry distribuovat nejjednodušeji, ovšem u obou kanálů platí, že jsou značně nasyceny, a proto je k úspěchu potřebná propagace mimo digitální obchod. Poslední možností, která tvůrcům zbývá, je distribuce přes jejich vlastní kanál, nejběžněji jejich stránky. Tento způsob má však smysl,

³ TASSI, Paul. *The Numbers Behind Steam's Success*. In: *Forbes* [online]. 2012 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: <http://www.forbes.com/sites/insertcoin/2012/02/16/the-numbers-behind-steams-success/>

pokud mají tvůrci vybudovanou velmi silnou komunitu. Na druhou stranu jim odpadne povinnost dělit se o svůj podíl s cizím digitálním distributorem.

Dalším důležitým trendem, jenž se objevil teprve před několika málo lety a jehož síla narostla až v posledním roce, je tzv. *crowdsourcing*. „Crowdsourcing je proces získání práce či finančních prostředků, obvykle online, od davu lidí. Sousloví je kombinací slov ‚crowd‘ (česky dav) a outsourcing (přenechání práce jinému subjektu, mimo subjekt vlastní).“⁴ V kontextu tvorby her se pak crowdsourcing uplatňuje především jako prostředek jak alespoň částečně financovat velmi drahý vývoj, tzv. *crowdfunding* (financování davem). Zásadní roli zde hraje komunita; čím větší komunitu kolem sebe tým má, tím větší je pravděpodobnost, že získá dostatečný finanční obnos. Mimo komunitu také hraje roli atraktivita projektu, například jeho vizuální podoba či implementace originálních herních mechanismů. Aktuálně nejznámějším crowdsourcingovým portálem je americký Kickstarter založený v roce 2009. Prostřednictvím něj je placeno 90 % všech herních projektů financovaných pomocí crowdsourcingu. Vzrůstající oblibu tohoto způsobu financování dokazují i čísla z března roku 2013, kdy objem peněz investovaných do financování herních projektů na Kickstarteru překročil 100 milionů dolarů, což je 25x více, než v roce 2011.⁵ V České republice zatím crowdfunding nemá dostatečnou tradici. Existuje zde několik projektů, které se pokoušejí o podobný model, na jakém funguje Kickstarter, ovšem jejich úspěšnost je mnohem nižší. Financovat projekty prostřednictvím crowdfundingu se pak daří především v hudebním průmyslu, například na serveru HitHit.com. Na druhou stranu neexistuje žádný doklad o tom, že by se kdy na české crowdfundingové scéně podařilo financování herního projektu.

Posledním trendem, kterému se budu věnovat, je dlouhodobý trend pirátství. Jedná se o negativní trend nezasahující pouze videoherní scénu, ale i další odvětví zábavního průmyslu. Oproti hudebnímu a filmovému průmyslu, které do nástupu digitální éry pirátství téměř neznaly, by se dalo říci, že byl ten videoherní lépe připraven. Tato připravenost vycházela především z podstaty média, které díky svému zrodu v digitální éře umožňovalo uplatnění sofistikovanějších ochran. Nicméně ani to nezbránilo masivnímu pirátství po rozšíření internetu, kdy je prolomení ochrany otázkou několika dní od uvedení titulu na trh. Mnoho společností, především pak ty velké, se tak snaží vymyslet důmyslnější ochranu, která udrží jejich produkty déle chráněné. Dle reakcí hráčů jsou však tyto ochrany spíše na škodu

⁴ What is Crowdsourcing?. In: Daily Crowdsourc [online]. San Diego, 2012 [cit. 2013-04-21]. Dostupné z: <http://dailycrowdsourc.com/crowdsourcing-basics/what-is-crowdsourcing>

⁵ CIFALDI, Frank. Kickstarter games have raised over \$100M: (and other fun stats). In: Gamasutra [online]. 2013 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: http://www.gamasutra.com/view/news/189138/Kickstarter_games_have_raised_over_100M_and_other_fun_stats.php

a více než piráty šikanují samotné hráče, kteří si hru legálně pořídili. I to je jeden z důvodů klesající obliby velkých herních vydavatelství. Malí nezávislí tvůrci pak většinou nemají finance, které by jim umožňovali bojovat proti pirátství vytvářením ochran. Jejich jedinou možností je tak opět budování silné komunity, jenž bude respektovat jejich práci a náležitě ji ocenit. Příkladem za všechny budiž polské studio CD Projekt Red. Jejich hru *Witcher 2* vydali tzv. DRM Free, (z anglického Digital Rights Management – systém, který kontroluje legální používání autorského díla; free – neobsahující). Dle slov vývojového ředitele Adama Badowského⁶ tak učinili, aby odměnili své hráče za zakoupení jejich hry. DRM pak ve většině případů znepříjemňovalo hraní, což bylo proti filozofii společnosti. Tento akt nutně nevedl ke snížení pirátství, znamenal však důležitý signál hráčské komunitě, že společnosti jde především o hráče více než o peníze. To samozřejmě zvedlo oblibu samotného studia a rozšířilo řady jeho příznivců. Je dost pravděpodobné, že podobné chování může herním studiím přinést ovoce a alespoň částečně omezit pirátství u jejich dalších projektů.

1.2.3 Videoherní komunity

Z toho, co jsem prozatím popsal, vyplývá, že komunita hraje ve videoherní kultuře obrovskou roli. Fanouškovství kolem her je například mnohem silnější nežli kolem filmů. Podobné vnímání média můžeme spíše pozorovat u literatury či seriálů. Důvodů, proč se hráči cítí více spoutáni s hrami nežli jinými médii, může být hned několik. Předně je to množství času, který hráč hře věnuje. Oproti průměrné délce filmu, což je asi 2 a půl hodiny, se počítá herní doba povětšinou na desítky hodin. Samozřejmě záleží na typu hry, její struktuře, příběhovosti a dalších faktorech. Nicméně hráč má dostatek času se s prostředím ztotožnit a vzít ho za vlastní. Dalším důvodem, proč se kolem her tvoří daleko silnější komunity, je pravděpodobně fakt, že hráč už není pouhým divákem jako u filmů, knih či seriálů, ale stává se součástí herního světa. Jeho putování skrze tento svět mu pak vytváří unikátní zážitek, který ostatní média nedokážou nabídnout. Čím je hra méně lineární, tím má více možností, jak reflektovat osobní volby hráče a tak zintenzivnit jeho prožitek. Kapitola sama pro sebe jsou pak komunity, které se tvoří kolem online her. U nich by se s nadsázkou dalo říci, že hry nehrají, ale přímo žijí.

Herní komunity ovšem nežijí pouze ve svých hrách, mnohdy se aktivně podílejí na dění kolem nich. Na diskusních serverech probírají své zážitky, chlubí se svými úspěchy, případně vytvářejí vlastní obsah, který s hrou souvisí (tematická videa, kresby či povídky zasazené do

⁶ DUTTON, Fred. *The Witcher 2 goes DRM-free*. In: *Eurogamer.net* [online]. 2011 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: <http://www.eurogamer.net/articles/2011-05-27-the-witcher-2-goes-drm-free>

herního světa). Obohacují tak *genius loci* virtuálních prostředí. Zároveň jsou také velice citliví na změny, které považují za neuctivé ke komunitě. Jedná se především o již jednou zmíněné monetizační praktiky či ochuzení hrátelnosti na úkor masovějšího dosahu.

Nerespektování komunity je zásadní chyba, které se studia mohou dopustit. Na druhou stranu starání se o svoji komunitu může přinést studiím kvalitní základnu věrných fanoušků, jenž je podří i v nejistých dobách.

1.2.4 Vnímání videoherních studií

Oproti dobře zmapované sféře videoherních komunit a jejich vztahu ke hrám jsou videoherní studia a jejich vnímání hráči relativně neznámým územím. Sám dokážu zhodnotit svůj vlastní postoj, ten je však značně deformován mým dlouhodobým působením na herní scéně a nadprůměrnými znalostmi prostředí, které běžný hráč nemá. Když jsem si pak pokládal otázku, jak jsou vnímáni samotní tvůrci, narazil jsem na několik teorií, které bylo potřeba ověřit. Vytvořil jsem tedy krátký průzkum a s pomocí svých přátel a přátel mých přátel jsem jej rozšířil mezi komunitu hardcore hráčů. (dotazník je zveřejněný na portálu masseffectbeta.herniweb.cz). Průzkumu se zúčastnilo do napsání této práce 221 respondentů, což je dle mého názoru relativně silný vzorek.

Základní tezí, kterou jsem chtěl svým průzkumem podložit, byla domněnka, že mnohem více nežli individuální autorství je u her vnímáno autorství kolektivní. Tedy například na rozdíl od filmů, kde je většinou za autora vnímán především režisér, se u her autorství připisuje spíše celému týmu, nežli jeho vůdčím osobnostem. V průzkumu jsem začal otázkou, zdali hráči vůbec vnímají herní studia, jejichž hry hrají. Celých 27 % respondentů odpovědělo, že zná tvůrce každé hry, kterou hrají, 51 % většinou vnímá tvůrce hlavně u kvalitních her a 19 % vnímá tvůrce jen u (pro ně) důležitých titulů. Pouhá 3 % pak zajímají především hry samotné a jejich tvůrce nevnímají. V další sérii otázek jsem se pak například ptal na roli silných osobností, které v herním průmyslu bezpochyby existují. Výsledek celkem podpořil moji teorii. Těsná většina 52 % hráčů vnímá silné osobnosti na herní scéně, 76 % tázaných si pak nemyslí, že by týmy vedené vizí silné vůdčí osobnosti dokázaly tvořit lepší hry, než dobře sehrané týmy sdílející společnou filozofii. Pokud za hrou stojí studio vedené silnou osobností, většina, 67 % hráčů, vnímá jako autora jak osobnost, tak celé studio. Neméně důležitý je i vztah k herním studiím v kontextu s hrami. Například veskrze negativně vnímají hráči fakt, pokud jejich oblíbenou hru převezme studio, jenž nemá s daným typem her zkušenosti – 24 % negativně a 67 % spíše negativně. Podobnou otázkou jsem se hráčů tázal, zdali se pro ně sníží atraktivita titulu, jestliže po dlouholetých tvůrčích značku převezme nové studio, bez ohledu

na jeho kvality. I zde převažoval názor mluvící pro důležitost herních tvůrců v očích hráčů, i když již ne tak drtivě. Pro 8 % to atraktivitu titulu sníží velmi, pro 49 % pak částečně. Naopak pro 36 % ji spíše nesníží a pro 7 % nesníží vůbec. Opačnou otázkou jsem se pak ptal, zdali se pro hráče zvýší atraktivita titulu do té doby nevalného jména, pokud jej dostane jejich oblíbené či všeobecně uznávané herní studio. V 19 % ano a hráči by pak i uvažovali o pořízení daného titulu, v 51 % zněla odpověď spíše ano, 27 % spíše ne a pouze pro 3 % hráčů by to atraktivitu nijak nezvedlo. Poslední otázka v mém průzkumu byla dobrovolná a umožňovala účastníkům vyjádřit svůj vlastní názor. Ve většině případů se jejich názory shodovaly s výsledkem výzkumu, zároveň se zde značně projevovala i ona citlivost popsaná v předchozí podkapitole. Mnoho hráčů vyjadřovalo svoji nespokojenost s chováním některých herních studií, většinou ji však dávalo za vinu působením velkého vydavatele.

Ve výsledku mi tento průzkum velice pomohl při upevnění mých názorů a taktéž podpořil moji myšlenku, že se vyplatí budovat komunitní zázemí nejen kolem samotných her, ale především kolem studií. Je z něho patrné, že hráči vnímají herní tvůrce, především pak herní týmy. Zajímavé je, že hráči opravdu nepřisuzují takový vliv silným vizionářům, navzdory faktu, že v herním průmyslu existují a dosahují kvalit srovnatelných s jejich protějšky z jiných odvětví. Důvodů pro tento jev může být hned několik. Prvním z nich, se kterým se také ztotožňuji, je fakt, že tvorba her je velice náročná, a proto vyžaduje ve většině případů vícero lidí, které sdruží společná filozofie, společný přístup k tvorbě. Většina studií si pak tento odkaz nese po celou dobu své existence. Dalším faktorem, který může mít vliv na silnější vnímání studií nežli samotných osobností, je fakt, že individuální tvůrce nedostávají takový prostor v médiích jako celá studia. To může být způsobeno dosavadní nevypěstostí stále mladého průmyslu, kdy se zatím kultura nenaučila vnímat přínos jednotlivce. Posledním faktorem stojícím za zmínku je vliv jednotlivých profesí. Je možné, že žádná z profesí v herním průmyslu nemá takovou exekutivní moc, jako například již mnohokrát zmiňovaný režisér ve filmovém průmyslu. Nejpravděpodobnější je, že každý z výše zmiňovaných faktorů hraje svoji roli.

1.3 Shrnutí

Za dobu své více jak 50leté existence se videohry dokázaly vyvinout ve velmi pestré médium. Co více, dokázaly si kolem sebe utvořit silnou a svéráznou kulturu a staly se pro mnoho tvůrců novým prostředkem, jak se realizovat. Ze začátku pouhé hračky pro děti a pár podivínů vytvářené pionýry-všeuměly si postupně začaly podmaňovat nemalou část světa. S jejich rostoucí popularitou a technickou evolucí rostly i nároky na jejich kvalitu. To dalo vzniknout

prvním větším studiím čítajícím nejdříve desítky a pak stovky profesionálů. Tvorba v takovém množství lidí byla velmi nákladná, což částečně podnítilo vznik kontraproudu indie vývojářů. Těm šlo a stále jde především udržet tvorby jak v mezích finančních, tak personálních a získat tak nezávislost na velkých vydavatelstvích. Nemalou evolucí prošli také samotní hráči. S rozšiřováním her do středního proudu ztratili statut podivínů a stali se respektovanou a náročnou popkulturou.

Pro moji práci je pak zásadní vztah mezi studií a hráči, jak se navzájem vnímají a ovlivňují. Průzkum, který jsem provedl, mi dal za pravdu, že studia hrají v očích hráčů důležitou roli. Zároveň je pro nezávislé tvůrce nesmírně důležité budování komunity, ať už z důvodu prodejnosti jejich titulů, ochrany proti pirátství, či pomoci s investicí do nových projektů. Webové stránky, které navrhuji, by pak měli pro takovou komunitu poskytovat dobré zázemí. Jejich architektura by měla být navržena tak, aby dokázaly reflektovat potřeby nejen samotných vývojářů, ale celé komunity.

2 Proces přípravy

Abych dokázal navrhnout kvalitní webový portál se všemi prvky, které jsem si naplánoval, musel jsem se nejdříve zorientovat v současných možnostech a trendech webových stránek – jaké možnosti mám, čím jsem limitován apod. Druhá část mých přípravných prací spočívala v průzkumu ostatních webových prezentací herních studií. Vybral jsem tedy pět charakteristických, které zhodnotím a porovnáám se svou vizí webové prezentace.

2.1 Současný vývoj webové scény

Webový vývoj šel ruku v ruce s tím technologickým. Až do nedávné doby byla hlavním hybatelem počítačová scéna, která dávala webových tvůrcům relativně pevnou půdu pod nohama. Budoucnost vývoje PC byla celkem předvídatelná, a tak i samotní tvůrci webových řešení spoléhali na pozvolnou evoluci. Zásadní změna přišla s příchodem chytrých telefonů a především pak tabletů. V obou případech se jednalo o revoluční milníky, na které nebyl internet té doby připraven. Zejména nové dotykové rozhraní absolutně měnilo dosavadní chápání designu uživatelského rozhraní stránek. Spousty portálů začaly vydávat a ještě stále vydávají mutace svých webů přizpůsobené daným zařízením. Jejich funkčnost je však v mnoha případech omezena. Mnohem lepší možností je tvorba flexibilních stránek, které se samy přizpůsobí všem platformám. Jak správně tvořit uživatelské rozhraní jako první ukázaly samotné aplikace na tablety a smartphony, které pak inspirovaly i design webový.

Důležitou roli dnes hraje i interaktivita. V prvopočátcích měly stránky pouze textovou formu, časem pak přibyla možnost publikování obrázků. Webu však stále chyběl prvek, který by umožňoval zobrazování interaktivního a dynamického obsahu. S částečným řešením přišla firma Macromedia a její Flash. Ten nesloužil pouze tvůrcům her, jak už jsem zmiňoval v kapitole o historii videoherní kultury, ale především nabídl možnost oživení stránek pomocí interaktivních a dynamických prvků. Jeho monopol znamenal jasnou dominanci až téměř do současnosti. Jenže Flash má několik zásadních problémů. Především není nezávislý. Je vlastněný jednou společností, v současnosti Adobe, která má absolutní kontrolu nad jeho vývojem a nástroji potřebnými k tvorbě obsahu. To samozřejmě vede k nestandardizovanému prostředí závislému na konání společnosti. Bojovat se proti tomu snaží především konsorcium W3C, jenž vyvíjí standardizovaný webový jazyk HTML a CSS. Poslední verze těchto jazyků, HTML 5 a CSS3, již umožňují nahrazení některých základních funkcí Flashe. Velkou ránu Flashi zasadil také příchod mobilů a tabletů, zejména těch od společnosti Apple. Tato společnost deklarovala, že *plugin* Flash Player (modul do webového prohlížeče, který

umožňuje zobrazování obsahu vytvořeného ve Flashi) nebude ve svých mobilních zařízeních podporovat. Vzhledem k tomu, že se mobilní telefon iPhone a tablet iPad staly jedněmi z nejmasověji používaných zařízení, která mají nezanedbatelný podíl na trhu, mnoho webových tvůrců proto záhy přešlo z flashového obsahu na obsah tvořený v HTML 5. K Applu se postupně začínají přidávat i další vlivní hráči na trhu, jako například Google či Microsoft, což nejspíše povede k dalšímu ústupu Flashe a rozkvětu HTML 5.

2.2 Průzkum webových řešení videoherních studií

Důležitou součástí příprav k mé práci bylo také analyzování stránek ostatních studií: jak různá studia staví svoje portály, jak komunikují s komunitou a jak prezentují svoji práci. Vybral jsem 5 charakteristických stránek, na kterých bych chtěl demonstrovat různé přístupy. Jednotlivé stránky se většinou liší podle velikosti studia a jeho statutu nezávislosti.

Začal bych stránkami české pobočky společnosti 2K, jednoho z největších nadnárodních vydavatelů. Společnost 2K Czech, jak se česká pobočka jmenuje, je původem nejúspěšnější české herní studio Illusion Softworks zodpovědné za hru Mafia. Přestože má toto studio na svém kontě mnoho oblíbených titulů, jejich aktuální stránka slouží především k prezentaci z kariérního hlediska. Úvodní stránka je tvořena ve Flashi, takže je přístupná pouze z PC. Zbylé stránky jsou navrženy čistě a přehledně, avšak vizuálně stroze a relativně nezajímavě. Zde to však ani není potřeba, vzhledem k tomu, že je stránka, jak už jsem zmínil, určená především potenciálním zaměstnancům, nikoli hráčům samotným. S tímto trendem jsem se setkal u většiny studií vlastněných vydavatelem a obvykle platí, že méně významná studia mají horší webovou prezentaci, která je částečně zastoupena velkým vydavatelským portálem. Stránky jsou k nalezení na adrese 2kczech.com.

To však neplatí v případě dalšího týmu spadajícího pod vydavatele 2k. Studio Irrational Games je v současné době považováno za jedno z nejlepších, co se týče tvorby výpravných her. V jeho čele stojí Ken Levin, vizionář a veterán videoherního průmyslu. Stránky týmu jsou pak výborným, ale zároveň relativně vzácným příkladem snahy o propojení s komunitou. Tvůrci je vedou velmi příjemným stylem, kdy na jedné straně stojí blog popisující jak dění kolem her, tak dění ve studiu. Tvůrci si například vytváří vlastní *podcast* (zvukový diskusní pořad, většinou úzce specializovaný), ve kterém neprobírají pouze jejich vlastní hry, ale diskutují o mnoha různých aspektech tvorby. Ani prezentace samotných zaměstnanců studia není nijak zanedbaná, i když jsou povětšinou zastíněni osobností Kena Levina. Například se s nimi v blogu objevují rozhovory a sympaticky vyhlíží i žebříček nejhranějších her ve studiu, který obsahuje i tituly jiných tvůrců než samotných Irrational Games. Co se týče hráčů, tak ty

si zde mohou vytvořit klasický účet, pod kterým lze komentovat články a další dění. Ovšem narazil jsem i na zajímavé prvky jako rozdělování odznáček a bodů uživatelům. Vizuálně pak stránky vycházejí z estetiky her studia. Osobně mě webová prezentace Irrational Games velice zaujala. Nejvíce se shodovala s mou představou webových stránek, které propojí tvůrce s komunitou. Stránky lze nalézt na adrese irrationalgames.com.

Dalšími stránkami nebudou stránky studia, ale služby, protože bych na nich rád demonstroval možné komunitní funkce. Jedná se o již několikrát v této práci zmiňovanou službu Steam. Celé její stránky jsou velice dobře navrženy, ovšem já se zaměřím především na kategorii Komunita, ve které se shromažďuje obsah tvořený hráči. V malých, vedle sebe poskládaných rámečcích se řadí komiksy, fanouškovské ilustrace či návody a rady. Hráčské výtvořky jsou pak hodnoceny ostatními hráči a ty nejzajímavější se ocitnou na vrcholku stránky. Je to jeden ze způsobů, jak zapojit hráčskou komunitu více do dění kolem her a zároveň využít jejich nadšení pro užitečný crowdsourcing, který obohacuje herní svět. Stránky jsou k nalezení na adrese: store.steampowered.com.

Nyní se přesuneme do indie scény. Studio Vlambeer je asi tříčlenné seskupení z Nizozemska tvořící především drobné hry s důrazem na hratelnost. Jejich stránky jsou typické pro nezávislé vývojáře. Jsou tvořeny formou velmi volně psaného blogu, ze kterého je cítit svoboda a nadšení pro tvorbu. Vizuální styl je jednoduchý a stránky působí spíše jako přizpůsobená šablona pro volně šířitelný redakční systém. Jejich součástí je také malý obchod, kde tvůrci zprostředkovaně prodávají své hry, ale i různý *merchandise* – tedy produkty vázané nějakým způsobem k jejich hrám. Stránky lze nalézt na adrese vlambeer.com. Posledním studiem, jehož stránky budu analyzovat, je české videoherní studio Bohemia Interactive. Přestože se jedná o relativně velké studio mající několik poboček po celé České republice a vytvářející několik projektů naráz, je to studio nezávislé, které své hry jednak vytváří, jednak je i distribuuje. Právě BIS je na své komunitě extrémně závislé a díky ní má nejen stálou základnu zákazníků, ale zároveň se z ní rekrutují noví talentovaní zaměstnanci. Komunitě slouží zejména rozsáhlé fórum čítající miliony příspěvků a lokální encyklopedie fungující na principu Wikipedie. Dále si pak studio píše vlastní vývojářský blog. Ostatní kategorie stránek jsou relativně tradiční. Podoba stránek je čistá a přehledná. I když nejsou přizpůsobeny mobilním zařízením, jejich funkčnost na nich je bezproblémová. Stránky jsou k nalezení na adrese bistudio.com.

V konečném shrnutí by se dalo říci, že téměř každá prezentace videoherního studia obsahovala nějaké prvky podporující budování komunity. Nejčastěji se jedná o fóra, ale našly se i další možnosti, jak komunitu zapojit, třeba i výše popsáním crowdsourcingem. Základní

struktura většiny stránek je stejná a bývá rozdělena na segment pro hráče a segment pro potenciální zaměstnance. Co se týče technického zpracování, tak stránky ve valné většině případů nebyly přizpůsobeny novým mobilním zařízením a patřily spíše k těm konzervativnějším na webové scéně.

3 Sumarizace cílů práce

Nyní mohu na základě průzkumů, které jsem provedl, a dalších nasbíraných informací popsat vizi stránek, jež navrhuji. Nejdůležitější roli zde hraje kontakt komunity s tvůrci, a to nejen v jednosměrném řešení směřujícím od tvůrců k hráčům, ale i naopak. Stránky by měly fungovat jako živý ekosystém, kde se obě skupiny prolínají a navzájem ovlivňují.

Středobodem hráčské komunity na našem portálu je jejich osobní automaticky generovaná stránka – tzv. hráčský deník. Nechci, aby osobní profil sloužil pouze pro porovnávání statistik s ostatními hráči, už jen proto, že ne každá hra musí být založena na kompetitivní formě. Také není jasné, jak moc budou stránky komunitou využívány, a i když bychom si přáli jejich vysokou návštěvnost, v opačném případě se totiž jakékoli budování statistik rozpadá. Proto se forma deníku, kde se bude automaticky zaznamenávat průběh hráčovy hry, jeví jako nejlepší řešení. Díky možnosti přidávat vlastní obsah pak může hráč svůj deník personalizovat a vytvořit tak unikátní záznam o svém hraní. Hráč deník může uzamknout a nechat ho tak pouze pro své vlastní použití, nebo se o něj naopak podělit s komunitou.

Další důležitou funkcí by měl být přístup k tzv. *donátorům* souvisejícím s crowdfundingem (viz kapitola 1.2.2 – Trendy ve videoherní kultuře). Donátoři jsou v tomto případě lidé, kteří nějakým způsobem přispěli na vznik nových projektů studia. Záměrem není vytvoření vlastního financovacího mechanismu po vzoru velkých crowdfundingových portálů. Záměrem je využít jejich služeb externě (především kvůli jejich vysoké návštěvnosti a cirkulaci uživatelů, kterých stránky našeho studia nemohou nikdy dosáhnout) a nabídnout pak přispěvatelům zázemí, kde jim za jejich finanční podporu nabídneme jako odměnu speciální obsah.

Třetím nejpodstatnějším prvkem webu je pak kontakt tvůrce s hráčem. Předně prezentace tvůrců samotných. To umožňuje systém blogů, jež budou každému tvůrci přístupné, a bude se tak moci skrze ně vyjádřit nejen k vývoji her, ale například i své názory na dění na herní scéně či filozofii své tvorby. Zároveň by měly profily členů studia podkrýt individualitu jednotlivých tvůrců více než pouze jejich profesionální prezentaci.

Co se týče technické specifikace, chci, aby byly stránky co nejflexibilnější, fungující jak na velkých monitorech domácích počítačů, tak na malých mobilních displejích. Jejich ovládání by mělo být co nejintuitivnější a přístupné pro dotyková rozhraní tak, aby uživatelé nebyli omezeni zařízením.

4 Proces tvorby a popis díla

Vzhledem k tomu, že se dosud studio Blue Pulsar prezentovalo jen velmi jednoduchými webovými stránkami vizuálně průměrné úrovně, nemohl jsem v procesu tvorby na ničem stavět. To mi sice přidělovalo více práce, zato jsem však měl kreativní volnost a mohl se plně věnovat naplňování svých cílů.

4.1 Vizuální podoba

Do doby, než jsem začal pracovat na návrhu webových stránek, studio nemělo žádnou vizuální identitu. Jedním z mých úkolů proto bylo vytvořit i vizuální identitu. Již dříve, než jsem vůbec na stránkách začal pracovat, jsem vytvořil logo, které jsem časem shledal příliš staromódním a v mnoha případech nepoužitelným. Navíc bylo lehce zaměnitelné a neneslo žádný nápad, který by logo ozvláštnil a zároveň jej propojil s charakterem studia. Proto jsem při tvorbě stránek začal úplně nanovo.

Studio je pojmenováno podle rotujících neutronových hvězd, tzv. pulsarů. Přídavným jménem blue, tedy modrý, se pak název měl odlišit od jiných značek používajících slovo pulsar v názvu. Začal jsem hledat informace o pulsarech, které by mě mohly inspirovat k vytvoření kvalitního loga. První, na co jsem narazil, byl samozřejmě tvar pulsaru. Ten je sice charakteristický, ale při tvorbě loga by vedl k dosti schematickému a nezajímavému symbolu. Navíc jej minimálně jedna firma Pulsar už používala. Mnohem více mě však zaujal článek o sondě Voyager, která na své palubě nesla plaketu s rytinami určenými jako poselství vzdáleným světům. Jednou z vyobrazených rytin byla také poloha planety Země určená pozicí vůči 14 pulsarům. Tento jednoduchý nákres tvořený z úseček mířících k jednomu bodu byl velice zajímavý. Zkusil jsem s ním experimentovat a utvořit z něj logo. Nakonec jsem skončil u 13 čar kopírujících směry k jednotlivým pulsarům z plakety uzavřených v kruhu. Neznalým uživatelům může připomínat schematické znázornění výbuchu či záblesku, přesně jako pulsary působí na jejich pozorovatele. Zároveň logo nepřímě odkazuje na první animaci, která studio prezentovala před každým začátkem jejich her a která také připomínala výbuch (příloha 1). Mým záměrem je, aby logo prezentovalo značku studia samo o sobě bez použití písma. Ne ve všech případech to samozřejmě půjde, ale na stránkách samotných je pouze ve formě symbolu.

Přesto je písmo důležitou součástí identity. Aby maximálně odpovídalo mým představám, musel jsem si ho sám navrhnout. Mělo by se jednat o moderní font inspirovaný především kurzívními futuristickými písmi z přelomu 80. a 90. let minulého století. Je to font

bezpatkový, tvořený úzkými linkami vycházejícími z estetiky loga. Dal jsem mu název BluePulSans (příloha 2) a na stránkách tvoří většinu nadpisů. Nikdy však není používán ve velikosti menší než 35 typografických bodů. V takových případech by mohl ztratit tvar a částečně i čitelnost. Proto jej v drobných užitích nahrazuji druhým fontem, klasickou a široce rozšířenou Verdanou v základní a kurzívní podobě. Nikoli však ve formě tučné.

V prvních fázích navrhování byla podoba odlišná v mnoha aspektech. Web jsem nejdříve navrhl ve světlých barvách, které však příliš nekorespondovaly s vizuálním odkazem k vesmíru obklopujícímu pulsary. I v mnoha dalších ohledech však ztrácel, zejména pak v nerozváženém používání fontu, nevyváženosti některých prvků a celkové vizuální strohosti (příloha 3). Od tohoto návrhu jsem se odpoutal relativně pozdě a začal opatrně stavět novou podobu, zachovávaje základní ideály. Nová podoba mnohem více využívá obrazových symbolů a piktogramů (příloha 4).

Piktogramy a ikony se na stránkách dělí na dva druhy. První vychází a respektuje úzké linky v logu, v tomto případě jsou to ovládací ikony kolem loga a jinde na stránkách. V druhém případě u ikon především externích, jako například loga sociálních sítí apod., je ikona plná a v základní podobě je vyplněna stejným modrým přechodem, jaký vyplňuje i hlavní logo.

Při barevnosti stránek jsem musel vycházet z názvu společnosti, který jasně určil použití modré. Jako základní barvu jsem tedy zvolil tyrkysovou přecházející až do čisté RGB azurové (R: 0; G: 255; B: 255). Jednotlivé tóny jsou pak kombinované v přechodech. Zbytek stránek je laděn do tmavých šedých odstínů připomínajících vesmírnou temnotu. To dává modrým odstínům dobře vyniknout.

Na stránkách jsem použil také různé vizuální prvky, které doplňují a uzavírají celý vizuální styl. Prvním, méně výrazným jsou založené rohy, které zde mají jak funkční, tak čistě dekorační účel a používám je všude, kde pouhé plochy působí příliš stroze. Druhým prvkem, který do značné míry pomáhá vytvářet vizuální styl, jsou obrázky z našich her foceně fotoaparátem přes monitor. Díky pixelovému rastru a různým úhlům zachycení pak získávají unikátní podobu, kterou pouhým sejmutím obrazovky nelze dosáhnout. Tyto obrázky jsou pak ve většině případů laděné do základních modrých odstínů a jsou využity na různých místech stránek. Celkově jsem se snažil design tvořit plochý a čistý a tím jej udělat nadčasový.

4.2 Funkční design

Klasické struktury stránek jsou velmi limitovány v tom, jakým způsobem mohou svým uživatelům nabízet obsah. Jejich možnosti jsou určeny šablonou, kde je jasně rozvrženo, kde se bude co zobrazovat. Například pokud mají nějaký zdroj novinek, je povětšinou omezen na

textové zprávy. To snižuje flexibilitu stránek a schopnost dobré komunikace s fanoušky. A jelikož jsem se nechtěl příliš vázat do neflexibilních šablon, musel jsem vymyslet způsob, jak nabídnout zajímavý obsah návštěvníkům ve flexibilní formě. Po nějakém čase přemýšlení a hledání jsem přišel na řešení pomocí modulů. Hlavní myšlenka tohoto řešení je, že obsah stránky není pevně daný, ale staví se z tzv. modulů, což jsou obdélníkové prvky různých velikostí, které se skládají podle potřeby a tvoří tak hlavní tělo stránky. V modulech pak může být obsaženo téměř cokoli, co je prohlížeč schopen zobrazit. Od pouhého textu, přes obrázky, video, až například po nějaký graf. Modulové řešení se již v jisté míře ve webdesignu užívá, například aktuálně jej využívá úvodní stránka České televize, ovšem v takovém rozsahu, v jakém jsem ho chtěl použít já, tedy že nahradí 90 % užité plochy stránky, jsem ho zatím neviděl. Moduly mají i jiné přednosti nežli pouhou schopnost zobrazit jakýkoli obsah. Jsou velice flexibilní, a to nejen ve smyslu, že se dokážou přizpůsobit šířce rozlišení daného zařízení, ale dají se i vyvolat kdekoli na stránce, čehož jsem také ve svém designu využil. Základních kategorií na stránkách studia je šest, z toho dvě kategorie slouží pouze k sjednocení informačních proudů z ostatních kategorií. Čtyři kategorie pak představují vlastní projekty, komunitu, informace o společnosti a kariérní segment. Díky modulům můžeme vzít jednotlivé informace z různých kategorií a zobrazit je například na hlavní stránce bez toho, aniž bychom původní informaci nějak formátovali. Zároveň se forma modulů dá dobře použít v hráčském deníku, odkud je opět možné přebírat obsah pro některý z našich informačních proudů. V původním návrhu stránek jsem počítal se čtyřmi velikostmi modulů pro různé typy informací, ovšem později se při prvních testech použitelnosti ukázalo, že počet čtyř modulů je naprosto zbytečný a generoval by pouze prázdná místa, která by se musela zaplňovat nijak neúčinným dekoračním prvkem. V nové verzi jsem tedy počet velikostí redukoval na dvě, což se ukázalo jako ideální kombinace. Malá verze dokáže dobře sdělit informace, kdežto dvakrát větší verze je vhodná pro různá média, od obrázků po videa. Obě velikosti se tak dobře navzájem doplňují.

Důležité jsou také ovládací prvky a jejich zakomponování do designu stránek. V původní verzi jsem místo ikon používal písmo, které ovšem mírně limitovalo flexibilní šířku stránek, jelikož muselo mít pevně danou velikost zachovávající jeho čitelnost. V nové verzi jsem jména jednotlivých kategorií nahradil piktogramy, jejichž celková šířka byla poloviční než řešení s písmem. Také se tím navigace stala více srozumitelnou bez potřeby znalosti jazyků. Názvy jednotlivých kategorií zůstaly zachovány a zobrazují se při přejetí ikonky myší. Samotné piktogramy jsem pak využil i pro lepší označení příslušnosti jednotlivých modulů. Druhým zásadním problémem, kterým původní verze trpěla, byla forma úvodního menu,

jehož velkou část zabíral obrázek. Tento vizuální prvek by byl vhodný u stránek, jejichž účelem je prezentace s důrazem na vizuální prvky více než na funkčnost. Při prohlížení na zařízeních s velkou zobrazovací plochou tento prvek nevadil, ovšem u menších zařízeních zabíral velkou část zobrazované plochy a snižoval tak funkčnost stránek. Tomu jsem chtěl u nové verze předejít, a tak jsem pro ovládací prvky vyčlenil jen úzký pruh na vrcholu stránek. Ten uprostřed obsahuje ikony kategorií obklopující logo a po stranách jsou pak umístěny odkazy na sociální sítě a přepínatelné možnosti jazykových mutací. Důležitá je také dolní lišta určená hlavně pro uživatele, jenž zde má možnost přihlásit se do svého účtu a spravovat jej. Zároveň se mu po přihlášení otevře jeho vlastní prostor v podobě deníku, knihovny a mecenášského klubu. Funkce deníku zde byly popsány dostatečně, knihovna pak sdružuje všechny hry, které uživatel vlastní a zároveň i informace a novinky, které se jich týkají. Poslední možností je mecenášský klub, který nabízí donátorům obsah, jenž je jiným uživatelům nepřístupný. Díky modulům pak může být bonusový obsah škálován a distribuován donátorům podle výše částky, kterou přispěli.

Mimo stránek využívajících moduly jsem navrhl klasické stránky zobrazující články a jiný obsah, který není možné zobrazovat v modulech. Součástí by mělo být i uživatelské fórum, které jsem bohužel nestihl dokončit. Vzhledem ke komplexnosti webu pak tvorba kódu probíhala ve spolupráci se zkušenými webovými vývojáři.

5 Přínos práce pro daný obor

Myslím si, že moje práce je v mnoha ohledech unikátní. Ať již v přístupu ke komunitě, tak ve formě, v jaké jsou stránky navrženy. Pravdou je, že webové prezentace videoherních studií bývají ve velké míře velice konzervativní a jen málokdy se jejich webovým portálům dostává inovativního přístupu. Tvůrci mnohem více spoléhají na ustálenou strukturu, která podle nich komunitě stačí. Já tento názor nesdílím, myslím si, že v současné době je propojení s komunitou nesmírně důležité, a mé teoretické podklady mě v tom utvrzují. Věřím, že podobný přístup, jaký jsem zvolil, je dobrou cestou pro nezávislé herní tvůrce, aby si utvořili silnou komunitu, která se bude cítit součástí nejen her samotných, ale i společenství kolem nich. Víím, že toto v mnoha ohledech supluje sociální síť, proto jsem se také snažil navrhnout stránku tak, aby proti ní nebojovala, spíše se s ní navzájem doplňovala a nabízela funkce, které na sociálních sítích nejsou možné. Řekl bych, že moje práce je také unikátní z technického hlediska, například výše zmíněnými moduly, které jsem, co se týče použití v takovém rozsahu, zatím na jiných stránkách neviděl. A vzhledem k tomu, že současné stránky stále ve velké míře používají šablony, které snižují jejich schopnost distribuovat rozmanitý obsah, vidím v použití modulů velký přínos. Mnoho studií nahrazuje své neflexibilní webové portály *nativními* aplikacemi (aplikace vyvíjené pro danou platformu, tak aby využily všech jejích možností) pro mobilní zařízení. Toto řešení má výhody především v rychlosti, kterou nativní aplikace má oproti webovému rozhraní, a lepšímu přizpůsobení UI (user interface – uživatelské rozhraní) danému zařízení. Zásadní nevýhodou je pak fakt, že se taková aplikace musí instalovat, a tak je prezentace přístupná jen opravdovým fanouškům. Myslím si, že pokud je webová stránka dobře navržena, dokáže vše, co samotná aplikace. I to je myšlenka, jež chci danému oboru prostřednictvím své práce předat.

6 Silné stránky

Mnoho silných stránek jsem již vyzdvihl v předchozích kapitolách, především v kapitole o přínosu své práce danému oboru. Pro účel této kapitoly je však shrnu.

Jako nejsilnější stránku své práce vnímám její flexibilitu, schopnost přizpůsobit se různým typům zařízení s rozmanitými zobrazovacími plochami. Sílu vidím také v relativně jasném uživatelském rozhraní, které by mělo být jednoduché na pochopení a orientaci. Toto rozhraní je také z velké části přizpůsobené dotykovým displejům moderních zařízení, jednotlivá tlačítka nabízejí dostatečný prostor pro dotyk bez nutnosti přesného označení myší. V oblasti technického zpracování za silné považuji také oproštění se od Flashe, který přestává být podporovaný napříč zařízeními. Jeho funkce jsme nahradili moderními webovými řešeními v podobě kombinace HTML 5, CSS 3 a Java scriptu. Po stránce filozofie stránek považuji za silný prvek propojení komunity hráčů a tvůrců, které by mělo být mnohem silnější než v případě konkurenčních webů jiných videoherních studií. Síla je i v připravenosti pro aktuální a budoucí trendy, které hýbou nezávislou videoherní scénou, jako je crowdfunding a digitální distribuce.

7 Slabé stránky

Největší nevýhodu vidím právě v použití nejmodernějších prvků při programování stránek, jelikož tyto prvky potřebují i aktuální verze prohlížečů. Proto s našimi stránkami mohou mít problém uživatelé jejich starších verzí. Na druhou stranu tito uživatelé v naší cílové skupině tvoří jen zanedbatelnou část a zbylá většina je obvykle technicky zdatná a využívá nejnovějších verzí internetových prohlížečů. Zároveň to беру i jako manifest, který se brání zastaralému a podporuje uživatele verzí aktualizovaných, jež napomáhají webové evoluci. Částečnou nevýhodou mohou být moduly pro uživatele, kteří jsou zvyklí na tradiční webové struktury a budou potřebovat čas v zorientování se v tomto novém schématu. Věřím však, že moduly jsou mnohem lepším krokem a jejich výhody ve velké míře převáží nad negativy. Z estetického hlediska je možná trochu krátkozraké spoléhat na kombinace pouhých dvou barev, které mohou být lehce narušeny nějakým příliš barevným prvkem. Na některých monitorech, především levných a nekvalitních notebooků s omezenými zobrazovacími schopnostmi se tmavé šedé plochy mohou z některých pozorovacích úhlů slévat, a i když jsem se tento neduh snažil maximálně eliminovat, rozhodně se mi to nepodařilo na 100 %.

Posledním neduhem, který je spíše dočasný, je fakt, že vzhledem ke komplexnosti stránek a komplikacím s redesignem, jenž jsem provedl zhruba v polovině až dvou třetinách procesu, se nepodařilo implementovat některé funkce, které sice nejsou zásadní pro chod stránek, ale jejich absence zamrzí. Dále se v prezentační verzi stránek nemohu spolehnout na reálný obsah, který prozatím neexistuje, což se samozřejmě také podepsalo na funkčnosti prezentované verze. Reálný obsah je ve většině případů nahrazen maketami, jež by měly zprostředkovat stejný dojem z funkčnosti, jako následný reálný obsah. Snažil jsem se, aby každá maketa reprezentovala alespoň jednu funkci, které by měla stránka nabídnout ve svém reálném fungování.

8 Resumé

As a topic of my bachelor project I chose designing of web presentation for the independent game developer studio. I had several reasons why I've chosen this topic. Firstly it's a type of work, where I can use my exhausting experiences in both fields - in the field of videogames as well as in the field of webdesign. Secondly it is somehow challenging to think about traditional designs of studio's web presentations and try to innovate and improve them. There were several things which I had to consider first. For example if I want to design something new and better, I can't just think about webdesign only, I have to think also about many things, which are not necessary connected with the process of creating, but they are really important for my approach to the project. I was mainly focused on the role of game developer studios in contemporary videogame scene. How players perceive them, how big impact they have and so on. I also had to explore all new trends, which are moving videogame industry forward.

I considered history of videogames as a really important part of my theoretical work. Especially several milestones, which have changed contemporary structure of videogame scene. And current happenings in the field of videogames are crucial source for the project itself. In chapter about history I am particularly observing position of gamedevelopers themselves in different stages of game evolution. At the beginning, the process of developing was so simple, that game developers could create games in small groups. Though as the performance of computers were risen, games had to be much more advanced. This meant much bigger studios and much more money invested into developing of videogames. Also dependence on physical media played its role in decrease of small and independent videogame studios. Eventually big game publishers started dominating whole videogame industry. This lack of indie studios was filled with new creators during the expansion of the internet.

Nowadays we could speak about indie boom. An influence of independent developers is still rising, their position is much stronger and in many fields they are winning against dependent studios and big publishers. There are also many trends transforming the whole industry. First one, which I've mentioned in my thesis, is digital distribution. This trend is important especially for independent developers as a main options how to sell their games. Second one is trend called crowdsourcing, where people, mostly fans, are creating content or funding projects of studio, which they are following. Both of those trends are important for my idea of game developer studio's web presentation.

As I mentioned previously, one part of my thesis was aimed on the role of game developer studios. I had several theories about their position in players' eyes, but I have to support them somehow. That is the reason why I made a survey with few questions, which should confirm my ideas or refute them. At least 221 players have participated on my survey and the results mostly support my theories, especially theorie, that perceived authorship on videogame scene is much more collective than individual and whole game dev. studio is as important as a director him/herself in movie industry. This idea encourage my plan to create well designed web presentation with base for community.

Concerning technical site of my webpages I had to get an insight into the webdesign scene for orientation in new trends. Most significant milestone on webdesign scene was the arrival of smartphones and tablets. Those revolutionary devices changed the field completely. Especially their touchscreen interface forced many web developers to rewrite their pages and tuned them for new possibility of using. My goal was to create flexible webpages customized for all types of devices. I also wanted to design web presentation using new technologies in the first place. That is the reason, why I rather use combination of HTML 5, CSS3 and Javascript than Flash, which ceasing to be supported. The structure of my project is based on modules, which provide possibility to convey different type of content from simple text to videos and graphs. As I mentioned previously, I wanted to connect game developers and their community. For this purpose I've designed several features, where the community could see their progress and could be part of happenings around games of studio. First feature is Diary, where everything about gamer's progress is automatically written down. Second feature is the space for players, which donate somehow any project of studio. Extra content could be offered there, which is not available for regular users. Both those segments are based on modules giving studio options to grab interesting information and show them on the main page.

Seznam použitých zdrojů

Tištěné

ROSSIGNOL, Jim. *This Gaming Life Travels in Three Cities*. USA: Univ of Michigan Pr, 2009, s. 62. ISBN 978-047-2033-973.

KENT, Steven L. a [foreword by Peter MOLYNEUX]. *The ultimate history of video games from Pong to Pokémon and beyond: the story behind the craze that touched our lives and changed the world*. 1st ed. New York: Three Rivers Press, 2001. ISBN 03-075-6087-2.

Elektronické

History of video games. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- 2013, 24 April 2013 at 19:34 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_video_games

ROIZEN, Bambi Francisco. Angry Birds maker hits \$106M in sales; 648M downloads. In: *VatorNews* [online]. 2012 [cit. 2013-04-20]. Dostupné z: <http://vator.tv/n/2681>

What is Crowdsourcing?. In: *Daily Crowdsourc* [online]. San Diego, 2012 [cit. 2013-04-21]. Dostupné z: <http://dailycrowdsourcing.com/crowdsourcing-basics/what-is-crowdsourcing>

CIFALDI, Frank. Kickstarter games have raised over \$100M: (and other fun stats). In: *Gamasutra* [online]. 2013 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: http://www.gamasutra.com/view/news/189138/Kickstarter_games_have_raised_over_100M_and_other_fun_stats.php

TASSI, Paul. The Numbers Behind Steam's Success. In: *Forbes* [online]. 2012 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: <http://www.forbes.com/sites/insertcoin/2012/02/16/the-numbers-behind-steams-success/>

DUTTON, Fred. The Witcher 2 goes DRM-free. In: *Eurogamer.net* [online]. 2011 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: <http://www.eurogamer.net/articles/2011-05-27-the-witcher-2-goes-drm-free>

Seznam příloh

Příloha 1

Vývoj log videoherního studia (logo_evoluce.pdf)

Příloha 2

Náhled fontu BluePulSans (bluepulsans_nahled.pdf)

Příloha 3

Původní návrh webové prezentace videoherního studia (verzestranek_nahledy.pdf)

Příloha 4

Finální návrh webové prezentace videoherního studia (verzestranek_nahledy.pdf)

BLUE PULSAR



Příloha 1 (vlastní zdroj)

BLUEPULSANS

A B C D E F

G H I J K L

M N O P Q R

S T U V W X

Y Z

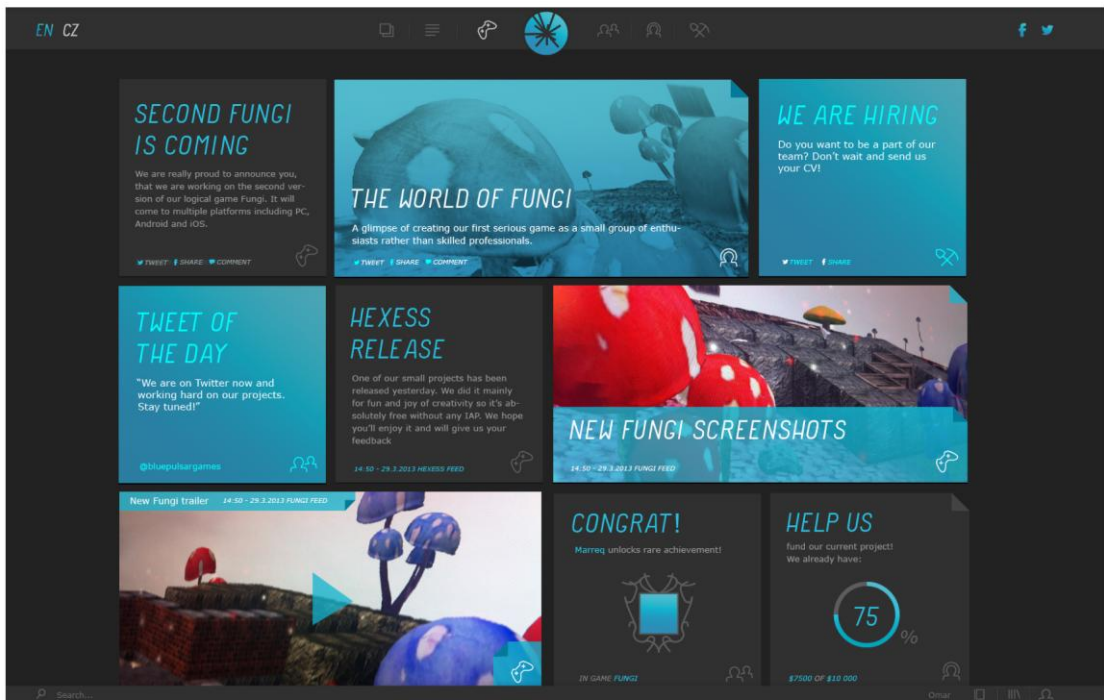
1 2 3 4 5 6

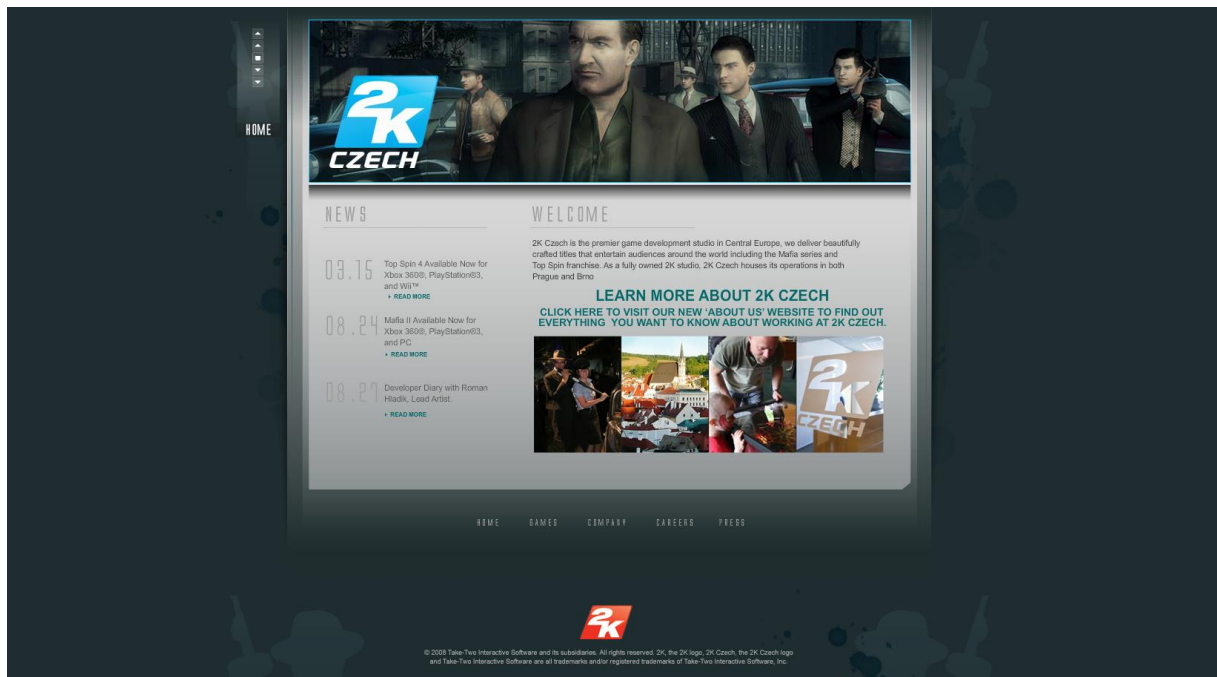
7 8 9

Příloha 3 (zdroj vlastní)




Příloha 4 (vlastní zdroj)






Příloha 5 (zdroj: 2kczech.com)

INSIDER | STUDIO
FORUMS **STORE**



LOGIN or SIGN UP!




BIOSHOCK INFINITE RINGTONES





Download your BioShock Infinite Ringtones

Keep Reading...


... PREV ...
... NEXT ...




... OVERHEARD ...

FRESH BLOG POSTS	FRESH FORUM THREADS	TOP MEMBERS
 <p>BioShock Infinite Ringtones by IG.J on April 26 2013 Insider</p>		61 comments
 <p>Weekly Fan Art Roundup – Apr.... by IG.J on April 26 2013 Insider</p>		4 comments
 <p>BioShock Fan of the Month: Ryan... by IG.Ratana on April 22 2013 Fan of the Month</p>		4 comments
 <p>Weekly Fan Art Roundup –... by IG.J on April 12 2013 Insider</p>		9 comments

... FOLLOW US ...

 **Irrational Games**
Official Studio Feed

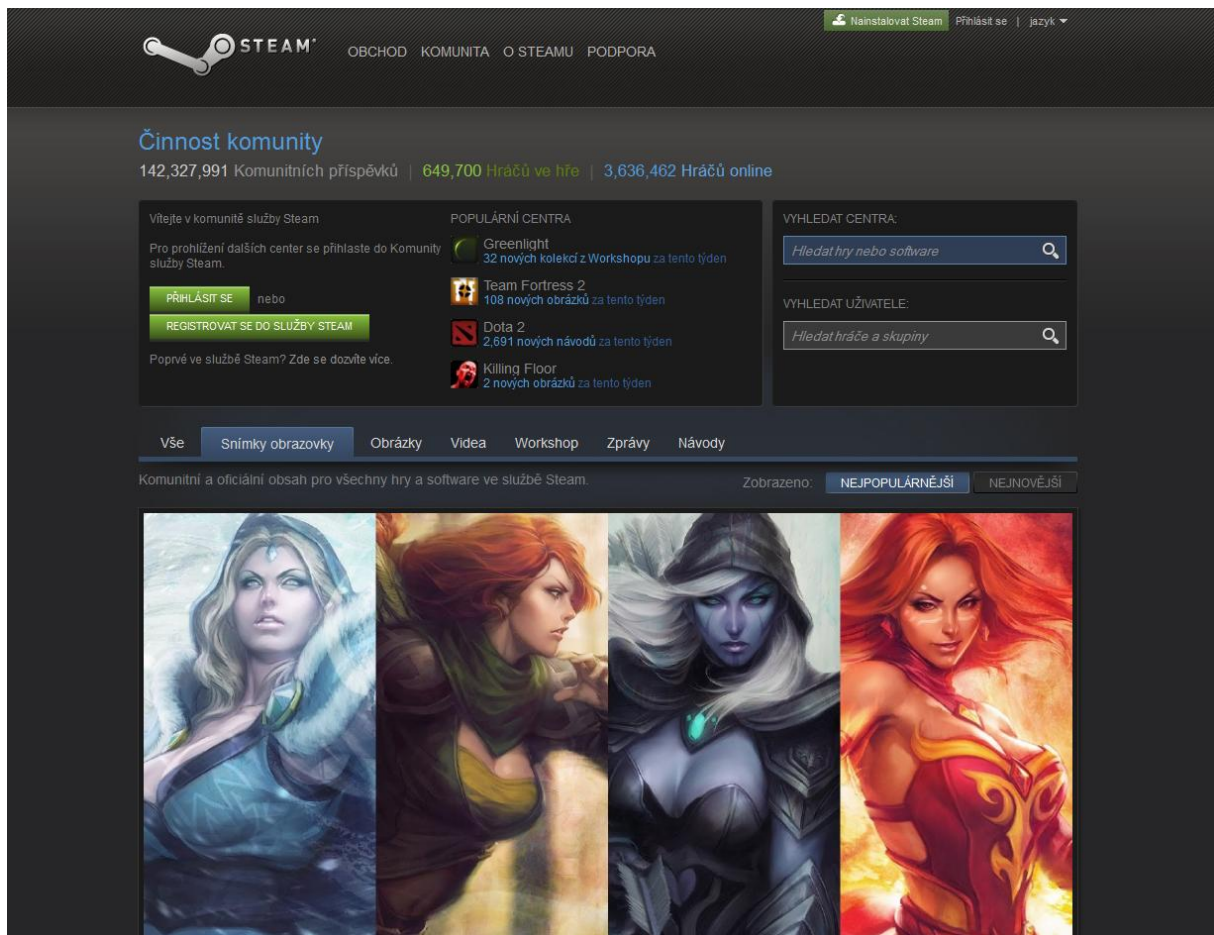
 **Ken Levine**
Creative Director

JOIN US

... OPEN POSITIONS ...

Art: Character Artist

Příloha 6 (zdroj: irrationalgames.com)



Příloha 7 (zdroj: steampowered.com)



vlambeer | [contact](#)



VLAMBEER

Bringing back arcade since 1849

STORE
NOW OPEN!

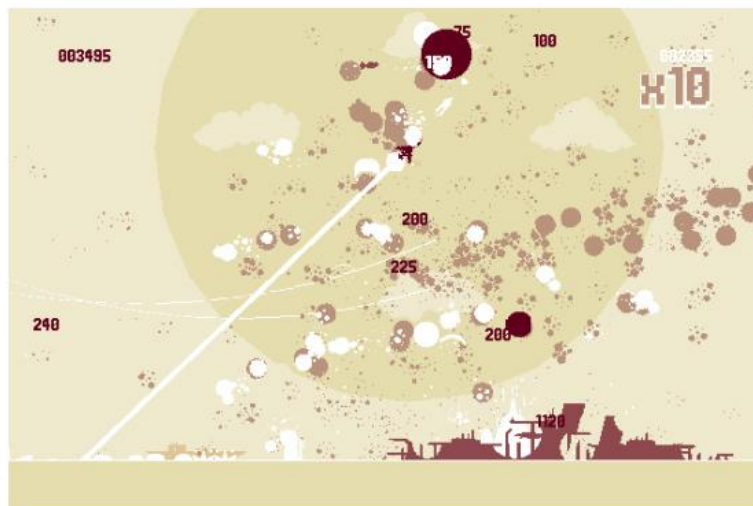
"Vlambeer is the best new gaming studio out there.. the end" - Edmund McMillen



- Super Crate Box [pc mac](#)
- Radical Fishing [flash](#)
- The Random Encounter [pc](#)
- Super Crate Box iOS [ios](#)
- Ridiculous Fishing [ios](#)
- GUN GODZ [pc](#)
- LUFTRAUSER [flash](#)
- Dinosaur Zookeeper [flash](#)
- ...more games

Vlambeer News Roundup – April 2013

submitted by [rami](#) on [april 29, 2013](#) | [#luftrausers](#) [#ridiculousfishing](#) [#scb-ios](#) [#events](#)



Příloha 8 (zdroj: vlambeer.com)

ARMA

ALPHA

Experience true combat gameplay in a massive military sandbox.

ARMA 3

WEBSITE TRAILER BUY NOW

TEAM UP IN THE NEW VIDEO GUIDE FOR ARMA 3

Thursday, 25 April 2013 15:00



Bohemia Interactive has just released a new episode in the Arma 3 video guide series. Drawing on endless hours of multiplayer combat experience, Andrew Gluck (better known as Dslyexcl from ShackTactical) narrates the video to share tips on how to be effective as a team in multiplayer.

READ MORE...

- Team up in the new video guide for Arma 3
- Arma 3 Alpha update 0.54 released
- First look at Arma Tactics
- New video for Arma 3 covers the basics of infantry combat
- Websites offline for maintenance
- Arma 3 Alpha Lite now available



