

Marcin Łączyński

<https://orcid.org/0000-0002-9266-225X>

Laboratorium Badań Medioznawczych
Uniwersytet Warszawski

Cyfrowe gry planszowe w czasach pandemii - zmiany wzorców zachowania graczy i czynniki wpływające na popularność platform

Słowa kluczowe: gry planszowe, gry cyfrowe, digitalizacja, pandemia COVID-19, lockdown
Key words: board games, digital games, digitalization, COVID-19 pandemic, lockdown

Wstęp

Rosnąca popularność nowoczesnych gier planszowych to coraz silniejszy trend widoczny od połowy lat dziewięćdziesiątych XX wieku w krajach wysoko rozwiniętych (Woods 2012; Arnaudo 2018), a w Polsce po 2005 roku (Grzebińska 2014). Mimo skokowego rozwoju rynku gier komputerowych w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych (Kent 2001) szereg czynników wskazywanych przez badaczy i wydawców gier (Lemańska i Karnaszewski 2020) doprowadził do tego, że gry planszowe to obszar kultury, w którym pojawia się coraz więcej nowych tytułów, autorów i wydawców, a społeczność graczy rośnie z każdym rokiem (Leśnik 2016; Lemańska i Karnaszewski 2020). Współcześnie twórcy gier planszowych coraz częściej sięgają także po elementy cyfrowe, co prowadzi do wyraźnego rozwoju segmentu gier hybrydowych (Kosa i Spronck 2018), łączących rekwizyty typowe dla gier planszowych (karty, plansze, pionki, żetony) z rozwiązaniami charakterystycznymi dla gier mobilnych lub komputerowych (dedykowane aplikacje mobilne i programy komputerowe rozszerzają funkcjonalności gry). Od 2012 roku powstają także platformy umożliwiające zdalną rozgrywkę w gry planszowe z wykorzystaniem Internetu (w 2012 roku platforma Boardgame Arena, zaś w 2015 roku aplikacja Tabletop Simulator).

Na te trendy wiosną 2020 roku nałożyła się pandemia COVID-19, a wraz z nią lockdown i kwarantanna następujące niedługo po jej rozpoczęciu, co spowodowało dwie istotne zmiany w świecie współczesnych gier planszowych:

- wejście do dyskursu mediów głównego nurtu gier planszowych jako atrakcyjnej formy rozrywki na czas przymusowej izolacji społecznej (na przykład Brignall 2020; Dubrowska 2020), co poskutkowało skokowymi wzrostami sprzedaży gier planszowych;
- ograniczenie możliwości spotykania się w grupach znajomych hobbystów grywających w gry planszowe, co przełożyło się na nasilenie zainteresowania

cyfrowymi wydaniem popularnych gier i platformami umożliwiającymi zdalną rozgrywkę online.

W artykule poddaje analizie, z perspektywy marketingowej i socjologicznej, czynniki kształtujące obecnie popularność cyfrowych wydań gier planszowych i platform umożliwiających rozgrywkę zdalną. Staram się także odpowiedzieć na pytanie o skalę wpływu epidemii COVID-19 i ograniczeń wymuszających zwiększenie dystansu społecznego na zmiany w korzystaniu z tego typu rozwiązań.

Kwestie definicyjne

Na potrzeby artykułu konieczne jest dokonanie rozróżnienia kategorii „nowoczesnych gier planszowych”, ujmowanej w opozycji do kategorii „tradycyjnych gier planszowych”. Rozróżnienie to umożliwia wskazanie platform do rozgrywki cyfrowej w każdej z tych kategorii gier. Badacze współczesnych gier planszowych (Mayer i Harris 2010; Woods 2012; Francikowski 2018) wskazują, że podział ten jest nieostry, ale niezbędny, żeby wyróżnić grupę gier powstających współcześnie, które odpowiadają w przeważającej mierze za renesans zainteresowania tą formą rozrywki.

Zdaniem badaczy głównie dwa kryteria pozwalają odróżnić gry nowoczesne od tradycyjnych. Po pierwsze jest to prawne uregulowanie kwestii własności praw do danego tytułu. W tym rozróżnieniu gry tradycyjne są to gry stanowiące element światowego dziedzictwa kulturowego, o nieuregulowanej kwestii praw do tytułu. Prawa do udzielania licencji na gry tego typu nie są w dyspozycji żadnej organizacji, a ich autorstwo jest często niemożliwe do ustalenia lub co najmniej dyskusyjne. Do gier tego typu należą na przykład tradycyjne gry karciane, jak brydż lub poker, gry z użyciem kości, szachy i warcaby. Po drugie jest to czas powstania danej gry. Jako cezurę czasową najczęściej przyjmuje się daty takie, jak 1945 rok (początek produkcji nowoczesnych gier planszowych w warunkach powojennych) oraz 1978 rok (początek przyznawania niemieckiej nagrody Spiel des Jahres dla najlepszej oryginalnie zaprojektowanej gry planszowej). Kryterium to jest jednak wskazywane jako problematyczne, ponieważ firmy produkujące nowoczesne gry na rynek masowy mają historię wydawniczą sięgającą końca XIX wieku (na przykład Parker Brothers założono w 1883 roku). Istnieje także grupa tytułów, które nie spełniają żadnej podawanej przez badaczy cezury czasowej (Woods 2012), a jednak są zaliczane do nowoczesnych gier planszowych, jak choćby udostępniona do sprzedaży w 1933 roku gra *Monopoly* lub, na polskim gruncie, gra *Superfarmer*, zaprojektowana w 1943 roku przez polskiego matematyka Karola Borsuka. Z powodu tych trudności w ustaleniu cezury czasowej większość autorów wprost lub jako ukryte założenie przyjmuje, że za „nowoczesne gry planszowe” uznaje się gry wydawane w przybliżeniu od początku XX wieku, posiadające wyraźnie określonego autora mechaniki

i koncepcji rozgrywki oraz takie, do których pełnię praw posiada jasno określony podmiot (autor, wydawca lub inna osoba prawna). Taką też definicją będą się posługiwał w tym tekście.

Badacze zajmujący się kwestiami typologizacji w obrębie współczesnych gier planszowych (Woods 2012; Arnaudo 2018) wyróżniają wśród nowoczesnych gier planszowych następujące główne grupy gier:

- Gry wydawane na rynek masowy (ang. *mass market games*) – gry publikowane w dużych nakładach (kilkadziesiąt tysięcy kopii i więcej) przez wydawnictwa specjalizujące się w produkcji masowej, o prostych zasadach, skierowane do szerokiego grona odbiorców, przeznaczone głównie do dystrybucji w sieciach handlowych, sklepach z zabawkami i księgarniach o profilu ogólnym. Cechą charakterystyczną gier tego typu jest wykorzystanie przez wydawców do ich promocji mass mediów (reklama prasowa, telewizyjna, radiowa). Przykładowe gry to: *Monopol* (1933), *Taboo* (1989), *5 sekund* (2010).
- Gry wydawane na rynek hobbystyczny (ang. *hobby games*) – gry publikowane w mniejszych nakładach (do 10 tysięcy kopii na dużych rynkach, od około czterech do sześciu tysięcy kopii na mniejszych rynkach) przez wyspecjalizowane wydawnictwa, o bardziej złożonych zasadach, przeznaczone do dystrybucji w wyspecjalizowanych sklepach hobbystycznych (stacjonarnych i internetowych) i niektórych sieciach księgarń. W obrębie tej grupy część badaczy wyróżnia jeszcze dwie podgrupy, takie jak:
 - eurogry (ang. *eurogames*) – gry nawiązujące do niemieckich i francuskich wzorców, o ograniczonym elemencie losowym, wymagające planowania i strategii, skupione na mechanice rozgrywki, a w mniejszym stopniu na fabule (Woods 2012); przykładowe eurogry to: *Osadnicy z Catanu* (1995), *Wysokie napięcie* (2001), *Zamki Burgundii* (2011);
 - gry *ameri* (ang. *amerigames, american-style board games*) – gry wywodzące się z amerykańskiej kultury projektowania gier, o większym udziale czynników losowych, mocno skupione na fabule i kreacji świata przedstawionego (Arnaudo 2018); przykładowe gry: *Descent* (2005), *Gloomhaven* (2017).

Ta podstawowa dla opisu współczesnych gier planszowych typologia ma charakter w przeważającej mierze marketingowy i nie stanowi ścisłego rozróżnienia genologicznego w oparciu o cechy formalne samych gier w rozumieniu ludologicznym. Za jej stosowaniem przemawia jednak fakt, że jest ona używana przez samych graczy hobbystów jako narzędzie autoidentyfikacji w obrębie społeczności fanowskiej (Jenkins 2006; Siuda 2012).

Z perspektywy przedstawionych powyżej definicji należy zauważyć, że omawiane w tym artykule platformy cyfrowe umożliwiające rozgrywkę w gry planszowe online utworzono z myślą przede wszystkim o odbiorcach gier hobbystycznych, przy czym z różnym natężeniem występują w nich gry z obu podkategorii gier hobbystycznych (eurogry oraz gry *ameri*). W artykule tym nie będę się zajmował platformami dedykowanymi grom tradycyjnym, czy to w wersji poświęconej konkretnemu tytułowi (na przykład portal www.chess.com), czy też gromadzącym wiele tytułów gier tradycyjnych (jak bardzo popularny w Polsce serwis www.kurnik.pl).

Cyfrowe platformy gier planszowych

Przedmiotem rozważań dotyczących głównych platform cyfrowych umożliwiających granie online w popularne wśród graczy hobbystów gry planszowe są trzy wybrane serwisy internetowe¹:

- BoardgameArena – serwis prowadzony przez francuską firmę AD2G Studio przy bardzo dużym wsparciu społeczności graczy;
- Tabletopia – serwis prowadzony obecnie przez firmę Tabletopia Inc. USA, założony przez grupę rosyjskich programistów z Nowosybirsk;
- Tabletop Simulator – serwis stworzony i prowadzony przez firmę Berserk Games z USA, uruchomiony w 2014 roku dzięki zakończonej sukcesem zbiórce społecznościowej w portalu Kickstarter.

Dysponenci opisywanych serwisów przyjmują zróżnicowane pod wieloma względami podejście do cyfrowej rozgrywki. W dwóch, Boardgame Arenie i Tabletopii, przewidziano opcję bezpłatnej rejestracji i uczestnictwa w grach, przy czym wybór pakietu płatnego daje dostęp do większej biblioteki gier i dodatkowe możliwości, takie jak poszerzone statystyki rozgrywki czy prowadzenie większej liczby rozgrywek symultanicznie. Serwis Tabletop Simulator jest aplikacją płatną w swojej podstawowej wersji oraz dodatkowo płatne są poszczególne tytuły gier, które instaluje się jako DLC (ang. *downloadable content* – zawartość do pobrania).

Tabletop Simulator oraz Tabletopia to serwisy, w których oferuje się graczom zaawansowane funkcje wirtualnego stołu, symulując aspekty rozgrywki takie, jak: zagrywanie kart, przestawianie pionków, układanie żetonów w środowisku 3D (zrzut ekranu 1). Boardgame Arena z kolei pozwala na rozgrywkę w uproszczonym interfejsie, prezentującym najważniejsze elementy gry, ale w przypadku większości tytułów nie zawiera elementu symulacji 3D fizycznych komponentów gry (zrzut ekranu 2).

Trzecim istotnym czynnikiem różnicującym opisywane serwisy jest integracja funkcji społecznościowych. Są one najbardziej rozbudowane w przypadku serwisu Boardgame Arena. Jego dysponenci w materiałach na jego temat wielokrotnie podkreślają rolę społeczności graczy współtworzących go (do tego stopnia, że zakładka „Kim jesteśmy” na stronie odsyła do strony społeczności graczy i współtwórców platformy, a nie do strony firmy ją prowadzącej²). Serwis ten korzysta też z najbardziej rozbudowanych mechanizmów grywalizacji angażujących graczy, opartych na klasycznej triadzie PBL (ang. *points – badges – leaderboards*, czyli „punkty – odznaki – rankingi”), opisaną przez Karla M. Kappa (2012).

¹ W obrębie gier objętych analizą nie znalazły się pojedyncze cyfrowe dystrybucje gier planszowych, sprzedawane jako wyodrębnione aplikacje mobilne lub programy komputerowe. W takim modelu jest z powodzeniem dystrybuowana na przykład cyfrowa wersja popularnej gry przygodowej *Talisman: Magia i Miecz* (1983), której płatna wersja w sklepie Google Play została pobrana ponad 100 tysięcy razy (źródło: strona internetowa Google Play poświęcona grze *Talisman*: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.nomadgames.talisman&hl=en> [13.10.2020]).

² Źródło: strona internetowa serwisu Boardgame Arena, dostęp: <https://boardgamearena.com/team> [13.10.2020].



Zrzut ekranu 1. Interfejs stołu wirtualnego z elementami 3D w aplikacji Tabletopia
 Źródło: materiały promocyjne aplikacji Tabletopia,
 dostęp: tabletopia.com/about [13.10.2020].



Zrzut ekranu 2. Uproszczony interfejs serwisu Boardgame Arena
 Źródło: strona internetowa serwisu Boardgame Arena,
 dostęp: <https://boardgamearena.com> [13.10.2020].

Równie rozbudowane mechanizmy grywalizacji i nieco tylko mniej rozwinięte funkcje społecznościowe oferuje Tabletopia, podczas gdy w Tabletop Simulatorze oba rodzaje funkcji są szcątkowe, a aspekt społecznościowy jest w dużej mierze obsługiwany za pomocą zewnętrznego API platformy Steam (API – ang. *application programming interface*, czyli interfejs programowania aplikacji).

Zmiany w popularności platform objętych badaniem w czasach COVID-19

Zaprezentowane poniżej badanie własne przeprowadziłem na podstawie statystyk średniego bieżącego obłożenia każdej z platform (uśrednionych w skali miesięcznej) w okresie od października 2019 do sierpnia 2020 roku (tab. 1). Statystyki dla aplikacji Boardgame Arena opracowano na podstawie własnych statystyk portalu, zaś statystyki dla Tabletopii oraz Tabletop Simulatora pochodzą z serwisu SteamCharts.

Tabela 1

Średnia liczba użytkowników online platform objętych badaniem od października 2019 roku do sierpnia 2020 roku

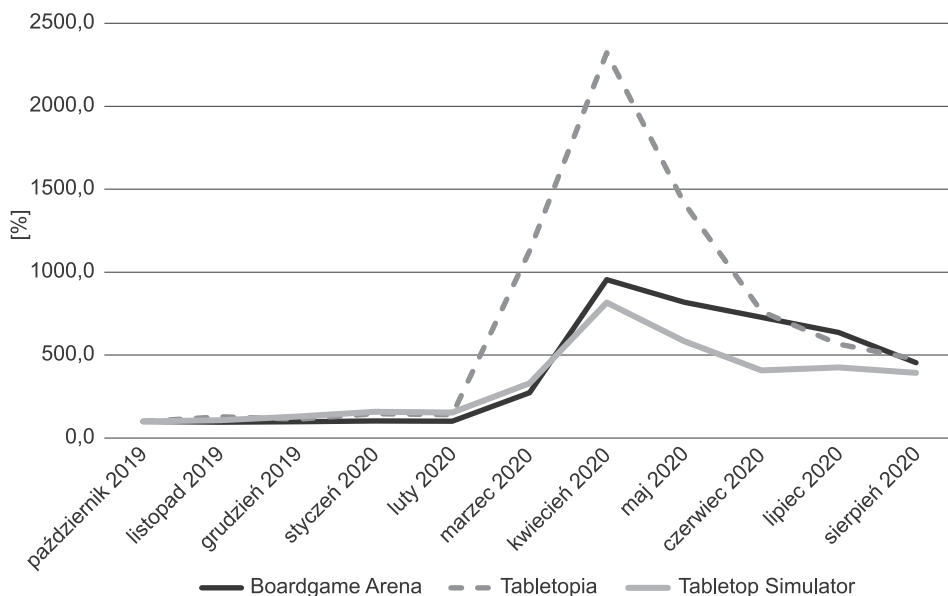
Rok	Miesiąc	Boardgame Arena	Tabletopia	Tabletop Simulator
2019	październik	1805,83	17,00	1590,90
	listopad	1723,75	21,70	1708,10
	grudzień	1764,79	19,20	2067,60
2020	styczeń	1846,88	24,90	2513,90
	luty	1830,46	23,90	2440,60
	marzec	4925,00	191,70	5240,90
	kwiecień	17 237,50	394,80	12 993,70
	maj	14 775,00	240,90	9295,70
	czerwiec	13 133,33	129,80	6480,70
	lipiec	11 491,67	96,20	6777,90
	sierpień	8208,33	80,80	6256,90

Źródło: opracowanie własne na podstawie statystyk badanych serwisów dostępnych na stronach internetowych: Boardgame Arena, dostęp: <https://boardgamearena.com> [13.10.2020]; SteamCharts: Tabletopia, dostęp: <https://steamcharts.com/app/402560> [13.10.2020]; SteamCharts: Tabletop Simulator, dostęp: <https://steamcharts.com/app/286160> [13.10.2020].

Zestawienie porównawcze danych wymaga uwzględnienia specyfiki poszczególnych platform:

- dla Boardgame Areny statystyki obejmują 100% ruchu generowanego przez użytkowników, ale obarczone są drobnym błędem pomiaru wynikającym z konieczności odczytania i uśrednienia danych z wykresu (Boardgame Arena nie podaje ich w wersji tabelarycznej);
- dla Tabletopii statystyki obejmują wycinek ruchu przechodzący przez serwery Steam, który stanowi mniejszość ruchu generowanego przez aplikację (jest ona dystrybuowana także jako aplikacja natywna poprzez sklepy Google Play i App Store, które nie udostępniają bieżących statystyk ruchu);
- dla Tabletop Simulatora statystyki z serwisu Steam obejmują znaczącą większość ruchu (Steam jest dominującym kanałem dystrybucji tej aplikacji).

Ze względu na specyfikę platform dane dla każdego serwisu zostały pokazane na wykresie (rys. 1) w odniesieniu do średniego ruchu z października 2019 roku, co pozwala wyraźniej zaobserwować trend zmian w ich popularności w okresie pandemii COVID-19.



Rys. 1. Średnia liczba użytkowników online w ujęciu względnym (październik 2019 = 100%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie statystyk badanych serwisów dostępnych na stronach internetowych: Boardgame Arena, dostęp: https://boardgamearena.com/serverstatus?section=games_played [13.10.2020]; SteamCharts: Tabletopia, dostęp: <https://steamcharts.com/app/402560> [13.10.2020]; SteamCharts: Tabletop Simulator, dostęp: <https://steamcharts.com/app/286160> [13.10.2020].

Zestawienie popularności poszczególnych serwisów najlepiej obrazuje skalę nasilenia się popularności grania w gry planszowe w wersji cyfrowej w okresie pandemii COVID-19. Największe wzrosty względne wystąpiły we wszystkich serwisach w kwietniu i wyniosły 2222 punkty procentowe dla Tabletopii, 854 punkty procentowe dla Boardgame Areny oraz 712 punktów procentowych dla Tabletop Simulatora. Dane te wyraźnie pokazują, że lockdown i wymuszona izolacja społeczna okazały się dla serwisów umożliwiających zdalną rozgrywkę w gry planszowe czasem bardzo szybkiego rozwoju, który prawdopodobnie istotnie i w stabilny sposób poszerzy bazę ich użytkowników (w sierpniu 2020 roku poziomy popularności poszczególnych serwisów oscylują wokół poziomu ponad czterokrotnie większego niż w październiku 2019). Jednocześnie szybkie spadki liczby graczy po okresie wymuszonych ograniczeń związanych ze zwiększaniem dystansu społecznego wskazują, że platformy te nie zastępują, w przypadku większości gier, w trwały sposób rozgrywek prowadzonych na żywo.

Bardzo ciekawego materiału pogłębiającego rozumienie trendów w zakresie zmian popularności cyfrowych gier planszowych dostarcza analiza wypowiedzi zamieszczanych przez internautów w dedykowanych im grupach dyskusyjnych. Na potrzeby tego artykułu skorzystałem z archiwum społeczności o nazwie Digital Board Game Community, liczącej 2883 członków w serwisie Facebook (zob. w bibliografii: Archiwum wpisów grupy Digital Board Game Community 2020). Powstanie tej grupy koreluje w czasie ze skokowym wzrostem popularności badanych platform (społeczność rozpoczęła działanie 10 kwietnia 2020 roku).

Lektura wpisów na stronie Digital Board Game Community wskazuje, że czynnikiem, który przyczynił się do zwyżki popularności platform poświęconych grom (i zarazem był przyczyną regresu widocznego od maja 2020 roku), był fizyczny lockdown i brak możliwości kontaktu ze zwyczajowymi grupami graczy podczas pierwszego okresu pandemii. W okresie rozluźnienia ograniczeń pandemicznych (od lipca 2020 roku) widoczna jest zmiana w sposobie używania cyfrowych wersji gier planszowych. Okres twardego lockdownu i ostrych ograniczeń (kwiecień – lipiec 2020 roku) to czas, kiedy dominują wpisy internautów zawierające spontaniczne zaproszenia na grę w danej chwili (co sugeruje dużą dostępność graczy online w każdym czasie). Okres od lipca 2020 roku to czas, kiedy nie zanika aktywność grupy, ale jej forma zmienia się na bardziej towarzyską, a spotkania w celu grania w gry przyjmują dla członków grupy zorganizowaną formę cotygodniowych wydarzeń online.

Na podstawie aktywności członków grupy można sformułować hipotezę, że korzystanie z gier planszowych online przeszło dwie główne fazy:

- 1) okres, w którym zaspokajano na bieżąco i niemal w czasie rzeczywistym potrzebę grania w gry i kontaktu z innymi ludźmi w czasie mocnych obostrzeń pandemicznych;
- 2) okres odchodzenia od ograniczeń i powrotu do możliwości prowadzenia rozgrywek na żywo, połączonego jednak z pozostaniem w społeczności graczy online i mniej intensywnym, ale częstszym niż przed pandemią eksploatowaniem nowego medium umożliwiającego rozgrywkę z nowymi graczami oraz dającego poczucie przynależności do wirtualnej wspólnoty graczy.

Czynniki wpływające na popularność badanych platform

Analizując specyfikę poszczególnych platform, można sformułować kilka hipotez dotyczących przyczyn skali zmian w ich popularności.

Pierwszym czynnikiem determinującym progres wydaje się być to, czy dany serwis jest płatny. Bezpłatna w podstawowej wersji Tabletopia odnotowała najwyższe procentowe wzrosty w porównaniu z okresem referencyjnym, podobnie jak platforma Boardgame Arena, w przypadku której procentowy przyrost liczby graczy był drugim co do wielkości, i to przy uwzględnieniu faktu, że serwis ten już wcześniej posiadał największą bazę użytkowników. Najniższe

wzrosty w przypadku Tabletop Simulatora wskazują, że konieczność zakupu płatnego oprogramowania stanowi w przypadku tej platformy czynnik hamujący zainteresowanie nią.

Drugim czynnikiem wpływającym na zwielokrotnienie popularności Boardgame Areny i Tabletopii jest znacząca integracja funkcji społecznościowych i mechanizmów grywalizacji. Jak pokazują badania (Cunningham i Zichermann 2012; Kapp 2012; Osipov i in. 2015; Gangadharbatla i Davis 2016; Sailer i in. 2017; Bell 2018), powodują one zwiększenie zaangażowania użytkowników serwisu i ułatwiają korzystanie z niego w grupie znajomych, która do tej pory spotykała się na żywo.

Wpływ interfejsu zastosowanego w aplikacjach na sukces badanych serwisów pozostaje kwestią wymagającą dalszych analiz. Jak wykazują autorzy nielicznych dostępnych badań nad cyfrowymi interfejsami gier planszowych (Mandryk i in. 2002; Wallace i in. 2012), gracze wydają się preferować automatyzację rutynowych zadań w cyfrowych grach planszowych, a więc rozwiązanie zastosowane w pełni w przypadku serwisu Boardgame Arena. Taka opinia przeważa też w przypadku użytkowników zabierających głos na forum Digital Board Game Community. W ich dyskusji o zaletach poszczególnych platform jako mocna strona serwisu Boardgame Arena najczęściej jest wymieniana jego wysoka automatyzacja (cytaty z dyskusji online w odpowiedzi na pytanie o ulubiony serwis: „BGA because it does the scoring math for me” [„Boardgame Arena, ponieważ robi za mnie wszystkie obliczenia punktacji”]; „BGA because of the ease to just start playing and not worry about anything else” [„Boardgame Arena, z racji łatwości, z jaką można zacząć po prostu grać i nie martwić się o nic”])³. Najwyższe procentowe przyrosty w badanym okresie uzyskał jednak serwis, który bazuje na interfejsie stołu wirtualnego, automatyzuje minimalną liczbę zadań i stara się oddać w jak największym stopniu doświadczenie rozgrywki w grę planszową, z koniecznością ręcznego przesuwania elementów, podliczania wyniku itd.

Podsumowanie

Analiza wybranych platform umożliwiających zdalną rozgrywkę w cyfrowe wersje znanych współczesnych gier planszowych (Boardgame Arena, Tabletopia oraz Tabletop Simulator) wykazała, że okres pandemii COVID-19 od października 2019 roku do sierpnia 2020 roku był dla tego typu aplikacji czasem dużego i, wszystko na to wskazuje, trwałego rozwoju i wzrostu popularności. Jednocześnie jednak nie można stwierdzić, że platformy te w sposób znaczący i trwały zastąpiły po okresie wymuszonego lockdownu i izolacji społecznej granie w gry planszowe w świecie rzeczywistym. Stworzyły natomiast graczom nowe, uzupełniające pole do uprawiania swojego hobby, zastępujące tradycyjną

³ Archiwum wpisów grupy Digital Board Game Community (2020). O ile nie zaznaczono inaczej, cytaty ze źródeł anglojęzycznych są przytaczane po polsku w tłumaczeniu autora artykułu.

rozgrywkę wtedy, kiedy nie jest ona możliwa, nową, tym razem wirtualną, przestrzenią formowania się społeczności fanowskiej i wspólnego uczestnictwa w rozgrywkach.

W czasie pandemii ujawniła się także przewaga modelu *freemium*⁴, przyjętego przez dysponentów serwisów Tabletopia oraz Boardgame Arena – darmową subskrypcję uzupełniono funkcjonalnościami i możliwością ulepszenia rozgrywki poprzez wykupienie wersji *premium*. Duże znaczenie dla poszerzenia bazy odbiorców miało też udostępnienie graczom funkcji społecznościowych i zastosowanie mechanizmów grywalizacyjnych pozwalających rywalizować ze znajomymi i budować status w wirtualnej społeczności graczy. Nie określono natomiast jednoznacznie wpływu interfejsu gry przyjętego przez dysponentów platform i podejścia do symulacji fizycznych aspektów grania w gry planszowe na liczbę grających, jako że obecnie w najpopularniejszym z analizowanych serwisów, czyli Boardgame Arenie, używa się interfejsu uproszczonego o dużym stopniu automatyzacji, zaś w serwisie o najwyższych przyrostach użytkowników w okresie pandemii, czyli Tabletopii, wykorzystano model wirtualnego stołu o niskim poziomie automatyzacji czynności w grze.

Bibliografia

- Arnaudo, Marco. 2018. *Storytelling in the Modern Board Game: Narrative Trends from the Late 1960s to Today*. Jefferson, NC: McFarland and Company.
- Bell, Kevin. 2018. *Game On!: Gamification, Gameful Design, and the Rise of the Gamer Educator*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Cunningham, Christopher; i Zichermann, Gabe. 2012. *Grywalizacja. Mechanika gry na stronach WWW i w aplikacjach mobilnych*. Tłum. Rafał Jońca. Gliwice: Helion.
- Francikowski, Jacek. 2018. Wykorzystanie gier planszowych w nauczaniu przedmiotów przyrodniczych. *Homo Ludens. Czasopismo ludologiczne Polskiego Towarzystwa Badania Gier*, 1 (11), s. 30–40.
- Gangadharbatla, Harsha; i Davis, Donna Z. (eds.). 2016. *Emerging Research and Trends in Gamification*. Hershey: IGI Global.
- Jenkins, Henry. 2006. *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.
- Kapp, Karl M. 2012. *The Gamification of Learning and Instruction: Game-Based Methods and Strategies for Training and Education*. Hoboken, NJ: Pfeiffer.
- Kent, Steven L. 2001. *The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon. The Story behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World*. New York: Three Rivers Press.
- Mayer, Brian; i Harris, Christopher. 2010. *Libraries Got Game: Aligned Learning through Modern Board Games*. Chicago: American Library Association.
- Osipov, Ilya V.; Nikulchev, Evgeny; Volinsky, Alex A.; i Prasikova, Anna Y. 2015. Study of Gamification Effectiveness in Online e-Learning Systems. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 6 (2), s. 71–77.

⁴ Określenie *freemium* powstało z połączenia angielskich słów *free* (pol. tu: darmowy) oraz *premium* (pol. tu: dopłata, premia) i oznacza bezpłatne udostępnienie podstawowej wersji produktu bądź usługi, jednak z zastrzeżeniem, że użytkownik zapłaci za ich opcję zaawansowaną.

- Sailer, Michael; Hense, Jan U.; Mayr, Sarah K.; i Mandl, Heinz. 2017. How Gamification Motivates: An Experimental Study of the Effects of Specific Game Design Elements on Psychological Need Satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 69, s. 371–380.
- Siuda, Piotr. 2012. Mechanizmy kultury prosumpcji, czyli fani i ich globalne zróżnicowanie. *Studia Socjologiczne*, 4 (207), s. 109–132.
- Woods, Stewart. 2012. *Eurogames: The Design, Culture and Play of Modern European Board Games*. Jefferson, NC: McFarland and Company.

Netografia

- Archiwum wpisów grupy Digital Board Game Community. 2020. [Online]. Facebook. Dostęp: <https://www.facebook.com/groups/digitalboardgamecommunity> [10.01.2021].
- Brignall, Miles. 22.08.2020. *Strategy Board Games to Help You Escape Covid*. [Online]. The Guardian. Dostęp: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2020/aug/22/strategy-board-games-to-help-you-escape-covid> [13.10.2020].
- Dubrowska, Magdalena. 6.04.2020. *Planszówki na czas kwarantanny. „Robinson Crusoe” dla samotnych, „Spacer po Burano” dla zaawansowanych*. [Online]. Wyborcza.pl. Dostęp: <https://wyborcza.pl/7,75410,25795919,koronawirus-planszowki-na-czas-kwarantanny-mineraly-londyn.html> [13.10.2020].
- Grzelińska, Agata. 13.12.2014. *Renesans planszówek. Zakochujemy się w nich masowo*. [Online]. Gazeta Wrocławska. Dostęp: <https://gazetawroclawska.pl/renesans-planszowek-zakochujemy-sie-w-nich-masowo/ar/3683168> [13.10.2020].
- Kosa, Mehmet; i Spronck, Pieter. 2018. *What Tabletop Players Think about Augmented Tabletop Games: A Content Analysis*. International Conference on the Foundation of Digital Games, August 7–10, Malmö, Sweden. [Online]. Research Gate. Dostęp: https://www.researchgate.net/publication/327177072_What_Tabletop_Players_Think_about_Augmented_Tabletop_Games_A_Content_Analysis [13.10.2020].
- Lemańska, Magdalena; i Karnaszewski, Piotr. 28.05.2020. *Planszówki. Figurki, pionki i karty wygrały z koronawirusem*. [Online]. Forbes. Dostęp: <https://www.forbes.pl/biznes/gry-planszowe-na-domowej-kwarantannie-polska-trzecim-najwiekszym-rynkiem-planszowek-w/bsj78b8> [13.10.2020].
- Leśnik, Maciej. 30.12.2016. *Fenomen gier planszowych – rozmowa z Maciejem Śmiataczem*. [Online]. Wroclife. Dostęp: <https://wroclife.pl/czas-wolny/fenomen-gier-planszowych-maciej-smiatacz/> [13.10.2020].
- Mandryk, Regan L.; i Maranan, Diego S. 2002. *False Prophets: Exploring Hybrid Board/Video Games*. Conference on Human Factors in Computing System, Minneapolis, MN, April 20–25. [Online]. Research Gate. Dostęp: https://www.researchgate.net/publication/221517975_False_prophets_exploring_hybrid_boardvideo_games [13.10.2020].
- Wallace, James R.; Pape, Joseph A.; Chang, Yu-Ling B.; McClelland, Phillip J.; Graham, T.C. Nicholas; Scott, Stacey D.; i Hancock, Mark S. 2012. *Exploring Automation in Digital Tabletop Board Games*. Computer Supported Cooperative Work Conference, Seattle, WA, February 11–15. [Online]. Research Gate. Dostęp: https://www.researchgate.net/publication/220878919_Exploring_automation_in_digital_tabletop_board_game [13.10.2020].

Gry planszowe

- 5 sekund (5 seconds)*. 2010. Projektant Michael Sistrunk. Gra karciana, imprezowa. USA: Patch Products.
- Descent (Descent: Journeys in the Dark)*. 2005. Projektant Kevin Wilson. Gra planszowa, fantasy, przygodowa, typu dungeon crawler. USA: Fantasy Flight Games.
- Gloomhaven*. 2017. Projektant Isaac Childres. Gra planszowa, strategiczna, typu dungeon crawler. USA: Cephalofair Games i in.
- Monopol (Monopoly)*. 1933. Projektant Elizabeth Magie. Gra planszowa, strategiczna. USA: Hasbro.
- Osadnicy z Catanu (Catan)*. 1995. Projektant Klaus Teuber. Gra planszowa, strategiczna. Niemcy: Franckh-Kosmos-Verlag.
- Superfarmer*. 1943. Projektant Karol Borsuk. Gra planszowa. Polska: Granna.
- Taboo*. 1989. Projektant Brian Hersch. Gra planszowa, imprezowa, typu zgadywanka. USA: Parker Brothers.

- Talizman: Magia i Miecz (Talisman)*. 1983. Projektant Robert Harris. Gra planszowa, fantasy, przygodowa. Wielka Brytania: Games Workshop.
- Wysokie napięcie (Funkenschlag)*. 2001. Projektant Friedemann Friese. Gra planszowa, ekonomiczna. Niemcy: 2F-Spiele.
- Zamki Burgundii (Die Burgen von Burgund)*. 2011. Projektant Stefan Feld. Gra planszowa, strategiczna. Niemcy: Alea i in.

Streszczenie

W artykule zaprezentowano zestawienie danych uzyskanych w trakcie badania autorskiego dotyczącego korzystania z platform umożliwiających cyfrową rozgrywkę w gry planszowe z okresu przed i w trakcie pandemii COVID-19. Pod uwagę wzięto popularność serwisów Boardgame Arena, Tabletopia oraz Tabletop Simulator w okresie od października 2019 roku do sierpnia 2020 roku. Przedstawiono specyfikę tych platform, z uwzględnieniem rodzajów prezentowanych gier, przyjętego modelu płatności, funkcji społecznościowych oraz zastosowanego interfejsu i podejścia do symulacji rozgrywki w grze planszowej. Zgromadzone dane wykazują, że pandemia COVID-19 spowodowała znaczący wzrost zainteresowania cyfrowymi formami gier planszowych, jednak po okresie wymuszonej izolacji nie można mówić o zastępowaniu przez tego typu gry rozgrywki na żywo, a tylko o powstaniu nowej formy korzystania z gier, uzupełniającej dotychczasowe sposoby uprawiania tego hobby.

Digital Board Games in Pandemic Times: Changing Patterns of the Behaviour of Gamers and Factors Affecting Internet Platform Popularity

Summary

This article is based on data concerning the use of platforms providing access to digital versions of popular board games before and during the COVID-19 pandemic. The article presents the unique features of those platforms, the scope of available games, payment models, social elements as well as the game interface and its approach to the process of the simulation of board games. The data show that the COVID-19 pandemic induced the growth of interest in the digital form of board games, but after the forced lockdown and social distancing period, one cannot state that this form of play has replaced traditional face-to-face play. Digital board game platforms provide a new way to experience this hobby, but do not threaten the traditional model of playing board games.