

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS
ŽMOGAUS IR VISUOMENĖS STUDIJŲ FAKULTETAS
KOMUNIKACIJOS INSTITUTAS

Emilija Pranculytė

**VAIZDO ŽAIDIMŲ ESTETIKOS VIZUALINĖS
KOMUNIKACIJOS POVEIKIS MOTYVACIJAI
ŽAISTI VAIZDO ŽAIDIMUS**

Magistro baigiamasis darbas

Vadovas

Doc. dr. Marius Kalinauskas

VILNIUS, 2023

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS
ŽMOGAUS IR VISUOMENĖS STUDIJŲ FAKULTETAS
KOMUNIKACIJOS INSTITUTO KATEDRA

Emilija Pranculytė

VAIZDO ŽAIDIMŲ ESTETIKOS VIZUALINĖS
KOMUNIKACIJOS POVEIKIS MOTYVACIJAI
ŽAISTI VAIZDO ŽAIDIMUS

Magistro baigiamasis darbas

Vadovas

_____ Doc. dr. Marius Kalinauskas

2023 05 15

Recenzentas

2023

Atliko

_____ stud. E. Pranculytė

2023 05 15

VILNIUS, 2023

TURINYS

ĮVADAS.....	5
1. VAIZDO ŽAIDIMŲ ESTETIKA.....	7
1.1. naratyvų vaizdo žaidimuose retrospektyva.....	8
1.2. garso estetika vaizdo žaidimuose.....	12
1.3. vaizdo estetika vaizdo žaidimuose.....	14
2. ŽAIDĖJŲ MOTYVACIJOS PAGRINDAI.....	19
2.1. imersijos samprata.....	20
2.2. įtraukaus virtualaus pasaulio charakteristikos.....	23
2.3. žaidėjų motyvacijos profiliai.....	25
3. TYRIMAS VAIZDO ESTETIKA VAIZDO ŽAIDIMUOSE IR JOS POVEIKIS ŽAIDĖJŲ MOTYVACIJAI IR JO REZULTATAI.....	28
3.1. tyrimo analizė.....	29
3.2. vaizdo žaidimų komunikacijos aspektai: istorija, vaizdas, garsas.....	32
3.3. žaidėjų motyvaciniai profiliai.....	36
4. REZULTATŲ APTARIMAS.....	43
IŠVADOS.....	46
LITERATŪRA.....	49
ANOTACIJA.....	54
ANNOTATION.....	55
SANTRAUKA.....	56
SUMMARY.....	57
PRIEDAI.....	58

PAVEIKSLAI

1 pav. Skirtingi naratyvų tipai	11
2 pav. „Celeste“ žaidimo eiga.....	14
3 pav. „Journey“ žaidimo eiga.....	17
4 pav. „Gris“ žaidimo eiga.....	17
5 pav. Virtualiosios realybės aplinka „CAVE“	20
6 pav. „CAVE“ sandara.....	20
7 pav. Imersijų tipai	21
8 pav. Motyvacinių profilių ypatumai	26
9 pav. Pasiskirstymas pagal lytį.....	30
10 pav. Pasiskirstymas pagal amžių	30
11 pav. Pasiskirstymas pagal žanro pasirinkimą.....	31
12 pav. Pasiskirstymas pagal praleistą laiką žaidžiant vaizdo žaidimus	31
13 pav. Vaizdo žaidimų struktūros tipo pasirinkimas	32
14 pav. Žaidėjo vaidmens svarba žaidimo istorijos plėtojime.....	33
15 pav. Šalutinių užduočių atlikimo žaidime pasirinkimas.....	33
16 pav. Vizualinių stilių priimtimumo pasirinkimas	34
17 pav. Aplinkos garsų svarba vaizdo žaidimuose.....	34
18 pav. Garso efektų daromos įtakos pasiskirstymas	35
19 pav. Garso elementų svarbos pasiskirstymas.....	35
20 pav. Vaizdo žaidimų elementų svarba	36
21 pav. Vaizdo žaidimų platformų pasirinkimas.....	36
22 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal žaidėjų tipus	37
23 pav. Grafikos svarba renkantis žaidimą.....	38
24 pav. Motyvacinių profilių duomenų KMO ir Bartlett's rezultatas	38
25 pav. Motyvacinių profilių duomenų scree plot rezultatas	39
26 pav. 17, 18 ir 19 klausimų Varimax rotation rezultatai	40
27 pav. Grafikos svarbos ir 4 motyvacinių profilių korelacijos koeficientas	41
28 pav. Grafikos svarbos ir 4 motyvacinių profilių koreleacijos koeficientas.....	42

IVADAS

Virtualūs vaizdo žaidimų pasauliai geba perteikti įvairius laikotarpius bei fantastines aplinkas, kurias galime tyrinėti pasitelkiant virtualius personažus ir alternatyvias realybes. Pažangių technologijų bei naujosios kompiuterių ir konsolių kartos pagalba, galinčios sukurti tikroviškus bei gyvenimiškus aplinkos vaizdus, žaidėjai turi galimybę klajoti tikroviškose virtualiose erdvėse, jose pasiklysti bei ištyrinėti jose slypinčius realaus pasaulio estetiškos raiškos atspindžius. Virtualūs žaidimų pasauliai siekia laikinai perkelti vartotojus į naują realybę – kruopščiai sukonstruotą aplinką, kuri gali perduoti subtilius dalykus, tokius kaip emocijas, jausmus bei pojūčius. Šie faktoriai sukuria neeilinę patirtį ir užtikrina žaidėją, kad nepaisant to, ką jis renkasi daryti žaidimo metu, žaidėjas nuolatos bendrauja su sistema, kuri sukurta ir kuruojama specialiai jam - galutiniam vartotojui. **Vaizdo žaidimų estetika** tai tam tikra stilizuota realaus ar įsivaizduojamo pasaulio išraiškos forma, žaidimo metu patiriama per skirtingas emocijas, pojūčius bei bendravimą su kitais žaidėjais. Taip pat ji apibūdina tuos žaidimo aspektus kurie yra ar gali būti siejami su kitomis meno formomis. Ryšys tarp žaidimų ir vizualinės estetikos yra numanomas. Yra įvairių būdų, kaip suskirstyti žaidimų estetiką į kategorijas. Šiame darbe yra išskirti trys pagrindiniai žaidimų estetikos elementai: istorija, garso estetika ir vaizdo estetika, kurie yra pagrindinis žaidėjo emocinio įsitraukimo, panirimo, motyvacijos ir suvokimo pagrindas.

Temos iširtumas: Iki šiol akademinų tyrimų atliktų nagrinėjant vaizdo žaidimų estetiką ir jos elementus skaičius yra ribotas. Yra tik keletas knygų ir mokslinių straipsnių aptariančių kompiuterinius žaidimus, jų estetiką bei kūrimą. Bateman (2014) teigia, kad „meno“ realiame gyvenime ir žaidimų atvejais estetika yra paveiki emocine prasme. Bateman (2014) nagrinėja ontologinę žaidimų estetikos teoriją. Jis apibrėžia „žaidimo estetiką“ kaip vertybinių sprendimų rinkinį, kuris įvertina žaidimo formą, o tai gali sumenkinti kitas esamas žaidimo formas. Kita vertus, teigiama, kad terminas „estetika“ vaizdo žaidimuose reiškia tik vaizdinį ar grafinį žaidimo elementų išdėstymą. Anot Niedenthal (2009), beveik neįmanoma apibrėžti, kas iš tikrųjų yra „meno objektas“. Tuo pačiu, jis teigia, kad žaidimų studijų srityje yra manančių, kad estetikos problema yra ne tai, ką ji siūlo, o tai, kad ji yra per mažai išnagrinėta (Niedenthal S., 2009). Pasak Graeme Kirkpatrick „Aesthetic theory and the videogame“, jis teigia, kad pagrindinė žaidimo samprata žaidimuose formuojasi kaip estetiškas diskursas. Pagal šį argumentą žaidimas yra neatsiejamas nuo estetiškos patirties (Kirkpatrick G. 2011).

Temos aktualumas ir naujumas: Kompiuterinių žaidimų industrijos veiklos pradžia Lietuvoje gimė nepriklausomybės atkūrimo laikotarpiu, tačiau aktyviai ši industrija savo veiklą pradėjo dar prieš dvidešimt metų. Aukščiausias kompiuterinių žaidimų išpopuliarėjimo taškas buvo pasiektas 2010-aisiais metais, kai žaidėjų ir vartotojų dėmesį ėmė traukti įvairios socialinės medijos bei specifiskai jų platformoms kuriami žaidimai. Vaizdo žaidimai yra populiarūs medijos forma, ypač tarp jaunų suaugusiųjų (Lietuvos žaidimų kūrėjų asociacija, 2020. Psl. 100-101). Žmonių motyvacija žaisti vaizdo

žaidimus labai skiriasi priklausomai nuo to, kokios patirties jie siekia. Pavyzdžiui, žmonės, žaidžiantys „World of Warcraft“, gali ieškoti konkurencijos ir iššūkių „multiplayer“ režimu, o siaubo žaidimus, tokius kaip „Resident Evil“, žaidžiantys žmonės mėgaujasi įspūdžiais ir galvosūkių sprendimu, kadangi egzistuoja didelė vaizdo žaidimų žanrų ir žaidimo eigos įvairovė, taip pat labai skiriasi vaizdo žaidimų „įvaizdžio“ įvairovė: vaizdo stiliai ir estetika, kuriuos jie naudoja grafiniam turiniui žaidėjams pateikti. Nuo paprastos 2D grafikos iki tikroviškai sumodeliuoto 3D pasaulio – vaizdo žaidimai šiais laikais gali patenkinti beveik bet kurio žaidėjo estetinį ar „meninį“ pomėgį (Sepúlveda, 2020).

Tyrimo probleminis klausimas: Kokie vaizdo žaidimų estetikos komunikacinės raiškos sprendimai labiausiai aktualūs žaidžiančiųjų vaizdo žaidimus motyvacijai?

Tyrimo objektas: Vizualinės komunikacijos poveikis motyvacijai.

Tyrimo tikslas – ištirti vaizdo žaidimų estetikos vizualinių komunikacijos sprendimų poveikį motyvacijai žaisti vaizdo žaidimus.

Darbo uždaviniai:

1. Atskleisti vaizdo žaidimų estetikos vizualinės komunikacijos sprendimų spektrą.
2. Išnagrinėti motyvacijos žaisti vaizdo žaidimus teorines prielaidas.
3. Ištirti vaizdo žaidimų estetikos poveikį žaidėjo motyvacijai.

Tyrimo metodologija. Tyrimui atlikti buvo naudojamas kiekybinis tyrimas, grįstas anketine apklausa – respondentų motyvacinius profilius bei vaizdo žaidimų estetikos preferencijas norima išsiaiškinti standartine anketavimo forma pasitelkiant *Quantic Foundry* motyvaciniu modeliu bei *MDA Framework*. Tyrimui buvo vykdoma tikslinė respondentų atranka. Tikslinė auditorija buvo pasiekta aprašant tyrimo sritį. Tokiu atveju tyrime dalyvauti turėjo galimybę tik tie respondentai, kuriems buvo aktuali apklausos tyrimo tema. Tai leido greitai ir reprezentatyviai sugeneruoti pirminius duomenis. Tyrimui buvo pasirinkta apklausa internetu pasinaudojant „Facebook“ ir „Reddit“ platformomis, kadangi tai yra geriausios vietos, norint pasiekti šiam tyrimui skirtą tikslią respondentų auditoriją – vaizdo žaidimų mėgėjus. Tyrimo anketa yra anoniminė bei sudaryta iš uždarų klausimų.

Darbo struktūra. Magistro darbas suskirstytas į kelias dalis. Pirmoje dalyje nagrinėjama vaizdo žaidimų estetikos samprata bei trys pagrindiniai vaizdo žaidimų estetikos elementai : istorija, garsas ir vaizdas. Antroje dalyje analizuojami žaidėjų motyvacijos pagrindai, imersijos samprata, įtraukaus virtualaus pasaulio charakteristika bei žaidėjų motyvaciniai profiliai. Dėmesys skiriamas žaidimo estetinių elementų ir žaidėjo motyvacijos sąveikai. Trečiame skyriuje yra aprašomas tyrimas, jo eiga ir rezultatai.

1. VAIZDO ŽAIDIMŲ ESTETIKA

Norint visapusiškai suprasti vaizdo žaidimų estetiką, reikia paaiškinti, kaip vaizdo žaidimai veikia estetinę vaizdo žaidimų, kaip meno kūrinių, patirtį. Mokslininkai, tokie kaip Montfort (2010) ir Tavinor (2009), dažnai teigia, kad vaizdo žaidimai turi būti pripažinti kaip meno forma: vaizdo žaidimai lyginami su kitomis plačiai pripažintomis meno formomis, pastebimi panašumai ir daroma išvada, kad vaizdo žaidimai turi pakankamai bendrų bruožų su kitomis meno formomis, kad būtų laikomi menu. Nors ši strategija gali būti įtikinama, ji kenkia pačiai vaizdo žaidimų laikmenai, nes kviečia žmones žiūrėti į vaizdo žaidimus kaip į meno kūrinius, nepaisant jų žaidimo pobūdžio (Robson ir Tavinor, 2018, p. 60).

Pirmiausia derėtų peržvelgti būdą, kaip vaizdo žaidimai yra priskiriami meno kūrinių kategorijai: vaizdo žaidimus galima priskirti meno kūriniais, lyginant juos su kitais kūriniais ir atkreipiant dėmesį į jų bendrąsias savybes (Robson ir Tavinor, 2018, p. 61). Atsižvelgiant į tai, kad vaizdo žaidimai pritraukia auditoriją panašiai, kaip ir kitos meno formos, yra pagrindo manyti, kad daugelis žaidimų dizainerių siekia, kad jų kurtas produktas būtų vertinamas taip, kaip buvo vertinami ir kitų formų meno kūriniai. Vaizdo žaidimuose yra elementų iš įvairių meninių terpių, kad būtų galima sukurti panašią patirtį, kokią galime patirti su kitų formų meno kūriniais, taip įveiksminant daugelį savybių, kurios yra svarbios, kai objektas yra meno kūrinys. Apskritai, yra daugybė panašių požiūrio būdų ir grupių kriterijų, kuriais vaizdo žaidimai dalijasi su kitomis plačiai pripažintomis meno formomis (Robson ir Tavinor, 2018, p. 65).

Remiantis Quaranta (2006) vaizdo žaidimai yra daugiau nei dar viena išraiškos priemonė, kitoks pasaulių kūrimo ar istorijų kūrimo būdas, ir jie yra daugiau nei naujas medžiagos šaltinis vaizduotei, nors tuo pačiu metu jie taip pat yra abu šie dalykai. Kaip filmai ir televizija senaisiais *pop art* judėjimo laikais, sukūrusi naujas ikonas, šia prasme Milto Maneto paveikslai yra ryškiausi šių laikų naujos popmeno rūšies pavyzdžiai: Super Mario vietoj Elvio Presley, Lara Croft vietoj Marilyn Monroe ir Sony Playstation vietoje Campbell sriubos skardinės. Kaip ir komiksai, vaizdo žaidimai pristatė naują vaizdavimo stilių, kai daugiakampės formos ir figūros pakeičia spausdinimo tinklelius, o izometrinė perspektyva perima Supermeno vaizdą iš paukščio skrydžio (Quaranta, 2006, p. 300-301). Vaizdo žaidimai siūlo įvairias veiksmo vietas, kuriose galima praleisti vis didesnę savo kasdienio gyvenimo dalį, todėl menininkų, tokių kaip italas Mauro Ceolinas, darbai gali būti traktuotini kaip lygiaverčiai kitoms meno formoms. Pavyzdžiui Ceolinas piešia daugiakampius peizažus žaidimų fonams, naudodamas tą patį stilių, kurį naudoja tikriems tapytiems savo peizažams, ir su tokio pat dėmesiu detalėms, kokį Canaletto skyrė Venecijos tiltams, aikštėms ir gondoloms. Arba darbai sukurti Marco Cadioli, kuris dalyvauja vaizdo žaidimuose ir fiksuoja įvykius, lygiai taip pat, kaip įterptas reporteris, sekantis įvairius, ne mažiau virtualius karus. Galiausiai, kaip masinis reiškiny, vaizdo žaidimų pasaulis neišvengiamai pradeda savo madą, pavyzdžiui, viduramžišką masinių kelių žaidėjų internetinių

vaidmenų žaidimų (mmorpg) išvaizdą, kuri netrukus persikėlė į realų pasaulį, todėl atsirado visa šios mados fotografijos rūšis, leidžianti žaidėjams ir gerbėjams išreikšti save (Quaranta, 2006, p. 300-301).

Pasak Hunicke (2004), vaizdo žaidimai ir kiti pramoginiai produktai (pvz., knygos, muzika, filmai, paveikslai ir spektakliai) skiriasi tuo, kad jų vartojimas yra nenuspėjamas. Pasak Zubek (2004), MDA sistema formuoja žaidimų vartojimą, suskirstydama jį į atskirus komponentus: mechaniką, dinamiką bei estetiką. Mechanika apibūdina tam tikrus žaidimo komponentus duomenų pateikimo ir algoritmų lygmenyje. Dinamika apibūdina žaidimo metu dalyvaujančios mechanikos reikšmę, kuri, su laiku pradeda veikti žaidėjo pasirinkimus bei vaizdo žaidimo eigą. Estetika apibūdina emocines reakcijas, kurios sukeltos žaidėjui sąveikaujant su žaidimu bei žaidimo sistema. Aptarinėjant vaizdo žaidimų estetiką dažniausiai yra pabrėžiami šie pagrindiniai aspektai: pojūčiai, vaizduotė, istorija, iššūkiai, draugija/bendradarbiavimas, atradimai, išraiška ir pateikimas (Hunicke, LeBlanc ir Zubek R, 2004, p. 4-5). Kai kurie vaizdo žaidimų estetinius aspektus laiko menkaverčiais, vadindami juos tik paviršiaus detalėmis, kurios neturi nieko bendra su tuo, ką jie laiko svarbiu – žaidimo mechanika. Tačiau derėtų prisiminti, kad žaidimų dizaino metu yra kuriama ne tik žaidimų mechaniką, bet ir visa patirtis. Pasak Schell (2008), estetiniai elementai yra dalis, kuri padeda bet kokio žaidimo patirčiai tapti malonesnei. Geri estetiniai sprendimai žaidime gali padaryti nuostabių dalykų: jie gali įtraukti žaidėją į žaidimą, kurį jis galėjo praleisti; dėl jų žaidimų pasaulis gali jaustis tvirtas, tikras ir nuostabus, todėl žaidėjas į žaidimą žiūri rimčiau ir padidina endogeninę vertę; estetinis malonumas nėra smulkmena. Jei žaidime gausu gražių meno kūrinių ir elementų, kiekvienas naujas dalykas, kurį žaidėjas pamato, yra tarsi malonus atlygis (Schell, 2008, p. 347).

Apibendrinant, pastebėta, kad žaidėjai labiau linkę toleruoti žaidimo dizaino netobulumus, jei jo paviršius yra patrauklus. Pasak Solarski (2013), vaizdo žaidimų kūrimo metu yra pasitelkiami trys pagrindiniai žaidimų estetikos elementai: istorija, garso estetika bei vaizdo estetika, kurie yra atsakingi už pagrindinę žaidėjo patirtį žaidimo metu ir yra svarbiausi žaidėjo motyvacijos žaisti, varikliai.

1.1. Naratyvų vaizdo žaidimuose retrospektyva

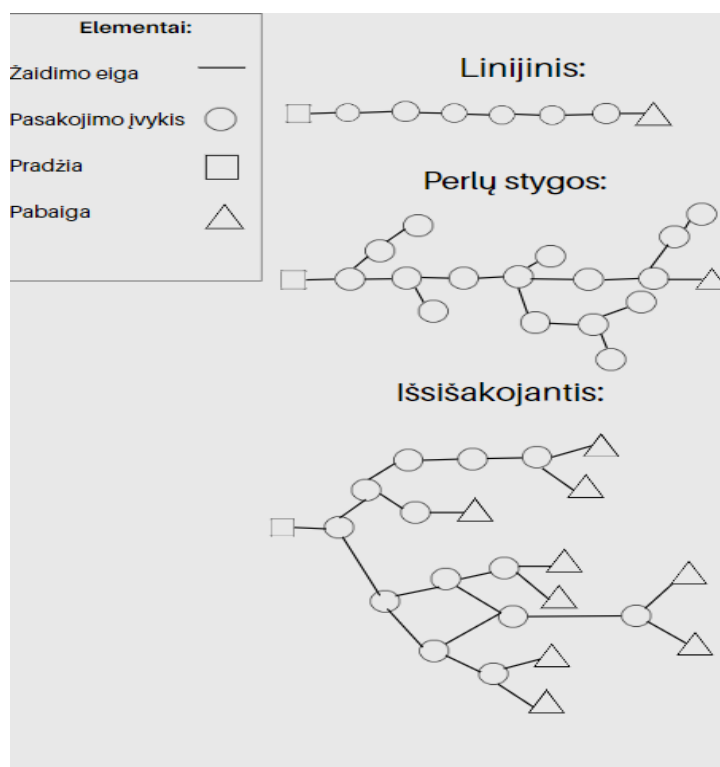
Skirtingai nuo knygų ir filmų, kurie yra laikomi brandžiomis žiniasklaidos formomis, vaizdo žaidimai yra palyginti nauji, o pačios pirmosios arkadinių žaidimų mašinos pasirodė aštuntojo dešimtmečio pradžioje. Kas kelerius metus yra išleidžiamos naujos žaidimų konsolės, žadancios tikroviškesnę grafiką, aukštesnės kokybės garsą ir daugybę naujų funkcijų. Pasak Lebowitz (2011), kalbant apie asmeninį kompiuterį, pokyčiai vyksta dar greičiau – kas kelis mėnesius yra išleidžiama nauja ir geresnė kompiuterinė įranga. Tačiau žaidimų įranga ir grafiniai elementai nėra vienintelis dalykas, kuris keičiasi. Patys žaidimai taip pat vystosi, nuolat atsiranda naujų valdymo schemų, žaidimo

elementų ir žanrų. Kaip ir visi kiti vaizdo žaidimų aspektai, jų istorijos taip pat keičiasi. Žaidimų istorijos išsivystė nuo paprasto Donkey Kong pagrobtos merginos siužeto iki sudėtingų romanų trukmės pasakojimų susijusių su šiuolaikiniais RPG (vaidmenų žaidimas). Be to, žaidėjo gebėjimas bendrauti ir paveikti istoriją sukūrė daug naujų ir skirtingų istorijų, kurias sunku ir dažniausiai net neįmanoma pavaizduoti pasinaudojant kitomis žiniasklaidos priemonėmis (Lebowitz, ir Klug, 2011, p. 5-6).

Klung (2011), teigia, kad vaizdo žaidimai puikiai tinka daugeliui istorijų pasakojimo būdų, dėl jų interaktyvumo, tačiau jie labai skiriasi nuo tradicinių istorijų išraiškų, tokių kaip knygos ir filmai. Pačios interaktyvios istorijos turi daug unikalių ir sudėtingų problemų, su kuriomis nesusiduriama rašant tradiciškesnės struktūros pasakojimą. Žaidimų autoriai turi pagalvoti apie daugelį kitų veiksnių, tokių kaip istorijos ir žaidimo eigos sintezė ir kaip išlaikyti tinkamą tempą, kai istorijos progresą bent tam tikru mastu kontroliuoja žaidėjas (Lebowitz, ir Klug, 2011, p. 5-6). Kaip pažymi Green (2017), vienas iš faktorių, dėl kurio skaitmeninis naratyvas yra toks patrauklus žaidėjams kaip pasakojimo priemonė, yra kiekvienam žaidėjui priskiriamas vaidmuo plėtojant žaidimo istoriją. Jenkins (2017) tvirtina, kad šis esminis žaidėjo vaidmuo yra svarbus tuo, jog: „žaisdami mes pasirenkame, kas atsitiks su veikėjais. Tinkamomis aplinkybėmis žaidėjai gali būti paskatinti išanalizuoti savas vertybes, matydami, kaip elgiamės virtualioje erdvėje“. Tačiau leidžiant žaidėjui pasirinkti yra netikėtai pagilinamas skaitmeninio naratyvo poveikis. Ypač svarbu tai, kad „istorijos turi savotišką savybę, kurios pagalba skaitytojais (žaidėjais, žiūrovais) turi galimybę sutelkti visą savo dėmesį bei rūpestį į įvykius, kuriuos jie reprezentuoja“. Atidžiau pažvelgus, šis pasakojimų bruožas gal ir nėra toks savotiškas, bet yra neatsiejama žmogaus pasaulio patirties dalis. Lisa Cron (2012) teigia: „Mes mąstome istorijomis. Tai mūsų ryšiai. Taip mes strategiškai suprantame mus supantį pasaulį. Mūsų smegenys paverčia mus „pagrindiniu veikėju“, o tada redaguoja mūsų patirtis su panašiu tikslumu esamu kine, kurdamos loginius tarpusavio ryšius, sudarydamos ryšius tarp prisiminimų, idėjų ir įvykių, kad jomis būtų galima pasinaudoti ateityje.“ (Green, 2017, p. 9-11). Nors ji konkrečiai aptaria parašytas istorijas, jos idėjos taip pat yra svarbios skaitmeninio naratyvo studijoms ir suvokimui. Žmogaus smegenys nori suprasti jį supantį pasaulį kaip organizuotą aplink pasakojimus, nors ir jis yra toks, kuriame kiekvienas individas egzistuoja kaip savo istorijos žvaigždė. Kai žmonių klausia apie jų dieną, dauguma atsakys sudėliodami daugybę įvykių, galbūt kai kuriuos nušlifudami ar praleisdami kitus, pateikdami klausėjui į istoriją panašų pasakojimą, o ne į šiaip sausų faktų sąrašą. Skaitmeninis naratyvas suteikia analogišką ir išgalvotą patirtį, kuriai žmogaus smegenys jau yra linkusios. Patirtis tampa dar galingesnė ir visceralesnė, nes technologija ir toliau stumia virtualaus ir realaus pasaulio ribas (Green, 2017, p. 9-11).

Stone (2019), pabrėžia, kad pirmasis dalykas, į kurį reikia atkreipti dėmesį kalbant apie istorijas žaidimuose, yra tai, kad jos susideda iš dviejų dalių: struktūros, nurodančios istorijos eigą, skirtingų skyrių ir poskyrių ir kaip jie yra sujungti ir susieti tarpusavyje, kad sudarytų siužetą, ir vaizdavimo: kaip žaidimas perteikia arba parodo istoriją. Yra trys pagrindiniai pasakojimo struktūrų tipai, kurie paprastai

randami žaidimuose (žr. 1 pav.), pirmoji iš jų yra **linijinė**. Tai tikriausiai pažįstama sąvoka, nes tokia struktūra yra ir kitose laikmenose, tokiose kaip literatūra ir filmai, nes šios priemonės gali naudoti beveik tik šį struktūrinį pasakojimo modelį. Pagrindinis linijinės pasakojimo struktūros apibrėžimas yra „perėjimas iš vieno etapo į kitą per vieną žingsnių seriją“. Linijiniame pasakojime istorija pereina nuo vieno įvykio prie kito viena tiesia linija, be nukrypimų, atsitraukimų ar peršokimų į priekį. Žaidimuose linijinis pasakojimas nesuteikia žaidėjams sąveikos su istorija. Jiems nesuteikiama pasirinkimų, turinčių įtakos istorijai, ir jie negali jos keisti žaidimo metu, todėl jie negali diktuoti, kaip istorija vyks. Žaidimą galima užbaigti tik vienu būdu: tokiu būdu, kurį numatė žaidimo dizaineriai (Stone, 2019). Antrasis pasakojimo struktūros tipas žaidimo dizaine vadinamas **perlų stygos** modeliu. Šiame modelyje istorija pasakojama linijiniu būdu, tačiau kartais ją gali sutrikdyti žaidėjo laisvė žaidimo metu. Tai yra unikali pasakojimo vaizdo žaidimuose struktūra, nes žaidėjo laisvei reikalingo interaktyvumo negalima rasti kitose laikmenose. Pasak Stone (2019), tai paprastai pastebima vaidmenų žaidimuose, kur pagrindinė istorija yra linijinė –pasirodanti atskirų sekų misijų ar užduočių pavidalu. Žaidėjui suteikiama laisvė tyrinėjant ir atliekant šalutinius uždavinius, kurie sutinkami visame žaidimo pasaulyje. Remiantis Milne (2020), trečioji pasakojimo struktūra yra pilnai **išsišakojanti** istorija, kurioje žaidėjo pasirinkimas vaidina svarbų vaidmenį siužetui ir veikėjams žaidimo pasaulyje bei žaidimo pabaigai. Šio tipo pasakojimai buvo naudojami dar prieš vaizdo žaidimus, interaktyvių knygų pavidalu: tokio tipo romanai suteikia skaitytojui pasirinkimų kiekvieno skyriaus pabaigoje, kiekvienas pasirinkimas nukreipia skaitytoją į kitą skyrių, suteikdamas jam galimybę susikurti savo istorija. Ši struktūra paprastai naudojama žaidimuose, kurių pagrindas yra stiprus naratyvas ir kurie yra visiškai paremti istorija (Boast, 2019).



Šaltinis: adaptuota pagal Milne. C. 2020 m.

1 pav. Skirtingi naratyvų tipai

Ketvirtasis, **atrakcionų parko** pasakojimo modelis yra panašus į išsišakojusį modelį ir yra įprasta atviro pasaulio žaidimų strategija. Tai leidžia žaidėjui valdyti istoriją sąveikaujant, tačiau užuot atlikęs misijas ar šalutinius uždavinius, žaidėjas randa šias atsakas bendraudamas su NPC, kuris yra prijungtas prie tos konkrečios siužetinės linijos. To pavyzdys yra populiarios žaidimų serijos „Assassin’s Creed“ ir „Skyrim“ (Milne, 2020 m.).

Apibendrinant galima teigti, kad kompiuteriniuose bei vaizdo žaidimuose yra ir visados bus daugiau nei vienas naratyvo tipas. Taip yra dėl daugelio skirtingų veiksnių, tokių kaip žaidimo elementų skirtumų, žaidėjo ir pasakojamos istorijos santykio bei bendros pasakojamos istorijos ir žaidimo tarpusavio ryšio. Pasakojimai, skirti vaizdo žaidimų laikmenai, neturi tikslaus apibūdinimo ir apibrėžimo dėl to, jog kiekvienas asmuo juos suvokia ir pasisavina skirtingai. Šis naratyvo įsisavinimo skirtumas kyla iš kiekvieno žaidėjo asmeninių perspektyvų, pojūčių, poreikių bei žaidėjo žaidimo stiliaus. Galiausiai, ryšys tarp žaidėjo ir pasakojamos istorijos iš esmės taip pat yra itin svarbi bendrojo naratyvo dalis, nes jis yra vienas iš sudedamųjų elementų žaidėjo motyvacijos skatinimui.

1.2. Garso estetika vaizdo žaidimuose

Sąvoka „žaidimo garsas“ apima visų atskirų žaidimo garso efektų, tokių kaip: aplinkos garsas, dialogai ir muzika aspektus. Žaidimuose šie garso elementai dažnai yra glaudžiai integruoti į žaidimo patirtį. Pasak Collins (2013), nors ryšys tarp šių elementų gali skirtis priklausomai nuo žanro ar konkrečios žaidimo mechanikos, paprastai visi šie elementai prisideda prie bendros žaidėjo garso patirties. Garso efektai dažnai gali būti naudojami, pavyzdžiui, žaidimų muzikinėje kompozicijoje. Kaip ir XX amžiaus avangardo muzikinėse kompozicijose, bendra žaidimų garso tekstūra dažnai gali sukurti įdomią muzikos ir garso efektų sąveiką, kuri ištrina distinkcijas tarp judviejų. Daugelyje žaidimų galima suabejoti, ar girdimi garso efektai, balsas, atmosfera ar muzika, pvz., *Quake* (1996) arba *Silent Hill* (1999) garso takelius (Collins, 2013, p. 3-4). Kai kuriuose žaidimuose garso efektai ir muzika yra taip glaudžiai susiję, kad žaidime jie yra integruoti kartu. Pavyzdžiui *Mushroom Men* (2008) garso efektai kvantuojami pagal muzikinį ritmą. Be to, dialogas taip pat gali būti naudojamas garsiniu tekstūriniu arba melodiniu būdu. Daugelyje „Nintendo“ žaidimų garso efektai traktuojami kaip, pavyzdžiui, balsas ir kartojamas toninis garsas pagal skiemenų skaičių pridėtiniame rašytiniame tekste. Žaidime *Mario and Luigi: Bowser's Inside Story* (2009) žemas garsas siejamas su dideliais personažais, o aukšti garsai – su mažais personažais. Garso dizainerių, kompozitorių ir balso menininkų priimami sprendimai taip pat prisideda prie to, kaip žaidėjas patiria žaidimą (Collins, 2013, p. 3-4). Dėl kompiuterinės įrangos paprastumo senaisiais laikais, vaizdo žaidimų garsai bei muzika turėjo gana kuklią kilmę. Kaip pažymi Boen (2021), pirmieji „Pong“ kūrėjai keitė vieno pyptelėjimo tipo garso efekto aukštį ir trukmę, kad imituotų garso efektus, kai kamuolys atsimuša nuo žaidėjo mentelės ir atsitrenkia į sieną. Tai buvo naudojama siekiant sukurti apčiuopiamumo jausmą, kad žaidėjo veiksmai turėjo didesnę poveikį nei iš tikrųjų. Devintajame dešimtmetyje vaizdo žaidimų kūrėjai vis dar turėjo ribotą kiekį garsų, kuriuos jie galėjo naudoti, tačiau jie buvo pakankamai kūrybingi ir nusprendė pasinaudoti įvairiais įgimtais garsais, kuriuos skleidžia kompiuteris, ir pakankamai juos pakeitė, kad sukurtų įvairius garso efektus, kurie šiais laikais dažniausiai yra siejami su žaidimais, tokiais kaip „Pac-Man“ ir „Donkey Kong“, ir įdėję pakankamai pastangų sugebėjo sukurti muziką. Visos šios vaizdo žaidimų garso naujovės buvo ir yra tai, kas vaizdo žaidimų terpę pakelia į kažką, kas gali sukelti emocijas ir stipriai paveikti auditoriją (Boen, 2021). Dešimtajame dešimtmetyje žaidimai tapo 3D, o dėl technologijų pažangos žaidimuose muziką buvo galima kurti ir tikrais instrumentais. Kai kurie kompozitoriai ir toliau kūrė melodingą muziką naudodamiesi kompiuteriuose integruotais garsais, tačiau kiti pradėjo kūrybiškai naudotis galimybėmis. Tai galiausiai lėmė „tikro pasaulio muzikos“ naudojimą žaidimuose esančių radijo stočių ar veiksmo fono pavidalu (Scarratt, 2018). „Grand Theft Auto“ yra laikoma vienu iš, jei ne didžiausių kada nors sukurtų žaidimų serijų. Tačiau dalykas, į kurį yra atkreipta mažiausiai žaidėjų dėmesio, yra

garso takelis ir tai, kaip jis pateikiamas. „Grand Theft Auto“ turi anksčiau minėtą įvairių radijo stočių kolekciją, kurią žaidėjas gali pasirinkti ir klausytis važiuodamas kelyje. Šis garso takelių pateikimo grotuvu būdas suteikia žaidėjui realiesnio pasaulio pojūčio simuliaciją. Daugelis kitų žaidimų taip pat priėmė šią vaizdo žaidimų garsinę inovaciją ir žengė žingsnį toliau. Pavyzdžiui, „Saints Row 2“ turi tą patį realaus pasaulio radijo stočių elementą automobiliuose, tačiau jie turi papildomą priedą, leidžiantį žaidėjams sukurti savo muzikinius miškus su bet kuria žaidime turima daina. Dėl šios priežasties muzikinis kuravimas yra žaidėjo rankose (The Importance of Music in Video Games, 2018). Taip pat įvairiuose žaidimuose buvo pradėta naudoti orkestrinė muzika ir gyvi instrumentai (Scarratt, 2018). Panaikinus praeities technologinius apribojimus, žaidimų kompozitoriai ir garso dizaineriai dabar galėjo panaudoti taip ilgai puoselėtą išradingumą, mėgdžiodami kitas muzikos formas ir nukreipdami dėmesį į didesnių dizaino problemų sprendimą. Pasak Hallett (2016), nors didžiosios dalies šių dienų vaizdo žaidimų vizualu nebegalima laikyti žemos raiškos, garso takelis vis tiek reikalingas, kad žaidėjui būtų suteikta esminė arba papildoma informacija. Kaip ir žemos raiškos vaizdų atveju, garsas reikalingas vaizdo žaidimams, siekiant suteikti darnos ir struktūros, sukurti nuotaiką naudojant muziką, palengvinti vaizdų ar scenų perėjimo seką ir atlikti kitas funkcijas (Hallett, 2016, p. 14-15). Be konkrečių garsinių užuominų žaidėjams beliks spėlioti, kaip toliau progresuoti žaidime esant daugybei scenarijų. Norint gauti geriausią vaizdo žaidimų patirtį, būtina, kad garso estetika būtų palyginama su vaizdo kokybe, nes priešingu atveju garso ir vaizdo balansas bus nestabilus. Nors vaizdo žaidimai nuėjo ilgą kelią nuo jų kuklios pradžios, daugelis šiuolaikinių vaizdo žaidimų žaidėjų patiria garso ir vaizdo pusiausvyros tarp žemos raiškos garso ir didelės raiškos vaizdo trūkumą (Hallett, 2016, p. 14-15).

Apibendrinant pastebėta, kad taip pat kaip ir naratyvas, vaizdo žaidimų muzika bei garsai turi begalę skirtingų žanrų. Garso takelis yra tai, kas sukelia ir sustiprina įvairaus pobūdžio emocijas. Pavyzdžiui, kovinių žaidimų metu agresyvūs ir greitieji ritmai gali sužadinti žaidėjo adrenalino pojūtį, taip padedant jam įveikti kliūtis žaidimo metu. Kiti garsai gali sugniaužti žaidėjo širdį ir padėti jam efektyviau pajauti pagrindinio veikėjo emocijas. Nesvarbu į kurį virtualų pasaulį žaidėjas renkasi pasinerti – žaidimo garsai jį lydi visos kelionės metu ir yra dar vienas svarbus žaidėjo motyvacijos ir panirimo į jį supantį pasaulį veiksnys.

1.3. Vaizdo estetika vaizdo žaidimuose

Vaizdo žaidimo grafinis stilius yra vienas iš svarbiausių dalykų kuriant žaidimą. Vaizdinis žaidimo stilius dažnai turi didelę reikšmę žaidėjo patirčiai su žaidimu ir yra vienas iš dalykų, dėl kurių žaidimas tampa įdomus ir smagus žaisti. Žaidimo grafikos ir vaizdinio turinio kūrimas yra svarbi žaidimo kūrimo proceso dalis. Žaidimų leidėjų teigimu, žaidimo grafika yra svarbiausias žaidimo rinkodaros aspektas. Galų gale, grafika yra pirmasis dalykas, kurį žaidėjas mato, ir žmonės yra linkę labiau gravituoti į grafiškai akį traukiančius ir išpūdingus žaidimus. Nors patraukli grafika padeda žaidėjams išlaikyti susidomėjimą žaidimu ir jaudulį, būtent žaidimo eiga ir žaidimo mechanika nulemia bendrą žaidėjo žaidimo patirtį ir galiausiai žaidimo sėkmę. Nors prastesnio lygio grafika nesugriauna gero žaidimo, tačiau tikrai puikiai atlikta grafika negali pagerinti žaidimo su prasta žaidimo eiga. Grafikos dizaineriams labai svarbu pasirinkti grafinį stilių, kuris palaiko žaidimo eigą ir dera su konsolių ar kitų platformų nustatymais, kurioms žaidimas yra skirtas (Keo, 2017, p. 1-3.).

2D grafikos žaidimai yra žaidimai, turintys tik dvi judesio ašis. Paprastai tai yra „plokštieji“ žaidimai, kuriuose galima judėti į kairę ir dešinę, taip pat aukštyn ir žemyn. Vienas iš 2D grafikos žaidimų pavyzdžių yra „*Celeste*“ (žr. 2 pav.):



Šaltinis: McCarthy. C. 2019 m.

2 pav. „Celeste“ žaidimo eiga

„*Celeste*“ valdymas yra labai paprastas- tik trys mygtukai ir vairasvirtė, D-pad arba rodyklių klavišai. Žaidimo metu galima šokinėti, lėkti oru viena iš aštuonių krypčių, prilipti prie sienų ir ribotą laiką lipti aukštyn arba žemyn, tačiau niuansai ir tai kaip žaidėjas naudoja šiuos lengvai išmokstamus judesius, yra labai gilūs. Subtilūs kiekvieno mygtuko laikymo laiko, šuolio kampo ar kito brūkšnio laiko pokyčiai gali smarkiai pakeisti žaidėjo vietą žaidime. Tai gali būti taip paprasta, kaip laikyti šuolį, kad žaidėjas ilgiau išliktų ore, arba sudėtingas veržimasis prie pat sienos, tada greitas nušokimas nuo jos tiksliai nustatytu laiku, kad žaidėjas pasiektu žymiai daugiau aukščio. Skirtingai nuo daugelio kitų 2D

platforminių žaidimų, kiekvieno „Celeste“ skyriaus išdėstymas turi gairių tyrinėjimo elementą. Esant norui, galima skubėti tiesiai nuo pradžios iki pabaigos, tačiau griaujami blokai ir netikros sienos dažnai slepia slaptus ekranus ir besiskiriančius kelius – ir neretai randama slaptų vietų, paslėptų kitose slaptose srityse (Marks, 2018).

Kadangi 2D platforminiai žaidimai neturi tiek daug judėjimo galimybių, jie dažnai yra paprastesni nei 3D žaidimai. Daugelis 2D žaidimų yra linijiniai, o tai reiškia, kad žaidėjų pagrindinis tikslas yra tiesiog praeiti lygį nuo pradžios iki pabaigos, pasiekiant finišo liniją (Stegner, 2020). Be to, 2D žaidimų valdymas dažnai yra gana paprastas. Kadangi žaidimo personažas neturi viso 3D judesių diapazono, jis turi mažiau galimų judesių ir sąveikos su kitais objektais. Daugelyje 2D žaidimų objektai egzistuoja kaip tai, ką vadiname „sprite“ – taip vadinamas mažas vaizdas, susietas su didesniu vaizdu. Dėl 2D kraštovaizdžio kiekvienas „sprite“ turi X/Y koordinates, kurios tiksliai nurodo, kur jis yra. Tai yra plokšti vaizdai, kitaip nei 3D žaidimai, kuriuose galima peržvelgti objektus bet koku kampu. 2D žaidimų kamera taip pat labai supaprastinta. Paprastai ji žiūri į žaidimą iš šono, todėl 2D žaidime nėra tokios ryškios perspektyvos kaip 3D žaidimuose. Kai kuriuose 2D žaidimuose naudojamas efektas, vadinamas paralaksiniu slinkimu, kuris fone slenka skirtingu greičiu nei pirmame plane, kad sukurtų gylio iliuziją. Dėl šios priežasties veikėjų valdymas taip pat yra daug lengvesnis. 2D žaidime, pakreipiant valdymo svirtį į dešinę, personažas tiesiog perkeliamas ta kryptimi. Tačiau 3D žaidime, pakreipiant valdymo svirtį į dešinę, personažas perkeliamas atsižvelgiant į kameroje matomą vaizdą ir tai, kaip jis tuo metu atrodo (Stegner, 2020).

Pasak Solarski (2013), dažniausiai visas kūrybinis procesas prasideda nuo vizualinio dizaino šaknų – linijų, formų ir tūrių nagrinėjimo. Kadangi realybė vizualiai yra itin sudėtinga, profesionalūs menininkai konceptualiai sumažina objektus iki paprastų linijų, formų ir tūrių, kad supaprastintų tikrovės atvaizdavimą. Ši abstrakcija yra nesvetima 3D skaitmeniniams menininkams, dirbantiems tokiose programose kaip „Maya“ ar „3ds Max“, kur kiekvienas objektas pradeda savo gyvavimą kaip primityvi forma. Vaizdo žaidimai remiasi tais pačiais dizaino principais – perspektyva, forma, verte ir t. t. – kuriuos klasikiniai menininkai naudoja kurdami iliuziją, kad televizorius (arba drobė) yra langas į įsivaizduojamą pasaulį (Solarski, 2013). Nuo 1990 metų 3D grafika plačiai naudojama. Šiandieniniai 3D išvystyti žaidimai dabar apima ne tik 3D grafiką, bet ir 3D sąveiką per tikrovišką fiziką, daug pažangesnį ir tikroviškesnį dirbtinį intelektą ir daug sudėtingesnį inžinerinį dizainą. Pasak Kūčkarakurt (2021), didėjant kompiuterio apdorojimo galiai, didėja gebėjimas kurti sudėtingesnes žaidimų programas daugelyje šių skirtingų sričių. 3D žaidimai siūlo naują tikroviškumo lygį. 3D žaidimuose apšvietimas ir šešėliai gali būti imituojami, kad atrodytų tikroviškiau, objektai gali turėti dinamišką ir sudėtingą fizikos pagrindu sukurtą animaciją, atspindžiai ant paviršių gali atsirasti realiuoju laiku ir bendras skirtumas tarp interaktyvių ir neinteraktyvių pramogų, pvz., animacinių filmų, pradeda mažėti pagal populiarumo lygį ir pardavimus. 3D žaidimų populiarumas ir žaidimų evoliucija leido

vaizdo žaidimams konkuruoti su visomis kitomis pramogų pramonės šakomis, o šių pramonių vertė yra milijardinė (Küçükkarakurt, 2021). Vienas iš pirmųjų populiarių 3D žaidimų žanrų tipų, kur grafika išstūmė tai, kas yra pažangiausia, buvo pirmojo asmens šaudyklė (first person shooter). Kai kurie didžiausi vaizdo žaidimų varikliai, tokie kaip „Quake“ ir „Unreal“, pradžioje buvo sukurti kaip pirmieji pirmojo asmens šaudymo žaidimų karkasai. „CryEngine“, buvo naudojamas kaip pagrindinis pagalbininkas „Crytex“ žaidimui „Crysis“, kuris yra vienas iš pirmųjų žaidimų, paleidžiamų naudojant „DirectX 10“ ir „Shader Model 4.0“ technologiją (Küçükkarakurt, 2021).

Šiuolaikiniai žaidimai savo grafika geba pasiekti foto realistišką tikslumą, o daugelis šiuolaikinių žaidimų pasižymi grafika, kurios ankstesnės kartos vaizdo žaidimų kūrėjai taip siekė. Pavyzdžiui, žaidžiant žaidimą iš Playstation 1 arba Playstation 2 eros ir palyginus jį su moderniaja „God of War“ žaidimo versija – iškart galima pamatyti vaizdo žaidimų grafikos raidą. Jie apima ne tik technologijų pažangą, interneto ryšį, grafiką, pirkinis žaidimuose, bet ir pažangų dirbtinį intelektą. Jų sklaidi sąsaja su vartotoju, žaidimo pažanga, spartesnis procesoriaus greitis ir inovatyvi vaizdo technologija – visa tai veikia kartu, kad žaidėjams būtų suteikta imersyvi patirtis. Ankstyvųjų arkadinių žaidimų kūrėjai dirbo su ribotomis kompiuterinės grafikos galimybėmis. Vėliau vaizdo žaidimų pramonė patyrė technologijų perversmą, kurio dėka ji galėjo didžiulis itin sparčią kompiuterinių žaidimų grafikos raidą. Tuometinės technologijos ribose buvo sunku prognozuoti vaizdo žaidimų pasaulių raidos tendencijas ir tai, kad žaidėjai žais lenktyninius žaidimus virtualiuose miestuose, kurie beveik atitinka tikruosius (The evolution of video game graphics, 2022). Tai, kad žaidėjai jaučia stiprią emocinę empatiją savo ekrane rodomiems veikėjams bei aplinkai (Boch, 2020. Psl. 11), leidžia žaidimų dizaineriams įnešti daugiau emocinių subtilybių į vaizdo žaidimų patirtį, naudojant dinamines personažų formas. Personažo formą taip pat galima koreguoti keičiant jo aprangą; tačiau veikėjo fizinė laikysena yra ryškiausias elementas perteikiantis jų vidinius jausmus. Vienas žinomiausių vaizdo žaidimų, kuriuo galima išreikšti žaidžiamo veikėjo emocijas fiziniiais veikėjo gestais, yra „Thegamecompany“ žaidimas Journey (2012). Pradinėse žaidimo dalyse veikėjas juda išsitiesęs ir laisvai bei grakščiai juda ekrane (žr. 3 pav.). Tačiau matome subtilų veikėjo fizinės būsenos pasikeitimą, kai galiausiai nukreipiame jį į audrą, kur jis pradeda svirduliuoti prieš pučiantį vėją (Solariski, 2013).



Šaltinis: Solarski. C. 2013 m.

3 pav. „Journey“ žaidimo eiga

Antrasis pavyzdys yra 2018 metų Nomada Studio žaidimas „Gris“. Pasak Burrows (2021), *Gris* yra sielvarto stadijų tyrinėjimas, naudojant spalvas, muziką ir veikėjo judesiais išreikštą nuotaiką, siekiant gilintis į paneigimą, pyktį, derybas, depresiją ir priėmimą. Vienas iš keletos būdų, kuriuo *Gris* tiria sielvarto etapus, yra spalvų naudojimas. Pavyzdžiui, paneigimas atvaizduojamas tuščia baltame fone, simbolizuojančiame atsisakymą pripažinti tai, kas įvyko. Vėlesniame derybų etape aplinka vaizduojama žalia gamtos spalva, simbolizuojančia gyvybę ir tai, kaip žmonės bando derėtis su aukštesniąja galia, kad ji būtų sugrąžinta. Tačiau simbolika šiame žaidime kyla ne tik iš spalvų panaudojimo. Kiekvienas *Gris* žaidimo etapas pristato naują mechaniką, turinčią ryšį su skirtingais sielvarto etapais (Burrows, 2021). Depresija yra ketvirtoji žaidime vaizduojamo sielvarto stadija ir yra glaudžiai asocijuojama su mėlynuoju atspalviu. Ši žaidimo scena vyksta dideliame urve, o didžioji scenos veiksmo dalis yra po vandeniu. Depresijos metafora čia yra akivaizdi – *Gris* atsiduria tamsiame urve, pripildytame vandens, trukdančio jai judėti. Kai ji išmoksta plaukti, *Gris* sugeba pereiti tamsą ir išlįsti į šviesą kitoje pusėje (Booth, 2019).



Šaltinis: Frank. A. (2018).

4 pav. „Gris“ žaidimo eiga

Apibendrinant galima teigti, jog skirtingi vaizdo žaidimų žanrai bei elementai skirtingai komunikuoja su kiekvienu žaidėju. Ne visiems patinka pirmojo asmens šaudyklės ir ne visi mėgsta istorijomis paremtus žaidimus, tačiau jie abu bando suteikti žaidėjui realistinius pojūčius, turėdami dalelę kiekvieno iš trijų pagrindinių elementų. Vaizdo žaidimai yra viena iš pagrindinių šiuolaikinės medijos laikmenų, kurios puikiai atvaizduoja realistines emocijas. Vos kelių minučių laikotarpyje žaidėjas gali išvysti tai, kaip žaidimo metu išnyra visas emocijų spektras: liūdesys, džiaugsmas, baimė ir pyktis ir visa tai yra pagrindinis dalykas siejantis žaidėją su pasakojama istorija, žaidimo muzika bei aplinkos objektais ir pagrindiniais herojais. Derėtų pabrėžti tai, kad žaidimo grafika ir istorija yra du svarbiausi sėkmingo vaizdo žaidimo aspektai. Sukūrus istoriją, ji gali padėti sukurti žaidimo grafikos stilių ir atrasti muziką, tinkančią kuriamam pasauliui.

2. ŽAIDĖJŲ MOTYVACIJOS PAGRINDAI

Daugeliui žmonių vaizdo žaidimai yra viena iš labiausiai naudingų ir labiausiai motyvuojančių veiklų. Savo ruožtu žmonių motyvacija žaisti žaidimus formuoja jų patirtį ir elgesį žaidime, taip pat jų savijautą. Pasak Brühlmann (2020), nors motyvacinės psichologijos sąvokos, ypač apsisprendimo teorija, dažniausiai suteikia informaciją apie žaidėjų patirties ir žaidimo analizės tyrimus, motyvacinio reguliavimo sąvoka (SDT) žaidimų kontekste sulaukė riboto dėmesio. Motyvaciniai reglamentai apibūdina pagrindinį žmonių motyvacijos reguliavimo procesą, kuris lemia jų elgesio kokybę, patiriamo poreikių patenkinimo mastą ir tokio elgesio įtaką jų gerovei. Kelių žaidėjų internetinės mūšio arenos (MOBA) žaidimai yra ypač intriguojantis atvejis. Jie mėgsta nuolatinį populiarumą, o žaidėjų skaičius siekia milijonus, nepaisant to, kad jie dažnai patiria daugybę neigiamų patirčių. Konkrečiai, MOBA žaidėjai praneša apie sumažėjusį savarankiškumą ir padidėjusį nusivylimą, o tai prieštarauja SDT pagrįstoms teigiamoms žaidėjo patirties sampratoms. Taigi, atsižvelgiant į žaidėjų motyvacinius reglamentus, galima geriau suprasti žaidėjų patirties ir žaidimo elgesio sąveiką žaidimuose (Brühlmann, Baumgartner, Wallner, Kriglstein ir Mekler, 2020).

Yee (2006) tyrinėja tris motyvacijos komponentus. Yra pasiekimų komponentas, kuris apima norą tobulėti žaidime, domėjimąsi žaidimo taisyklėmis ir sistema bei noras konkuruoti su kitais. Kitas yra socialinis komponentas- noras užmegzti ryšius su kitais, mėgti kalbėtis ir padėti kitiems žaidėjams bei noras būti grupės pastangų dalimi. Galiausiai yra panardinimo komponentas, kurio metu žaidėjas sukuria ir pritaiko personažą, kad šis vaidintų unikalioje žaidimo istorijoje, taip pat yra noras pabėgti nuo realaus gyvenimo (Pang, 2017). Kai kurie tyrinėtojai motyvaciją skirsto į penkis komponentus: vidinę ir išorinę motyvaciją, užduoties vertę, tikėjimą gebėjimais ir sėkmės lūkesčius. Vidinę motyvaciją skatina žmogaus poreikiai meistriškumui, smalsumui ir iššūkių įveikimui. Išorinė motyvacija yra susijusi su elementais, nesusijusiais su užduoties verte, pavyzdžiui, apdovanojimais ar konkurencija ir kitų vertinimais (Alsawaier, 2018. p. 15). Kitame tyrime buvo rasti kitokie motyvaciniai veiksniai, naudojant Richard Ryan ir Edward Deci (2000) apsisprendimo teoriją. Tai teorija, teigianti, kad žmogaus elgesį lemia kompetencijos, savarankiškumo ir giminystės poreikis. Jei tie poreikiai patenkinti, mums labiau patinka veikla, net ir žaidimuose. Kompetencija išpildoma žaidimuose per srauto (flow) būseną, kurios metu visiškai sutelkiama žaidėjų psichinė būseną, ir būtent ji yra naudojama paaiškinti žaidimų teikiamą malonumą. „Flow“ žaidimuose sutinkama tada, kai žaidimas meta pakankamą iššūkį žaidėjui, kad jis vis dar būtų įdomus ir norėtųsi toliau žaisti, bet ne per sunkus ten, kur nebeįdomu, arba per lengvas ten, kur tampa nuobodu. Autonomija pasiekama, nes mes kontroliuojame žaidimus ir žaidžiame savo noru. Galiausiai, giminystė yra įgyvendinama, nes mes galime bendrauti ir konkuruoti su kitais tokiu būdu ir pasauliu, kuris skiriasi nuo realaus gyvenimo (Pang, 2017). Motyvacinių pagrindų bei profilių

nustatymas gali padėti mums iširti žaidėjų panašumus ir pabrėžti šių profilių patirties, gerovės ir elgesio skirtumus (Brühlmann, 2020).

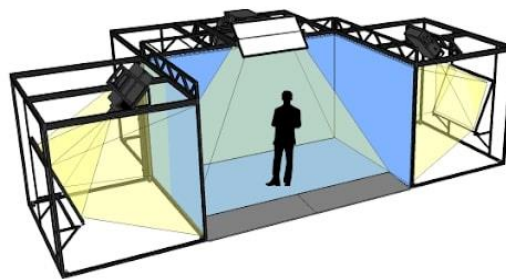
2.1. Imersijos samprata

Imersija apibūdina „buvimo žaidime“ jausmą, kai žmogaus mintys, dėmesys ir tikslai yra sutelkti į žaidimą ir jo pasaulį, o ne į išorinę aplinką ir tai, kas vyksta kambaryje. Imersiją pirmiausia reikia atskirti nuo „buvimo“ sąvokos. Buvimas yra susijęs su virtualios realybės aplinka kurioje žaidėjui kyla jausmas, jog jis iš tikrųjų yra virtualioje erdvėje ar virtualiajame žaidimo pasaulyje. Virtualios realybės aplinka naudojama daugelyje pirmojo asmens šaudymo žaidimų, pvz., Rogue Trooper, tačiau yra ir specializuotų sistemų, tokių kaip CAVE, kurios pateikia žaidėjui kambario dydžio ekraną, kuris supa visą žmogaus kūną (žr. 5 ir 6 pav.).



Šaltinis: Tarbi. A. 2020 m

**5 pav. Virtualiosios realybės aplinka
„CAVE“**



Šaltinis: Manuelraj. R. J. 2020 m

6 pav. „CAVE“ sandara

Tokios virtualios realybės sistemos apibūdinamos kaip įtraukiančios ir keliančios imersijos jausmą ta prasme, kad žmogus gali jaustis tarsi patekęs į žaidimo aplinką (Sanders ir Cairns, (2010). Trumpai tariant, erdvinis buvimas dažnai apibrėžiamas kaip egzistuojantis, kai žiniasklaidos turinys suvokiamas kaip „realus“ ta prasme, kad žiniasklaidos naudotojai jaučiasi esantys tarpininkaujamoje aplinkoje. Idėja yra ta, kad žaidimas (ar bet kuri kita laikmena nuo knygų iki filmų) sukuria erdvinį buvimą, kai vartotojas pradeda jaustis esantis žaidimo kuriamame pasaulyje. Žmonės, kurie patiria imersiją, linkę svarstyti tik tuos pasirinkimus, kurie yra prasmingi įsivaizduojamo pasaulio kontekste. Pavyzdžiui, kažkas, paniręs į „Red Dead Redemption“, labiau linkęs naudoti keliavimo metodus, pvz., kelionės stotis, kurie žaidime yra prasmingi, o ne metodus, kurie išmuša iš panirimo patyrimų, kurie neturi prasmės. (pvz., greitosios kelionės iš meniu ekrano) Žmonės, pasinėrę į žiniasklaidą, taip pat linkę ja labiau mėgautis (Madigan, 2010).

Imersija yra svarbiausia vaizdo žaidimuose, nes vaizdo žaidimuose sujungiami du knygoje ir kino filmuose esantys elementai: pasakojimas ir vaizdiniai stimulai. Svarbiausia, kad ji prideda dar vieną dimensiją ir sluoksnį, kuris yra esminis panardinimo veiksnys: nebanali sąveika. Šių trijų elementų – pasakojimo, vaizdinių dirgiklių ir ne trivialios sąveikos – derinys sudaro virtualią aplinką, kuri yra ir tikra, ir reaguojanti. Tai nauja sąveikos forma, nauja dimensija, apimanti ir talpinanti naujas žaidėjų tapatybės formas. Imersija yra labai karšta tema vaizdo žaidimų dizaino tyrimų požiūriu, nes tai yra svarbiausias žaidimo ir žaidėjo sąveikos rodiklis (Terzioglu, 2015). Imersiją vaizdo žaidimų kontekste galima skirstyti į 4 pagrindinius tipus: sistemų imersija, erdvinė imersija, socialinė/empatinė imersija ir naratyvinė imersija (žr. 7 pav.).

SISTEMŲ IMERSIJA	ERDVINĖ IMERSIJA	SOCIALINĖ/ EMPATINĖ IMERSIJA	NARATYVINĖ IMERSIJA
Aukšto lygio įsitraukimas į sprendimų priėmimo veiklą žaidimo metu.	Buvimo virtualioje erdvėje jausmas.	Žaidėjo ryšys su asmeniniu ir socialiniu žaidimo kontekstu.	Noras pamatyti kitą žaidimo istorijos sekos žingsnį.
Visi šie tipai turi glaudžius ryšius vienas su kitu ir kartu dalinasi žaidimo elementais, kurie skatina įvairias panardinimo formas.			

Šaltinis: adaptuota pagal Haggis-Burridge, M. 2020 m. psl. 3

7 pav. Imersijų tipai

Sistemų imersija kyla tada, kai žaidėjas yra labai įsitraukęs į sprendimų priėmimo veiklą ir žaidimo taisykles. Pavyzdžiui, mažai tikėtina, kad žaisdamas „Pac-Man“ žaidėjas jaustųsi kaip taškus valgantis diskas, kuris yra persekiojamas labirinte, tačiau žaidėjo protas ir kūnas vis tiek gali stipriai reaguoti į sistemingą žaidimo eigą. Nors šiame pavyzdyje pagrindinis dėmesys skiriamas greitam žaidimui, lėtesni ir strateginiai žaidimai gali vienodai įtraukti kai kuriuos žaidėjus, nes taisyklių pusiausvyra visiškai užima jų mintis (Haggis-Burridge, 2020). **Erdvinė imersija** reiškia žaidėjo buvimo virtualioje erdvėje jausmą. Žaidimo vizualinė kokybė yra svarbi skatinant šią imersijos formą, tačiau tai nėra vienintelis veiksnys: žaidėjas gali patirti didžiulį erdvinės imersijos pojūtį ir iš 2D labirinto žaidimo, taip pat kaip daugelis žaidėjų patyrė stiprius jausmus iš ankstyvųjų 3D erdvių, tokių kaip „Stunt Car Racer“, kuriose lenktynių trasai parodyti buvo naudojamos tik pagrindinės linijos arba spalvų blokai, tačiau dabartinės 3D erdvės, turinčios stiprų tikroviškumo jausmą ar kinematografinį vaizdą, skatina efektyvesnį persikėlimo į virtualią erdvę pojūtį nei vizualiai mažiau įspūdingi virtualūs pasauliai

(Haggis-Burridge, 2020). Manoma, kad dėl patobulinto ryškumo ir naujų sąveikos būdų virtualios realybės (VR) technologija, įskaitant kompiuterinius žaidimus, sukelia stipresnius erdvinės įmersijos potyrius nei tradicinės žiniasklaidos priemonės, tokios kaip televizija. Tamborini (2000) atkreipia dėmesį į kompiuterinių žaidimų gebėjimą sukelti panirimo ir įtraukimo jausmus, kurie abu yra esminiai įmersijos komponentai (Weibel ir Wissmath, 2011). **Socialinė/empatinė įmersija** yra žaidėjo ryšys su asmeniniu ir socialiniu žaidimo kontekstu. Šie ryšiai gali būti užmegzti su žaidimo veikėju („NPC“) arba su kitais žaidime dalyvaujančiais žaidėjais. Tai gali būti suaktyvinta gyvai, t. y. kai abu arba visi žaidėjai dalyvauja žaidime kartu, bet ir asinchroniškai, t. y. vienam ar keliems žaidėjams išėjus, tačiau žaidime vis dar yra priminimų apie jų buvimą bei dalyvavimą (Haggis-Burridge, 2020). Žaidimų pokalbių funkcijų pažanga reiškia, kad žaidėjai griaua seną izoliacijos ir vienišumo stereotipą ir naudoja žaidimus socialiniams santykiams užmegzti ar palaikyti. Kai žaidėjai žaidžia su žmonėmis, su kuriais turi asmeninį ryšį, pasinėrimas į vaizdo žaidimus didėja. Kadangi pastaraisiais metais buvo taikomi covid-19 apribojimai, ribojantys asmeninį bendravimą, daugelis žmonių labiau pasitikėjo vaizdo žaidimais, kad palaikytų ryšį su draugais, mėgaudamiesi smagia, bendra patirtimi. Kelių žaidėjų žaidimai leidžia žaidėjams dirbti kartu ir ugdyti vertingus įgūdžius, tokius kaip komandinis darbas, bendravimas ir problemų sprendimas, net jei jie tuos įgūdžius naudoja virtualiame pasaulyje, o ne realiame gyvenime (Usher, 2020). Pasak Haggis-Burridge (2020), **Naratyvinė įmersija** kyla iš žaidėjo noro pamatyti kitą žaidimo istorijos sekos žingsnį. Paprastai tai lems tradiciniai pasakojimais pagrįsti įvykiai, besisukantys apie fizinius ir (arba) emocinius konfliktus, tačiau tai taip pat gali būti taikoma stebint progresuojančius veikėjo gebėjimus arba keliaujant per specifinį žaidimo regioną norint rasti kitą nepažystamą vietą tyrinėjimui (Haggis-Burridge, 2020). Vaizdo žaidimų dizaineriams galimos dvi skirtingos naratyvo pasakojimo formos: „push“ naratyvas ir „pull“ naratyvas. „Push“ naratyvo pavyzdys būtų žaidimo scena, kurioje žaidėjas turi sėdėti ir stebėti, kaip vyksta istorija. Čia žaidimų dizaineriai suteikia žaidėjui visas pasakojimo detales, kurias jie nori žinoti – nors kai kurie žaidimai, tokie kaip *Half-Life 2* (2004), leidžia žaidėjui judėti uždaroje erdvėje scenos metu, jų negalima praleisti, todėl naratyvas iš esmės jiems yra „priverstas“. „Pull“ naratyvai yra elementai, kuriuos dizaineriai įdėjo į interaktyvų pasaulį, dėl kurių žaidėjas turi jų ieškoti. Tokiuose žaidimuose kaip *BioShock* serija (2007) magnetofono įrašymo įrenginiai yra išdėstyti aplinkoje, kad žaidėjai galėtų juos rasti ir atrasti daugiau istorijos. Šiuos pasakojimus paprastai atranda žaidėjai, kurie nuoširdžiai domisi ir investuoja laiko į istoriją, kai ji vystosi (McEnerney, 2017).

Pagrindinė įtraukiančios patirties sąlyga yra ta, kad terpė (pvz., grafika, žaidimo tekstas, vartotojo sąsaja, garso efektai ar muzika vaizdo žaidimuose) turi būti „skaidri“. Kuo labiau matoma kalba ir techniniai aspektai, tuo mažiau įtraukianti yra žaidėjo patirtis. Pavyzdžiui, klaidos, garso problemos,

neteisingai parašytas tekstas atitraukia žaidėjus nuo istorijos, todėl jie sužino apie įrenginius, kurie suteikia galimybę patirti imersiją (Laglaive, 2021).

Apibendrinant pastebėta, jog vaizdo žaidimai leidžia žaidėjams realizuoti savo giliausias fantazijas bei svajones ir kuo labiau imersyvus yra žaidimo pasaulis – tuo geriau. Ne visi žaidimai privalo turėti įtraukiančią ir realistinę atmosferą, kad suteiktų žaidėjams įsimintiną patirtį, tačiau galimybė pabėgti nuo kasdienybės ir pasitraukti į kitą, platesnių galimybių kupiną pasaulį yra tai, dėl ko žaidimų populiarumas nuo pat jų gyvavimo pradžios sparčiai kyla ir neketina sustoti. Net žaidimai, kuriuose pagrindinis dėmesys nėra skiriamas žaidėjo panardinimui, užtikrina, jog žaidėjai jausis tarsi patekę į visai kitą pasaulį.

2.2. Įtraukaus virtualaus pasaulio charakteristikos

Erdvinis ir emocinis panardinimas yra bet kurio meno kūrinio, kuriame pateikiamas nuoseklus pasakojimas ir pasaulis, dalis. Tačiau vaizdo žaidimai yra specifinė terpė, o jų sukuriama įtraukianti patirtis priklauso nuo kitų aspektų. Tai, kad istorijos negali vykti be žaidėjo sprendimų, verčia juos labiau įsitraukti į pasakojimus: istorija nejudės į priekį, jei žaidėjas (-ai) joje nedalyvaus. Taip atsitinka todėl, kad vaizdo žaidimai priklauso nuo modeliavimo, sukurto interaktyvioje aplinkoje. Galimybė bendrauti su įvykiais ar veikėjais reiškia galią pakeisti galimus veiksmus, pasekmes ir istorijos pasaulį. Dėl to vaizdo žaidimų įvykiai visada keičiasi, todėl kelias niekada nėra fiksuotas ar linijinis. Sąveika, galimybė būti pasaulyje ir ryžtingai jį keisti, yra įtraukiančios vaizdo žaidimų patirties dalis (Laglaive, 2021).

Nors papildyta ir virtualioji realybė patenka į išplėstinės realybės technologijų kategoriją, vartotojams siūlomos mechanikos skirtumai yra didžiuliai. Atitinkamai, kiekvienos technologijos projektavimo procese pirmenybė turėtų būti teikiama skirtingiems dalykams. Pagrindiniai šių realybių technologiniai skirtumai yra: žaidėjo vieta. Papildytos realybės žaidimais galima mėgautis bet kur ir naudotis dideliu vartotojų mobilumu. Pasak Hamad ir Jia (2022), virtualios realybės žaidimai nėra skirti žaisti visur ir reikalauja, kad vartotojas stovėtų (arba sėdėtų) santykinai mažo spindulio vietoje. Judėjimą papildytos realybės programėlėse galima suskirstyti į dvi kategorijas: gestus mobiliojo įrenginio ekrane ir gestus, kuriuos fiksuoja įrenginio kamera. Virtualios realybės programinė įranga registruoja judėjimą pasikeitus ausinių orientacijai ir specialiais valdikliais. Ši įranga suteikia daug tikroviškesnę ir pažangesnę sekimo sistemą nei papildyta realybė ir leidžia įgyvendinti sudėtingesnę mechaniką. Papildytosios realybės programose svarbu įdiegti saugos gaires, pvz., įspėjimus ir apribojimus. Kai žmonės pernelyg susižavi žaidimu, jie gali nebekreipti dėmesio į aplinką ir tapti pavojų aukomis. Jei virtualiosios realybės programa neapima daug vaikščiojimo, žaidėjai greičiausiai bus apriboti mažoje

žaidimų aikštelėje. Galima jiems pranešti, kad jie turėtų išmintingai pasirinkti šią sritį ir pašalinti visas kliūtis ar objektus, kurie gali pakenkti judant (What is The Key to Immersive Game Design?, 2021).

Virtualios aplinkos elementai, didinantys patirties įtraukimą: **aplinkos tęstinumas** - vartotojas turi turėti galimybę dairytis į visas puses ir turėti aplinkos tęstinumą. **Atitikimas žmogaus regėjimui** - vaizdinis turinys turi atitikti elementus, leidžiančius žmonėms suprasti savo aplinką, kad, pavyzdžiui, tolumoje esantys objektai būtų tinkamo dydžio, kad suprastume jų dydį ir atstumą nuo mūsų. **Judėjimo laisvė** - svarbu, kad vartotojas galėtų normaliai judėti aplinkos ribose. Ši pajėgumą galima pasiekti kambario masto VR ir tam skirtose VR patalpose, tačiau stacionariam VR reikalinga sudėtinga aparatinė įranga, o sėdinčiam VR tai neįmanoma. **Fizinė sąveika** - vartotojas turi turėti galimybę sąveikauti su objektais virtualioje aplinkoje panašiai kaip ir realiame gyvenime. Pavyzdžiui, duomenų pirštinės gali leisti vartotojui atlikti judesius, pavyzdžiui, stumti ar pasisukti, kad sąveikauti su objektais būtų galima natūralesniu būdu – pasukti durų rankeną arba paimti knygą. **Fizinis grįžtamasis ryšys** - vartotojas turėtų gauti jautrų grįžtamąjį ryšį, kad atkartotų realaus pasaulio sąveikos jausmą. **Naratyvinis įsitraukimas** - vartotojas turėtų turėti galimybę nuspręsti pasakojimo eigą. Aplinkoje turėtų būti užuominų, kurios paskatintų vartotoją kurti įdomius pokyčius. **3D garsas** - kad būtų juntama įmersija bei įsitraukimas, VR aplinkos turi sugebėti atkartoti natūralius garsus atsižvelgiant į žmonių ir objektų padėtį aplinkoje (Wigmore, 2016). Marie – Laure Ryan (2008) teigia, kad panardinimas gali atsirasti dėl VR patirties, neturinčios aiškaus pasakojimo turinio. Ji pavadino šią panardinimo formą kaip intensyvų susitelkimą į tam tikros užduoties atlikimą, panašų į kai kurių profesionalių klasikinės muzikos atlikėjų demonstruojamą intensyvumą. McMahanas (2003) apibūdino panardinimą kaip žaidėjo meilę žaidimui ir strategiją, kurios reikia jam žaisti. Ermi ir Mäyrä (2005) šią panardinimo formą pavadino iššūkiu pagrįstu panardinimu ir apibūdino ją kaip „panirimo jausmą, kuris yra stipriausias, kai pavyksta pasiekti patenkinamą iššūkių ir gebėjimų pusiausvyrą“. Jie taip pat teigė, kad šį panardinimo jausmą gali sukelti tiek sensorinių, tiek protinių įgūdžių iššūkiai (Nilsson, Nordahl ir Serafin, 2016).

Imersija yra ypač svarbi VR žaidimams, vienam sparčiausiai populiarėjančių vaizdo žaidimų formatų. Didėjant susidomėjimui ir investicijoms į VR / AR įrenginius, testavimas taip pat tampa vis svarbesnis, siekiant užtikrinti, kad turinys būtų sukurtas patraukliausiu ir įtraukiančiu būdu. Mokslininkai tiriantys imersijos bei srauto būsenos ypatumus savo tyrimuose naudojo GSR (tyrimuose vadinamą elektroderminiu aktyvumu) ir ECG širdies ritmo įrašus, kad nustatytų ryšį su psichinėmis būsenomis, įskaitant panardinimo jausmą. Dalyvių atsakymai į tris pagrindinius komercinius žaidimus (konkrečiai, „Prey“, „Doom 3“ ir „Bioshock“) buvo išanalizuoti naudojant šias priemones. Tyrėjai nustatė, kad širdies susitraukimų dažnis neigiamai koreliavo su panardinimu (taip pat ir srautu), o tai reiškia, kad mažesnis širdies susitraukimų dažnis rodo padidėjusį panardinimo jausmą žaidimo metu (Farnsworth, 2020).

Apibendrinant galima teigti, kad daugybėje vaizdo žaidimų patirties ir imersijos tyrimų, įtraukiantis žaidimo pasaulis yra svarbi vaizdo žaidimų patirties dalis, kurios žaidėjai nuolatos ieško bei tikisi. Virtualaus pasaulio įtraukumas turi įtakos ne tik veiklai žaidime, bet ir išoriniuose žaidėjo socialiniuose ryšiuose bei veiksmuose. Tačiau nepaisant visko, įtraukus vaizdo žaidimų pasaulis, bei jo charakteristikos neturi tikslios nustatytos sąvokos, į kurią būtų galima atsiremti, norint aiškiau suvokti ir paaiškinti šį vidinį vaizdo žaidimų elementą. Geriausia apibūdinti šį terminą galima tuo, jog jis susideda iš skirtingų psichologinių niuansų tokių kaip dėmesys, suvokimas ir planavimas, kuriuos sujungus gimsta įsitraukimas.

2.3. Žaidėjų motyvacijos profiliai

Šiame skyriuje yra kalbama apie tai, kas motyvuoja žaidėjus ir toliau žaisti žaidimus. Kaip minėta ankstesniuose skyriuose, veiksniai, susiję su srautu ir malonumu, yra žaidimo istorija, grafika ir garsas. Visa tai prisideda prie žaidimo tęstinumo. Socialinė žaidimų dalis taip pat labai svarbi. Ypač kelių žaidėjų ir internetiniuose žaidimuose, jei žmogus daug pasiekė, pelnė pripažinimą ar užmezgė ryšius su kitais žaidėjais, tai vaidina svarbų vaidmenį, jei žmogus ir toliau žais žaidimą (Pang, 2017). Vaizdo žaidimai skatina tikslais nukreiptą elgesį. Pasak Przybylski (2010), kiekvieną savaitę daugiau nei 10 milijonų populiaraus internetinio žaidimo „World of Warcraft“ žaidėjų atsisako kitų laisvalaikio galimybių ir investuoja daugiau nei 225 milijonus valandų bendradarbiaudami, tyrinėdami ir varžydamiesi vienas su kitu virtualiame pasaulyje. Iš tiesų, vaizdo žaidimų žaidimas labai skiriasi nuo veiklos, kuria užsiimama už tam tikrą išorinį atlygį (pvz., užmokestį už darbą). Neskaitant to, vaizdo žaidimų patrauklumas slypi tik jiems būdingose patirties savybėse. Yra priežasčių manyti, kad vaizdo žaidimai gali patenkinti pagrindinius psichologinius asmens poreikius. Iš tiesų, vis didėjantis žaidimų patrauklumas rodo, kad vaizdo žaidimai įsilieja į motyvacinius procesus taip pat arba kai kuriais atvejais geriau nei tradicinės žiniasklaidos pramogos (Przybylski, Rigby ir Ryan, 2010). Motyvacija plačiai laikoma pagrindiniu žaidėjų žaidimo patirties veiksmu. Ankstyvieji tiriamieji darbai motyvaciją pirmiausia siejo su žaidėjų tipologijų pasirinkimais ir nebuvo pagrįsti jokiais psichologiniais pagrindais ar žmogaus motyvacijos teorijomis. Pavyzdžiui, Bartle (1996) nustatė keturis skirtingus žaidėjų „tipus“, turinčius skirtingas žaidimo nuostatas „multi – user“ požemių žaidimuose. Taip pat ir Yee (2006) laimėjimus, panardinimą ir socialinius žaidimo aspektus įvardijo kaip pagrindinius motyvatorius, kodėl žmonėms žaisti internetinius bei vaizdo žaidimus atrodo patrauklu (Brühlmann, 2020).

Pasak Yee (2006), egzistuoja devyni pagrindiniai idėjų motyvacijos profilių tipai: akrobatas, sodininkas, žudikas, kovotojas, gladiatorius, galvų medžiotojas, bardas, architektas bei nindzė (žr. 8 pav.).

	Akrobatas	Sodininkas	Žudikas	Kovotojas	Gladiatorius
Moto	"Lavinu savo refleksus"	"Atpalaiduojantis užduočių atikimas"	"Kinematografinis chaosas su tikslu"	"Įsijungimas į mūšio karštinę"	"Pasivertimas žaidimu"
Svarb. motyvatoriai	Iššūkis + Tyrinėjimas	Užbaigimas	Fantazija + nartotymas + Destrukcija	Destrukcija + Užbaigimas	Iššūkis + Užbaigimas + Bandruomenė
Top žaidimai	Spelunky, Celeste, Super Metroid, Tetris	Candy crush, Solitaire, Animal Crossing	Firewatch, Uncharted, Tomb Raider	Rust, Call of Duty, Battlefield	Mobile legends, Destiny, Gears of War
	Nindžė	Galvų medžiotojas	Architektas	Bardas	
Moto	"Greičio ir įgūdžių dvikava"	"Aukšta lygio solinis pasaulio tyrinėjimas"	"Mano imperija prasideda nuo šio kaimelio"	"Dalyvavimas pagrindinėje istorijoje"	
Svarb. motyvatoriai	Konkurencija + Iššūkis	Destrukcija + Fantazija	Strategija + Užbaigimas	Duomas + Bandruomenė + Fantazija	
Top žaidimai	Street Fighter, StarCraft, LoL	Maze Effect, Far Cry, Saints row	Europa Universalis, Civilization VI, Banished	The Secret World, FF XIV, LoTRO	

Šaltinis: adaptuota pagal Yee. N. 2020 m.

8 pav. Motyvacinių profilių ypatumai

Jei pagrindinis žaidėjo profilis yra **akrobatas**, tai reiškia, kad jis yra solo žaidėjas, mėgstantis sudėtingus žaidimus – jis treniruosis nuolat, kol galės imtis pačių sudėtingiausių misijų ar priešų. Žaidimai, skirti šiam motyvaciniam tipui, turėtų būti vidutinio tempo, verčiantys apmąstyti priimamus sprendimus ir išsiaiškinti taisykles. Nesvarbu nei pasaulio kūrimas, nei sudėtingi pritaikymo procesai. Geriausi vaizdo žaidimų pavyzdžiai šiam tipui yra „*Super Metroid*“ ir „*The Binding of Isaac*“. Tai, kad **sodininkas** yra pagrindinis žaidėjo tipas, rodo, kad žaidėjas ieško patirties, kurioje galėtų atlikti užduotis ramiai ir atpalaiduojant – nesvarbu, ar jos susijusios su daiktų rinkimu, ar tiesiog lygių baigimu. Taisyklės turėtų būti pateiktos iš anksto, kiek įmanoma tiesiogiai, ypač jei žaidimas yra spontaniškas ir reaktyvus. Mėgstamiausi šio motyvacinio tipo asmenų žaidimai yra „*Candy Crush*“ ir „*Animal Crossing*“ (Sabarini, 2021). **Žudikai** nori kinematografinio naikinimo su tikslu. Jie nori chaoso ir chaosu turtingo žaidimų pasaulio su visa apimančia istorija. Jie nori pasinerti į specifiskai jiems kuruojamą patirtį, o ne turėti paletę, kurią galima pritaikyti ar modeliuoti. Taigi žaidimuose, populiariuose žudikų motyvacinio profilio tarpe, matome daug veiksmo ir nuotykių žaidimų, tokių kaip „*Uncharted*“ ir „*Tomb Raider*“ (Yee, 2020). Žaidėjai, turintys **kovotojo** tipą, sutelkia dėmesį į veiksmą bei socialines grupes. Greito veikimo komandinės arenos, kurios nekelia didelių iššūkių ir nereikalauja daug mąstymo/planavimo, atitinka jų pageidavimus. Dėl žemų rezultatų ar baigimo balų jie nori rungtynes pradėti iš naujo, o ne žaisti ilgas sesijas siekdami aukštų rezultatų. Mėgstamiausi šio tipo žaidėjų žaidimai yra „*Call of Duty*“ arba „*Battlefield*“ (Sabarini, 2021). **Gladiatoriai** labiau linkę identifikuotis kaip užkietėję žaidėjai ir nori, kad žaidimai juos sudomintų naudodami platų funkcijų spektrą. Jie ieško nepaprastos patirties, komandinių arenų, greito tempo, galios progresavimo mechanikos, sudėtingos žaidimo eigos, reikalaujančios strateginio mąstymo, ir turtingos pasaulio aplinkos, kurioje yra daug ką tyrinėti ir pritaikyti. Jų populiariųjų žaidimų sąrašė matome daug MMO (masinis kelių žaidėjų internetinis vaidmenų žaidimas) ir šaudyklinio tipo žaidimų, pvz., „*Destiny*“, „*Gears of War*“ ir „*Black Desert Online*“ (Yee, 2020). Palyginti su žudikų kinematografinėmis nuostatomis, **galvų medžiotojo** tipo žaidėjai siekia modeliuoti ir tyrinėti žaidimo pasaulį. Dar labiau juos žavi galimybė atsiduoti

personažams – noras matyti, kaip jie auga ir tampa galingiausiomis būtybėmis žaidimo pasaulyje, pakeliant lygį arba atnaujinant ginklus. Tokią patirtį siūlo „*Saints Row*“ ir „*Mass Effect*“ (Sabarini, 2021). **Bardai** yra socialiniai žaidėjai, norintys kalbėtis ir bendrauti su kitais žaidėjais žaidimų pasauliuose, kuriuose gausu istorijų, atradimų ir pritaikymų. Jie nori tapti didžiosios istorijos dalimi kitų žaidėjų bendruomenėje, kuri kartu kuria ir formuoja pasaulį bei pasakojamas istorijas. Jiems žaidimas yra teatro scena. Jiems labai mažai rūpi galios progresas ir užduočių atlikimas, jie nori tiesiog organiškai patirti žaidimų pasaulį. Jų populiariuose žaidimuose matome tokius pavadinimus kaip „*The Secret World*“ ir „*Final Fantasy XIV*“ (Yee, 2020). Planavimas ir sprendimų priėmimas, lemiantis progresą ir užduočių įvykdymą, yra pagrindinis žaidėjų, kurių pagrindinis motyvacinis tipas yra **architektas**, noras. Intriguojančios situacijos ir istorijos yra didelis plusas, ypač kai visa tai siūloma kaip solo patirtis, be komandinio darbo ar konkurencijos – tiesiog visiška nepriklausomybė. Pirmenybė teikiama lėtai, atpalaiduojančiai ir ramiai atmosferai, siekiant laikui bėgant ką nors sukurti ir nesugriauti. Tai siūlo tokie žaidimai kaip *Civilization*. Nors žaidėjams, turintiems **nindzės** tipą, patinka įveikti sudėtingus iššūkius, jiems taip pat patinka žaidimas, kurį sudaro strateginių sprendimų priėmimas ir greita, rungtynėmis pagrįsta konkurencija. Vaizdo žaidimai yra vieta išbandyti savo įgūdžius ir protą prieš kitus žaidėjus, todėl žaidimo progresas nėra būtinas, palyginti su įgūdžiais pagrįstu meistriškumu. „*Street fighter*“ būtų puikus to pavyzdys (Sabarini, 2021).

Apibendrinant galima teigti, jog žaidėjų motyvacijos profiliai neapsiriboja vien motyvacijos ir poreikių matavimu, bet gali būti taikomi ir analizuojant vartotojų pageidavimus bei jų elgesio modelį. Žaidėjai nėra tik viena vienspalvė grupė. Jų pomėgiai bei motyvacijos žaisti vaizdo žaidimus labai smarkiai skiriasi. Quantic Foundry ir Nick Yee (2006) sukurtas žaidėjų motyvacijos profiliavimas yra vienas iš pagrindinių tiltų tarp žaidėjų pageidavimų, elgesio ir įsitraukimo rezultatų, kurie gali padėti žaidimų kūrėjams aiškiau suvokti norimos pasiekti auditorijos reikalavimus.

3. TYRIMAS VAIZDO ESTETIKA VAIZDO ŽAIDIMUOSE IR JOS POVEIKIS ŽAIDĖJŲ MOTYVACIJAI IR JO REZULTATAI

Remiantis moksline literatūra teorinėje darbo dalyje buvo atskleisti pagrindiniai vaizdo žaidimų kūrimo pasitelkiami žaidimų estetikos elementai darantys didžiausią poveikį žaidėjo motyvacijai žaisti. Taip pat buvo analizuojami žaidėjų motyvacijos profiliai ir tai, kaip tų profilių analizė gali padėti žaidimų kūrėjams aiškiau suvokti norimos pasiekti auditorijos reikalavimus. Tyrimu siekiama geriau suprasti bei atskleisti žaidimo estetinių elementų ir žaidėjo motyvacijos sąveiką, siekiant atsakyti į tyrimo klausimą: *koks vaizdo žaidimų estetikos poveikis žaidėjo motyvacijai?*

Šiame tyrime analizuojamas žaidėjų motyvacinio profilio modelis yra naudojamas vizualinės komunikacijos sprendimų poveikiui žaidėjų motyvacijai atskleisti, pasitelkiant MDA Framework metodologiją ir Yee (2006) žaidėjų motyvacinių profilių modelį bei jam skirtą apklausą. Analizuojant žaidėjų tikslus, pageidavimus ir poreikius, galima suvokti, kaip vaizdo žaidimų estetiškos komunikacijos sprendimai įtakoja žaidėjo motyvaciją. Pirmoje dalyje apžvelgiami tyrimo demografinių duomenų rezultatai, antroje – vaizdo žaidimų komunikacijos aspektai remiantis teorinėje dalyje nagrinėta MDA Framework metodologija ir trimis pagrindiniais estetiniais vaizdo žaidimų aspektais: istorija, vaizdu bei garsu. Trečiojoje dalyje analizuojami žaidėjų motyvacinių profilių rezultatai pasitelkiant teorinėje dalyje nagrinėtu Yee (2006) sudarytu *Quantic Foundry* žaidėjų motyvaciniu profilių modeliu bei aptariamoms svarbiausios išvados.

Duomenų rinkimo metodas. Tyrimo metu buvo panaudotas kiekybinis tyrimo metodas, nes šis tyrimo metodas apima duomenų, kuriuos galima analizuoti statistiniais metodais, rinkimą. Duomenys buvo surinkti 172 respondentų. Anketoje buvo naudojamas žaidėjo motyvacinio profilio modelis žaidėjų motyvacijai įvertinti ir buvo pateikti klausimai apie vizualinės komunikacijos sprendimus ir žaidėjų pageidavimus. Tyrimui buvo pasirinkta anoniminės anketos rūšis, sudaryta iš uždarų klausimų. Šiame darbe nagrinėjama populiacija – vaizdo žaidimų mėgėjai. Tyrimui buvo vykdoma tikslinė respondentų atranka, norint pasiekti šiam tyrimui skirtą tikslinę respondentų auditoriją – vaizdo žaidimų mėgėjus, ir taip užtikrinant, jog tyrime dalyvauti galimybę turėjo tik tie respondentai, kuriems buvo aktuali pateiktos apklausos tyrimo tema. Tikslinė auditorija buvo pasiekta aprašant tyrimo sritį. Tyrimo anketos klausimai yra uždaro pobūdžio, iš viso anketa sudaryta iš 19 klausimų remiantis literatūros analize. Anketinė apklausa buvo atliekama 2023 m. sausio 25 – balandžio 10 dienomis, sulaukta 172 atsakymų. internetinė apklausa buvo atliekama pasinaudojant *Facebook* ir *Reddit* socialinių medijų platformomis, kadangi tai yra geriausios vietos, norint pasiekti šiam tyrimui skirtą tikslinę respondentų auditoriją – vaizdo žaidimų

mėgėjus. Atliekant tyrimą buvo laikomasi visų etikos principų, procesas vyko sklandžiai. Svarbu paminėti, kad buvo užtikrintas respondentų anonimiškumas.

Tyrimo hipotezės: Pasak Schell (2008), estetiški elementai yra dalis, kuri padeda bet kokio žaidimo patirčiai tapti malonesnei. Žaidėjų pomėgiai bei motyvacijos žaisti vaizdo žaidimus labai smarkiai skiriasi. Motyvacinių pagrindų bei profilių nustatymas gali padėti mums iširti žaidėjų panašumus ir pabrėžti šių profilių patirties, gerovės ir elgesio skirtumus (Brühlmann, 2020). Svarbu iširti, kaip skirtingų motyvacinių tipų struktūra (pvz., konkurencija, kooperacija ar komandos bendradarbiavimas) veikia žaidėjų įsitraukimą ir motyvaciją (Peng ir Hsieh, 2012).

Remiantis šiais faktais, siūlomos tokios hipotezės:

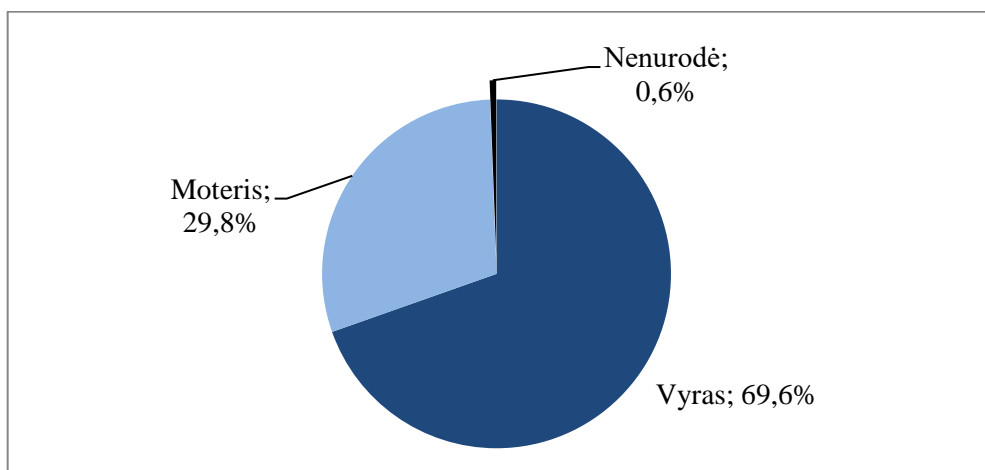
H 1 – vaizdo žaidimų vizualinės estetikos svarba turi statistiškai reikšmingą ryšį su motyvacijos žaisti vaizdo žaidimus faktoriais. Žaidėjai, kurie jaučiasi labiau pasinėję į žaidimų patirtį, pvz., dėl aukštos kokybės grafikos ir garso efektų, gali būti labiau motyvuoti toliau žaisti žaidimą.

H 0 – vaizdo žaidimų vizualinės estetikos svarba neturi statistiškai reikšmingo ryšio su motyvacijos žaisti vaizdo žaidimus faktoriais. Pavyzdžiui, žaidėjai, kuriuos motyvuoja konkurencija ir pasiekimai, gali būti labiau motyvuoti vaizdo žaidimais, kurie turi konkurencingą kelių žaidėjų režimą arba siūlo atlygį ir pasiekimus už tam tikrą užduočių atlikimą.

3.1. Tyrimo analizė

Šiuo tyrimu siekiama geriau suvokti vaizdo žaidimų estetikos pagrindų įtaką skirtingiems žaidėjų motyvaciniams profiliams, pasitelkiant MDA Framework metodologiją ir Yee (2006) žaidėjų motyvaciniu modeliu bei jam skirta apklausa. Tyrimo probleminis klausimas: kokie vaizdo žaidimų estetikos komunikacinės raiškos sprendimai labiausiai aktualūs žaidžiančiųjų vaizdo žaidimus motyvacijai? Pirmoje dalyje apžvelgiami tyrimo demografinių duomenų rezultatai, antroje – vaizdo žaidimų komunikacijos aspektai remiantis teorinėje dalyje nagrinėta MDA Framework metodologija ir trimis pagrindiniais estetiniais vaizdo žaidimų aspektais: istorija, vaizdu bei garsu.

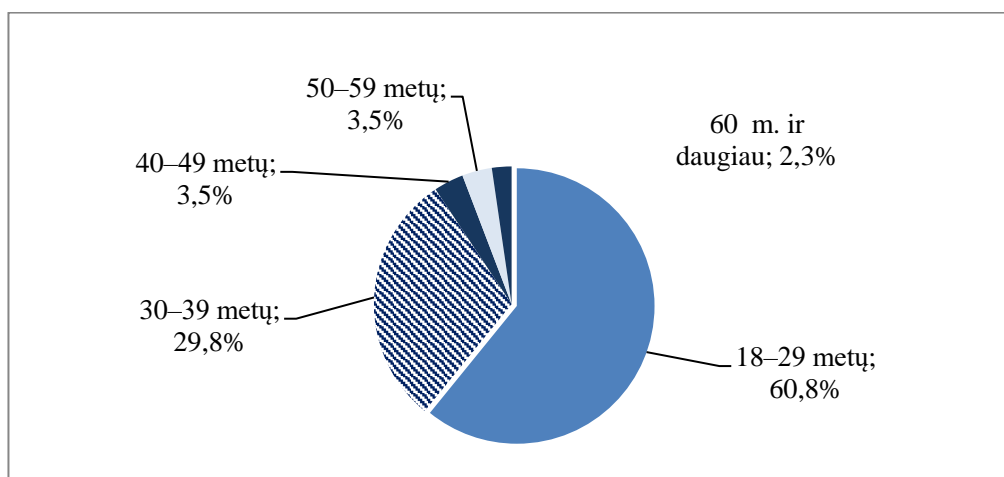
Tyrimo dalyvavo 172 respondentai, jiems buvo pateikta 19 klausimų, jų visų atsakymai ir buvo panaudoti tolimesnei analizei. Tyrimo anketoje buvo pateikti du demografiniai klausimai, siekiant sužinoti respondentų lytį ir amžių. Gauti tyrimo rezultatai rodo, jog didžioji dalis dalyvavusių tyrimo yra vyrai - (69.6%), moterys sudarė - (29.8%). Respondentų pasiskirstymas pagal lytį pateikiamas Paveiksle 9:



Šaltinis: parengta autoriaus

9 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį

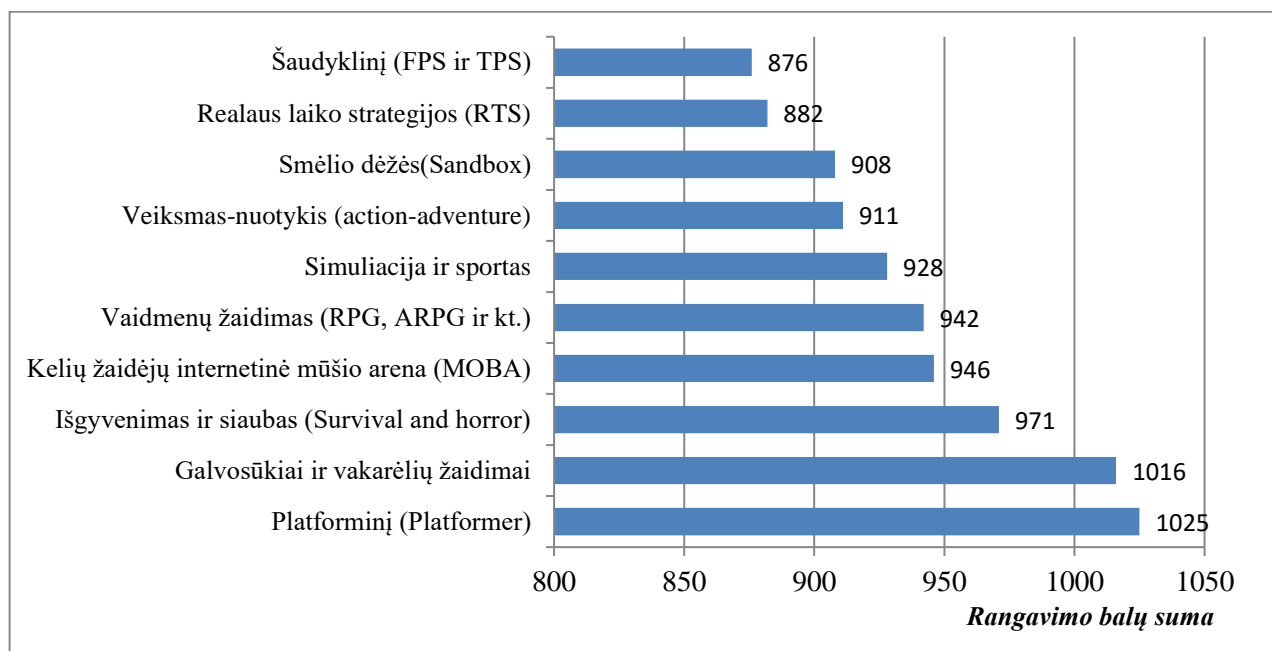
Apklausoje rezultatai rodo, kad didžiąją vaizdo žaidimų mėgėjų dalį sudaro jaunimas (žr. 10 pav.). beveik du trečdaliai respondentų (60,8 %) buvo 18–29 metų amžiaus jaunuoliai. 30–39 metų amžiaus respondentų grupė sudarė 29,8 %, o 50 metų ir vyresni asmenys sudarė tik 5,8 % visų tyrimo dalyvių



Šaltinis: parengta autoriaus.

10 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių

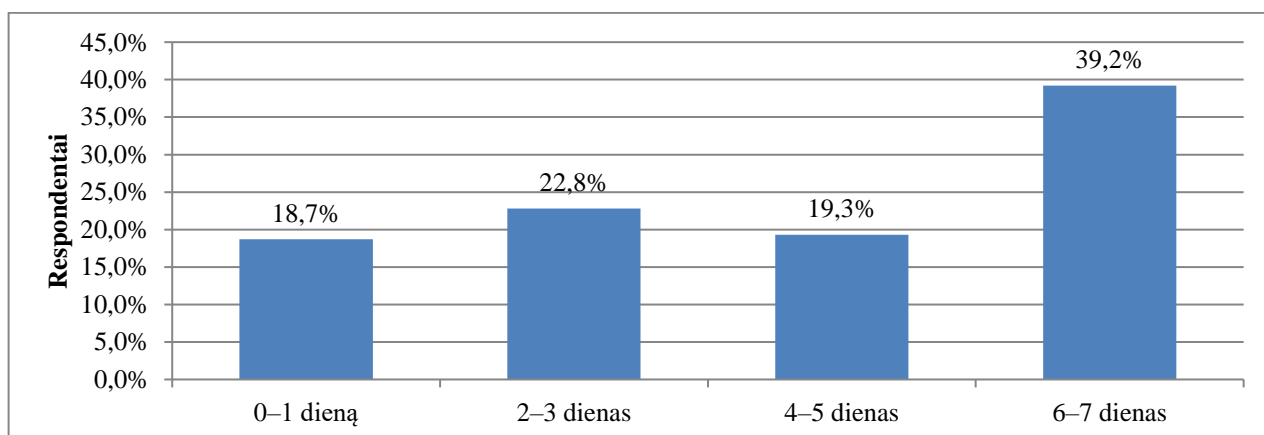
Siekiant apžvelgti respondentų pasirinkimą žaisti tam tikro žanro žaidimus buvo suformuluotas rangavimo klausimas kur 1–labiausiai patinka, o 4–mažiausiai patinka. Remiantis gautais duomenimis, matoma, jog respondentų tarpe aukščiausią reitingą turi šaudykliniai (FPS ir TPS) bei realaus laiko strategijos (RTS) žaidimai, nemažai įvertinimų „1“ surinko smėlio dėžės ir veiksmo-nuotykių žanrų žaidimai. Respondentams mažiausiai įdomūs sulaukė galvosūkių ir vakarėlių žaidimai bei platforminiai žaidimai (žr. 11 pav.).



Šaltinis: parengta autoriaus

11 pav. Žaidimų žanro pasirinkimo rangavimo rezultatai (1– labiausiai patinka, 4 – mažiausiai patinka)

Tyrimo rezultatai parodė, kad laiko, kurį respondentai skiria vaizdo žaidimams, trukmė gana įvairi. Kiek mažiau nei penktadalis respondentų žaidžia kartą per savaitę, dar maždaug tiek pat žaidėjų šiai pramogai skiria 2–3 dienas per savaitę (žr. 12 pav.). Daugiausia tiriamųjų, net 39,2%, žaisdami bent 30 min. per dieną, per savaitę tai daro 6 ar 7 dienas, tai yra žaidžia praktiškai kasdien.

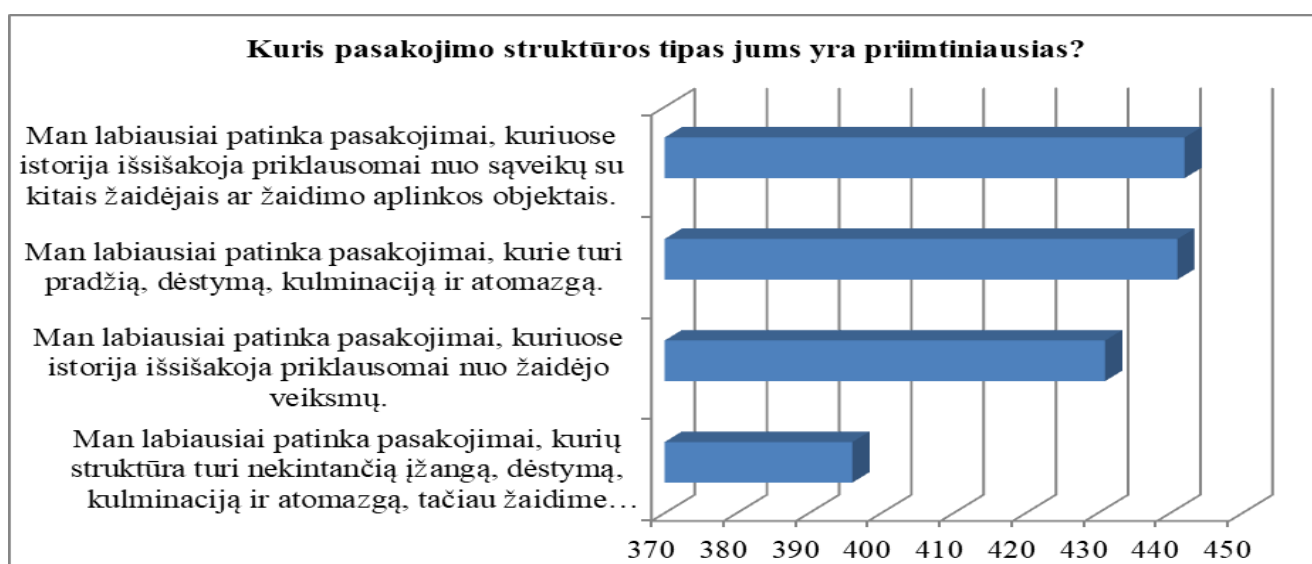


Šaltinis: parengta autoriaus.

12 pav. Savaitės dienos, kai vaizdo žaidimai žaidžiami ne trumpiau kaip 30 min

3.2. Vaizdo žaidimų komunikacijos aspektai: istorija, vaizdas, garsas

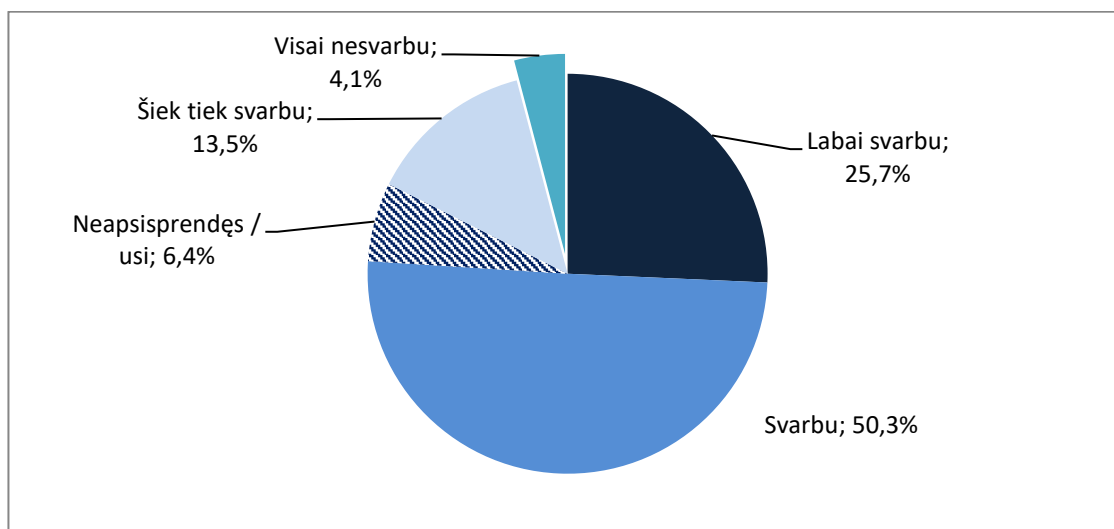
Iš apžvelgtos literatūros galima teigti, jog trys pagrindiniai vaizdo žaidimų estetikos elementai: vaizdas, garsas bei istorija turi didžiausią įtaką žaidėjų motyvacijai žaisti vaizdo žaidimus. Šie elementai ne tik susieti su ryškiu ir gyvybingu virtualaus pasaulio perteikimu, bet ir jausmais sukeltais žaidimo metu. Siekiant suvokti estetikos elementų vaidmenį ir svarbą žaidėjų motyvacijai, pasitelkus MDA Framework metodologija suformuluotas klausimas kuris pasakojimo struktūros tipas respondentams yra priimtinausias. Didžioji dalis respondentų- (442 balai) svarbą skyrė **perlu stygos** struktūros modeliui, kuriame žaidėjui yra teikiama laisvė tyrinėti žaidimo pasaulį be baimės nutrūkti nuo pagrindinės istorijos, kuri žaidėjams pasireiškia skirtingomis misijomis ar istorijos sekomis. Detalesnis respondentų pasirinkimas pateikiamas Paveikslas 13:



Šaltinis: parengta autoriaus.

13 pav. Pasakojimo struktūros tipo priimtimumas respondentams

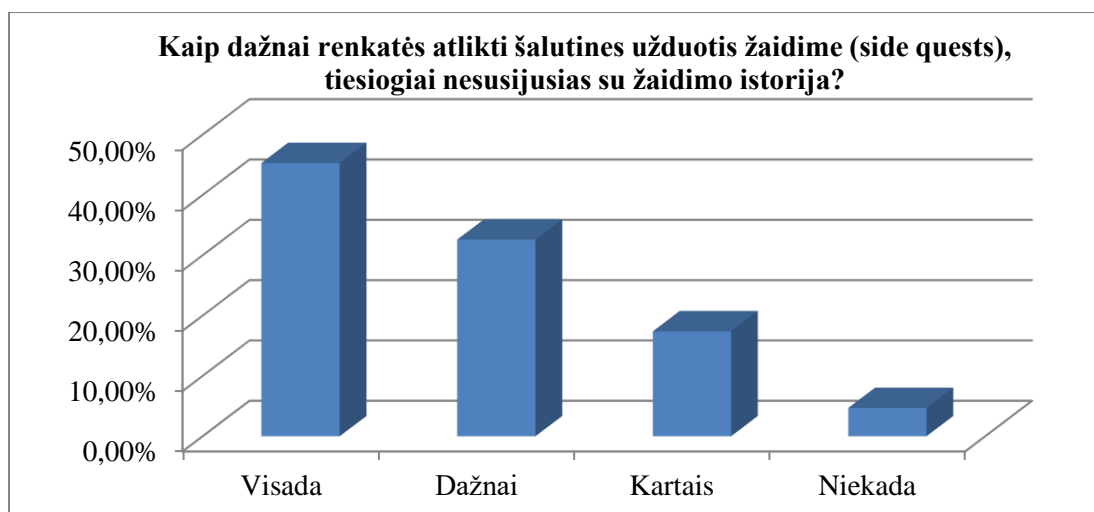
Nagrinėjant, kiek žaidėjams svarbus jų vaidmuo žaidimo istorijos plėtojime, gauti rezultatai parodė, kad trims ketvirtadaliams žaidėjų jų vaidmuo užima svarbią vietą ar net labai svarbią vietą vystant žaidimo naratyvą respondentų ir tik labai mažai daliai (4,1 %) apklaustųjų tai visai nesvarbu (žr. 14 pav.).



Šaltinis: parengta autoriaus.

14 pav. Žaidėjo vaidmens svarba žaidimo istorijos plėtojime

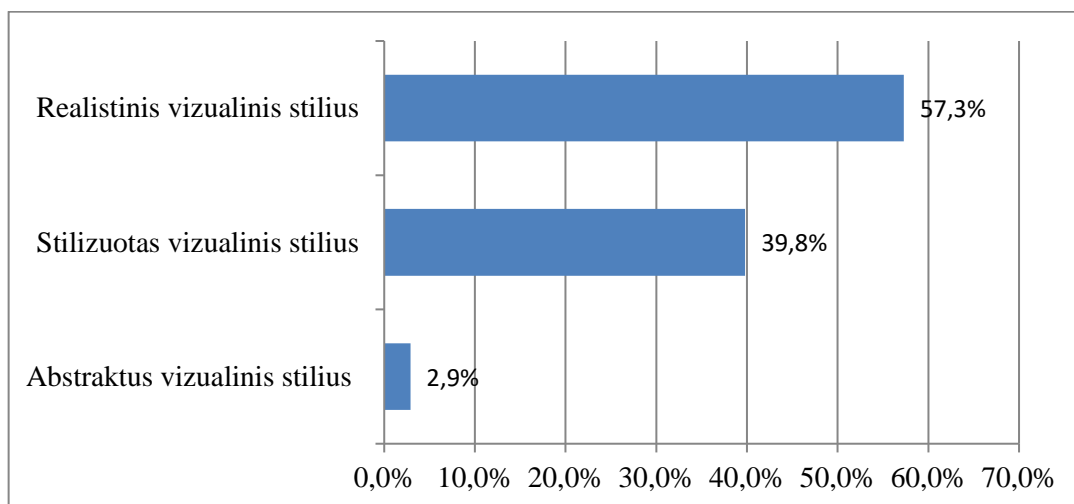
Siekiant atskleisti kaip dažnai respondentai renkasi atlikti šalutines užduotis žaidimo metu, nesusijusias su pačia žaidimo istorija, suformuluotas klausimas į kurį net 78 respondentai t.y. 45,3% atsakė, jog tai atlikti renkasi visada beveik tokia pati dalis respondentų jas atlieka vidutiniškai dažnai. (žr. 15 pav.)



Šaltinis: parengta autoriaus

15 pav. Šalutinių užduočių atlikimo žaidime pasirinkimas

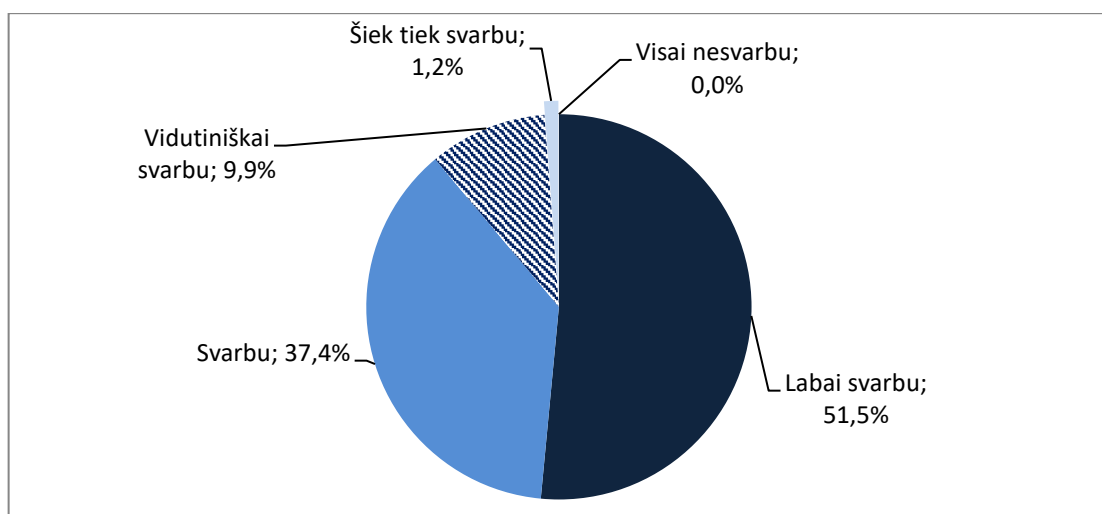
Siekiant suvokti kas labiausiai veikia žaidėjo motyvaciją žaisti, svarbu išsiaiškinti koks vizualinis stilius naudojamas vaizdo žaidimuose žaidėjui yra priimtinausias. Rezultatai atskleidė, jog žaidėjų motyvacija efektyviausiai paveikiama realistinio vizualinio stiliaus – net 57,3% tiriamųjų pasirinko šį atsakymą, tačiau nemaža dalis respondentų – 39,8% pasirinkusių stilizuotą vizualinį stilių rodo, jog žaidėjai nėra linkę kategoriškai apsistoti ties vienu galutiniu pasirinkimu (žr. 16 pav.).



Šaltinis: parengta autoriaus.

16 pav. Vizualinių stilių priimtumo pasirinkimas

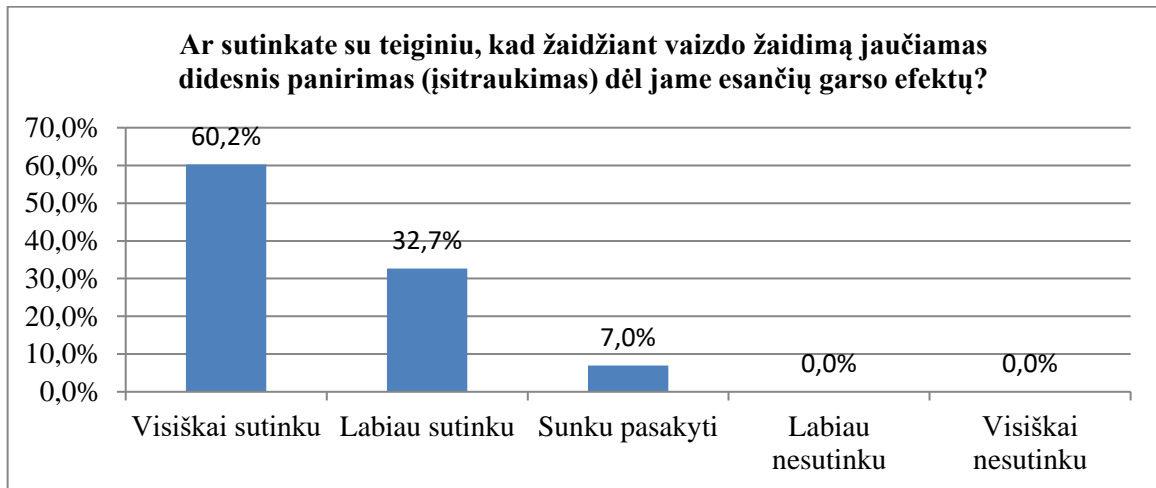
Tyrimas parodė, kad vaizdo žaidimo atmosferai ir nuotaikai sukurti yra svarbūs aplinkos garsai. Aplinkos garsus, kaip labai svarbų faktorių, nurodė daugiau kaip pusė respondentų (žr. 17 pav.), o dar 37,4 % tyrimo dalyvių teigė, kad garsai yra svarbūs. Tik kas dešimtas žaidėjas garsų reikšmei neteikė didelės reikšmės.



Šaltinis: parengta autoriaus

17 pav. Aplinkos garsų svarba vaizdo žaidimuose

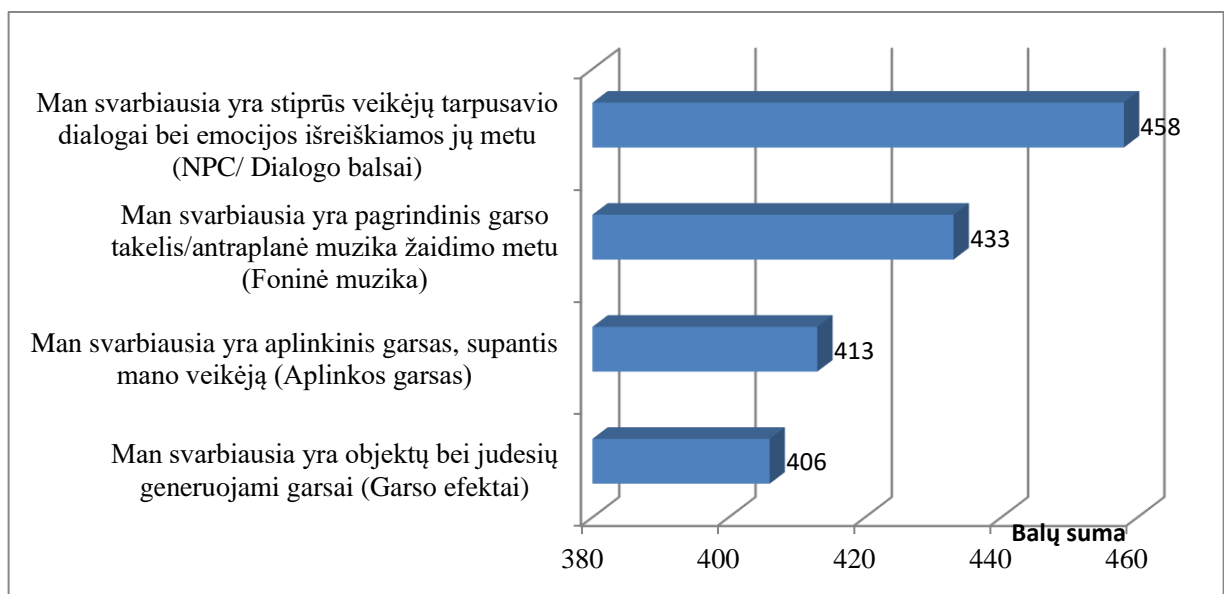
Tačiau absoliuti dauguma respondentų (92,9 %) visiškai sutiko su teiginiu, jog vaizdo žaidimuose panirimo būseną yra paaštrinama dėl jame esančių garso efektų (žr. 18 pav.).



Šaltinis: parengta autoriaus.

18 pav. Garso efektų poveikio įsitraukimui į žaidimą vertinimas

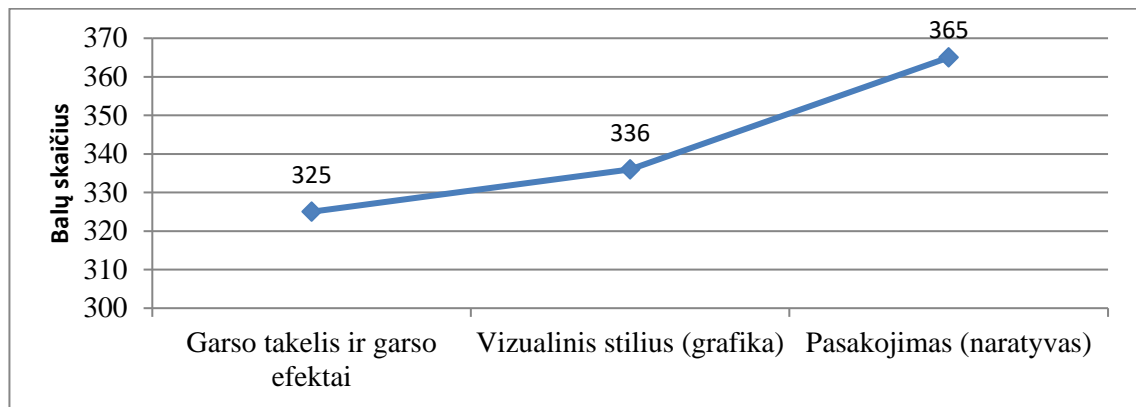
Siekiant išsiaiškinti kurie garso elementai yra svarbiausi vaizdo žaidimuose suformuluotas reitingavimo klausimas leisiantis įvertinti jų svarbą. Remiantis tyrimo rezultatais paaiškėjo, jog svarbiausias garso estetikos vaizdo žaidimų elementas yra veikėjų tarpusavio dialogai bei emocijos išreiškiamos jų metu (žr. 19 pav.).



Šaltinis: parengta autoriaus

19 pav. Garso elementų svarba (4 reiškia svarbiausią, 1 – mažiausiai svarbų)

Vienas iš reikšmingiausių klausimų šiame tyrime, siekiant sužinoti kurie iš išvardytų estetikos elementų labiausiai motyvuoja žaidėją renkantis vaizdo žaidimą. Rezultatai atspindi, tai jog nors didžioji dalis respondentų prioritetą teikė pasakojimui (naratyvui) estetinių vaizdo žaidimų elementų kontekste (žr. 20 pav.), tai leidžia daryti išvadą, jog ne pavieniai elementai, o vaizdo žaidimų naratyvas bei garso (specifiškai (NPC/ Dialogo balsų) ir grafikos derinys yra efektyviausiai veikiantis žaidėjų motyvaciją.



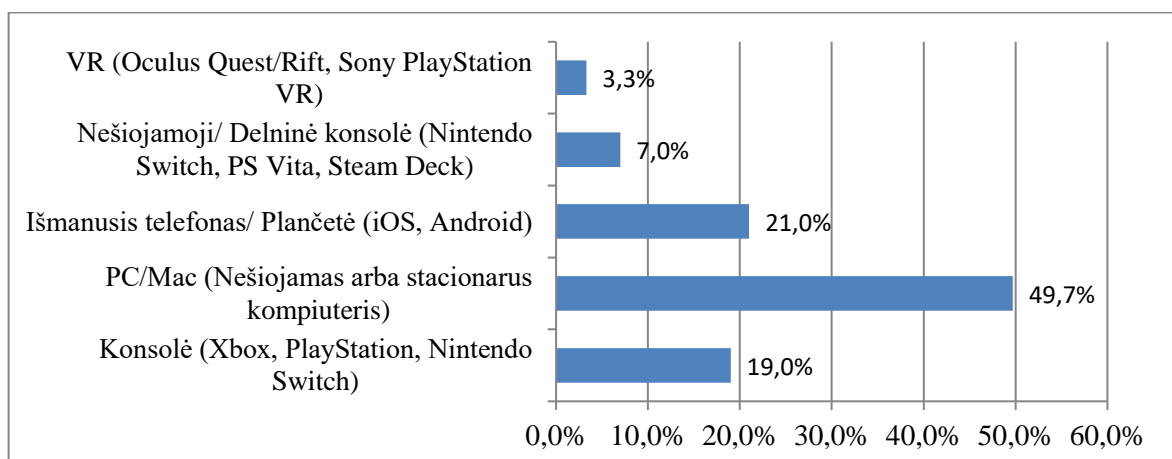
Šaltinis: parengta autoriaus.

20 pav. Vaizdo žaidimų elementų įtaka renkantis žaidimą (3 – labai svarbu, 1 -visai nesvarbu)

3.3. Žaidėjų motyvaciniai profiliai

Antrojoje tyrimo dalyje buvo analizuojami žaidėjų motyvaciniai profiliai pasitelkiant *Quantic Foundry* motyvacinio modeli. Išanalizavus turimą literatūrą galima teigti, jog galimybė išsiaiškinti pagrindinius žaidėjų motyvatorius yra itin svarbu vaizdo žaidimo sėkmei ir pačios žaidimų industrijos klestėjimui. Tai gali padėti vaizdo žaidimų kūrėjams priimti svarbius sprendimus liečiančius naujų žaidimo funkcijų papildymus.

Siekiant suvokti, kokias technologines platformas renkasi žaidėjai, suformuluotas klausimas, kuriuo siekiama išsiaiškinti naudojamos techninės įrangos charakteristikas žaidžiant vaizdo žaidimus, paašškėjo, jog pusė visų apklaustųjų (49,7 %) respondentai mieliau renkasi nešiojamus arba stacionarius kompiuterius (žr. 21 pav.). kas penktasis respondentas renkasi žaidimų konsolę arba išmanųjį telefoną/planšetę.

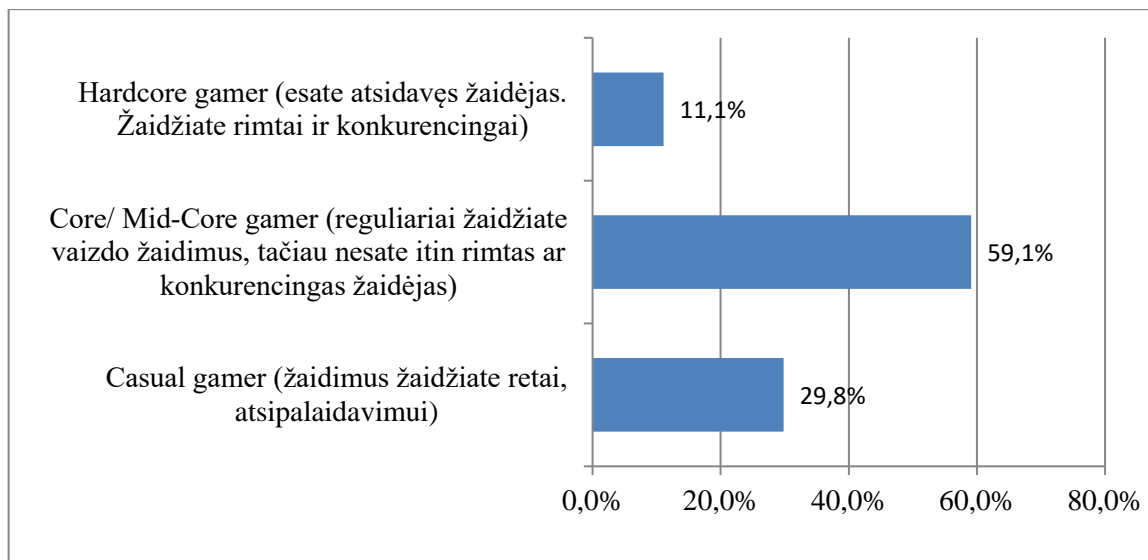


Šaltinis: parengta autoriaus

21 pav. Vaizdo žaidimų platformų pasirinkimas

Tyrimo eigai svarbu tai, kokiais žaidėjais save laiko respondentai, todėl apklausoje pateiktas atrankinis klausimas, siekiant išsiaiškinti koks žaidėjų tipas dominuoja tarp respondentų. Rezultatai

atskleidė, jog didžioji dauguma respondentų, net 59,1% save priskiria *core/mid-core* žaidėjų tipui. Tai asmenys, kurie reguliariai žaidžia vaizdo žaidimus, tačiau žaidimo metu nesirenka konkuruoti su kitais dėl aukščiausios vietos ar geriausiai vertinamų laimėjimų. Tik 11% respondentų save pozicionuoja kaip *hard core* žaidėjus, žaidžiančius rimtai ir konkurencingai (žr. 22 pav.).

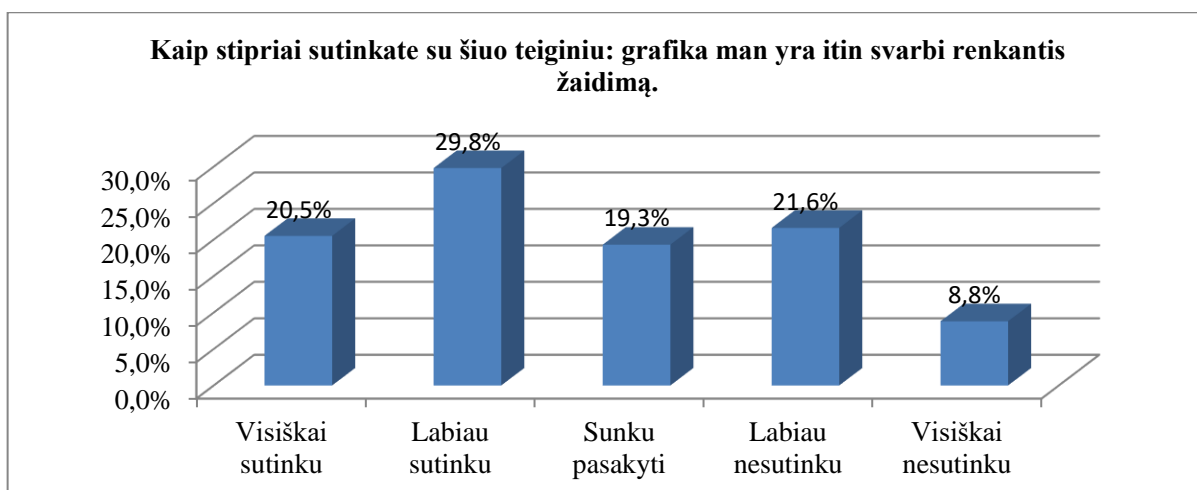


Šaltinis: parengta autoriaus

22 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal žaidėjų tipus

Daugumai respondentų jų galimybė laisvai modeliuoti savo veikėjų aprangą 26,3%, veido bei kūno bruožus ir galimybė pasirinkti veikėjo gebėjimus 35,7% turi artimesnį ryšį su jų motyvacija toliau žaisti vaizdo žaidimą ir būtent šių, žaidimo veikėjų, dizaino elementų pasirinkimas yra jiems labai svarbus. Šie rezultatai leidžia sudaryti prielaidą, jog silpna vaizdo žaidimų grafika nėra kliūtis žaidėjo motyvacijai bei įsitraukimui, jei žaidimas turi gerai išplėtotus vaizdinius elementus (žr. 2 priedą).

Daugiau kaip pusei tyrimo respondentų, t.y 50,3 % vaizdo žaidimų grafika yra itin svarbi renkantis žaidimą. Tačiau net 8,8 % respondentų visiškai nesutinka su grafikos svarba jų pasirinkimui (žr. 23 pav.).



Šaltinis: parengta autoriaus

23 pav. Grafikos svarba renkantis žaidimą

Prieš pradėdant analizuoti žaidėjų motyvacinių profilių 17, 18 ir 19 klausimų (žr. priedus 3, 4 ir 5. psl. 58 - 62) faktorinės analizės duomenis, pirmiausia teko nustatyti ar turimos imties duomenys yra tinkami atlikti šiai analizei. Norint nustatyti, ar duomenys tinkami atlikti faktorinei analizei, buvo naudojami Bartlett sferiškumo ir KMO (Kaiser-Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy) testai (žiūrėti pav.24). Remiantis gautu rezultatu, KMO vertė buvo 0.772. Tai rodo, kad informacijos laipsnis tarp kintamųjų sutampa ir yra stipri dalinė koreliacija, tad yra didelė tikimybė atlikti faktorinę šių kintamųjų analizę. Iš tos pačios lentelės matome, kad Bartlett's sferiškumo testas yra reikšmingas (<.001). Tai reiškia, kad koreliacijos koeficientai yra mažesni nei 0.05. Dėl to abi faktorių analizei reikalingos prielaidos yra tinkamos.

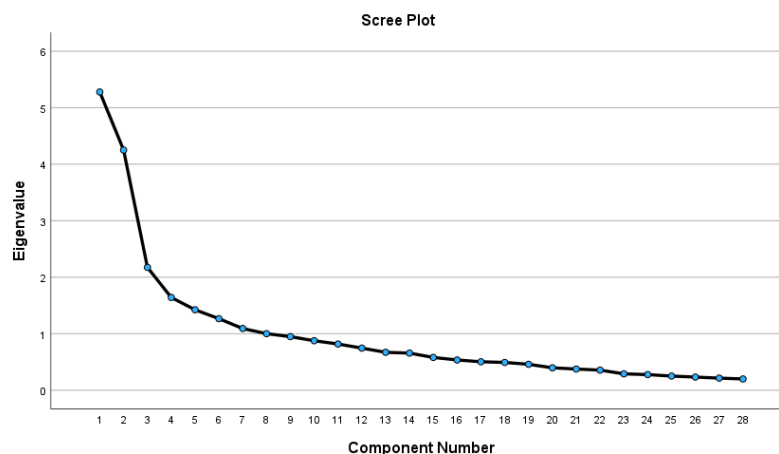
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.772
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1808.757
	df	378
	Sig.	<.001

Šaltinis: parengta autoriaus

24 pav. Motyvacinių profilių duomenų KMO ir Bartlett's rezultatas

Siekiant išanalizuoti žaidėjų motyvacinių profilių preferencijas buvo atlikta 17,18 ir 19 klausimų faktorinė analizė. Ja buvo siekiama išskirti žaidėjų motyvacinių profilių veiksnius, kurie teigiamai koreliuoja tarpusavyje ir atskleisti svarbiausias žaidėjų motyvacines preferencijas. Analizės metu paaiškėjo, jog turimi duomenys buvo linkę dubliuotis (vienas ir tas pats rezultatas buvo linkęs pasikartoti daugiau nei vieną kartą, taip užkirsdamas kelią tikslių skaičiavimų sudarymui), norint sugeneruoti tikslius rezultatus buvo reikalinga atlikti šių kintamųjų scree plot ir varimax rotaciją. Analizės duomenys (žiūrėti 25 pav.) pateiktame scree plot, sudarytame pagal turimų faktorių skaičius buvo pastebėtas didelis kreivinis sumažėjimas po aštuntojo veiksnio. Iš to galima teigti, kad skalė turi **aštuonis** veiksnius: daug pritaikomų spalvų, stilių ir parinkčių; buvimas viršesniu už kitus žaidėjus; laiko skyrimas praktikai ir žaidimo įvaldymui; visų galimų žaidimo misijų įvykdymas ir laimėjimų rinkimas; apsimetimas, kad esu kažkas kitas/ kažkur kitur; išsamus siužetas/ storyline; galimybė žaisti žaidimą aukščiausiu sudėtingumo lygiu siekiant maksimalaus iššūkio bei galingų ginklų ir artefaktų įsigijimas, kurie sudaro didžiąją dalį bendro turimų duomenų kintamumo.



Šaltinis: parengta autoriaus

25 pav. Motyvacinių profilių duomenų scree plot rezultatas

Šių 8 pagrindinių komponentų Varimax Rotation analizė buvo naudojama faktorinės analizės rezultatų koregacijai siekiant išsiaiškinti tikslesnį ryšį tarp turimų veiksnių. Pasak lentelėje esančių duomenų, septintasis veiksnys (žaisti žaidimą aukščiausiu sudėtingumo lygiu siekiant maksimalaus iššūkio) yra glaudžiai susijęs su visais aštuoniais pagrindiniais motyvacinių profilių tyrimo veiksniais, tačiau visi kiti veiksniai tarpusavyje koreliuoja tik dalinai. Kadangi sudėtingumo bei maksimalaus iššūkio motyvacinis veiksnys turi teigiamą ryšį su dauguma kitų tyrime esančių žaidėjų motyvacijos veiksnių, galima daryti išvadą, jog žaidėjai, kuriuos motyvuoja pasiekimai, galimybė modeliuoti žaidimo erdvę bei objektus, stiprus naratyvas sudarantis imersyvią patirtį žaidimo metu ir galimybe konkuruoti tarpusavyje su kitais žaidėjais dažniausiai renkasi sudėtingesnio pobūdžio žaidimus, pavyzdžiui, platforminius, kovinius ar šaudyklinius žaidimus. Šie žaidimai dažnai turi paprastesnę grafiką ir garso efektus, tačiau jie sukurti taip, kad būtų labai patrauklūs ir naudingi žaidėjams, kurie gali įvaldyti jų mechaniką ir įveikti sudėtingesnio tipo iššūkius.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6	7	8
1	.494	.407	.376	.300	.278	.384	.251	.266
2	-.673	.458	.112	.375	-.030	-.268	.322	.084
3	.081	.234	-.704	-.043	.642	-.156	.050	.042
4	-.038	-.411	.090	.480	.337	.100	.199	-.654
5	.410	-.199	-.331	.445	-.442	-.375	.331	.199
6	-.157	-.505	.182	-.317	.294	-.067	.557	.430

7	.175	.317	-.029	-.480	-.219	-.024	.576	-.507
8	.267	.073	.446	-.084	.257	-.775	-.198	-.107

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Šaltinis: parengta autoriaus.

26 pav. 17, 18 ir 19 klausimų Varimax rotation rezultatai

Siekiant nustatyti vaizdo žaidimų vizualinės estetikos sąsają su skirtingais motyvaciniais komponentais, pasitelktas spearman metodas koreliacijų nustatymui (žr. priedą 1. psl. 56). Spearman ranginis koreliacijos koeficientas yra naudojamas tiriant ryšį, kuris gali egzistuoti tarp dviejų didėjimo ar mažėjimo tvarka išrikiuotų kintamųjų. Spearman koreliacijos koeficientas kinta nuo +1 iki -1 ir kuo koeficiento reikšmė arčiau nulio, tuo ryšys yra silpnesnis.

Iškeltos hipotezės buvo analizuojamos naudojant *SPSS* programinę įrangą. Hipotezės H1 ir H0 tikrintos siekiant įvertinti ar yra statistiškai reikšmingas ryšys tarp vaizdo žaidimų vizualinės estetikos svarbos ir motyvacijos žaisti vaizdo žaidimus faktorių. Ryšys tikrintas iškeltoms hipotezėms:

H 1 – vaizdo žaidimų vizualinės estetikos svarba turi statistiškai reikšmingą ryšį su motyvacijos žaisti vaizdo žaidimus faktoriais.

Tarp keturių motyvacinių faktorių: daug pritaikomų spalvų, stilių ir parinkčių; būvimas viršesiu už kitus žaidėjus; laiko skyrimas praktikai ir žaidimo įvaldymui ir galingų ginklų bei artefaktų įsigijimas ir grafikos svarbos, buvo gauti koreliacijos koeficientai yra neigiami, o reikšmingumas - $p < 0,01$ (žr. pav. 27). Tai rodo, jog tarp jų yra vidutinis neigiamas ryšys ir remiantis rezultatu formuluojama išvada jog vaizdo žaidimų grafikos svarba žaidžiant vaizdo žaidimus yra statistiškai reikšminga tačiau nedaro pakankamos įtakos motyvacijai žaisti vaizdo žaidimus. Tvirtinama H1 hipotezė.

Correlations							
		12) Kaip stipriai sutinkate su šiuo teiginiu: grafika man yra itin svarbi renkantis žaidimą.	17) Daug pritaikomų spalvų, stilių ir parinkčių (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	17) Buvimas viršesniu už kitus žaidėjus (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	17) Laiko skyrimas praktikai ir žaidimo įvaldymui (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	17) Galingų ginklų ir artefaktų įsigijimas (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	
Spearman's rho	12) Kaip stipriai sutinkate su šiuo teiginiu: grafika man yra itin svarbi renkantis žaidimą.	Correlation Coefficient	1,000	-,226**	-,262**	-,226**	-,264**
		Sig. (2-tailed)	.	,003	<,001	,003	<,001
		N	172	172	172	172	172
	17) Daug pritaikomų spalvų, stilių ir parinkčių (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	Correlation Coefficient	-,226**	1,000	,201**	,244**	,217**
		Sig. (2-tailed)	,003	.	,008	,001	,004
		N	172	172	172	172	172
	17) Buvimas viršesniu už kitus žaidėjus (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	Correlation Coefficient	-,262**	,201**	1,000	,322**	,286**
		Sig. (2-tailed)	<,001	,008	.	<,001	<,001
		N	172	172	172	172	172
	17) Laiko skyrimas praktikai ir žaidimo įvaldymui (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	Correlation Coefficient	-,226**	,244**	,322**	1,000	,241**
		Sig. (2-tailed)	,003	,001	<,001	.	,001
		N	172	172	172	172	172
	17) Galingų ginklų ir artefaktų įsigijimas (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	Correlation Coefficient	-,264**	,217**	,286**	,241**	1,000
		Sig. (2-tailed)	<,001	,004	<,001	,001	.
		N	172	172	172	172	172

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Šaltinis: parengta autoriaus.

27 pav. Grafikos svarbos ir 4 motyvacinių profilių koreliacijos koeficientas

H 0 – vaizdo žaidimų vizualinės estetikos svarba neturi statistiškai reikšmingo ryšio su motyvacijos žaisti vaizdo žaidimus faktoriais.

Tarp likusių keturių motyvacinių faktorių: visų galimų žaidimo misijų įvykdymo ir laimėjimų rinkimo; apsimetimo, kad esu kažkas kitas/ kažkur kitur; išsamaus siužeto/ storyline; žaisti žaidimą aukščiausiu sudėtingumo lygiu siekiant maksimalaus iššūkio ir vaizdo žaidimų grafikos svarbos buvo gautas rezultatas, kurio koeficiento reikšmė $p > 0,05$ (žr. pav. 28), todėl duomenys laikomi statistiškai nereikšmingais ir remiantis rezultatu formuluojama išvada jog vaizdo žaidimų grafikos svarba žaidžiant vaizdo žaidimus nedaro pakankamos įtakos motyvacijai žaisti vaizdo žaidimus. Tvirtinama H0 hipotezė.

Correlations

	12) Kaip stipriai sutinkate su šiuo teiginiu: grafika man yra itin svarbi renkantis žaidimą.		12) Kaip stipriai sutinkate su šiuo teiginiu: grafika man yra itin svarbi renkantis žaidimą.	17) Visų galimų žaidimo misijų įvykdymas ir laimėjimų rinkimas (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	17) Apsimetimas, kad esu kažkas kitas/ kažkur kitur (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	17) Išsamus siužetas/ storyline (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	17) Žaisti žaidimą aukščiausiu sudėtingumo lygiu siekiant maksimalaus iššūkio (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)
Spearman's rho	Correlation Coefficient	1,000		-,121	-,049	-,011	-,117
	Sig. (2-tailed)		.	,113	,522	,883	,127
	N	172	172	172	172	172	172
	Correlation Coefficient	-,121	1,000		,164*	,263**	,229**
	Sig. (2-tailed)	,113		.	,032	<,001	,002
	N	172	172	172	172	172	172
	Correlation Coefficient	-,049	,164*	1,000		,297**	-,147
	Sig. (2-tailed)	,522	,032		.	<,001	,054
	N	172	172	172	172	172	172
	Correlation Coefficient	-,011	,263**	,297**	1,000		-,077
	Sig. (2-tailed)	,883	<,001	<,001		.	,315
	N	172	172	172	172	172	172
	Correlation Coefficient	-,117	,229**	-,147	-,077	1,000	
	Sig. (2-tailed)	,127	,002	,054	,315		.
	N	172	172	172	172	172	172

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Šaltinis: parengta autoriaus.

28 pav. Grafikos svarbos ir 4 motyvinių profilių spearman koreleacijos koeficientas

4. REZULTATŲ APITARIMAS

Tyrimė buvo siekiama išanalizuoti vaizdo žaidimų vizualinės estetikos sąsajas su žaidėjų motyvaciniais faktoriais skatinančiais žaisti vaizdo žaidimus. Todėl žaidimų kūrėjai taip pat turėtų atsižvelgti į žaidėjų, kuriems gali nepatikti žaisti žaidimus aukščiausiu sudėtingumo lygiu, motyvacinius profilius. Galiausiai, suteikdami platesnes galimybes žaidimo sudėtingumo parinkims, žaidimų dizaineriai gali sukurti žaidimus, kurie patenkins didesnę kiekį žaidėjų. Nors vaizdo žaidimai dažniausiai yra siejami su jauno amžiaus auditorija, vidutinis žaidėjų amžius nuolatos keičiasi.

Išanalizavus galima teigti, kad demografinės respondentų charakteristikos yra artimos kituose tyrimuose gautiems rezultatams. Remiantis 2022 m. globaliais vaizdo žaidimų statistiniais rodikliais galima teigti, kad didžiausia žaidėjų grupė yra suaugusieji, kurių amžius 18 – 34 metai (36%) ir tai yra vyrai (52%) (Stojanovic, 2023). Panašius duomenis parodė ir atlikto šio darbo tyrimo rezultatai - didžiausią grupę sudaro žmonės nuo 18 iki 29 metų (60,8 %) ir jie yra vyrai (69,6%).

Respondentų tarpe aukščiausią vietą užima šaudykliniai (FPS ir TPS) bei realaus laiko strategijos (RTS) žaidimai. Tai patvirtina 11 paveiksle pateikti duomenys. Tuo tarpu aukščiausią vietą pagal populiarumą tarp žaidėjų žaidžiančių vaizdo žaidimus JAV užima veiksmo – nuotykių (action – adventure) ir šaudykliniai (FPS ir TPS) žaidimai.

Pagal surinktus duomenis paaiškėjo, jog beveik 19 % respondentų žaidžia mažiau nei pusvalandį per savaitę, kai tuo tarpu JAV tik 7,6% žaidėjų teigė, kad vaizdo žaidimams skiria mažiau nei valandą per savaitę (Jovanovic, 2023). Toks skirtumas tarp žaidėjų vaizdo žaidimams skiriamo laiko yra dėl to, jog JAV vaizdo žaidimai pradėti žaisti nuo 1972 metų ir į juos yra įsitraukusi didesnė populiacijos dalis, o Lietuvoje vaizdo žaidimai pradėti žaisti po 1990 metų.

Šiame darbe atlikto tyrimo rezultatai parodė, kad didelę įtaką žaidėjų motyvacijai žaisti daro pasakojimo struktūros tipo priimtinumas, žaidėjo vaidmuo istorijos plėtojime ir šalutinių užduočių (*side quests*) atlikimo galimybė. Tai svarbu daugiau nei pusei respondentų. Tai rodo, kad didžioji dalis respondentų yra linke pasirinkti žaidimą, turintį stiprų naratyvą veikiau, nei žaidimą, kuriame dominuoja aukštos kokybės grafika.

Išanalizavus galima teigti, kad naudojamas vizualinis stilius yra toks pat kaip ir kitų tyrimų gautuose rezultatuose – daugiau nei pusės žaidėjų motyvaciją efektyviausiai paveikiama realistinio vizualinio stiliaus (Sepúlveda, 2020, p. 24).

Išanalizavus galima teigti, kad žaidimų aplinkos garso reikšmė vaizdo žaidimuose ir garso efektų poveikis žaidėjo įsitraukimui į vaizdo žaidimą yra panašios į kituose tyrimuose gautus rezultatus,

kuriuose 90 % respondentų pabrėžė jų svarbą. Pagrindinė priežastis aukšties rezultatams garso efektų kontekste kyla iš žaidime vykstančio veiksmo, kuris sustiprinamas derinyje su atitinkamais garsiniais efektais (Andersen, Felix & Danny, & King, Calvin & Gunawan, Alexander, 2021). Žaidimo metu žaidėjas yra užprogramuotas suvokti ir interpretuoti vaizdo žaidime esančius atmosferinius bei aplinkinių objektų generuojamus garso efektus kaip įvykių, vykstančių virtualiajame žaidimo pasaulyje, rezultatą.

Išanalizavus galima teigti, kad dominuojantis žaidėjų tipas artimas kituose tyrimuose gautiems rezultatams. Remiantis 2021 m. žaidėjų motyvacijos veiksnių tyrimo rezultatais, 46% respondentų laiko save *core/ mid-core* žaidėjais dažniausiai pasirenkantys žaidimus žaisti reguliariai (Babic ir Vigato, 2021). Panašius duomenis parodė ir atlikto tyrimo rezultatai – *core/ mid-core* žaidėjų tipui save priskiria 59% respondentų. Galima daryti išvadą, kad Lietuvoje dominuoja žaidėjai, ieškantys gilesnės, labiau įtraukiančios patirties žaidimo metu – to, ko jiems nesuteiktų paprastesnio pobūdžio žaidimai.

Apžvelgiant klausimo apie žaidėjų galimybę laisvai modeliuoti veikėjo aprangą ir gebėjimus, rezultatus galima daryti išvadą, jog vaizdo žaidimų veikėjų dizaino elementai bei vaizdo žaidimų grafika papildė vieną kitą. 2018 metais atliktame tyrime, kurio metu buvo tyrinėjami vaizdo žaidimų įtraukumo elementai (srautas, grafika), buvo rasti du pagrindiniai dalykai vaizdo žaidimų grafikos kontekste: žaidimo grafiką galima keisti arba net atsisakyti pagrindinių jos elementų nesukeliant rizikos prarasti žaidėjo panirimo būseną tuo atveju jei žaidimo grafikos pakitimai nepakenkia pačio žaidimo veikimo mechanikai.

Išanalizavus bei patvirtinus H1 ir H0 hipotezes galima daryti išvadą, jog vaizdo žaidimų grafika turi tik dalinai reikšmingą ryšį su žaidėjų motyvacija žaisti vaizdo žaidimus. Dėl šios priežasties pasitvirtina abi darbe iškeltos hipotezės. Apibendrinant galima pasakyti, kad vien tik grafikos daroma įtaka yra nepakankama smarkiai didinti žaidėjų motyvaciją žaisti vaizdo žaidimus. Nors vien grafikos kokybė gali turėti įtakos žaidėjo įsitraukimui ir žaidimo malonumui, stipriausias poveikis atsiranda tada, kai grafiką papildė aukštos kokybės garso dizainas ir stiprus naratyvas. Vaizdo žaidimų entuziastai labiau linkę atsižvelgti į vaizdo žaidimų veikėjų balsus bei dialogo perteikimą, kas stipriai siejasi su vaizdo žaidimų pagrindinio pasakojimo perteikimu bei realistiniu vaizdo žaidimų stiliumi pateikimu. Vaizdo žaidimo naratyvas žaidėjų motyvacijos kontekste yra svarbus tuo, jog jis padeda žaidėjui efektyviau pasinerti į žaidimą ir jo pasaulį. Stiprus pasakojimas suteikia vaizdo žaidimui prasmę ir padeda žaidėjams suvokti pagrindinę žinutę, kuria norėjo perteikti dizaineris. Aukščiau minimi faktoriai suteikia pranašumą žaidimams lyginant juos su kitomis kūrybinių medijų formomis, nes tik vaizdo žaidimuose vartotojas turi galimybę tapti aktyvia pasakojimo dalimi. Žaidimo metu žaidėjas gali išgyventi visą žaidimo patirtį pagrindinio veikėjo akimis. Garso dizainas taip pat smarkiai įtakoja bendrą

žaidėjo panardinimo lygį. Stiprūs bei teisingai naudojami garso efektai ir antraplanė muzika suteikia žaidimo pasauliui, objektams bei veikėjams gyvybiškumo, tuo pačiu padedant jiems darniau sąveikauti tarpusavyje. Atsižvelgiant į žaidėjų motyvacinius profilius paaiškėjo, jog, pavieniai vaizdo žaidimų estetikos elementai nedaro pakankamai stiprios įtakos žaidėjų motyvacijai skatinant juos žaisti vaizdo žaidimus.

IŠVADOS

Darbe buvo išsamiai išnagrinėtas vaizdo žaidimų estetikos komunikacijos poveikis motyvacijai žaisti vaizdo žaidimus. Išanalizavus vaizdo žaidimų estetikos elementų prielaidas ir jų komunikaciją su žaidėjų motyvaciniais profiliais bei atlikus kiekybinį vaizdo estetikos vaizdo žaidimuose ir jos poveikio žaidėjų motyvacijai tyrimą, pateikiamos šios išvados:

1. Remiantis išsamia literatūrinių šaltinių analize, akivaizdu tai, kad vaizdo žaidimų estetikos vizualinės komunikacijos sprendimų spektras yra didžiulis ir bėgant metams jis ir toliau tobulėja. Vaizdo žaidimai, taip pat kaip dauguma kitų meno ir žiniasklaidos medijų kūrinių, naudojami trimis pagrindiniais estetikos elementais: vaizdu, garsu bei naratyvu. Nuo ryškios ir įtraukiančios 3D aplinkos iki minimalistinės 2D grafikos – vaizdo žaidimų dizaineriai turi itin daug galimybių sukurti skirtingas vaizdo žaidimų patirtis, kurios yra patrauklios visų tipų žaidėjams. Panaudojant stipriai išplėtotą naratyvą, spalvas ir garso dizainą, galima pagerinti vizualinį žaidimo patrauklumą, taip prisidedant prie žaidėjų įsitraukimo bei panirimo būsenos žaidimo metu. Nors dauguma žaidimų turi stiprių panašumų su kino filmų pramogine laikmena, tokių kaip detalūs, realistiški, kompiuteriu generuojami vaizdiniai bei įtraukianti istorija, pagrindinis faktorius išskiriantis vaizdo žaidimus iš kitų pramoginio tipo laikmenų yra vartotojo galimybė tapti aktyviu dalyviu pasakojamojoje istorijoje. Vaizdo žaidimai yra vienintelė laikmena leidžianti vartotojams pilnai kontroliuoti žaidimo veikėjų veiksmus, mintis, kalbą bei sąveikavimą su kitais žaidimo pasaulyje esančiais žmonėmis ar veikėjais. Šis kontrolės, atsakingumo bei laisvės tyrinėti faktorius sudaro unikalią įtraukiančią patirtį vaizdo žaidimų kontekste. Grafikos, garso takelio ir stipraus naratyvo derinys turi didelę įtaką žaidėjo panirimo būsenos išlaikymui žaidimo metu. Šis derinys gali sustiprinti žaidimo metu keliamas emocijas ir padėti palaikyti imersyvią žaidimo eigą.

2. Apibendrinant galima teigti, kad motyvacija žaisti vaizdo žaidimus, remiantis žaidėjų motyvaciniais profiliais ir vaizdo žaidimų panardinimo koncepcija leidžia visapusiškai suprasti priežastis, kodėl žmonės žaidžia vaizdo žaidimus. Žaidėjų teorinis motyvacinių profilių nagrinėjimas atskleidė, kad žaidėjus motyvuoja įvairūs veiksniai, įskaitant pasiekimus, socialinę sąveiką ir panirimą. Imersijos koncepcija, apimanti gilų buvimo ir įsitraukimo į žaidimų pasaulį jausmą, yra esminis žaidėjo motyvacijos žaisti veiksnys. Šią koncepciją dar labiau patvirtina teoriniai pagrindai, kurie rodo, kad žaidėjus motyvuoja jausmas, kad jie yra visiškai įsitraukę į žaidimą bei jo kuriamą pasaulį.

3. Tyrimo eigoje buvo atskleisti svarbiausi vaizdo žaidimų estetikos elementai: stipraus naratyvo bei veikėjų dialogų derinys, turintis didžiausią įtaką žaidėjų motyvacijai. Išanalizavus bei patvirtinus H1 ir H0 hipotezes tyrimo metu, patvirtinta, kad tam tikri faktoriai turi įtakos motyvacijai žaisti, tačiau ši

įtaka nėra pakankama apsisprendžiant žaisti ar ne. Tai leidžia darti išvadą, jog vaizdo žaidimų estetikos elementai stipriausiai veikia žaidėjų motyvacija bendrame derinyje, bet ne atskirai. Žaidėjai gali būti linkę ignoruoti vaizdo žaidimų grafikos netobulumus, jei žaidimo metu jiems pateikiamas aukštos kokybės garso dizainas bei stiprus naratyvas.

Rekomendacijos

1. Apžvelgus literatūrinius duomenis bei pastebėjus mokslinių bei tiriamųjų darbų stoką vaizdo žaidimų estetikos bei žaidėjų motyvacijos tarpe tiek užsienio, tiek Lietuvos kontekste, derėtų skatinti studentus didesnę akademinę dėmesį skirti žaidybinimo bei žaidimų kūrimo sričiai. Tyrimai fokusuojantys savo dėmesį specifiskai ties vaizdo žaidimų estetika bei jos elementų sandara padėtų aiškiau suvokti vaizdo žaidimų dizaino subtilybes bei pakylėtų ne vien Lietuvos, bet ir pasaulio vaizdo žaidimų industrijos rinką į didesnes aukštumas.

2. Skirti didesnę finansavimą Lietuvos vaizdo žaidimų industrijai. Šis žingsnis ne tik skatintų investuotojų pritraukimą, bet ir skatintų įmones kurti naratyvines istorijas turinčius žaidimus ir kokybiškesnius produktus.

3. Investuoti į specialistų (vaizdo žaidimų dizainerių) ruošimą, nes jų trūkumas trukdo būti konkurencingais šioje srityje tarptautiniu lygiu.

4. Aktyviau integruoti žaidybinimą, bei vaizdo žaidimų elementus į moksleivių bei studentų mokymo procesą. Vaizdo žaidimų estetinė komunikacija gali labai padėti mokiniams jų mokymosi procese, įtraukdama juos per ryškius ir stimuliuojančius vaizdus, taip pat suteikdama interaktyvios mokymosi patirties. Naudodami žaidimų estetiką, pedagogai gali sukurti įtraukią ir malonią mokymosi aplinką, kuri padidina mokinių įsitraukimą ir motyvaciją, o tai lemia geresnius mokymosi rezultatus, taip efektyviau lavinant, koncentraciją, reakciją ir kurybiškumą. švietimo skyriuje.

LITERATŪRA

1. Alsawaier R. S., (2018). The effect of gamification on motivation and engagement. Department of Teaching and Learning, Washington State University, Pullman, Washington, USA.
2. Amiri, F. (2019). Narrative in Story-Driven Video Games: A Comparative Study of Emergent, Embedded and Mixed Narrative Technique. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/353435134_Narrative_in_Story-Driven_Video_Games_A_Comparative_Study_of_Emergent_Embedded_and_Mixed_Narrative_Techniques
3. Andersen. Felix & Danny, & King, Calvin & Gunawan, Alexander. (2021). Audio Influence on Game Atmosphere during Various Game Events. *Procedia Computer Science*. 179. 222-231.
4. Andersson, T. Stromsholm, H. (2018). *Immersion, Make and Break the Game - a Study on the Impact of Immersion*. (Bakalaurio baigiamasis darbas). Prieiga per internetą: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1480372/FULLTEXT01.pdf>
5. Babic, T. Vigato, M., (2021). Research on Gamer Motivation Factors Based on the Gamer Motivation Model Framework. Pranešimas konferencijoje. 2021 44th International Convention on Information, Communication and Electronic Technology (MIPRO), Opatija, Croatia.
6. Boast, J., (2019, balandžio 23 d). The Branches of a story – How to give players options in a narrative? Game Developer. Prieiga per internetą: <https://www.gamedeveloper.com/design/the-branches-of-a-story-how-to-give-players-options-in-a-narrative->
7. Boch. A. (2020). *Becoming More Human: Changing Beliefs Through Cognitive Empathy in Video Games*. (Magistras). Prieiga per internetą: <https://research.thea.ie/bitstream/handle/20.500.12065/3804/Boch%20A-2020-Becoming%20more%20human-Changing%20beliefs%20through%20cognitive%20empathy%20in%20video%20games.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
8. Boen. J. (2021). "Sound in Video Games: How Sound Is an Important Aspect of the Virtual Experience" *ART108: Introduction to Games Studies*. (Žiūrėta 2023 m. vasario 08d.) Prieiga per internetą: <https://scholarworks.sjsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1025&context=art108>

9. Booth, R., (2019). Game Analysis: GRIS Analysis & Critique of GRIS' Player Experience. Prieiga per internetą: <https://www.rachelsharonbooth.com/>
10. Brühlmann, F., Baumgartner, P., Wallner, G., Kriglstein, S., & Mekler, E. D., (2020). Motivational profiling of league of legends players. *Frontiers in Psychology*, 11, 1307.
11. Burrows. Z. (2021). GRIS (REVIEW). Prieiga per internetą: <https://sightingames.wordpress.com/2021/04/16/gris-review/>
12. Green, A. M., (2017). *Storytelling in video games: the art of the digital narrative*. McFarland.
13. Collins, K. (2013). *Playing with sound: a theory of interacting with sound and music in video games*. MIT press.
14. Domínguez, I, X. Cardona-Rivera, R, E. Vance, J, K. Roberts, D, L., (2016). The Mimesis Effect: The Effect of Roles on Player Choice in Interactive Narrative Role-Playing Games. Prieiga per internetą: <https://ciigar.csc.ncsu.edu/files/bib/Dominguez2016-MimesisEffect.pdf>
15. Farnsworth, B., (2020 m. liepos 28 d). The Science of Video Games: Immersion, Flow, and Presence. *ResearchGate*. Prieiga per internetą: <https://imotions.com/blog/insights/research-insights/science-video-games/#a-id-immersion-a-immersion>
16. Haggis-Burridge, M., (2020). Four categories for meaningful discussion of immersion in video games. Prieiga per internetą:
17. Hallett, A. D., (2016). A content analysis of popular video game soundtracks (Magistrinis darbas). Prieiga per internetą: <https://scholarworks.calstate.edu/concern/theses/3j333391h>
18. Hamad A, Jia B. (2022 m. rugsėjo 8 d). How Virtual Reality Technology Has Changed Our Lives: An Overview of the Current and Potential Applications and Limitations. *Int J Environ Res Public Health*. 2022;19(18):11278. doi:10.3390/ijerph191811278
19. Howarth, J., (2023). *How Many Gamers Are There? (New 2023 Statistics)*. Prieiga per internetą: <https://explodingtopics.com/blog/number-of-gamers>
20. Hunicke R, LeBlanc M, Zubek R., (2004). MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/228884866_MDA_A_Formal_Approach_to_Game_Design_and_Game_Research
21. Yee. N. Player Segments Based on Gaming Motivations. (2020 m. rugpjūčio 18 d). *Game Developer*. Prieiga per internetą: <https://www.gamedeveloper.com/business/player-segments-based-on-gaming-motivations>

22. Jovanovic, B., (2023). *Gamer Demographics: Facts and Stats About the Most Popular Hobby in the World*. Prieiga per internetą: <https://dataprot.net/statistics/gamer-demographics/>
23. Keo, M., (2017). *Graphical Style in Video Games* (bakalauro darbas). Prieiga per internetą: <https://core.ac.uk/download/pdf/93082889.pdf>
24. Kompiuterinių/vaizdo žaidimų industrijos statistika 2023: <https://explodingtopics.com/blog/video-game-stats>
25. Küçükkarakurt, F., (2021). INTRODUCTION TO GAME GRAPHICS. Prieiga per internetą: <https://dev.to/fkkarakurt/introduction-to-game-graphics-3189>
26. Laglaive, M. P., (2021). Video Games: Virtual Immersion and Localization. Prieiga per internetą: <https://terralocalizations.com/2021/08/23/video-games-virtual-immersion-and-localization/>
27. Lebowitz, J., & Klug, C., (2011). *Interactive storytelling for video games: A player-centered approach to creating memorable characters and stories*. Taylor & Francis.
28. Lietuvos žaidimų kūrėjų asociacija. (2020). *Lietuvos žaidimų industrijos kelrodis*. Prieiga per internetą: <https://lic.lt/wp-content/uploads/2020/09/Lietuvos-z%CC%8Caidimu%CC%A8-industrijos-kelrodis.pdf>
29. Madigan, J., (2010). *Analysis: The Psychology of Immersion in Video Games*. Prieiga per internetą: <https://www.gamedeveloper.com/design/analysis-the-psychology-of-immersion-in-video-games>
30. Marks, T., (2018). *Celeste Review*. Prieiga per internetą: <https://www.ign.com/articles/2018/01/25/celeste-review>
31. McEnerney. A. G., (2017). *Venture Forth: Narrative and Immersion in Video Games* (bakalaurinis darbas). Prieiga per internetą: https://www.academia.edu/31889471/Venture_Forth_Narrative_and_Immersion_in_Video_Games
32. Milne C., (2020 m. gegužės 7 d). Video Game Narrative: The Different Types and How-to Start Writing. *PINNGUAQ*. Prieiga per internetą: <https://pinnguaq.com/learn/video-game-narrative/>
33. Niedenthal S., (2009). *What we talk about when we talk about game aesthetics*. In Digital Games Research Association (DiGRA), London, UK (2009). DiGRA Online Library.
34. Nilsson, N., Nordahl, R., & Serafin, S., (2016). Immersion revisited: A review of existing definitions of immersion and their relation to different theories of presence. *Human technology*, 12(2), 108.

35. Pang, C., (2017 m. sausio 31 d). Understanding Gamer Psychology: Why Do People Play Games? *Sekg*. Prieiga per internetą: <https://www.sekg.net/gamer-psychology-people-play-games/>
36. Peng, Wei ir Hsieh, G. (2012) The influence of competition, cooperation, and player relationship in a motor performance centered computer game. *Computers in Human Behavior*. 28(6). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.06.014>.
37. Przybylski, A. K., Rigby, C. S., & Ryan, R. M. (2010). A Motivational Model of Video Game Engagement. *Review of General Psychology*, 14(2), 154–166. <https://doi.org/10.1037/a0019440>
38. Quaranta D. (2006). *Game aesthetics. Gamescenes: Art in the age of videogames*.
39. Robson. J ir Tavinor. G (2018). *The Aesthetics of Videogames*. New York, Routledge.
40. Sabarini. S (2021). *Quantic Foundry's nine gamer types and their association with narrative preferences* (magistrinis darbas). Prieiga per internetą: https://www.ludologie.de/fileadmin/user_upload/PDFs/Ludology_Master_Thesis_Narrative_and_Gamer_Types_Design_Sofia_Sabarini_2021.pdf
41. Sanders, T. A. ir Cairns, P., (2010). *Time perception, immersion and music in videogames*. Prieiga per internetą: https://ucl.scienceopen.com/document_file/59fd8d5a-b178-49a2-94fc-8a3e6d5ab77a/ScienceOpen/160_Sanders.pdf
42. Scarratt. D., (2018 m. spalio 24 d). The evolution of audio in videogames. *ACMI*. Prieiga per internetą: <https://www.acmi.net.au/stories-and-ideas/evolution-audio-videogames/>
43. Schell. J (2008). *The Art of Game Design*. A K Peters/CRC Press; 3rd edition.
44. Sepúlveda. F. (2020). *Visual aesthetics in video games and their effects on player motivation*. (bakalauro darbas). Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/321063416_The_Effect_of_Gamification_on_Motivation_and_Engagement
45. Solarski. C., (2013 m. sausio 30 d). The Aesthetics of Game Art and Game Design. *Game Developer*. Prieiga per internetą: <https://www.gamedeveloper.com/design/the-aesthetics-of-game-art-and-game-design>
46. Sommerseth H., (2009). *Exploring Game Aesthetics*.
47. Stegner, B. (2020). *2D Games vs. 3D Games: What Are the Differences?* Prieiga per internetą: <https://www.makeuseof.com/2d-games-vs-3d-games-differences/>
48. Stojanovic, M., (2023). *Gamer Demographics from 2023: No Longer a Men-Only Club*. Prieiga per internetą: <https://playtoday.co/blog/stats/gamer-demographics/>
49. Stone. C, (2019). *The evolution of video games as a storytelling medium, and the role of narrative in modern games*. Prieiga per internetą:

<https://www.gamedeveloper.com/design/the-evolution-of-video-games-as-a-storytelling-medium-and-the-role-of-narrative-in-modern-games>

50. Terzioglu, Y., (2015). *Immersion and identity in video games*. (magistrinis darbas).
51. The evolution of video game graphics. (2022 m. birželio 04 d.). *PlaycentGames*. Prieiga per internetą: <https://playcentgames.com/the-evolution-of-video-game-graphics/>
52. The Importance of Music in Video Games (2018 m. vasario 26 d.). *Anara Publishing*. Prieiga per intrnetą: <https://www.anarapublishing.com/the-importance-of-music-in-video-games/>
53. Usher. V. (2020 m. Liepos 14 d.). Why immersion in video games is so strong. *GingerMay*. Prieiga per internetą: <https://teamgingermay.com/why-immersion-in-video-games-is-so-strong/>
54. Weibel. D, Wissmath. B. (2011). "Immersion in Computer Games: The Role of Spatial Presence and Flow", *International Journal of Computer Games Technology*, vol. 2011, Article ID 282345. <https://doi.org/10.1155/2011/282345>
55. Wei H, Bizzocchi J, Calvert T., (2010). *Time and Space in Digital Game Storytelling*. School of Interactive Arts and Technology, Simon Fraser University.
56. What is The Key to Immersive Game Design? (2021 m. gegužės 11 d). *Game – Ace*. Prieiga per internetą: <https://game-ace.com/blog/immersive-game-design/>
57. Wigmore. I. (2016 m. rugpjūtis). Immersive virtual reality (immersive VR). *WhatIs*. Prieiga per internetą: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/immersive-virtual-reality-immersive-VR>
58. Zehnder, S. M., & Lipscomb, S. D., (2006). The Role of Music in Video Games. In P. Vorderer & J. Bryant (Eds.), *Playing video games: Motives, responses, and consequences* (pp. 241–258). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

ANOTACIJA

Pirmojoje baigiamojo darbo dalyje nagrinėjama vaizdo žaidimų estetikos samprata bei trys pagrindiniai vaizdo žaidimų estetikos elementai: istorija, garsas ir vaizdas pasitelkiant *MDA Framework* metodologiją. Antroje dalyje analizuojami žaidėjų motyvacijos pagrindai, imersijos samprata, įtraukaus virtualaus pasaulio charakteristika bei žaidėjų motyvaciniai profiliai remiantis *Quantic Foundry* motyvaciniu modeliu. Dėmesys skiriamas žaidimo estetinių elementų ir žaidėjo motyvacijos sąveikai. Trečiame skyriuje yra pateikiamas tyrimas, kurio tikslas yra ištirti vaizdo žaidimų estetikos vizualinių komunikacijos sprendimų poveikį motyvacijai žaisti vaizdo žaidimus. Padarytos išvados, jog panaudojant stipriai išplėtotą naratyvą, spalvas ir garso dizainą, galima pagerinti vizualinį žaidimo patrauklumą, taip prisidedant prie žaidėjų įsitraukimo bei panirimo būsenos žaidimo metu. Išsiaiškinta, jog žaidėjus taip pat motyvuoja įvairūs veiksniai, įskaitant pasiekimus, socialinę sąveiką ir panirimą. Imersijos koncepcija, apimanti gilų buvimo ir įsitraukimo į žaidimų pasaulį jausmą, yra esminis žaidėjo motyvacijos žaisti veiksnys. Tyrimo metu buvo atskleistas dalinis neigiamas ryšys tarp žaidėjų motyvacinių profilių veiksnių ir vaizdo žaidimų grafikos svarbos. Tai leidžia darti išvadą, jog vaizdo žaidimų estetikos elementai stipriausiai veikia žaidėjų motyvacija bendrame derinyje, tačiau ne atskirai.

Pagrindiniai žodžiai: vaizdo žaidimų estetika, istorija, grafika, garsas, virtualaus pasaulio charakteristika, žaidėjų motyvacijos profiliai.

ANNOTATION

The first part of the thesis examines the concept of video game aesthetics and the three main elements of video game aesthetics: story, sound and image using the MDA Framework methodology. The second part analyzes the basics of player motivation, the concept of immersion, the characteristics of an immersive virtual world, and the motivational profiles of players based on the Quantic Foundry motivational model. Attention is paid to the interaction between the game's aesthetic elements and the player's motivation. The third chapter presents a study that aims to investigate the effects of visual communication solutions of video game aesthetics on the motivation to play video games. Conclusions have been made that by using strongly developed narrative, colors and sound design, it is possible to improve the visual appeal of the game, thus contributing to the involvement and immersion of the players during the game. Gamers were also found to be motivated by a variety of factors, including achievement, social interaction, and immersion. The concept of immersion, which involves a deep sense of presence and involvement in the game world, is a key factor in a player's motivation to play. The study revealed a partial negative relationship between the motivational profile factors of the players and the importance of video game graphics. This allows us to conclude that the elements of video game aesthetics have the strongest effect on the motivation of players in a general combination, but not separately.

Key words: video game aesthetics, story, graphics, sound, virtual world characteristics, player motivation profiles.

SANTRAUKA

Vaizdo žaidimai bei virtualūs jiems kuriami pasauliai tapo neatsiejama žaidėjų kasdienybės dalimi. Pasitelkdami trimis pagrindiniais estetikos elementais: istorija, garsu bei grafika vaizdo žaidimai turi galimybę perteikti itin realistiškas emocijas bei vaizdinius, kartu atskleidžiant šių elementų komunikacijos su žaidėju įvairovę. Kompiuteriniuose bei vaizdo žaidimuose visados figūruoja daugiau nei vienas šių trijų estetikos elementų tipas. Tai priklauso nuo žaidėjo preferencijų, santykio su žaidimu bei jame pasakojamos istorijos, bendros pasakojamos istorijos ir kitų žaidimo elementų tarpusavio ryšio. Virtualių žaidimo pasaulių įtraukumas, kuris yra primygtinai priklausomas nuo žaidime esančių estetinės sandaros elementų taip pat smarkiai įtakoja žaidėjų motyvaciją, kuri, kaip ir minėti estetikos elementai, neapsiriboja vienu tikslu motyvacinio profiliu. Devyni pagrindiniai žaidėjų motyvaciniai profiliai yra smarkiai priklausomi nuo žaidėjų individualių poreikių matavimų, kurie taip pat yra taikomi ir analizuojant žaidėjų pageidavimus bei skirtingus jų elgesio modelius. Šio tyrimo objektas - vizualinės komunikacijos poveikis motyvacijai. Šio baigiamojo darbo tikslas – ištirti vaizdo žaidimų estetikos vizualinių komunikacijos sprendimų poveikį motyvacijai žaisti vaizdo žaidimus. Taip pat buvo išsikelti trys pagrindiniai šio baigiamojo darbo uždaviniai: atskleisti vaizdo žaidimų estetikos vizualinės komunikacijos sprendimų spektrą, išnagrinėti motyvacijos žaisti vaizdo žaidimus teorines prielaidas ir ištirti vaizdo žaidimų estetikos poveikį žaidėjo motyvacijai. Tyrimo metodika – mokslinės literatūros analizė, statistinių duomenų analizė.

Kiekybinio tyrimo rezultatai atskleidė svarbiausius vaizdo žaidimų estetikos elementus žaidėjų tarpe ir tai, kaip jie paveikia žaidėjų pasirinkimą toliau žaisti vaizdo žaidimą bei atskleidė populiariausius vaizdo žaidimų estetikos elementus tarp žaidėjų Lietuvoje. Tyrimo metu buvo išanalizuoti bei identifikuoti pagrindiniai vaizdo žaidimų estetikos elementai: garsas, vaizdas ir istorija, kurie efektyviausiai paveikė žaidėjų motyvaciją toliau žaisti vaizdo žaidimus.

Magistro baigiamojo darbo pabaigoje pateikiamos išvados dėl vaizdo žaidimų estetikos raiškos sprendimų aktualumo žaidėjų tarpe bei vaizdo žaidimų estetikos vizualinių komunikacijos sprendimų poveikio motyvacijai žaisti vaizdo žaidimus.

Pranculytė E. (2023). *Vaizdo žaidimų vizualinės komunikacijos poveikis motyvacijai žaisti vaizdo žaidimus*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.

SUMMARY

Video games and the virtual worlds created for them have become an integral part of the player's daily lives. Using the three main elements of video game aesthetics: story, sound and graphics, video games have gained the ability to convey extremely realistic emotions and images, while revealing the diversity of these elements' communication with the player. Computer and video games always feature more than one type of these three aesthetic elements. It mostly depends on the player's preferences, the relationship with the game and the story told within it, the overall story told and the interrelationship between other elements of the game. The inclusiveness of virtual game worlds, which is strongly dependent on the elements of the aesthetic structure present in the game, also strongly influences the motivation of the players, which, like the aforementioned aesthetic elements, is not limited to one precise motivational profile. The nine main motivational profiles of players are highly dependent on measurements of individual player needs, which are also applicable to the analysis of player preferences and different behavior patterns. The object of this study is the effect of visual communication on player motivation. The aim of this thesis is to investigate the effects of visual communication solutions of video game aesthetics on the motivation to play video games. The three main tasks of this thesis were also set: to reveal the range of visual communication solutions of video game aesthetics, to examine the theoretical assumptions of motivation to play video games, and to study the effect of video game aesthetics on player motivation. Research methodology – analysis of scientific literature, analysis of statistical data.

The results of the quantitative study revealed the most important elements of video game aesthetics among players and how they affect the choice of players to continue playing the video game and revealed the most popular elements of video game aesthetics among players in Lithuania. The study analyzed and identified the main elements of video game aesthetics: sound, image and story, which most effectively influenced players' motivation to continue playing video games.

At the end of the master's thesis, conclusions are presented regarding the relevance of video game aesthetic resolution solutions among players and the impact of video game aesthetic visual communication solutions on the motivation to play video games.

Pranculytė E. (2023). *The impact of visual communication of video game aesthetics on the motivation to play video games*. Vilnius: Mykolas Romeris University.

PRIEDAI

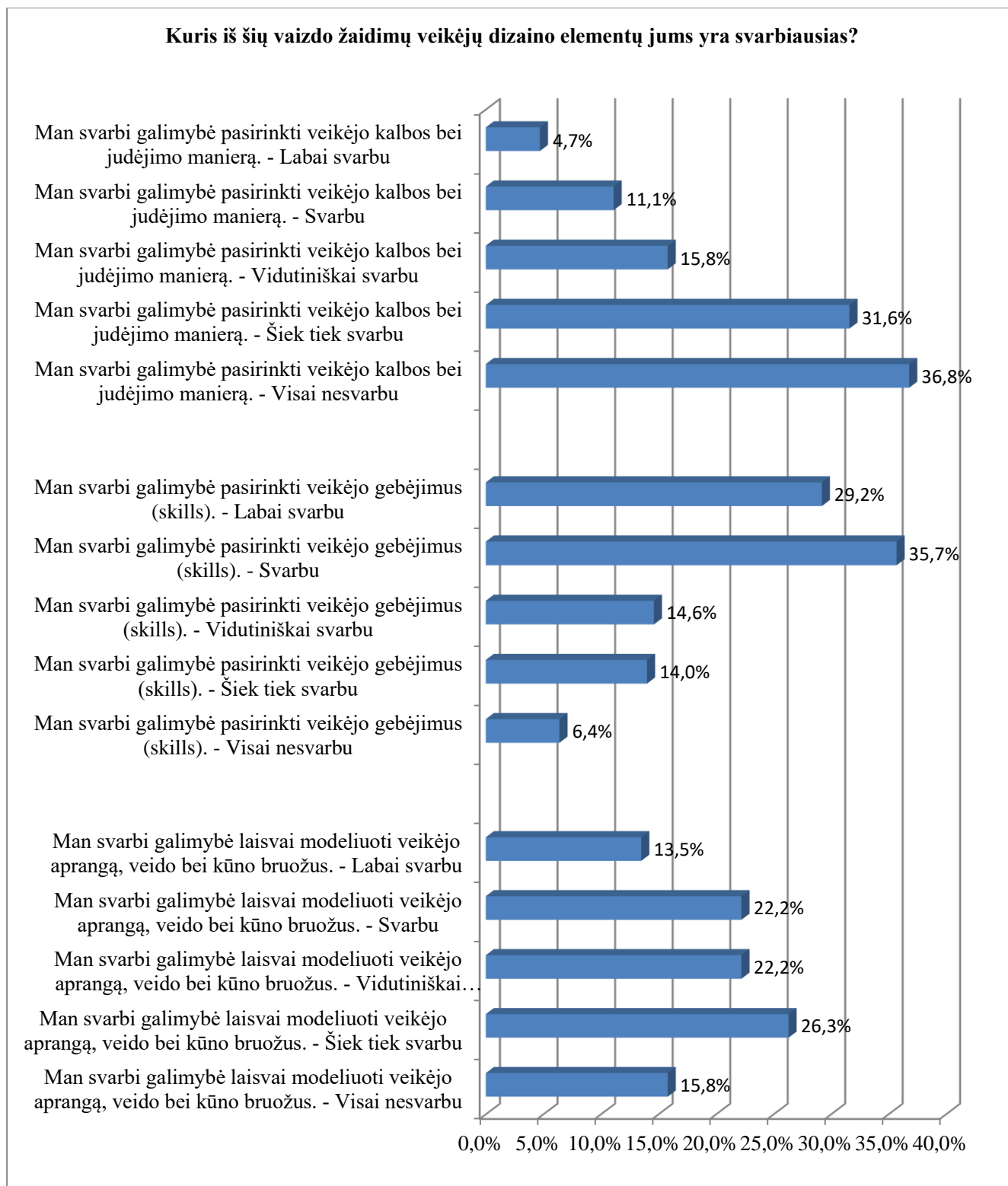
1 PRIEDAS. VAIZDO ŽAIDIMŲ GRAFIKOS IR MOTYVACINIŲ PROFILIŲ RYŠIO KORELIACIJA

Correlations											
		12) Kaip stipriai sutinkate su šiuo teiginiu: grafika man yra itin svarbi renkantis žaidimą.	17) Daug pritaikomų spalvų, stilių ir parinkčių (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	17) Buvimas viršesniu už kitus žaidėjus (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	17) Laiko skyrimas praktikai ir žaidimo įvaldymui (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	17) Visų galimų žaidimo misijų įvykdymas ir laimėjimų rinkimas (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	17) Apsimetimas, kad esu kažkas kitas/ kažkur kitur (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	17) Išsamus siužetas/ storyline (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	17) Žaisti žaidimą aukščiausiu sudėtingumo lygiu siekiant maksimalaus iššūkio (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	17) Galingų ginklų ir artefaktų įsigijimas (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	
Spearman's rho	12) Kaip stipriai sutinkate su šiuo teiginiu: grafika man yra itin svarbi renkantis žaidimą.	Correlation Coefficient	1,000	-,226**	-,262**	-,226**	-,121	-,049	-,011	-,117	-,264**
		Sig. (2-tailed)	.	,003	<,001	,003	,113	,522	,883	,127	<,001
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	17) Daug pritaikomų spalvų, stilių ir parinkčių (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	Correlation Coefficient	-,226**	1,000	,201**	,244**	,269**	,054	,085	,134	,217**
		Sig. (2-tailed)	,003	.	,008	,001	<,001	,484	,267	,080	,004
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	17) Buvimas viršesniu už kitus žaidėjus (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	Correlation Coefficient	-,262**	,201**	1,000	,322**	,174*	,012	-,163*	,323**	,286**
		Sig. (2-tailed)	<,001	,008	.	<,001	,022	,877	,033	<,001	<,001
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	17) Laiko skyrimas praktikai ir žaidimo įvaldymui (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	Correlation Coefficient	-,226**	,244**	,322**	1,000	,344**	,094	-,012	,132	,241**
		Sig. (2-tailed)	,003	,001	<,001	.	<,001	,220	,878	,084	,001
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	17) Visų galimų žaidimo misijų įvykdymas ir laimėjimų rinkimas (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	Correlation Coefficient	-,121	,269**	,174*	,344**	1,000	,164*	,263**	,229**	,217**
		Sig. (2-tailed)	,113	<,001	,022	<,001	.	,032	<,001	,002	,004
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	17) Apsimetimas, kad esu kažkas kitas/ kažkur kitur (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	Correlation Coefficient	-,049	,054	,012	,094	,164*	1,000	,297**	-,147	,059
		Sig. (2-tailed)	,522	,484	,877	,220	,032	.	<,001	,054	,439
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172
17) Išsamus siužetas/ storyline (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	Correlation Coefficient	-,011	,085	-,163*	-,012	,263**	,297**	1,000	-,077	,023	
	Sig. (2-tailed)	,883	,267	,033	,878	<,001	<,001	.	,315	,763	
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	
17) Žaisti žaidimą aukščiausiu sudėtingumo lygiu siekiant maksimalaus iššūkio (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	Correlation Coefficient	-,117	,134	,323**	,132	,229**	-,147	-,077	1,000	,375**	
	Sig. (2-tailed)	,127	,080	<,001	,084	,002	,054	,315	.	<,001	
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	
17) Galingų ginklų ir artefaktų įsigijimas (Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?)	Correlation Coefficient	-,264**	,217**	,286**	,241**	,217**	,059	,023	,375**	1,000	
	Sig. (2-tailed)	<,001	,004	<,001	,001	,004	,439	,763	<,001	.	
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

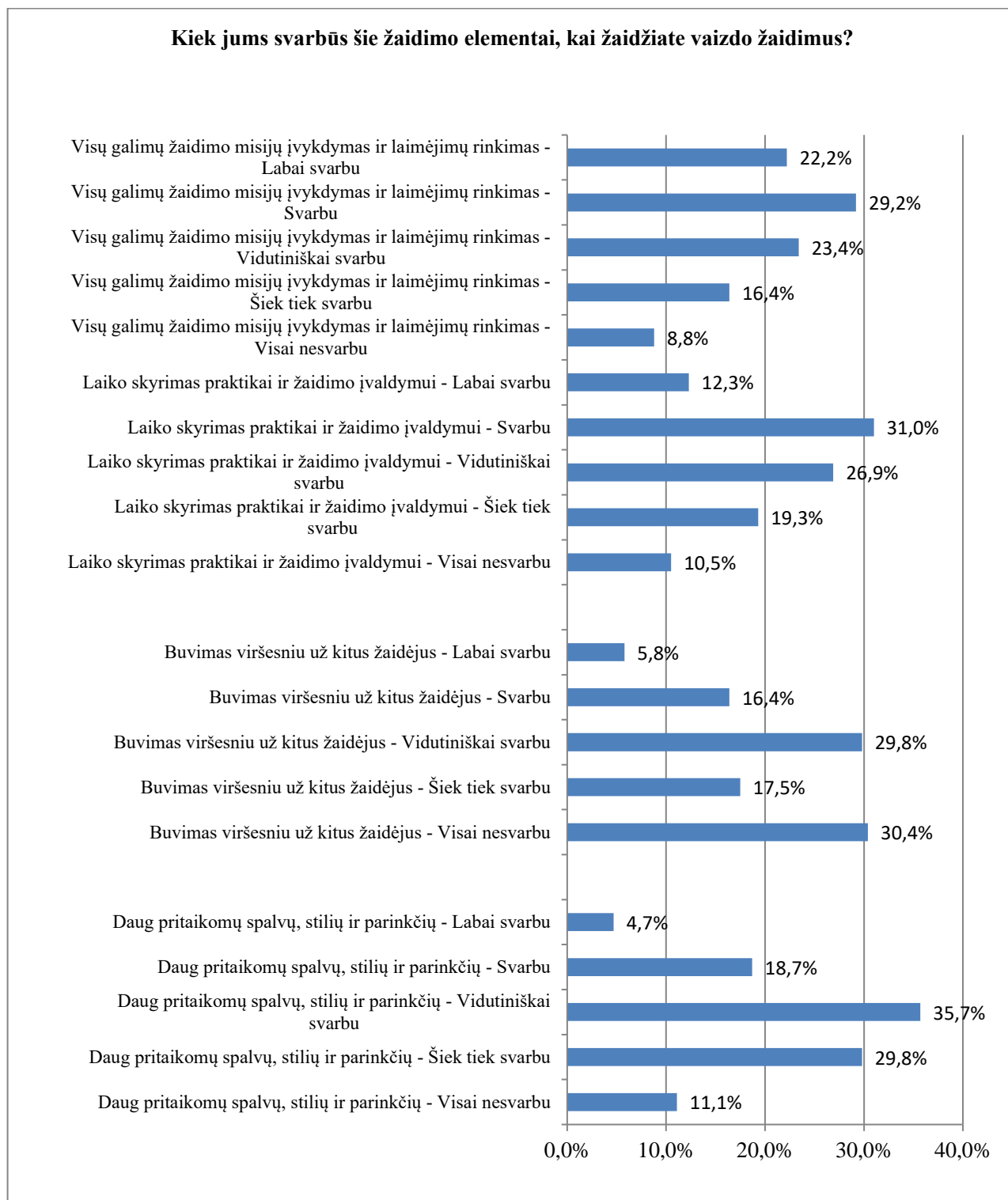
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2 PRIEDAS. VAIZDO ŽAIDIMŲ VEIKĖJŲ DIZAINO ELEMENTŲ SVARBA



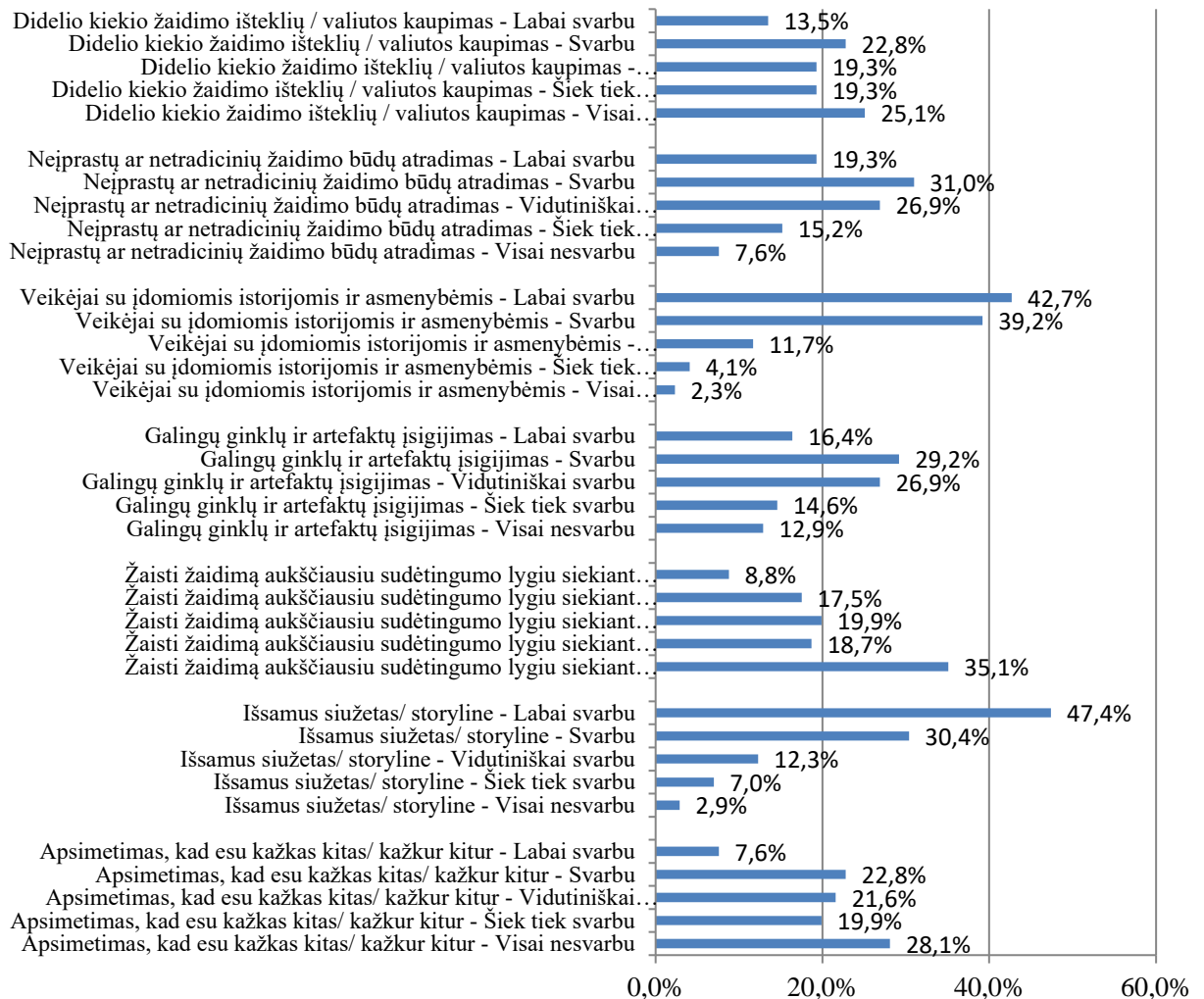
Šaltinis: parengta autoriaus.

3 PRIEDAS. ŽAIDIMO ELEMENTŲ SVARBA



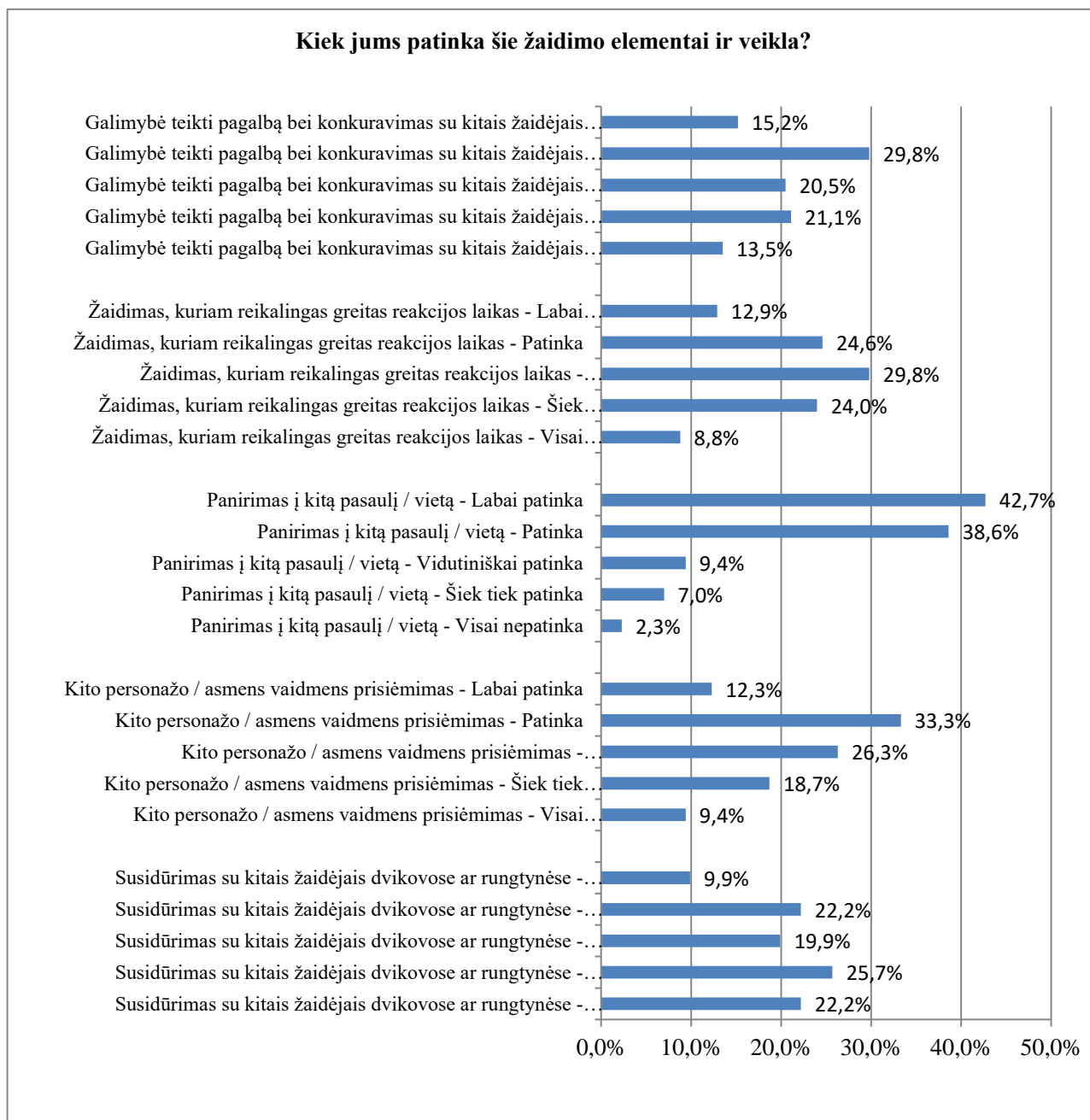
Šaltinis: parengta autoriaus

Kiek jums svarbūs šie žaidimo elementai, kai žaidžiate vaizdo žaidimus?

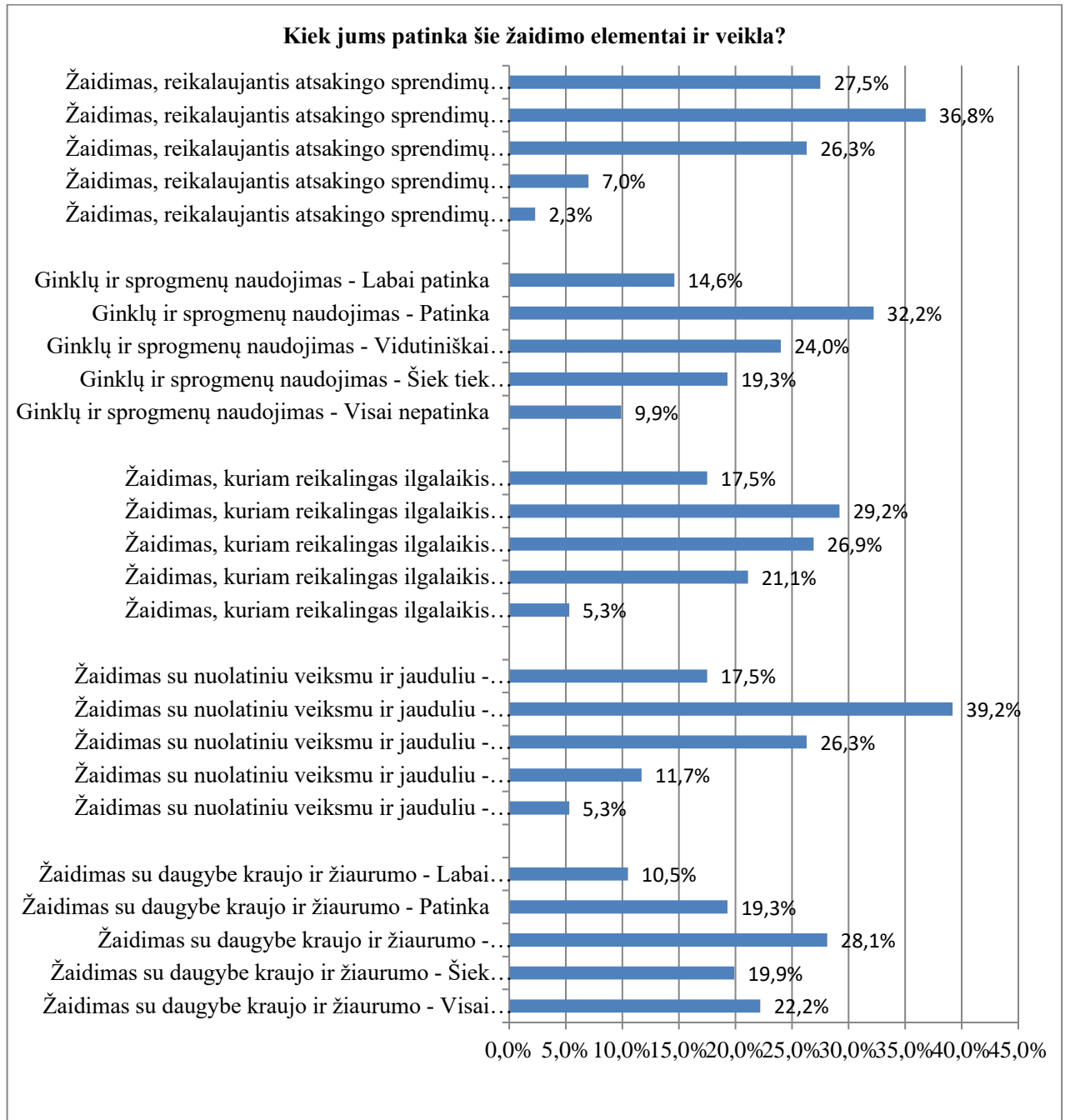


Šaltinis: parengta autoriaus.

4 PRIEDAS.ŽAIDIMO ELEMENTŲ IR VEIKLŲ VERTINIMAS

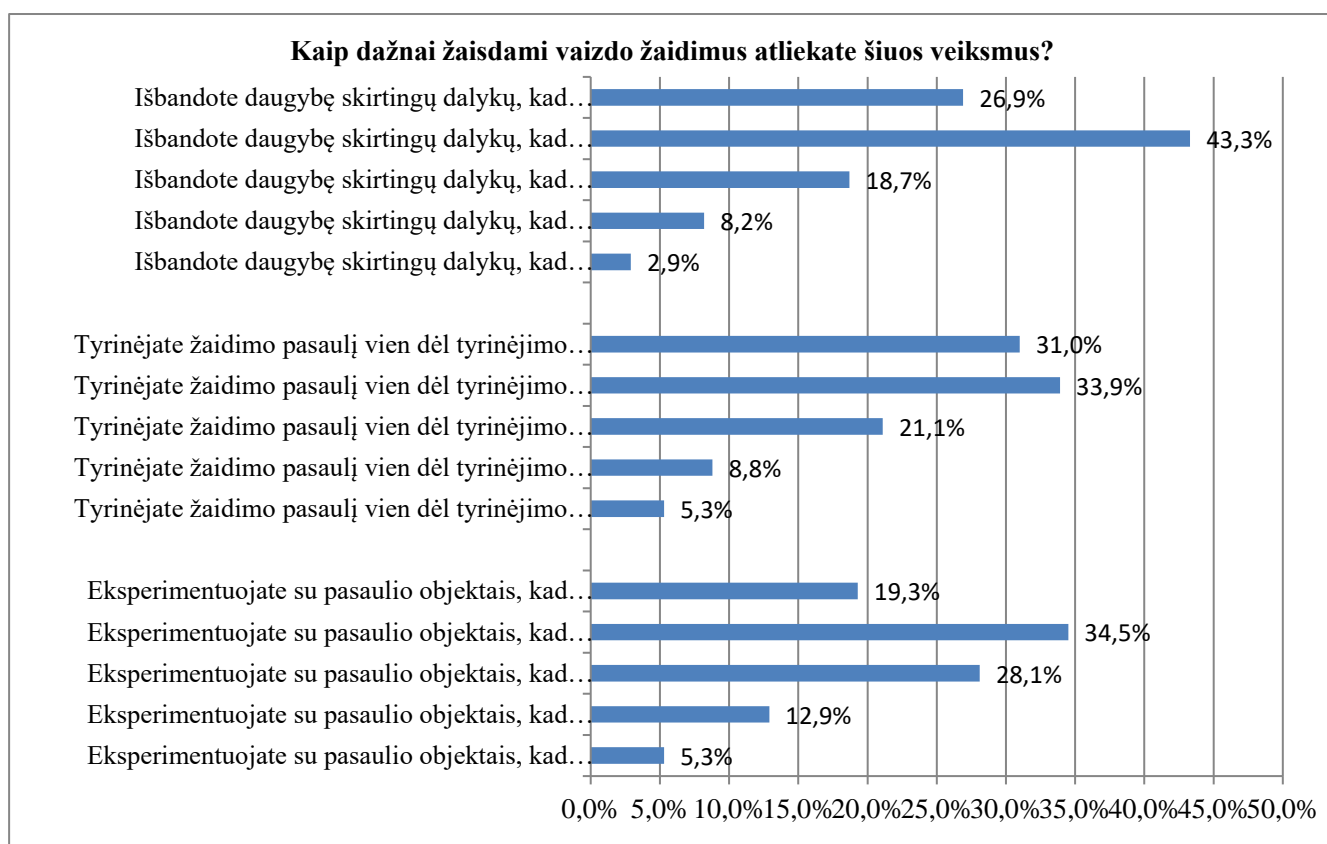
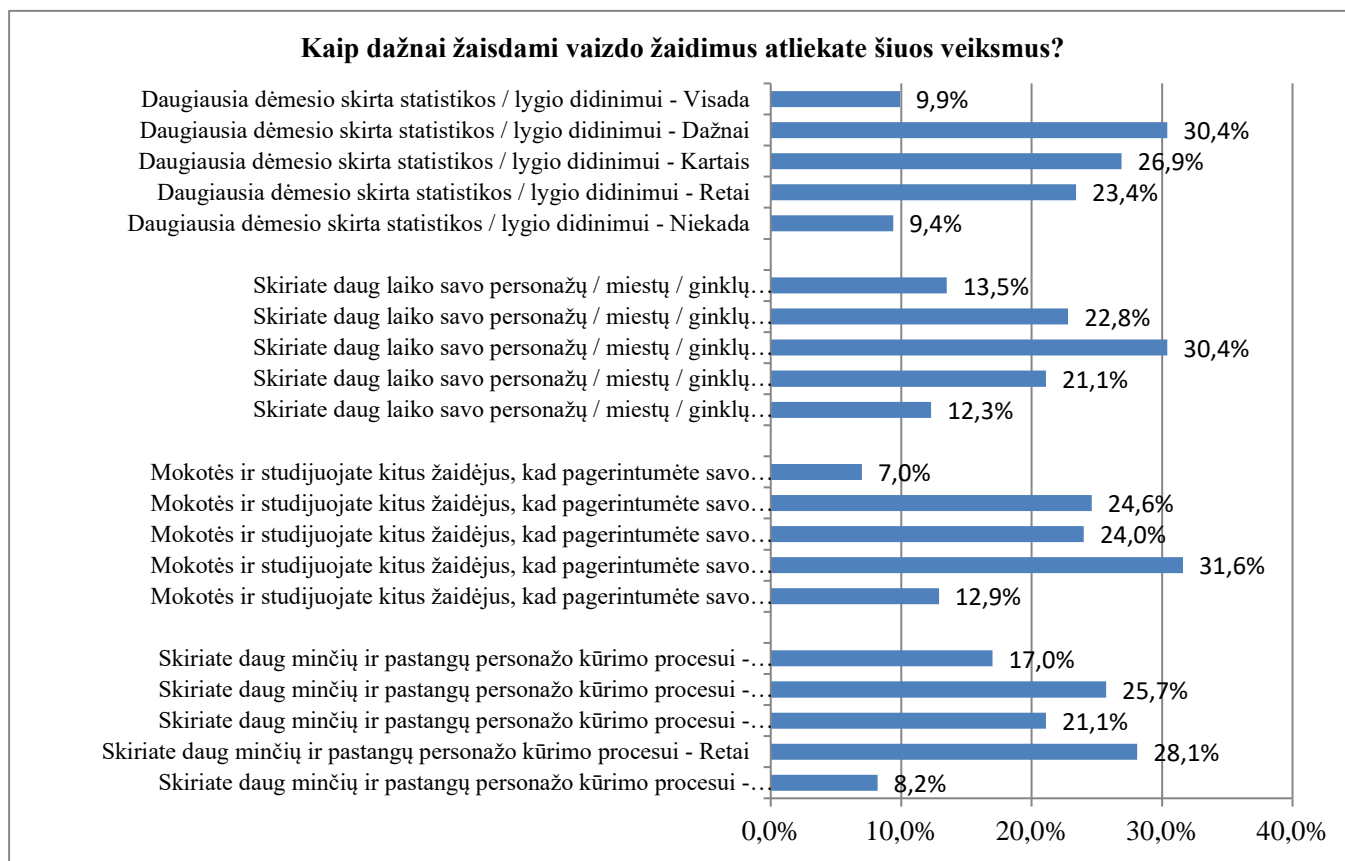


Šaltinis: parengta autoriaus.



Šaltinis: parengta autoriaus.

5 PRIEDAS. VEIKSMAI ŽAIDŽIANT VAIZDO ŽAIDIMUS



Šaltinis: parengta autoriaus.