

107 學年度 1 學期成果報告

系 所 名 稱	資 訊 傳 播 系		
主 題	遊戲空間及演算法的影響 - 遊戲產業和玩家的觀察		
活 動 時 間	10/5/2018	活 動 地 點	SG506
參 與 人 數	80	聯 絡 人	楊智明
活 動 內 容 說 明			
這次邀請的業師是 Lucid01 Software Co.的共同創辦人郭靖宇先生。他投入遊戲產業的時間二十餘年。在資傳系「資訊傳播理論」課中和同學介紹和討論以下主題： 1. Super Reality 的發展和應用 2. Monetization，即遊戲產業中的「挖坑」 3. 遊戲企劃的工作性質與遊戲產業的發展 在「資訊傳播理論」的基礎課程「媒介理論」中，曾探討媒介不斷在發展新的「空間」。這次講者的第一個主題，即在介紹目前 VR 應用中已經有商業應用的 Super Reality。目前應用幾乎都在娛樂產業，在世界各地有零星的分佈。但空間發展的模式，是以 VR 建構虛擬視覺，配合聽覺後，再建立觸覺環境。媒介生態的理論中亦強調觸覺最容易接近感官真實的完全階段。本次講者討論了 super reality 的原理和應用模式。 第二個主題 Monetization。是講者因應本課程 W1-W4：〈媒介上身〉特別整理業界如何讓遊戲成為高黏度娛樂需求的主題。講者指出遊戲設計中都會有「行動」，「收獲」，「擴張/期待」三個階段，「挖坑」是讓遊戲玩家沈迷的刻意設計，除了提高黏度，目的也在各階段設立「攔截點」增加玩家付費的可能性，以增加遊戲的淨收入。必要的條件是增加遊戲的使用時間(以時間和流量換為廣告收益)，或直接向玩家收費。講者分析遊戲中 Fun-Pain 的機制，鼓勵玩家在遇到關卡時購買設備或額外資源。讓 pain 能夠消除，Fun 能夠延續。講者同時舉例討論挖坑經典的案例。就業者來說，會主動討論這個主題並不容易，因為業務上的機秘或角色上玩家和業者不同的立場，所以不易找到業者在課堂中深入剖析這種營利面的問題。這次講者的討論，頗能回應課程中不斷討論「媒介上身」的原因。講者在這次分享中不吝指出遊戲在 Game Loop 各環節發展的細節，包含 F2P game loop 無法拉長的原因，五分鐘的小故事，無法編成連續劇的，再死忠的玩家最後也會無事可做。並討論遊戲留存率的幾種重要指標。 第三個講題是遊戲企劃的工作內容與產業發展情形。講者認為遊戲企劃的工作門檻低，幾乎大部分的人都有可能可以進入。不必有特定的專長領域。話雖這麼說，以實際案例說明成功案例，較能了解遊戲企劃的需求—可以是高創意、高收入的工作，在業者如何企劃及如何與同事和業界合作。講者和同學有頗熱絡的互動和討論。			
活 動 照 片			



10/4/2018 講者說明遊戲產業的實況



講者以三個不同主題和學生說明產業實況



演講現場互動討論



講者以案例說明 super reality 之應用



講師討論遊戲產業「挖坑/課金」的概念