

Spletinar Družabne igre

Katedra za informacijsko in grafično tehnologijo
Naravoslovnotehniška fakulteta, Univerza v Ljubljani

Ljubljana, 24. februar 2021

Vsebina

- 12.00-12.10 Uvod v družabne igre**
(prof. dr. Urška Stanković Elesini) _____ 3
- 12.10-12.50 Družabne igre**
(mag. Sanja Jedrinović) _____ 9
- 12.50-13.10 Mlajši otroci se učijo preko iger**
(Tanja Hrkač, prof. raz. pouka) _____ 20
- 13.10-13.30 Trženje družabnih iger**
(izr. prof. dr. Jani Toroš) _____ 24

Delavnica je bila izvedena v videokonferenčnem okolju MS Teams 24. februarja 2021 za študente 1. letnika 2. stopnje Grafičnih in interaktivnih komunikacij ter za zunanje slušatelje, ki so se pridružili spletnarju preko vabila Družabne igre / spletnar na povezavi <https://www.ntf.uni-lj.si/igt/event/druzabne-igre-spletinar/>.

Brez pisnega dovoljenja avtorjev je prepovedano reproduciranje, distribuiranje, dajanje v najem, javna priobčitev, predelava ali druga uporaba teh predstavitev ali njegovih sestavnih delov v kakršnekoli obsegu ali postopku, vključno s fotokopiranjem, tiskanjem ali shranitvijo v elektronski obliki.



Uvod v družabne igre

prof. dr. Urška Stanković Elesini
(KIGT NTF UL)

Play, game = igra

Play = otroška igra

Game = kompleksnejša igra, ki lahko vsebuje bolj odrasle teme in od igralcev zahteva tudi določeno raven zrelosti in razumevanja.

Slovenščina ne pozna razlikovanja med pojmom „play“ in „game“.



Igra ...

- ... nam je prirojena.
- ... je sestavni del človekovega življenja in temu primerna je tudi njena starost.
- ... ni namenjena le zabavi.



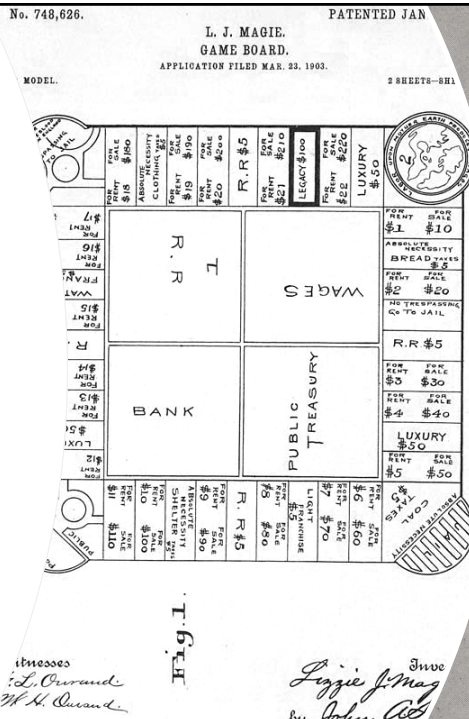
Čisto malček nazaj ...

- družabne igre so stare že več kot 5000 let.
- najstarejše družabne igre izvirajo iz Egipta: **Senet** (3500 p. n. št.), **Mehen** (3000 p. n. št.).
- v civilizaciji Jiroft: zgodnja oblika današnje igre Backgammon.
- okoli leta 400 n. št. se pojavijo t. im. **tafl igre**, ki potujejo naokrog z Vikingi.
- okoli leta 600 n. št. se v Indiji pojavita igri Chaturang in Chatrang, predhodnici iger kraljev (šah).
- večina današnjih iger ima svoj zgodovino.

Viri slik: [https://en.wikipedia.org/wiki/Mehen_\(game\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Mehen_(game)); <https://en.wikipedia.org/wiki/Senet>; <https://en.wikipedia.org/wiki/Backgammon>

Igre so zaščitene z
orodji intelektualne
lastnine ...

- U.S. Patent 748,626
Board game



Viri: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2015/apr/11/secret-history-monopoly-capitalist-game-leftwing-origins>;
<https://www.gamesvr.com/history-of-monopoly-game-timeline-magie-darrow-parker-brothers-and-more/>

Razlogi za igranje družabnih iger

- ... druženje
- ... tekmovanje
- ... učenje (didaktično orodje)
- ... vzdrževanje umskih
sposobnostih
- ... hobi

Društva Igrolog, Špilja, RPG, Plays
itd., game cafe Dobra poteza, klub
KIND itd.



(Vir. <http://www.student.si/student/zabava/druzabne-igre.html>)

V času, ko nas tehnologija spreminja v odtujene samotarje, nas dužabne namizne igre ...

- ... intelektualno in socialno bogatijo,
- ... širijo obzorja in
- ... omogočajo, da vzpostavljamo pristne medčloveške stike.



(Vir. <http://www.student.si/student/zabava/druzabne-igre.html>)

Hvala za vašo pozornost.

prof. dr. Urška Stanković Elesini
NTF KIGT UL



Univerza v Ljubljani




Center UL
za uporabo IKT
v pedagoškem procesu

Družabne igre

Sanja Jedrinović

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1AD-ZkQLpKUuFIOGrI4zuqm37tJ9blqZgauYKU9Ks5rk/edit?usp=sharing>



Kaj je igra?

Igra je niz aktivnosti za enega ali več igralcev, ki ima določene cilje, omejitve, nagrade in posledice ter vključuje tekmovanje z drugimi igralci in samim seboj (Dempsey et al., 1996).

Strukturni elementi (računalniški) iger:

- pravila,
- cilji in naloge,
- izidi oz. povratne informacije,
- konflikt, tekmovanje, izziv, nasprotovanje,
- interakcija in
- zgodba (Prensky, 2001).



Pravila

Pravila predstavljajo ločnico med organizirano igro in spontanimi razvedrilnimi dejavnostmi, z njimi se postavijo okviri, znotraj katerih igralec spozna sprejemljive in dovoljene poteze.

Ludus pravila so eksplicitno določena in se nanašajo na igre, pri katerih je glede na igralčev rezultat možno določiti zmagovalca oz. poraženca, medtem ko **paidia pravila** niso eksplicitno določena, zato tudi cilj igre ni v zmagi, ampak v igranju samem.



Cilji in naloge

Cilji in naloge osmislijo igro in predstavljajo jedro motivacije za igralca. Delujejo kot merilnik lastnih zmogljivosti in sposobnosti ter zadostijo človeški potrebi po samoocenjevanju. Izid igre je lahko zmaga, poraz ali uvrstitev, kar ima za posledico močen čustven naboj, ki naredi igro privlačno.



Povratna informacija

Povratna informacija se kaže v obliki reakcije na igralčevo akcijo, izraža kvaliteto oz. pravilnost te akcije in s tem omogoča tudi učenje.



Konflikti, izzivi in tekmovalnost

Konflikt pri igranju lahko predstavlja človeški (ali računalniški) nasprotnik, lahko pa so to tudi druge ovire pri doseganju ciljev.

Igra mora biti igralcu v izziv, saj se bo ob preveč enostavni igri dolgočasil, prezahtevna igra pa ga bo frustrirala.



Interakcija

Pri igranju (računalniške) igre se lahko interakcija dogaja na dveh ravneh:

- 1. med igralcem in igro,**
- 2. med igralci.**


Interakcija med igralcem in igro se kaže v obliki povratnih informacij, pri interakciji med igralci pa gre za socialni vidik igre, ki je lahko osnova za oblikovanje skupin in celo socialnih mrež.



Zgodba

Zgodba v igri je lahko konkretna ali abstraktna in vsebuje elemente pripovedovanja in fantazije.

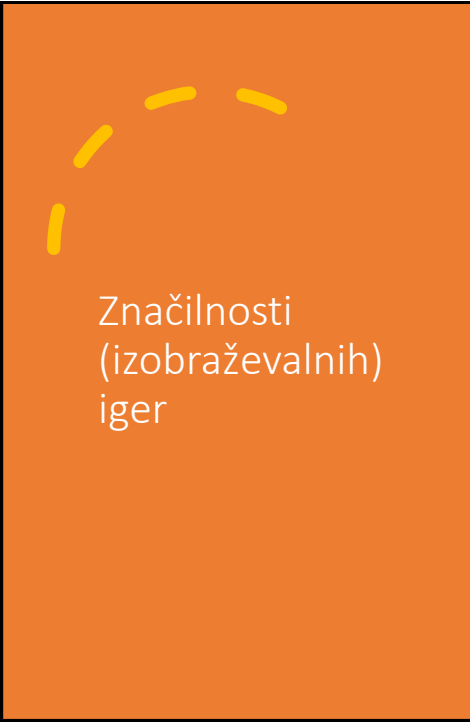
Pripovedi morajo biti zasnovane tako, da predstavljajo vsebinsko zaokroženo zgodbo, ki poveča igralčevo željo po učenju in vpetosti v vsebino.



Značilnosti iger, ...

... KI IZBOLJŠAJO KOGNITIVNE IN INTELEKTUALNE SPOSOBNOSTI IGRALCA

- 1) **vizualna in zvočna predstavitev (učne) vsebine,**
- 2) **fantazija** - kontekst je predstavljen v navideznem svetu,
- 3) **izziv** - situacija, ki je igralcu v izziv oz. ga stimulira, in
- 4) **radovednost** - želja po učenju oz. znanju.



Značilnosti (izobraževalnih) iger

1) **motivacijski učinek**

2) **vloga neuspeha**

3) **tekmovalnost in sodelovanje**

4) **implementacija igre**



Vrste iger

Adams (2010) igre po tipu deli na:

- akcijske igre,
- pustolovske igre,
- reševanje ugank,
- igranje domišljijских vlog,
- simulacije,
- strateške igre.



Kaj so elementi iger?

So orodja, tehnike oz. pripomočki, ki jih uporabimo kot gradnike naše igre z namenom motiviranja igralcev za opravljanje aktivnosti.

Nekateri najbolj pogosto uporabljeni elementi iger so:

- točke,
- ravni/stopnje,
- izzivi,
- značke,
- virtualne dobrine,
- tabele vodilnih.

Točke

Uporabniki imajo radi točke, radi jih zbirajo in osvajajo. Točke so zato velik motivacijski element. Lahko jih uporabimo za nagrajevanje igralcev na različnih nivojih, tako da lahko na isti strani oz. v isti aplikaciji uporabimo različne točke za spodbujanje različnih tipov obnašanja. Uporabimo jih kot statusni indikator in z njimi dostopamo do dodatnih vsebin ali jih uporabimo za pridobivanje virtualnih dobrin. Točke pri igralcih spodbujajo dober občutek, saj smo ljudje radi nagrajeni in imamo občutek, da smo nekaj pridobili.



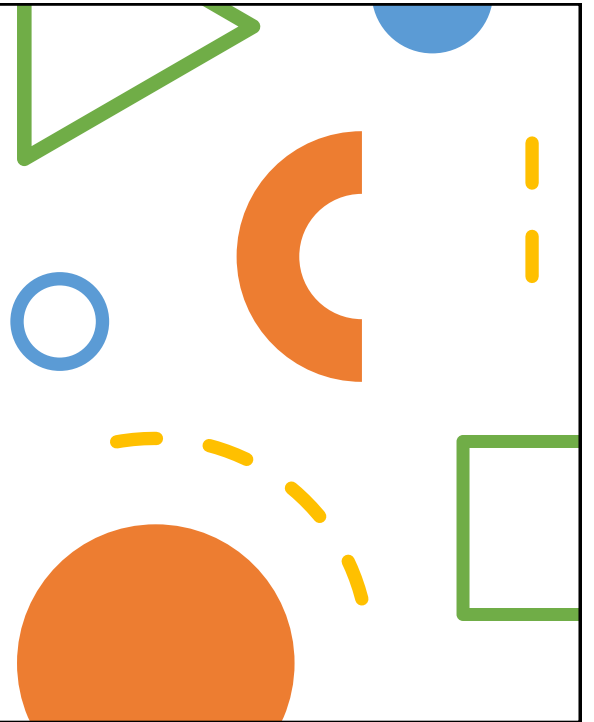
Ravni/stopnje

Ravni lahko predstavljajo različne razrede, barvne pasove v borilnih veščinah, nazive v službah ipd. Prikazujejo torej doseganje določene stopnje oz. mejnika. Tudi različne ravni nakazujejo na status igralca in mu omogočajo odpiranje novih vsebin.



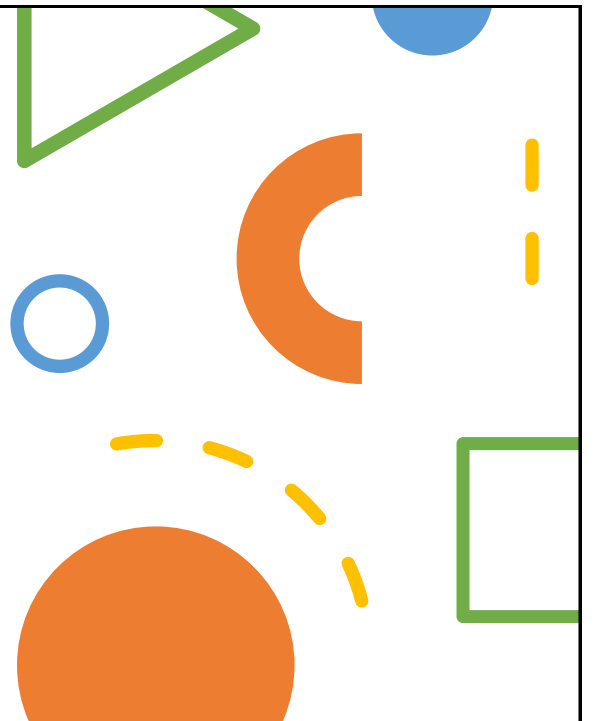
Izzivi, trofeje, značke

Izzivi (trofeje, značke in dosežki) predstavljajo igralcem "misije", ki jih morajo opraviti in bodo zanje nagrajeni. Izzivi služijo za postavljanje ciljev igralcem in v njih spodbujajo občutek, da so nekaj dosegli. Navaden postopek je, da na podlagi ciljev definiramo izzive in nagradimo igralce za doseganje mejnikov s trofejami, značkami in dosežki.



(Virtualne) dobrine

To so lahko npr. meči, kovanci, napoji, (digitalna) darila ali oblačila za avatarje in virtualne sobe. (Virtualne) dobrine omogočajo igralcem, da porabijo svoje točke, kupujejo darila in se samoizražajo.



Lestvica vodilnih

Večina uspešnih iger ima implementirano lestvico najvišjih rezultatov. Tabele oz. lestvice prispevajo k večjemu prizadevanju in prinašajo "slavo". Indicirajo na to, kako smo uspešni v primerjavi z drugimi.

Igralne dinamike

Ljudje imamo osnovne potrebe in želje - željo po nagradi, statusu, dosežku, samoizražanju, tekmovanju in altruizmu (med drugim). Te potrebe so univerzalne. Oblikovalci iger že stoletja te potrebe naslavljajo v igralnih okoljih.

Z opremljanjem naših spletnih strani, aplikacij, spletnih učilnic z različnimi elementi igre naslavljamo možnosti za zadovoljevanje nekaterih osnovnih človeških potreb:

- nagrada,
- status,
- dosežek,
- samoizražanje,
- tekmovanje,
- altruizem.

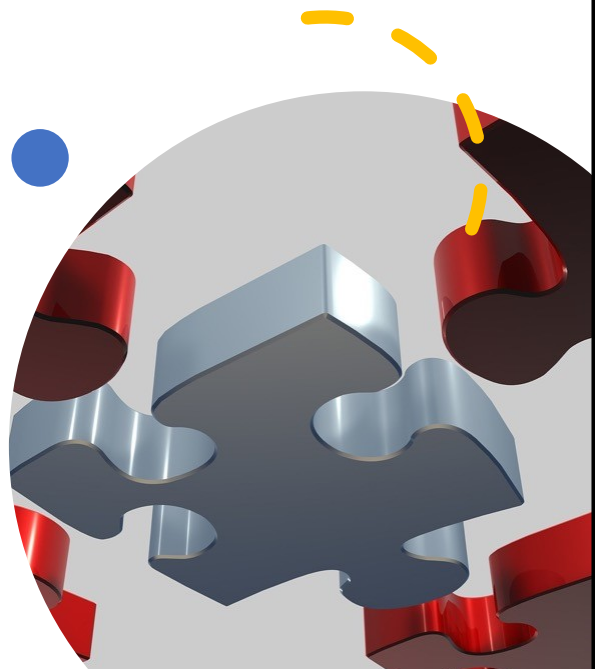
Nagrada

Ljudje smo motivirani s prejemom nagrad - nekaj vrednega dobimo za opravljanje določene aktivnosti.



Status

Ljudje imamo potrebo biti cenjeni in spoštovani s strani drugih, stremimo k doseganju določenega statusa, prepoznavnosti, slavi, prestižu in pozornosti. Za pridobitev prepoznavnosti se moramo potruditi in sodelovati v aktivnostih, ki nam dajejo občutek doprinosa, sprejetosti in samospoštovanja.



Dosežek

Nekateri ljudje so motivirani s potrebo po dosežku, opravljanju nečesa težkega skozi dolga in ponavljajoča prizadevanja z namenom doseganja cilja in zmage.



Samoizražanje

Veliko ljudi želi in potrebuje možnosti za izražanje lastne avtonomije in izvirnosti za označevanje sebe kot edinstvene osebnosti med drugimi. Uporaba (virtualnih) dobrin in avatarjev je lahko dober način, kako igralcem omogočimo samoizražanje skozi igro.



Tekmovanje

Mnoge posameznike motivira tekmovanje. Dokazi kažejo na to, da je možno pričakovati višje dosežke, če vzpostavimo tekmovalno okolje, ki nagraduje zmagovalce. Med vsemi elementi igre to skupino najbolj predstavljajo zmagovalne lestvice oz. lestvice/tabele vodilnih.



Altruizem

Darovanje je močan motivator, če imate skupnost, v kateri si ljudje prizadevajo za krepitev odnosov. V igri je podarjanje daril močan element igre. Vsakič ko dobimo darilo, imamo potrebo, da tudi sami koga obdarujemo.



Če povzamemo...

MEHANIZMI IGRE	ČLOVEŠKE ŽELJE IN POTREBE					
	NAGRADA	STATUS	DOSEŽEK	SAMOIZRAŽANJE	TEKMOVANJE	ALTRUIZEM
TOČKE	X	X	X		X	X
NIVOJI		X	X		X	
IZZIVI	X	X	X		X	X
DOBRINE	X	X	X	X	X	
LESTVICE		X	X		X	X

Primer <http://game-it.net/boardgame.html>

Hvala za
pozornost

Kontakt:

sanja.jedrinovic@uni-lj.si



MLAJŠI OTROCI SE UČIJO SKOZI IGRO

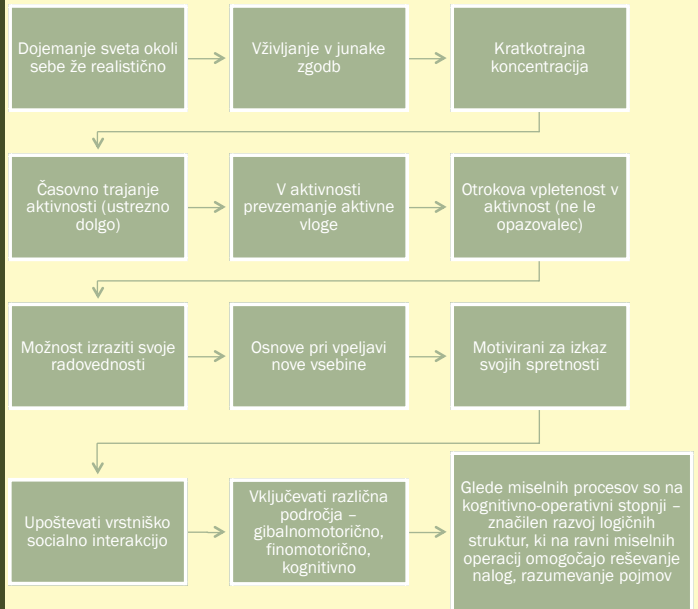
Ljubljana, 24. 2. 2021
Prof. RP Tanja Hrkač, svetovalka



IGRA ZA ZABAVO IN/ALI ZA UČENJE

Na kaj moramo biti pozorni ?

Značilnosti otrok



Značilnosti otrok

- Razumejo logične pojave le, če imajo pred seboj konkretne predmete ali vsaj ponazorilo
- Nezmožni še abstraktnega razmišljanja
- So na stopnji seriacije, klasifikacije
- Zavedanje in razumevanje čustev
- Razvijajo svoja pravila pri igri
- Motivirani, če je na koncu aktivnosti cilj
- Tekom aktivnosti želijo dobivati odziv

Didaktična igra

- Za različne etape učnega procesa
- Zasleduje učne cilje
- Povezana z učno vsebino
- Vključuje vse kanale sprejemanja informacij
- Namensko pripravljena igra ali pa obstoječa igra oz. del igre uporabljena za doseganje cilja
- Uporablja se v učnem procesu in ima pred seboj vedno in le izobraževalni namen ali cilj



IGRA ALI UČILO ?

VAŠA VPRAŠANJA



PRAVA IGRA – ZADOVOLJNI OTROCI

Moj e-naslov: tanja.hrkac@osfrslj.si

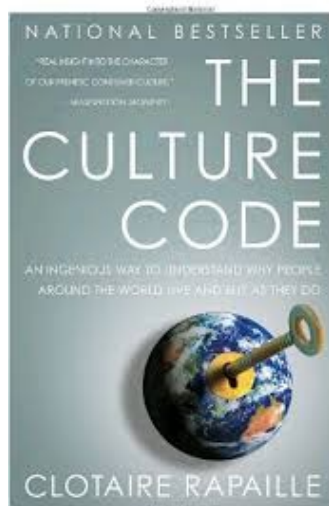


Za pozornost in sodelovanje se vam zahvaljujem.

Kdo vse potrebuje marketing?

izr. prof. dr. Jani Toroš

Vedenje potrošnika



Kaj je Marketing?



Ali kultura potrebuje marketing?

»Ali lahko bratovščino
tržimo tako kot milo?«

Predsedniškega kandidata lahko tržite tako kot tržimo milo.



Kdaj prepustiti „kulturne“ dobrine tržišču?

...si mora vsaka vlada prizadevati tudi za spodbujanje ustvarjalnosti in nuditi pomoč vsakemu, čeprav tvega, da vzdržuje pri življenju nekoga, za katerega bi bilo bolj primerno, če bi se posvetil preprodaji rabljenih avtomobilov. ...

.... Za dobrobit kulture in v dobro njenih ustvarjalcev bi bilo torej najbolje, če bi se ministrstvo za kulturo kar najmanj ukvarjalo s kreativno kulturo.

Umberto Eco

La Republica, 28.6.1996

Menjalni proces



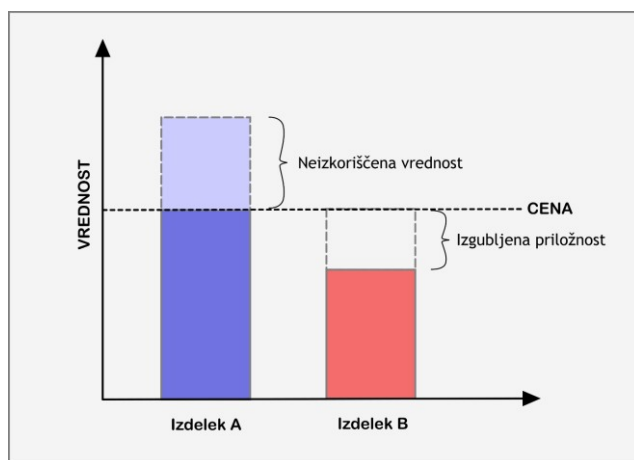
4 Kaj je vrednost (Value)?

V procesu menjave ponudijo podjetja kupcem skozi izdelke in storitve določene koristi, rešitev določenih problemov in ustvarjanje zadovoljstva.

Za to dobijo neko protivrednost, običajno v denarnem plačilu. Torej so tudi podjetja (prodajalci) deležni ustvarjene vrednosti.

Podjetja torej poberejo vrednost skozi plačila izdelkov in si s tem zagotovijo svoj obstoj oziroma nadaljnji razvoj

6 Vrednost v odnosu s ceno



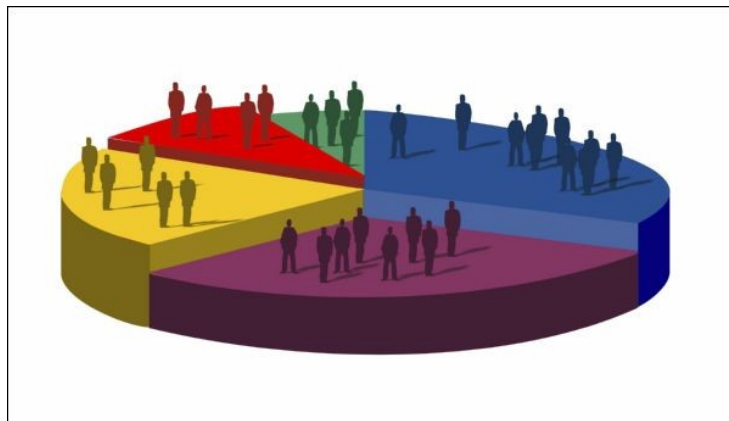
Strateški pristop v marketingu.



Segmentacija trga

SKUPINA	SPREMENLJIVKA
DEMOGRAFSKO	Starost Spol Družbeni sloj, poklic, prihodek Etnična pripadnost, religija Življenjska faza Kupec ali uporabnik
GEOGRAFSKO	Država Regija
PSIHOGRAFSKO	Samopodoba, osebnost Življenjski slog
VEDENJSKO	Lojalnost znamki Način uporabe Pričakovane koristi

Segmentacija bo uspešna če:



Ciljanje in pozicioniranje

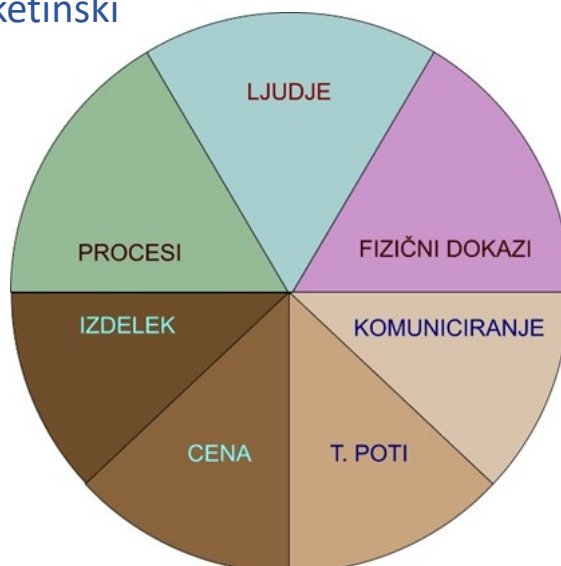
Ciljanje:

Odločitev o izbiri enega ali več tržnih segmentov.

Pozicioniranje:

Oblikovanje (razlikovanje) tržne ponudbe kulturnih prireditev ali umetnin v zavest kupca.

Marketinški splet



Zakaj so nekateri „kulturni izdelki“ uspešni?

Mozart postal pop zvezda po filmu Amadeus.



DOGODEK



ALI



DOGODEK



DRUŽABNE IGRE



DRUŽABNE IGRE



DRUŽABNE IGRE



DRUŽABNE IGRE

