

## Referat af fælles ComITop og Dreamgames Netværksmøde den 29. november 2007.

Netværksarrangement torsdag den 29. november kl. 13 – 18, VR Media Lab, Niels Jernes Vej 14, 9220 Aalborg Øst.

Temaet for mødet var:

### **Forretningsudvikling, computerspil og communities**

- Onlinespil; hvad er det, hvordan udvikles de og hvordan tjener man penge på det?
- Hvordan fungerer virtuelle communities - nogen gange også kaldet "social networking sites"
- Hvilken relation har de til spil og hvorledes supplerer disse to verdener hinanden?
- Onlinespil, communities, business development - nye veje?

### **Programmet for dagen var som følger:**

13.00 – 14.00:	Malene Charlotte Larsen, Aalborg Universitet
14.00 – 15.00:	Maria Bäcke, Blekinge Institute of Technology
15.00 – 15.30:	Kaffe og lidt brød. Tid til networking.
15.30 – 16.30:	Thor Gunnarsson, CCP, Island
16.30 – 17.00	Sandwich og drikkevarer. Mere networking
17.00 – 18.00	Masterclass – lokale aktører fremlægger forretningsplaner for Thor Gunnarsson mv.

### **1. Malene Charlotte Larsen:**

**Malene Charlotte Larsen** er Ph.d. kandidat ved E-Learning Lab, Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet. Malenes udgangspunkt for oplægget var mødesteder på internettet, de såkaldte 'social networking sites', som er blevet voldsomt populære blandt børn og unge i løbet af de seneste år. [www.arto.dk](http://www.arto.dk) er den mest populære i Danmark med over en halv million aktive brugere – primært i aldersgruppen 12-18 år. Med udgangspunkt i en omfattende etnografisk undersøgelse af Arto.dk viste Malene Charlotte Larsen, hvordan børn og unge anvender mødesteder på internettet som en del af deres sociale liv og identitetskonstruktion.

Social Networkingsites er et nyt fænomen, hvor man kan deltage i de forskellige sociale netværk, der eksisterer i forskellige fora på internettet. Der findes en lang række forskellige, hvoraf

kan nævnes Arto, Facebook, MySpace mv. Det er typisk for disse mødesteder, at:

- Man mødes med nye, men især eksisterende venner.
- Man har en personlig profil.
- Man kan "linke" til hinanden som venner eller kontakter.
- Man skal ofte "ansøge" ofte om venskab.
- Man kan se hinandens "sociale netværk".
- Man kan efterlade kommentarer til hinanden.

Profilerne er dermed en afspejling af den enkelte bruges egen fremstilling af sig selv samt andres holdninger og kommentarer til én.

De forskellige fora har hver især forskellige profiler og der er mange forskellige kategorier inden for og vinkler på fænomenet social networking. Nogen af dem der kan nævnes er:

- Ungdom (og venskab) (Arto, NationX, SKUM, LunarStorm, Bebo))
- Venskab (voksne) (Facebook, Friendster)
- Spil/sjov (Habbo, Netstationen)
- Business/cv (LinkedIn)
- Musik (LastFM, MySpace)
- Video/underholdning (YouTube, Vix.dk)
- Husdyr (Catster, Dogstar)

Se mere i slides....

Malene har angrebet fænomenet etnografisk og empirisk, og har således selv oprettet profiler på de forskellige netværk, og været kontakt med de brugere der er i de forskellige fora. Der har været meget negativ presse om sites såsom ARTO. Derfor tog Malene i sin undersøgelse udgangspunkt i en produktiv undren: Nyhedsmediernes negative billede vs. brugernes positive oplevelser → hvad betyder Arto egentlig for de unges sociale og individuelle liv? Virtuel etnografi: egen profil (som mig selv).

Særligt har Malene koncentreret sig om ARTO, hvor brugerne har en gennemsnitsalder på 15 år (80-85 % af alle unge mellem 12-17 år har en profil – der er stort set lige fordeling mellem drenge og piger). I sit arbejde har hun fokuseret på fire centrale temaer, som de unge ifølge Malenes undersøgelse koncentrerer sig om i deres kommunikation på ARTO. Det drejer sig om:

1. Oprigtighed og kildekritik. Der er meget fokus på at være ærlig og være sig selv og ikke mindst at være den man udgiver sig for (man skelner ikke mellem online og offline). De såkaldte "fakers" bliver omgående udsat for hård udstødelse, hvis de bliver afsløret.
2. Krop og bekræftelse. Meget af diskussionen og interaktionen på tjenesterne handler om krop og bekræftelse. Bekræftelse af, at man er god nok, og at ens krop er OK. Det er i den forbindelse vigtigt at bemærke, at krop og sex ikke nødvendigvis er forbundet, og at der for det meste bliver stillet klare grænser op for det acceptable.
3. Kærlighed og IRL (In Real Life) venner. På de sociale netværkstjenester er det ofte de store følelser, der er i centrum. Man er hurtigere til at rose og til at bruge stort sprog end de fleste er i virkeligheden. Det giver de unge selvtillid og bekræftelse.
4. Venskabsbegrebet. ARTO er den sociale base og udgangspunktet for mange nye forhold og forbindelser. For mange unge er der ikke den store forskel imellem URL og IRL. Man kan skabe

nye og tætte venskaber online, og enkelte bliver endda gift online. Der sker dog en forskydning af vennebegrebet. Bekendte bliver "venner", mens de virkelige venner er dem, man elsker.

Malene kan også konkludere i sin undersøgelse, at sociale networking sites, såsom ARTO spiller en reel og væsentlig rolle i de unges liv. På baggrund af sit omfattende empiriske materiale kan hun bl.a. konkludere, at ARTO:

- Hjælper dem med at være unge (med at konstruere deres identitet)
- De bruger dem til det, der er vigtigt for dem i forvejen  
En forlængelse af hverdagen/offline-liv  
Mulighed for at følge med i – og vedligeholde – venskaber
- Altså: Mødestederne betyder meget for de børn og unge, der bruger dem jævnligt
- Hvorfor? → Unge har brug for offentlige og private rum (ved siden af de kontrollerede rum)

Der er en del eksempler på kommunikation og interaktion mv. på ARTO i slides. Se også her for kontaktoplysninger.

---

## 2. Maria Bäcke

**Maria Bäcke** er PhD. kandidat ved Blekinge Institute of Technology i Sverige. Marias udgangspunkt for oplægget var med udgangspunkt i Second Life og lignende virtuelle verdener at illustrere, hvorledes disse fungerer og hvilke koder, æstetisk såvel som socialt, der gør sig gældende i dem.

Hvordan fungerer virtuelle communities generelt?, og hvilken relation har de til spil og hvorledes supplerer disse to verdener hinanden og bliver tilsammen noget større end de enkelte dele?

Med udgangspunkt i disse spørgsmål tog Maria Bäcke fra Blekinge Institute of Technology os med på en tur igennem Second Life med en lang række eksempler på, hvorledes denne virtuelle verden er et godt eksempel på brugergenereret indhold og hvordan man kan begynde at tænke forretning ud af dette.

Second Life er en af de spændende nye virtuelle verdener som brugeren kan bruge som sin egen kreative legeplads. Det der kendetegner SL er, at det er en åben verden. Der er ikke på forhånd en fastlagt historie eller nogen specifikke regler, der skal følges. Men som Maria viste i sit oplæg, så betyder det ikke, at grupper og brugere af SL ikke laver sine egne regler, mål og begrænsninger.

Firmaet bag SL, Linden Lab, må dog primært siges at have en markedsdrevet tilgang til verdenen, og det kommer derfor automatisk et økonomisk flow in i billedet. Man kan købe og sælge land og ejendom i SL og det er muligt at udveksle alverdens virtuelle varer. Men da der som sagt ikke er særlig mange faste reguleringer, vælger mange grupper at lave deres egne fortolkninger, og skaber på den måde et anderledes, kreativt univers, som ikke er markedsdrevet.

Maria gav i sit oplæg 3 eksempler på bruge og fortolkning af SL universet.

1. Åbne sociale rum, der er en afspejling af virkeligheden. Disse kan være kommercielle pladser eller firmaer, undervisningsinstitutioner, velgørenhedsorganisationer mv. Avatarer mv., er oftest holdt i realistiske nuancer, og formålet er at trække folk/brugere til for at skabe opmærksomhed omkring produktet, sagen mv. Eksempler på borgere kan være politikere, kunstnere mv.

2. Mere regulerede rum/pladser. Interessante gennemførte visuelle elementer, der kan være taget fra historiske perioder, litterære værker eller andre mytologiske eller fiktive verdener. Disse miljøer har ofte mere eller mindre faste regler, og beboerne i områderne sørger for, at der ikke kommer nogen ude fra og ødelægger den pågældende verden.

Maria gav et eksempel på dette fra The State of Caledon, der er et Victoriansk inspireret bymiljø, som følger mere eller mindre strikse regler for design, påklædning, bygningsstil mv. Caledon har bl.a. også sin egen flåde.

3. Meget regulerede miljøer, byer, grupper. De sidste eksempler Maria gav var på endnu mere regulerede steder. Her var der tale om steder, hvor ensrettethed, regler og koder gør det muligt at oprette et slags gameplay i SL verdenen. Man bruger simpelthen SL platformen og dens muligheder til at skabe et spil, en leg eller en fantasiverden, hvor det er væsentligt, at disse bliver overholdt, og at SL grundlæggende markedsdrevne, kommercielle platform er trængt helt i baggrunden. Udgangspunktet for disse steder er også ofte fiktion mv. Som eksempler gavede Maria den Star Wars inspirerede science Fiction Sim Lilltel Mos Eisley og Gorean Port Cos baseret John Normans Books of Gor. Der ses også eksempler på at disse miljøer fungerer som udgangspunkt for augmented reality games, hvor deltagere der mødes i SL, tager spillet med videre ud i den virkelige verden. Omfanget af det, er dog svært at sige noget om.

Den overordnede pointe i Maria oplæg var således, at selvom Linden Lab med SL har lavet en markedsdrevet platform, hvis primære fokus er på at købe og sælge land og ejendom, så gør dens åbenhed, at kreative mennesker og miljøer kan vælge at kreere andre miljøer og verdener med deres egne spilleregler og udtryk, som ikke umiddelbart følger den egentlige SL vision.

Denne kreative tilgang til SL gør også, at det endnu ikke er tydeligt, hvordan den rigtige forretningsmodel for Real Life virksomheder ser ud. De fleste af de virksomheder og institutioner der har etableret sig i SL, har statiske miljøer, der ikke bliver passet, og som har vældig få besøgende, fordi de ikke udvikler sig i takt med mediet. Der er således stadig en del tænkning og arbejde at gøre her.

Se illustrationer, billeder mv. fra SL i Marias slides.

### **3. Thor Gunnarsson**

**Thor Gunnarsson** er vice president of business development ved islandske CCP, som bl.a. står bag den store online spilsucces EVE Online. Thor tog udgangspunkt i den succesrige model og historie bag spillet EVE Online og hvorledes CCP har grebet ideen om onlinedistribuering an i forhold til almindelig publishing. Oplægget var krydret med masser af eksempler undervejs, og der henvises til Thors slides fra dagen som et uddybende supplement til dette oplæg.

CCP har i dag fuld publikations og salgsret over EVE Online, men som Thors oplæg viste, så har det ikke altid været sådan. Det er en fascinerende historie, hvor vi fulgte udviklingen fra to fyre der tog udgangspunkt i en god ide og den rette ånd, til et spil der i dag skal bruge godt 700 mennesker for at holde sig i gang.

EVE Online er et spil, hvor man vælger sin egen skæbne, og modsat World of Warcraft (hvor der er flere lag) spiller alle spillere i samme verden. Det er et MMO, som er blevet større og større i de 4 år det har været tilgængeligt. Og her har størrelsen på verdenen helt sikkert en rolle at spille. Spillet er grundet netværkseffekten helt sikkert et bedre spil med 200.000 spillere end med 50.000

spillere, hver ekstra bruger tilføjer ekstra værdi til spillet.. EVE kræver imidlertid en del af sin spiller. I en analogi vil Thor nærmere sammenligne spillet med et legeredskab, såsom en sandkasse frem for en temapark med en masse forudinstallerede attraktioner. Spillerne skaber langt hen ad vejen selv spillet og verdenen i EVE. Der lægges således vægt på dybde, realisme, non-linearitet. Det er ideologien.

Systemer som det EVE Online repræsenterer udvikler sig altid nedefra, og i EVEs tilfælde opstod der hurtigt visse grupperinger og mønstre i spiludviklingen. Bl.a. efter spillernes nationalitet. Opbygningen af spillet som det ser ud i dag har ifølge Thor taget 212.500 mandeår. Den gennemsnitlige EVE spiller, spiller ca. 20 timer om ugen, hvilket er et meget højt tidsforbrug på et enkelt spil.

Som udgangspunkt blev EVE til med den grundlæggende mission, at man ville skabe det mest komplicerede MMO spil nogensinde. Og det er ifølge Thor ved at lykkes i dag, selvom der har været masser af problemer undervejs. I starten var der problemer med penge og publisher, og da folkene bag EVE endelig havde fået en god aftale med Simon and Schuster Interactive og der kom god gang i spillet trak disse sig ud af spilmarkedet. Herefter købte CCP rettighederne tilbage, og satser nu udelukkende på online distribution. Det ser ud til at være en fordel for CCP, selvom det ikke kun er en fordel at være selvdistribuerende (og nye spillere på markedet skal være klar over at det er svært komme i gang).

Thor ser også en række trends eller udviklinger for fremtidens MMO's som CCP holder øje med, bl.a.:

- Community is content. EVE tilbyder et spil, men også en helt række rammer til at diskutere og videreudvikle spillet inden for.
- Trenden peger således især på indholdet rundt om spillet.
- Man vil forsøge sig mere med cross media – eksempelvis TV
- EVE Manga. Spillet i andre formater.
- Brugergeneret indhold og markedsføring.
- Spillene skal være mere og mere og realistiske, for at spilleren kan forsvinde mere i det, bevæge sig ind i det. Derfor skal der også være mere medbestemmelse for spilleren.

For at værdsætte og følge EVEs stigende kompleksitet og udvikling har CCP også sat nogle initiativer i gang, som skal følge op på disse. Det drejer sig bl.a. om at fast økonomisk nyhedsbrev, der skal analysere og monitorere den økonomiske udvikling i EVE. Til at varetage og rådgive spillerne har man ansat Dr. Eyjolfur Gudmundsson, PhD. Mange ser nemlig EVE som god træning i forhold til at lære, hvordan man styrer et rigtigt firma.

For at skabe en endnu større fornemmelse af spillers medbestemmelse og for at udnytte de fantastiske ressourcer, som findes i EVEs spillere og fora, har CCP også oprettet et "Council for Interstellar Management". Heri sidder ni spillervalgte repræsentanter, som skal rådgive CCP om fremtidige udviklinger og valg. Altså et direkte interface imellem CCP og brugerne.

Til sidst opsummerede Thor nogle af CCPs fremtidige missioner med spillet. CCP vil gerne fortsætte med at flytte grænserne for underholdning, og vil arbejde på at skabe, hvad han kalder for sand virtual reality. Nogen af de ting der i første omgang vil blive fokuseret på for at opnå disse mål er:

- Fylde spillet med meningsfuldt indhold
- Skabe fuld karakterrepræsentation
-

- Brugeren skal udtrykke sig yderligere igennem karakterens og sine ejendele – man har derfor hyret en modedesigner og spilleren får mulighed for at dyrke fitness.
- Fremtidens EVE univers kommer på denne måde til at ligge endnu mere i detaljen.

Udviklingen af EVE universet er en uendelig historie, der ikke har noget slutmål.

Se mere om dette fascinerende univers og se en masse billeder i slides fra dagen.

#### 4. Masterclass

Dagen blev afsluttet af en masterclass, hvor deltagere fra netværkene havde mulighed for at fremlægge en af deres forretningsideer for et panel bestående af Thor Gunnarsson, Claus Rosenstand og Maria Bäcke.

Heri blev fremlagt tre spændende forretningsideer, som fik konstruktive bemærkninger med på vejen fra panelet.

Ideerne var (meget kort opsummeret):

1. En optimering af den daglige shoppingrutine igennem et program som skulle kunne lave forskellige tilbudssammenligninger og kort der viser den nemmeste rute til tilbudene. Systemet skulle bl.a. være brugeropdateret og der skulle være mulighed for at få opskriftter (med links til relevante varer) samt på sigt at se en tv-kok tilberede forskellige retter.
2. Udvikling af Clan Systems, som skulle kunne gøre clan og guild management let. Gøre det muligt for brugere at lave et sjovt og individuelt website selv – uden at skulle have kompetencer indenfor clan-hotel-programmering. Der skulle være en gratis skrabet version og en udvidet version, der koster noget.
3. Open Story Group: Udvikling af en narrativ engine, som åbner for sand spiller indflydelse på spilverdenen. Enginen skal reagere ved at skabe sandsynlige scenarier på baggrund af spillerens valg. Dette giver også en større grad af genspilningsværdi, da man vil forskellige narrative udviklinger og scenarier undervejs hver gang man spiller.