

Zjawisko popcorn gamingu Dlaczego coraz częściej oglądamy gry?

The phenomenon of popcorn gaming. Why do we watch games more and more?

Maciej Śledź

Uniwersytet Wrocławski
maciej.sledz2@uw.edu.pl | ORCID: 0000-0002-5666-7467

Abstract: The article focuses on the description of a new phenomenon in the world of video games: popcorn gaming. The main problem that runs through the work is the question of why gamers choose to watch video games. The theory of mass communication by Denis McQuail is to help answer the question. The type of the player named "popcorn gamer" is, in short, a person who prefers watching games to playing them. The phenomenon itself is very much related to the development of platforms offering a streaming function, such as Twitch and YouTube, which for some time have been contributing to a slow change in the players' attitude toward the use of games.

Keywords: video games, mass communication theory, media consumption, popcorn gaming, streaming

Homo Ludens 1(15)/2022 | ISSN 2080-4555 | © Polskie Towarzystwo Badania Gier 2022
DOI: 10.14746/HL.2022.15.12 | received: 31.12.2020 | revision: 06.07.2021 | accepted: 04.12.2022

1. Wstęp

Dynamiczny rozwój platform streamingowych przyczynia się w ostatnich latach do olbrzymiego wzrostu zainteresowania oglądaniem gier wideo. Według raportu dotyczącego transmisji internetowych *State of the stream 2019* (StreamElements, Arsenal.gg, 2019) w roku 2019 obejrzano ponad 9 mld godzin materiałów i transmisji, co stanowi wzrost o 20 procent względem roku 2018. Oczywiście jest, że rośnie także publiczność, która coraz częściej decyduje się na korzystanie z gier wideo w inny sposób niż tradycyjne granie. Badanie rynkowe serwisu NewZoo Gamer Segmentation™ (Introducing NewZoo..., 2019) wskazało osiem rodzajów graczy występujących w środowisku sympatyków gier. W typologii NewZoo popcornowi gracze stanowią 13 proc. badanej populacji, co czyni ich jedną z największych grup. Zamiast spędzać czas w świecie wirtualnym w tradycyjny sposób, czyli grając w gry, użytkownik *popcorn gaming* decyduje się na oglądanie rozgrywek w takich serwisach jak Twitch czy YouTube. W artykule chciałbym przedstawić, czym charakteryzuje się zjawisko popcorn gamingu w Polsce, i odpowiedzieć na pytanie, dlaczego coraz częściej decydujemy się na oglądanie gier wideo. Omówię tutaj wyniki własnych badań polskiego środowiska graczy. Zgodnie z odpowiedzią na pytanie filtrujące „wolisz grać czy oglądać gry?” wśród przebadanych przeze mnie osób 28 proc.¹ zdecydowanie przedkłada oglądanie gier nad ich tradycyjną konsumpcję. Posłużę się tu teorią gratyfikacji i użytkowania mediów, by przez jej pryzmat odpowiedzieć na postawione pytanie badawcze.

2. Metodologia

W celu zebrania danych empirycznych potrzebnych do określenia rozpatrywanego w artykule problemu posłużyłem się metodą z zakresu badań ilościowych, którą jest ankieta internetowa. Zasadność jej wykorzystania wynika z następujących kwestii. Po pierwsze, dostęp do tak szerokiego grona odbiorców, jakim są gracze, wiąże się z ogromnym wyzwaniem.

.....

¹ Pozostałe 72 proc. respondentów określiło siebie tradycyjnymi graczami, motywując to tym, że wolą grać w gry niż je oglądać.

Według danych z raportu The Game Industry of Poland za rok 2020 (Rutkowski, Marszałkowski, Biedermann, 2020) liczba graczy w Polsce przekracza 16 milionów, ale liczba tych preferujących oglądanie streamingu gier nie jest znana. Jednakże najistotniejszą kwestią w wyborze metody była ówczesna sytuacja pandemiczna w kraju i za granicą. Zamknięte szkoły, obiekty kulturalne czy centra handlowe w znacznej mierze utrudniły badaczom dostęp do respondentów, stąd wykorzystanie ankiety internetowej wydawało się jedną z najlepszych możliwości.

Dla zasadności wykorzystania takowej metody istotny jest dobór próby badawczej. W celu uzyskania odpowiedniej liczby respondentów, którzy byliby graczami charakteryzującymi się predefiniowaną preferencją oglądania gier wideo, zdecydowałem się na wyłonienie próby spośród graczy zrzeszonych w grupach fanowskich najpopularniejszych twórców internetowych w polskim środowisku gamingowych streamerów. Grupy fanowskie zostały dobrane na podstawie popularności danego streamera i gier, w które ten gra najczęściej w trakcie swoich transmisji. Podzieliłem przy tym streamerów na korzystających z serwisu Twitch i używających YouTube, gdyż te serwisy uchodzą za najpopularniejsze, jeśli mowa o streamingu gier wideo. Grupy wzięte pod uwagę to zrzeszenia obserwatorów takich twórców jak H2P_Gucio, Kubon, Rojson czy Wagon.

Ostatecznie próba została oszacowana na 376 osób. Po uzyskaniu tytułu zwrotnych kwestionariuszy przeszedłem do analizy danych w nich zawartych, by dzięki temu móc odpowiedzieć na postawiony problem badawczy: „Dlaczego gracze decydują się na oglądanie gier zamiast w nie grać?”. Kwestionariusz ankiety składał się z 26 pytań podzielonych na sekcje tematyczne dotyczące korzystania z gier wideo, konsumpcji transmisji internetowych lub filmów w formie np. *let's play*, wpływu twórców internetowych na użytkowników serwisów streamingowych; ostatnia sekcja dotyczyła zmian w społeczności oglądających gry w dobie pandemii COVID-19.

3. Gracz jako widz

Popcorn gamer większość wolnego czasu poświęca na oglądanie filmów lub transmisji internetowych z zakresu gamingu. Jako że oglądanie staje się jego głównym zajęciem, jeśli chodzi o gry wideo, możemy uznać go za widza

gameplayów dostępnych w serwisach streamingowych. Warto spojrzeć chociażby na kontekst tzw. podwójnego odbiorcy treści gry wideo (Stasieńko, 2005). Jednym z odbiorców w tym przypadku jest osoba mająca bezpośredni kontakt z grą, grająca w nią. W tym przypadku możemy mówić o twórcy internetowym lub streamerze. Natomiast gracz określany jako widz staje się drugim odbiorcą treści płynących z kontekstu gry wideo. Poprzez obserwacje umiejętności streamera, które prezentuje on w trakcie transmisji bądź filmu, czy też utożsamianie się z nim widz staje się częścią rozgrywki. Popcornowiec definiowany jako widz może wydawać się zbyt pasywny, by ostatecznie nazwać go graczem, jednakże w takim korzystaniu z medium, jakim są gry wideo, w jakimś stopniu odczuwa on doświadczenie grania (Downs, 2014). Gracz często staje się gamingowym widzem z obawy przed tym, jak mogą oceniać go inni gracze (De Kort, IJsselsteijn, Gajadhar, 2007).

W grach sieciowych takich jak *League of Legends* czy *World of Warcraft* gracze stają naprzeciw wysokich oczekiwań współuczestników rozgrywki. Kiedy któryś z graczy nie wykorzystuje mechanik gry tak jak należy, jego drużyna najzwyczajniej przegrywa starcie, co często kończy się krytyką. Stąd część graczy chcących spełniać się w grach wideo decyduje się na bardziej pasywną formę korzystania z nich. Prawdopodobnie najlepszą możliwą alternatywą dla takich graczy okazują się streamy lub filmy, dzięki którym zaspokajają oni swoje potrzeby, a nie zagraża im negatywna ocena ze strony innych. Oczywiście gracz, który staje się widzem (popcorn gamerem), może przejąć rolę oceniającego (i w tym przypadku oceniać streamera), jednak ten problem chciałbym pozostawić do głębszego analizowania w kolejnych badaniach.

Warta uwagi wydaje się koncepcja Stuarta Reevesa odnosząca się do zmiany kierunku budowy niektórych gier wideo. Gry coraz częściej wymagają od graczy bardzo dużo, w tym takiego poziomu zaangażowania, zręczności w korzystaniu z mechanik oraz kompetencji w wielu innych aspektach, że zwykły gracz może nie być w stanie sprostać tym warunkom, by w pełni cieszyć się jakąś produkcją. Same gry stawiają także na widowiskowość związaną nie tylko z tradycyjnym graniem w dany tytuł, ale też z tym, jak tytuł się ogląda. Spoglądając chociażby na e-sport, możemy zauważyć, jak przeniósł się z piwnic na stadiony, przez co jego oglądalność bardzo zyskała. Reeves zwraca uwagę właśnie na to, że dzisiejsze gry coraz częściej stają się zorientowane na publiczność (Reeves, 2017).

Ostatnim istotnym aspektem w rozumieniu gracza popcornowego jako widza jest jedna z najważniejszych cech publiczności – skłonność do komentowania oglądanego widowiska (Cheung i Huang, 2011). Komentowanie sytuacji na ekranie to bardzo powszechne zjawisko. W trakcie emisji meczu piłkarskiego kibic ocenia i analizuje poczynania zawodników na boisku, ale tak samo serialowy zwrot akcji spotyka się często z komentarzem widzów. Jednakże u graczy popcornowych pojawia się praktyka, którą możemy określić jako bardziej rozwiniętą formę komentowania. Gracz w trakcie oglądania widowiska e-sportowego czy też transmisji prowadzonej przez pojedynczego streamera jest w stanie komentować zdarzenia dziejące się na ekranie w czasie rzeczywistym za pomocą live-chatu będącego ważną częścią serwisów streamingowych. Może także przeczytać komentarze innych oglądających, co nierzadko prowadzi do nawiązania dialogu i głębszej dyskusji na temat analizowanego zagadnienia. Jak wykazują przeprowadzone przeze mnie badania (przedstawione w dalszej części artykułu), gracze popcornowi bardzo często pojawiają się w trakcie transmisji właśnie w celu komentowania i wzajemnej interakcji ze społecznością zebraną wokół twórcy internetowego. Takie spotkania pokazują, że chociaż gracz popcornowy nie uczestniczy w rozgrywce bezpośrednio, to nadal jest bardzo zaangażowany w grę. Badanie doświadczeń internetowych publiczności może przyczynić się do znacznego rozwoju nauki w dziedzinie *game studies*, choćby przez to, że w trakcie interakcji powstaje wiele nowych fraz (kwestia językowa), zachowań (kwestia społeczna), a same czaty wyposażane są w nowe mechaniki (kwestia *game-dev*), takie jak chociażby możliwość wyboru kwestii dialogowych w *Baldur's Gate III* czy niegdyś popularne twitch playe, podczas których gracze na czacie przechodzą grę, wydając polecenia właśnie za pomocą live-czatu.

4. Kontekst teoretyczny gratyfikacji i korzystania z mediów

Aby dokładniej zobrazować mechanizmy związane ze stawaniem się graczem-widzem, chciałbym zwrócić uwagę na klasyczne teorie, które wyjaśniają motywacje jednostki do stania się częścią audytorium medialnego. Wiele z naszych działań w tej kwestii wynika z potrzeb, które staramy

się zaspokoić, wybierając przy tym odpowiednie medium (Goban-Klas, 2009). Bazując na teorii poznawczo-doświadczeniowej „Ja” Seymoura Epsteina, możemy wskazać na takie potrzeby jak dążenie do przyjemności, zachowanie stabilnego oraz spójnego systemu reprezentacji doświadczeń, budowanie i podtrzymywanie kontaktów czy umacnianie samooceny. Potrzeby te ukierunkowują postrzeganie świata przez jednostkę, ale także jej działania w świecie społecznym (Polański, 2017).

Teoria gratyfikacji Denisa McQuaila mówi o tym, że odpowiednie użytkowanie mediów może przynieść korzyści psychospołeczne ich konsumentowi (McQuail, 2008, s. 418). Wymienione w teorii korzyści to:

- Informacja – słowo to opisuje dążenie użytkownika mediów do pozyskiwania treści, które będą dla niego istotne zarówno w bliższym, jak i odległym otoczeniu; poprzez poznawanie takich treści zaspokaja on swoją ciekawość, poznaje nowe możliwości i rozwija zainteresowania w danej dziedzinie.
- Kształtowanie tożsamości – w mediach ich użytkownicy poszukują akceptacji i odbicia własnego ja; poprzez takie zachowania czy prezentowane przez medium wartości istotne dla życia użytkownika czuje się on spełnioną jednostką w środowisku, które go otacza.
- Integracja i interakcja społeczna – spełnienie jednostki w wykonywaniu ról społecznych i przynależności do grupy jako całości, która w swoich działaniach spełnia założenia integracyjne. Jest to szczególnie istotna kwestia w odniesieniu do graczy popcornowych będących częścią społeczności serwisów streamingowych.
- Rozrywka – korzyść, która dla części ludologów będzie najważniejszą ze wszystkich wskazanych. McQuail spogląda na nią dwójako: pierwsza perspektywa mówi o korzystaniu z mediów dla odpoczynku, rozluźnienia czy rozrywki, druga – o mechanizmach takich jak eskapizm czy odwrócenie uwagi od trosk, co jest ciekawym spojrzeniem na aspekt rozrywki jako narzędzia terapeutycznego.

5. Prezentacja wyników badań

W tym miejscu chciałbym przedstawić najistotniejsze wyniki badań własnych, które przybliżają do odpowiedzi na pytanie, dlaczego gracze coraz

częściej decydują się na oglądanie gier. Zaprezentowane poniżej dane dotyczą 28 proc. respondentów, którzy zdecydowanie przedkładają oglądanie gier nad ich tradycyjną konsumpcję.

5.1 Preferencje związane z grami

Tabela 1. Najpopularniejsze tryby gier wśród graczy popcornowych

Tryb gry	Single-player	Multi-player	W zależności od gry
	8%	23%	69%

Respondenci w znacznej większości stwierdzili, że tryb gry, jaki wybierają, zależy od określonego tytułu (69 proc.). Kiedy natomiast tryb rozgrywki jest najważniejszy, gry wieloosobowe (23 proc.) przeważają nad tymi dla pojedynczego gracza (8 proc.).

Tabela 2. Najpopularniejsze typy gier wśród graczy popcornowych²

Typ gier	
Gry sieciowe	21%
FPS	17%
RPG	16%
Gry akcji	9%
RTS	7%
Przygodowe	7%
Wyścigowe	5%
Sportowe	5%
Zręcznościowe	5%
Symulatory	5%
Logiczne	2%
Muzyczne i taneczne	1%

² Poniższy podział jest umowny, gdyż wiele tytułów łączy w sobie kilka wymienionych typów. Na przykład np. *Counter Strike GO* jest grą sieciową oraz FPS-em. (Podane w tabeli liczby wynikają ze wskazań w ankiecie).

Gracze popcornowi w swoich wyborach decydują się głównie na gry sieciowe (21 proc.), FPS (17 proc.) oraz RPG (16 proc.). Dwa pierwsze typy charakteryzują się tym, że w wypadku gier sieciowych oglądający często może nauczyć się czegoś nowego lub zobaczyć rozgrywkę na znacznie wyższym poziomie umiejętności niż własny, a w przypadku gier RPG opowieść przyciąga znaczną część oglądających przez możliwość zagłębienia się w historię i immersyjne przeżywanie świata przedstawionego.

Tabela 3. Najpopularniejsze tytuły gier wśród graczy popcornowych

Najpopularniejsze tytuły	
<i>League of Legends</i>	29%
<i>Counter Strike</i>	17%
Seria <i>Wiedźmin</i>	12%
<i>Gothic</i>	10%
<i>Among Us</i>	9%
<i>Sekiro: Shadows Die Twice</i>	7%
Inne	16%

Tytułem górującym nad resztą jest *League of Legends* (29 proc.). Obserwacja społeczności LoL wskazuje na ogromne zainteresowanie tą produkcją. Jest ona od wielu lat w czołówce oglądanych gier w serwisie Twitch.tv. *Counter Strike* zaskarbił sobie przychylność 17 proc. oglądających, natomiast poza grami sieciowymi dominują takie tytuły jak seria o wiedźminie (12 proc.), co może wynikać z tego, że część graczy nie posiada sprzętu, który sprostałby wymaganiom gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon* (patrz tabela nr 7), oraz starsza seria *Gothic* (10 proc.). *Among Us* w trakcie przeprowadzania badania był bardzo ważny zarówno dla graczy, jak i w serwisach streamingowych, co obrazują powyższe dane: 9 proc. graczy uważa ten tytuł za swój ulubiony. Natomiast ostatnią z istotnych gier jest *Sekiro: Shadows Die Twice*. Z jej skomplikowaną mechaniką nie każdy gracz potrafi sobie poradzić, jest to więc tytuł popularny wśród osób chcących zgłębić treść gry przez oglądanie jej u streamera bądź youtubera (zob. tabelę nr 7).

5.2 Gdzie i dlaczego oglądane są gry?

Tabela 4. Najchętniej wybierane platformy streamingowe wśród graczy popcornowych

Preferowana platforma	Twitch.tv	YouTube	Twitch.tv/YouTube
	49%	12%	39%

Gracze najczęściej decydują się na oglądanie wideo na platformie Twitch.tv (49 proc.), a serwis YouTube jest znacznie mniej popularny (12 proc.). Na korzystanie z obu serwisów decyduje się 39 proc. respondentów. W przeciwieństwie do serwisu YouTube serwis Twitch.tv posiada wiele narzędzi społecznościowych, takich jak *twitch drop*, dzięki któremu w trakcie oglądania transmisji jej widz może zdobyć pewne nagrody oraz przydatne dodatki do różnych gier (np. efekty wizualne zmieniające wygląd – tzw. skórki). Narzędzia społecznościowe są cały czas rozwijane i wspomagane przez zewnętrzne podmioty, jak chociażby firma Amazon, która za pośrednictwem subskrypcji Prime Gaming dostarcza użytkownikom serwisu wiele różnych funkcjonalności. Działania, które mają poprawić jakość oglądania i zachęcić użytkowników do korzystania z Twitch.tv, z pewnością wpływają na to, że jest to najpopularniejszy serwis w tym zestawieniu.

Tabela 5. Główny motyw oglądania transmisji lub filmów przez graczy popcornowych

Co głównie przyciąga do transmisji	Twórca (streamer/youtuber)	Aktualnie rozgrywana gra	Społeczność
	77%	16%	7%

Dla znacznej części badanych najważniejszym powodem pojawienia się na transmisji jest jej twórca (77 proc.). Dany tytuł (16 proc.) czy społeczność (7 proc.) nie okazują się głównymi motywatorami.

Tabela 6. Udział popcorn gamerów w czacie tekstowym

Czy bierzesz czynny udział w czacie?	Tak, w celu zadania pytania lub rozmowy z twórcą.	Tak, w celu interakcji/zabawy z innymi na czacie.	Nie korzystam z czatu.
	29%	34%	37%

W czasie oglądania transmisji internetowych z czatu tekstowego korzysta łącznie 63 proc. użytkowników. Z tego 34 proc. wykorzystuje go do rozmów z innymi użytkownikami i różnych zabaw, które są charakterystyczną cechą większości czatów (w szczególności w serwisie Twitch.tv), a 29 proc. popcornowców używa czatu do kontaktu ze streamerem.

Tabela 7. Co przyciąga popcorn gamerów do transmisji?

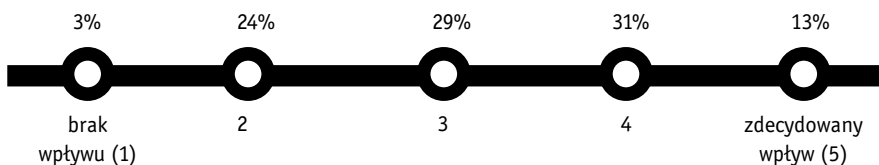
Dlaczego decydują się oglądać transmisje?	Wolą oglądać, jak ktoś inny gra w gry wideo.	Ich sprzęt nie pozwala na komfortowe granie.	Pojawiają się na transmisjach ze względu na społeczność.	Niewystarczające umiejętności do gry.	Inne
	36%	27%	16%	12%	9%

Najczęstszą przyczyną oglądania gier w internecie jest sama przyjemność, jaką czerpie popcorn gamer z poczynań innych graczy (36 proc.), co można porównać choćby do piłki nożnej. Dla większości zainteresowanych tym sportem normą jest oglądanie meczu, a nie jego osobiste rozgrywanie. Sprzęt komputerowy niespełniający odpowiednich standardów plasuje się na drugim miejscu (27 proc.) jako przyczyna oglądania gier. Natomiast 16 proc. decyduje się oglądać transmisje ze względu na społeczność, jaką może spotkać na wcześniej opisywanym czacie tekstowym. Ostatnią z istotnych kwestii (12 proc.) są niewystarczające umiejętności gracza, który nie może sobie poradzić z danym tytułem.

5.3 Wpływ twórcy na widza

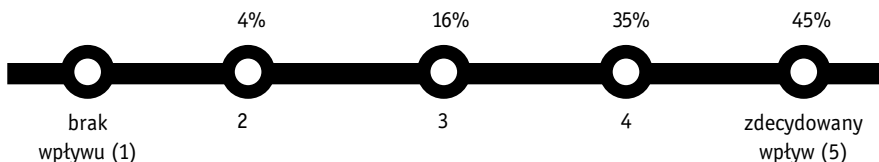
95 proc. badanych graczy stwierdza, że środowisko streamerów i youtuberów ma na nich wpływ. Na poniższych skalach pokazano oddziaływanie twórców internetowych na poszczególne aspekty życia graczy.

Zachowanie w życiu codziennym



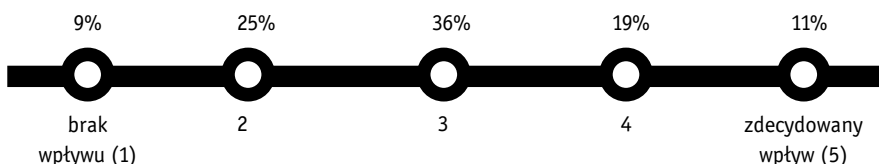
Większość badanych stwierdza, że streamer czy youtuber ma wpływ na zachowanie w życiu codziennym społeczności go oglądającej. Czwarty stopień powyższej skali, który możemy ocenić jako duży wpływ, dotyczy 31 proc. respondentów. O umiarkowanym wpływie na życie codzienne mówi 29 proc. badanych, natomiast 24 proc. graczy twierdzi, że twórcy słabo wpływają na życie codzienne odbiorców treści internetowych.

Zachowanie w internecie



45 proc. respondentów stwierdza, że odczuwają zdecydowany wpływ twórcy na ich zachowania w internecie. Przejawia się to chociażby przez wykorzystanie zaobserwowanych na transmisjach zachowań lub też słów, zwrotów czy emotikon, które często stają się wizytówką sieciową danego twórcy.

Preferencje związane z graniem (tryb lub typ gry itp.)



W przypadku preferencji związanych z grami decyzje często pozostają w gestii samego użytkownika, a twórca w mniej niż połowie przypadków jest postrzegany jako ten, kto ma wpływ na wybór trybu lub typu gry, w którą będzie później grał obserwator transmisji. Natomiast jak wskazują dane z tabeli nr 5, to twórca jest głównym powodem pojawienia się oglądających, a tytuł, w który gra, jest sprawą drugorzędną.

5.4 Pandemia COVID-19

Zapytałem respondentów również o to, w jaki sposób pandemia COVID-19 wpłynęła na ich podstawowe czynności, które bezpośrednio łączą się z aktywnościami gracza.

Tabela 10. Zmiany zachowań graczy podyktowane światową pandemią

Zmiana aktywności	Zdecydowanie nie	Nie	Nie zmieniło się	Tak	Zdecydowanie tak
Czas w domu	5%	8%	29%	29%	28%
Czas na granie w gry	11%	9%	41%	25%	13%
Czas na oglądanie gier	7%	9%	37%	27%	20%

Gracze z powodu pandemii zdecydowali się spędzać więcej czasu w domu (57 proc.). COVID spowodował zmianę form wielu aktywności, poczynając od robienia zakupów w rygorze sanitarnym, kończąc na przeniesieniu nauki i pracy na system zdalny. Zarówno gracze, którzy są jeszcze na etapie nauki, jak i ci, którzy pracują zawodowo, zostali zmuszeni do dłuższego przebywania w domowych czterech ścianach. Najważniejsze jednak w przypadku badania graczy są pytania o to, czy epidemia zmieniła spędzanie czasu w świecie wirtualnym. W przypadku tradycyjnego grania największy odsetek badanych (41 proc.) stwierdza, że ich czas spędzony na graniu w gry nie uległ zmianie. Natomiast najpopularniejsza forma spędzania czasu przed komputerem wśród popcorn gamerów, czyli oglądanie gier, zmieniła się w perspektywie pandemii:

47 proc. respondentów uważa, że spędza więcej czasu, ciesząc się transmisjami w gamingowych serwisach internetowych.

6. Podsumowanie

W prezentacji kontekstu teoretycznego artykułu nakreślony został obraz użytkowników serwisów streamingowych jako publiczności. Widzów transmisji internetowych charakteryzuje w głównej mierze chęć interakcji, przy jednoczesnym pośrednim uczestniczeniu w rozgrywce. Zdaniem niektórych badaczy (Downs, Vetre, Howard, 2013) już to czyni ich graczami. W badaniu potwierdziły się takie kwestie, jak skłonność do komentowania (Cheung i Huang, 2011), objawiająca się rozmowami na live-chacie w trakcie transmisji internetowych. Jednak głównym celem artykułu poza wstępnym zarysowaniem zjawiska popcorn gamingu jest odpowiedzieć na postawione w tytule pytanie: dlaczego gracze decydują się na coraz częstsze oglądanie gier? Spójrzmy na to pytanie przez pryzmat prezentowanych przez respondentów korzyści – zgodnie z teorią korzystania z mediów.

Korzyść informacyjną w rozumieniu McQuaila można rozpatrywać w tym przypadku jako poznanie (zdobycie wiedzy) i zaspokajanie ciekawości wynikającej z zainteresowań. Gracze popcornowi decydują się na oglądanie transmisji często właśnie przez chęć poznania tytułów, w które sami nie są w stanie zagrać, co motywują gorszym sprzętem czy niedostatecznymi umiejętnościami. Warto zwrócić uwagę na to, że dzisiejsze gry są nierzadko bardzo wymagające i tylko część graczy dysponuje odpowiednimi umiejętnościami, czasem oraz sprzętem (Gibbons, 2015, s. 30). Transmisje internetowe otwierają przed graczem możliwość zapoznania się z treściami gier wideo, które wcześniej byłyby dla niego niedostępne, a przez poznanie nowych treści jednostka jest w stanie rozwijać się i samorealizować.

Kształtowanie tożsamości w głównej mierze wiąże się z wpływem streamerów czy youtuberów na różne aspekty życia badanych graczy. Najsilniejszy wpływ można zaobserwować w obszarze działań w sieci internetowej: twórcy oddziałują na normy w zachowaniach swych odbiorców. Wpływ na życie codzienne jest mniej odczuwany. Twórcy internetowi

są w stanie w pewnym stopniu kreować tożsamość graczy, przede wszystkim przez wytwarzanie wokół siebie społeczności korzystającej z tych samych kodów kulturowych. W tych grupach często powstają także nowe i nieistniejące nigdzie indziej formy języka (Urbaniak, 2009, s. 272).

Popcorn gamerzy podejmują wiele czynności, dzięki którym uzyskują korzyści interakcyjne. Pierwszą z nich jest udzielanie się na czacie będącym integralną częścią transmisji, na którym to oglądający przedstawiają swoje poglądy albo zadają pytania streamerom. Kolejną aktywnością z pogranicza interakcyjnego jest możliwość brania udziału w minigrach organizowanych przez streamerów³, do których mogą dołączyć oglądający za pośrednictwem wspomnianego czatu. Poza braniem udziału w minigrach widzowie mogą również dołączyć do twórcy w niektórych tytułach, takich jak *League of Legends* czy *Among US*. W przypadku uczestnictwa w takim wydarzeniu możemy mówić o spełnianiu potrzeby współpracy i rywalizacji, które należy uznać za formy interakcyjne (Bailey, 2006).

Opisane w artykule zjawisko popcorn gamingu może otworzyć przed badaczami nowe możliwości w analizie gier wideo i światów wirtualnych. W przyszłości na pewno warto rozważyć badania, które miałyby na celu porównanie zwyczajów graczy tradycyjnych z graczami oglądającymi cudze gry. Kolejnym zjawiskiem zasługującym na zbadanie mogą być pojawiające się w transmisjach internetowych narzędzia, które pozwalają widzom na interakcję nie tylko z innymi widzami i streamerem, ale też z grą, w którą gra (tak jak w przypadku możliwości wyborów kwestii dialogowych w *Baldur's Gate 3* przez społeczność). Może to doprowadzić do wyklarowania się nowego zjawiska komunikacji i integracji w świecie wirtualnym. Badanie wzrostu liczby oglądających gry w czasie wielkich premier może przyczynić się do zmian w działaniach marketingowych firm w branży *game-dev*, by te tworzyły nowe narzędzia społecznościowe pozwalające na wzmożoną integrację w czasie transmisji oraz jeszcze silniejszą immersję dzięki możliwości wpływu na świat przedstawiony w oglądanej grze.

.....
³ Za pomocą rozszerzenia serwisu twitch „PlayWithViewers” twórcy mogą organizować przeróżne wydarzenia bądź minigry, które opierają się na rywalizacji pomiędzy widzami.

Literatura

- Bailey, C., Pearson, E., Gkatzidou, V., Green, S. (2006) *Using Video Games to Develop Social, Collaborative and Communication Skills*. Orlando.
- Cheung, G., Huang, J. (2011) Starcraft from the Stands: Understanding the Game Spectator. *Proc. CHI 2011*. ACM Press.
- De Kort, Y.A.W., IJsselsteijn, A., Gajadhar, B.J. (2007). People, Places, and Play: A Research Framework for Digital Game Experience in a Socio-Spatial Context. In *Situated Play, Proceedings of DiGRA 2007 Conference*. Online: <https://www.researchgate.net/publication/215827730_People_Places_and_Play_A_research_framework_for_digital_game_experience_in_a_socio-spatial_context>. Data dostępu: 29 listopada 2022.
- Downs, J., Vetere, F., Howard, S. (2013). Paraplay: Exploring Playfulness around Physical Console Gaming. *Proc. INTERACT 2013*. Springer.
- Gibbons, S. (2015). *Disability, Neurological Diversity, and Inclusive Play: An Examination of the Social and Political Aspects of the Relationship between Disability and Games*. Waterloo.
- Goban-Klas, T. (2009). *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa: PWN.
- Introducing Newzoo's Gamer Segmentation™: The Key to Understanding, Quantifying, and Reaching the New Era of Game Enthusiasts (24 kwietnia 2019). Online: <<https://newzoo.com/news/introducing-newzoos-gamer-segmentation-the-key-to-understanding-quantifying-and-reaching-game-enthusiasts-across-the-world/>>. Data dostępu: 29 listopada 2022.
- McQuail, D. (2008). *Teoria komunikowania masowego*. Warszawa: PWN.
- Polański, G. (2017). Gratyfikacje z korzystania z mediów. *Edukacja - Technika - Informatyka*, nr 3, 250-255.
- Reeves, S. (2017). *Designing Interfaces in Public Settings: Understanding the Role of the Spectator in Human Computer Interaction*. London: Springer.
- Stasienko, J. (2005). *Alien vs. predator? Gry komputerowe a badania literackie*. Wrocław: Wydawnictwo Dolnośląskiej Szkoły Wyższej.
- Rutkowski, E., Marszałkowski, J., Biedermann, S. (2020). *The Game Industry of Poland*. Online: <<https://www.parp.gov.pl/component/publications/publication/the-game-industry-of-poland>>. Data dostępu: 29 listopada 2022.

- StreamElements, Arsenal.gg (b.d.). *State of the Stream 2019*. Online: <<https://cdn.streamelements.com/static/State-of-Stream-2019.pdf>>. Data dostępu: 29 listopada 2022.
- Urbaniak, A. (2009). Kultura a język. Rola gier w rozwoju językowym współczesnego człowieka w świetle hipotezy Sapira-Whorfa. *Homo Ludens*, 1(1), 269–278.
- Wroczyński, R. (1974). *Pedagogika społeczna*. Warszawa: PWN.
- Zawadzka, A. (1976). Obciążenie studentów nauką a formy wypoczywania. Warszawa: PWN.
- Złotek, M. (2017). *Grywalizacja – wykorzystanie mechanizmów z gier jako motywatora do zmiany zachowania ludzi*. Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM.

mgr Maciej Śledź – socjolog, doktorant Kolegium Doktorskiego Socjologii Wydziału Nauk Społecznych, Uniwersytet Wrocławski

Zjawisko popcorn gamingu. Dlaczego coraz częściej oglądamy gry?

Abstrakt: Artykuł skupia się na opisie nowego zjawiska w świecie gier wideo: popcorn gamingu. Poszukuje odpowiedzi na pytanie, dlaczego gracze decydują się na oglądanie gier wideo. Tekst odwołuje się do teorii komunikowania masowego Denisa McQuaila. Typ gracza nazywanego popcorn gamerem to w skrócie osoba, która woli oglądać gry niż w nie grać. Zjawisko popcorn gamingu ma zasadniczy związek z rozwojem platform oferujących funkcję streamingu – jak Twitch i YouTube – które przyczyniają się do powolnej zmiany nastawienia graczy do korzystania z gier.

Słowa kluczowe: gry wideo, teoria komunikowania masowego, konsumpcja mediów, popcorn gaming, streaming
