

# #Peopleasplayers

- En kampanj för spelarnas rättigheter

## #Avsiktsförklaring

Jag har undersökt hur CS:GO proffset "Taco" representeras i sociala medier av sig själv och Godsent ur ett maskulinitetsperspektiv av RW Connell och hur detta reflekteras från honom som micro celebrity. Som ganska väntat visade det sig vara en maskulint dominerande gargong, en svårt trend att bryta. Människor som står utanför det hegemoniska mansidealet är konstant trakasserade inom gaming communityt. Detta ledde till att min gestaltning skulle handla om den förtryckta gruppen. Alltså, alla andra människor och även alla de som tvingats omedvetet in i den maskulina rollen. Jag vill skapa en samlad rörelse för att neutralisera gamingvärldens motarbetande mot diversifiering och för att ändra den hårt styrda representationsbilden. I denna gestaltningen är det en hypotetisk grupp som uppmärksammat detta problemet och organiserat sig.

## #Relaterad medieproduktion

Jag fick min främsta inspiration från rörelsen #gamersrights, 2016. Det var ett gäng spelare som organiserade sig för att förbättra klimatet för spelarna mellan företagen. Det är inte ovanligt att företagen försöker lura spelarna speciellt pga deras unga ålder. Under den händelsen tog spelarna fördel av deras status som micro celebrities och räckte ut en sökande hand till sina fans. Detta ledde till en påtryckning och förändring. Det finns flera organisationer som kämpar för rättigheter men oftast är dem nischade till en minoritet som "Queer Women of Esports" eller "Gaymers" (som fokuserar på all sport). Jag har i gestaltningen presenterat inspirerande människor och organisationer som jag själv också tog inspiration av. Vidare tog jag inspiration från andra rörelser som BLM, MeToo.

## #Process

Sedan interaktionsdesigns-kursen T3, har varit taggad på att skapa fler mockups. Därför kändes den gestaltningsformen given. Mockupen är gjord i Figma som är ett designpogram specialiserat för hemsidor och appar.

Därefter behövde jag komma på vilket syfte sidan skulle ha. Inspirationen jag fått av #Playersrights hade redan satt en idé i rullians. Jag valde att utgå från den andra stora problematiken inom gaming: acceptans.

Inspiration till själva designen kommer från andra människor- och organisationsorganisationer: BLK, MeToo, RWI, Fatta!, Röda korsett, Amnasty, RFSL m.fl. Jag har även tittat på esportslag: Godsent, Cloud9, immortals mfl. Esport-sidor och kris-sidor (rädda barnen, amnesty) har genrellt en mörk estetik medan Hbtq och feministiska sidor använder sig av färgglada scheman. Jag har försökt att skapa en mix av detta, behållt den mörka estetik och lekt med färgerna ur Prideflaggan.



Själva content-placeringen är bestämd med hjälp av Googles "material Guidelines" som är en sammanställande guide av hur man ska placera allt på webben för att skapa enhetlighet, både

med den egna sidan och andra. Det största motståndet i detta är avsaknaden av eget bildmaterial, detta fick jag av Godsent som jag jobbat med, därav bara bilder på tjejer från deras lag. Pridebilden är från mucf:s hemsida (<https://www.mucf.se/hbtqi>)

Därefter skapade jag en logga. Tanken bakom loggan är att gå från FPS spelens kantiga och "maskulina" loggor. Gamers inte är blyga för att skicka söta smilys till varandra, det är hjärtan och söta gubbar. I spel utanför FPS är det vanligt med en gulliga figurer som karaktärer. När jag kommit fram till en riktning att gå började det som en lek med p:na från #Peopleasplayers. På så sätt föddes "Gibbi" (gibba=gamea). Gibbi finns också som en chattbubbla på sidan, då i vit cirkel, svarta linjer och ett blått headset. I slutänden valde jag att inte använda hen så mycket på sidan som jag tänkt mig, då jag inte tyckte att den alltid passade in så bra.

Typsnitten som används är:

- Roboto Mono: brödtext
- Lalezar: logo text
- Lato: headern och footern



## #Resultat & sumering

Resultatet blev en plattform för #Peopleasplayers med syftet att skapa ett bättre gaming community för alla människor. Att uppmärksamma problematiken i det förlegade synsättet på människor i den modern miljön av samhället som dator och tv-spel ändå är. Syfte är att ändra klimatet och att främja det som spel ska vara: rolig och inbjudande! Som många rörelser som får ett organisatoriskt fäste skapas det en hemsida för information, uppskrivning av listor, möjlighet för att engagera sig. Min hemsida är en prototyp för en sådan plats.

Syftet till gestaltningen är en fråga som egentligen ligger i bakgrunden genomgående i mitt arbete. Då jag tittade på den maskulina framställningen och diskuterar den. Iom micro celebrity perspektivet passade det bra att göra en plattform för en kampanj. Det är inte helt ovanligt att spelarna vänder sig till sina fans för att få stöd. Under min undersökning har jag lärt mig jättemycket. Dels var det roligt att sitta med Figma igen, få tillbaka den kunsapen och att utveckla den, att jobba mer kreativt med ett ämne som varit så pass teoretiskt var ett bra avslut på kandidaten. Det gav mig nya ögon på vad jag skrivit och kommit fram till och en riktning på framtida jobb. Jag tar med mig mycket och en del är att ha tålamod med ett jobb, att strukturera upp sig och att inte stressa igenom något.

Länk till Projekt (OBS! ej mobilanpassad): <https://www.figma.com/proto/WYewbnnYj77yM2BRIdo62J/%23Peopleasplayers?page-id=1%3A5&node-id=1%3A10&viewport=241%2C48%2C0.34&scaling=scale-down&starting-point-node-id=1%3A10>