

Emócie pri hraní

Emócie sa pre svoju dôležitosť v rámci ľudskej psychiky študujú naprieč doménami. V prípade digitálnych hier je im venovaná pozornosť v rámci hráčskej a používateľskej skúsenosti a tiež v kontexte afektívnych systémov výpočtovej techniky (v angl. „affective computing“). Emócie sú významnou súčasťou herného zážitku. Prežívanie emócií je jedným z primárnych dôvodov hrania hier ako takých. Nemusí ísť výsostne o pozitívne emócie, keďže môžeme prežívať viacero, aj konfliktných emócií súčasne. Negatívne emócie v hrách môžu prispieť zmysluplnosti herného zážitku a vzťahu s herným avatarom, k sebareflexii, hľadaniu hlbšieho významu, naplneniu potrieb, podporení pocitu príslušnosti, vyššej zainteresovanosti, umožňujú prežiť situácie a voľby, ktoré hráča v reálnom živote nepostretnú. Závisí to nielen od typu emócie, ale aj od jej intenzity. Kapitola sa zamerala na emócie menej rozpracované v akademických textoch (v porovnaní s ostatnými emóciami), na frustráciu a nostalgiu. Pri frustrácii upozorňuje na odlišné pôsobenie jej dvoch podtypov: pozitívnej frustrácie v rámci hry, ktorá motivuje do ďalšieho hrania, zvyšuje zainteresovanosť a celkovo je nevyhnutnou súčasťou herného zážitku, a pre tvorcov neželanej frustrácii na hru, keď hráč za zlyhania v hre viní tvorcu hry, herné mechaniky, ovládanie, technické aspekty hry alebo iných hráčov. Ďalej sme si priblížili situácie, keď frustrácia môže byť nevyhnutným prvkom herného dizajnu, napríklad v prípade hier patriacich do umeleckého smeru tzv. estetiky zlyhania. V tomto kontexte je dôležité si uvedomiť, že automatické vnímanie frustrácie ako dôsledku zlyhania dizajnu v kontexte digitálnych hier neplatí. Následne sa venujeme nostalgii pri hraní a téme „retrogamingu“, ktorá predstavuje špecifickú odchýlku vo vývoji hier, pretože hráči zámerne volia technologicky podradnejšie riešenia v dobe výrazného pokroku, a to v grafike, ovládaní a technológiách všeobecne. Nostalgia nie je definovaná jednotne, niektorí ju vnímajú ako pozitívnu emóciu, niektorí ako negatívnu, niektorí ako zmiešanú, k čomu sa prikláňame. V rámci zmiešaného afektu nostalgie sa výskum v poslednom období sústreďuje skôr na pozitívne dôsledky. Okrem toho, že nostalgia môže byť pripomienkou bezstarostných časov (detstva), prispieva k pozitívnemu sebahodnoteniu, reflexii o hodnotách, môže podporiť pocit príslušnosti, zlepšuje „well-being“ (pohodu), podporuje pocit kontinuity medzi minulosťou a prítomnosťou. Práve digitálne hry pre svoj interaktívny charakter a výrazné sociálne zameranie majú najvýraznejší nostalgický potenciál spomedzi mediálnych obsahov. Hra postavená na nostalgii nemusí byť nevyhnutne iba remake staršieho titulu, ale mala by využiť prvky, ktoré boli obľúbené, pri súčasnej modernizácii elementov hry, ktoré to umožňujú. Pri práci s nostalgiou musíme myslieť práve na zmiešaný charakter emócie a to, že aj veľmi dobré spracovanie môže evokovať v recipientoch pocity straty minulosti (mladosti, detstva, času na hranie). Konkrétnejšie odporúčania pre tvorcov hier v súvislosti s nostalgiou sú skôr vzácnosťou a výskum na poli psychológie digitálnych hier tiež vyžaduje výraznejšiu pozornosť akademickej verejnosti.

- Definícia emócií. Základné emócie
- Hedonistické a eudaimonické ponímanie zábavy

- Charakteristika frustrácie. Pozitívna (in-game) frustrácia. Negatívna (at-game) frustrácia
- Frustrácia ako element herného dizajnu
- Vymedzenie nostalgie. Typy nostalgie
- Retrogaming
- Psychologické benefity pôsobenia nostalgie
- Otázky, úlohy a doplňujúce čítanie

Definícia emócií. Základné emócie

Vyvolanie emocionálnej reakcie je kľúčovým prvkom úspechu mnohých druhov komunikácie. Emócie sú taktiež významným faktorom herného zážitku. Emócie sú mimovoľné prirodzené reakcie na zážitky.[1] Americká psychologická asociácia definuje emócie ako komplexný reakčný vzorec obsahujúci skúsenostné, behaviorálne a fyziologické prvky, spôsoby, akými jednotlivci riešia dané situácie alebo záležitosti, ktoré považujú za významné.[2] Rozlišujeme šesť základných emócií: radosť, smútok, hnev, strach, prekvapenie, znechutenie.[3] Základné emócie sa považujú za univerzálne (čo do telesných prejavov a výrazov tváre), nezávisle od rasy a kultúrneho prostredia. Emočné prežívanie je nedobrovoľné, zároveň sú emócie väčšinou nevedomé reakcie.[4] Význam emócií je nepopierateľný. Mozog neustále hľadá emočný obsah v informáciách z nášho tela i z okolia, keďže emócie slúžia na nasmerovanie k odmene a na vyhnutie sa nebezpečenstvu.[5] Emócie hrajú významnú úlohu v rozhodovacom procese, majú vplyv na selektívnosť pozornosti a celkovo ovplyvňujú proces spracovania informácií.

[1] WEEKS, M.: *Psychológia pre náštročných*. Bratislava : Ikar, 2015, s. 92.

[2] APA: *Exploring the Basic of Emotional Psychology*: University of West Alabama, 2019, [online]. [2022.01.20]. Dostupné na: <<https://online.uwa.edu/wp-content/uploads/2019/04/Science-of-Emotion-Guide-UWA.pdf>> s. 4.

[3] Ekman et al., 1982 In LIU, B.: *Sentiment Analysis: Mining Opinions, Sentiments, and Emotions*. New York: Cambridge University Press, 2015, s. 37.

[4] CARTER, R. et al.: *Mozog: Ilustrovaný sprievodca štruktúrou, funkciami a poruchami*. Bratislava : Ikar, 2010 s. 126.

[5] Ibid.

Hedonistické a eudaimonické ponímanie zábavy

V kontexte emocionálneho zapojenia diváka rozlišujeme medzi hedonistickým a eudaimonickým vnímaním zábavy. Kým hedonistický štýl zábavy prináša hráčovi maximálne potešenie, eudaimonický štýl sa snaží vyvolať v ňom hlbší, emocionálne hodnotný zážitok, ktorý podrobnejšie analyzuje.[1] Toto delenie ozrejmuje, prečo konzumenti vyhľadávajú aj emocionálne komplikovanejšie mediálne obsahy, nielen prvoplánovú zábavu alebo potešenie.

Výskum sa v oblasti digitálnych hier zameriava prevažne na pôsobenie pozitívnych emócií. Aj v praxi sa väčšina digitálnych hier vytvára s cieľom uspokojiť hráča a priniesť mu čo najuspokojivejší herný zážitok. Negatívne emócie v hrách (a v mediálnych obsahoch všeobecne) však nie sú len neželaným výstupom komunikácie, ale plnia niektoré kľúčové funkcie, teda sú v hrách vyvolávané zámerne. V niektorých prípadoch recipienti zámerne vyhľadávajú mediálne obsahy práve preto, aby to v nich vyvolalo negatívnu emóciu, hovoríme o tzv. „paradoxe smutného filmu“[2] Neraz práve negatívne emócie podporujú príbeh, teda majú potenciál vytvárať zmysluplnejší herný zážitok, parasociálne vzťahy s postavami a avatarami môžu prispieť k sebareflexii, k hľadaniu hlbšieho zmyslu alebo zmyslu života, podieľajú sa na vytváraní konceptu tzv. hard fun[3], môžu viesť k naplneniu vyšších potrieb (napr. autonómia, kompetencia, príbuznosť), aplikácia výrazne trestajúcich mechaník prispieva k tomu, že hráči vyhľadávajú oporu v iných hráčoch, čo podporuje budovanie komunity. Náročnosť takisto dodáva dôležitosť a vážnosť achievementom, a tak vedie k vyššej zainteresovanosti.[4] Emócie v hrách sú tiež súčasťou akéhosi tréningu prežívania a správania, ktoré nemôžeme zažiť v bežnom živote, napríklad určité morálne dilemy.

V tejto kapitole sa špecificky zameriame na málo pokryté témy z oblasti emocionálneho pôsobenia digitálnych hier, aj keď nemôžeme hovoriť o špecificky negatívnych emóciách, ale skôr o emóciách zmiešaného charakteru – na frustráciu a nostalgiu.

[1] COLE. T., GILLIES. M.: *Emotional Exploration and the Eudaimonic Gameplay Experience: A Grounded Theory*, Conference on Human Factors in Computing Systems, 2022, s. 5

[2] HANICH, J., WAGNER, V., SHAH, M., JACOBSEN. T., MENNINGHAUS, W., Why we like to watch sad films. The pleasure of being moved in aesthetic experiences., APA PsychArticles, 2014, [online]. [2022.04.20]. Dostupné na: <<https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2Fa0035690>>

[3] Hry patriace do tejto kategórie sú náročné, vyžadujú veľa kognitívnych zdrojov hráča, neodpúšťajú chyby, respektíve za chyby hráč výrazne platí, do tejto kategórie patria tituly, ktoré sa hrajú profesionálne. (Yee, 2016).

[4] UMBELINO, M. A. M., RIBEIRO DA MOTA, R.: Negativity in Play - How Negatively Valenced Emotions create Meaningful Games. In Proceedings of SBGames 2021. [online]. [2022-10-01]. Dostupné na: <https://www.sbgames.org/proceedings2021/ArtesDesignFull/218206.pdf>.

Charakteristika frustrácie.

Pozitívna (in-game) frustrácia. Negatívna (at- game) frustrácia

V hernom kontexte je dôležitou emóciou aj frustrácia, ktorej sa v porovnaní s inými emóciami venuje málo akademickej pozornosti. Ide o primárne negatívnu emóciu ako dôsledku nejakého zmareného úsilia a týka sa najmä: a) bránenia v dosiahnutí cieľa,[1] [2] b) ocitnutia sa v nepriaznivej situácii, z ktorej nemožno uniknúť,[3] c) odmeny menšej, než bola očakávaná.[4] Niektorí autori ju chápu ako jednu zo záťažových situácií (popri konflikte, strese a deprivácii). Charakterizujú ju ako opak zainteresovanosti. Je nevyhnutnou súčasťou herného zážitku, pretože pre potešenie z hrania je nutná výzva, avšak tam, kde je výzva, súčasne existuje aj riziko prehry, ktoré je frustrujúce.[5] Celkovo frustrácia môže viesť k odporu, agresii, rezignácii, nespokojnosti a aj k ukončeniu užívania produktu.[6] Najčastejšou behaviorálnou reakciou na frustráciu je hnev. [7] Miera tolerancie frustrácie je individuálna.

Ako stres, tak aj frustrácia môže byť pozitívna alebo negatívna. Pozitívna frustrácia sa nazýva **frustrácia v rámci hry** (v angl. in-game frustration) alebo motivujúca frustrácia.[8] Tento typ frustrácie motivuje hráča zotrvať a napredovať v hraní. Výzvy v hre by mali byť mierne nad hranicou aktuálnych schopností hráča (ak sú príliš nad hranicou hráčových schopností, prejavuje sa iný – negatívny druh frustrácie, ak sú pod hranicou hráčových schopností, hráč sa nudí). Hra by mala byť vyvážená a ponúkať hráčovi určité formy asistencie (napr. aim assist vo first person shooter games alebo dynamické prispôsobenie náročnosti). Frustrácia môže zvýšiť zainteresovanosť a imerziu v hre, pretože vedie k tomu, že sa hráči zamýšľajú nad frustrujúcou skúsenosťou a analyzujú ju.

Druhým typom frustrácie je **frustrácia na hru** (v angl. at-game frustration).[9] Práve tento typ vedie častejšie k tendencii ukončiť hru.[10] Zdrojmi negatívnej frustrácie môžu byť: výzvy, ktoré nezodpovedajú schopnostiam hráča, zlé ovládanie alebo ovládanie, ktoré sa nespráva tak, ako hráč očakáva, priveľmi náročný boss, nevyvážený súper, zlá herná mechanika, nekvalitné používateľské rozhranie, nedostatok informácií a i. Negatívna frustrácia často vzniká ako dôsledok nutnosti repetície („checkpointy“ ďaleko od seba, „intro“, ktoré sa nedá preskočiť)[11] a narušenia pocitu

kompetencie. Ako uvádzame aj v kapitole o vplyvoch násilia v hrách, podľa hypotézy frustrácia – agresia (v angl. frustration – aggression hypothesis), agresívne správanie predpokladá prítomnosť frustrácie a taktiež prítomnosť frustrácie vždy vedie k agresii. Agresia nemusí byť manifestovaná (môže byť potlačená) a fyzická (môže byť napríklad verbálna).

[1] American Heritage dictionary, 1980 In BRAMS, S. J.: *Game Theory and the Humanities: Bridging Two Worlds*. USA : MIT, 2011, s. 156.

[2] GILLEADE, K.M., DIX, A.: Using frustration in the design of adaptive videogames. In *Proceedings of the 2004 ACM SIGCHI International Conference on Advances in computer entertainment technology*. New York : ACM, 2004, s. 22.

[3] BRAMS, S. J.: *Game Theory and the Humanities: Bridging Two Worlds*. USA : MIT, 2011, s. 156.

[4] BATTIGALLI, P., DUFWENBERG, M., SMITH, A.: Frustration and anger in games. [online]. [2022-10-20]. Dostupné na: <https://www.researchgate.net/publication/320715896_Frustration_and_Anger_in_Games_NEW_draft_October_2017>. s.2.

[5] Cox et al., 2012 In BOULTON, A. et al: A Little Bit of Frustration Can Go a Long Way. In WINANDS, M., VAN DEN HERIK, H., KOSTERS, W. (eds): *Advances in Computer Games. ACG 2017. Lecture Notes in Computer Science*, vol 10664. [online]. [2022-10-20]. Dostupné na: <https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-71649-7_16>.

[6] BALÁŽIKOVÁ, M.: Real-Life Frustration from Virtual Worlds: The Motivational Potential of Frustration. In *Acta Ludologica*, roč..2, č.1, s. 58.

[7] BRAMS, S. J.: *Game Theory and the Humanities: Bridging Two Worlds*. USA : MIT, 2011, s. 156.

[8] MILLER, M. K., MANDRYK, R.L.: Differentiating in-Game Frustration from at-Game Frustration using Touch Pressure. In *Proceedings of the 2016 ACM International Conference on Interactive Surfaces and Spaces*. New York : ACM, 2016, s. 225.

[9] Ibid.

[10] MILLER, M. K., MANDRYK, R.L.: Differentiating in-Game Frustration from at-Game Frustration using Touch Pressure. In *Proceedings of the 2016 ACM International Conference on Interactive Surfaces and Spaces*. New York : ACM, 2016, s. 225.

[11] NYLUND, A, LANDFORS, O.: Frustration and its effect on immersion in games: A developer viewpoint on the good and bad aspects of frustration [Dissertation]. Informatik Student Paper Master, 2015, s. 19.

Frustrácia ako element herného dizajnu

Poznanie príčin, nuáns a vplyvov frustrácie má veľký aplikačný potenciál v oblasti dizajnu komunikácie vrátane hier. Pri vývoji a spravovaní hier je dôležité, komu hráči kladú svoju frustráciu v hre za vinu. Pri pozitívnej frustrácii je podstatné, aby hráč za frustrujúcu situáciu vinil seba (atribuoval frustrujúcu situáciu interne) a nie hru (externé atribúcie). Taktiež si treba uvedomiť, že toleranciu k frustrácii možno budovať,[1] a preto developeri by nemali náhle „hodiť“ hráča do frustrujúcej situácie, ale ho na ňu akoby postupne privykať.

V súčasnosti v hrách existujú adaptívne alebo afektívne mechanizmy, sú hry reagujúce na emocionálny stav hráča (reflektovaný spôsobom jeho hrania).[2] Výskum frustrácie pri hraní je poddimenzovaný. Ukazujú sa niektoré premenné, ktoré by mohli mať na hráča vplyv, ale ide skôr o izolované zistenia. Napríklad Fraser a kol.[3] publikovali výskum na súbore tisícšesťdesiatich hráčov, zameraný na vnímanie permanentnej smrti hlavnej postavy v hre Day Z[4] a zistili, že pri hodnotení toho, či ide o pozitívnu, alebo negatívnu skúsenosť v hre, hrá dôležitú úlohu zmysluplnosť. Ak bola smrť postavy vnímaná ako zbytočná a nezapríčinená vinou hráča, bola vnímaná negatívne. Výskum Liao et al. (n=406) viedol k záveru, že frustrácia intenzívne hrajúcich hráčov online hier znižuje ich zámer pokračovať v hraní, ale tento efekt sa neprejavuje pri hráčoch s dlhou históriou hrania hier. [5] Roest a Bakkes dodávajú, že hráči môžu byť angažovaní aj v hrách, ktoré sú pre nich frustrujúce napríklad preto, aby dospeli k určitému cieľu.

Dodávajú, že mechanizmy chcenia a príťažlivosti operujú na odlišných neurálnych okruhoch, a preto môžeme pokračovať aj vo frustrujúcej činnosti, aj keď sa nám to nepáči.[6] Nielen z tohto dôvodu sú niekedy úspešné aj herné tituly, v ktorých je frustrácia kľúčovým **elementom herného dizajnu**. Takto s frustráciou pracujú napríklad umelci venujúci sa tzv. estetike zlyhania ako smeru súčasného umenia, napríklad Pippin Barr, Meshoff a Tory Arcangel. Tento druh estetiky je reakciou na estetiku mainstreamovej digitálnej kultúry, ktorá je technologicky vyspelá, prepracovaná a „hladká“, no často až odmietaná pre svoje komerčné zameranie a všednosť. Hry patriace pod estetiku zlyhania stierajú rozdiel medzi hrou ako umením a hrou ako komoditou, ako aj hranice medzi potešením a utrpením. Veľmi častým elementom je nutnosť repetície (ktorá, ako sme písali, vedie k frustrácii). Také hry narúšajú štandardné zmýšľanie o zmyslovom zážitku z hrania (napr. hra „It is as if you were making love“[7]), ako aj naše základné predpoklady o tom, ako by hry mali fungovať (napr. nízke rozlíšenie a amatérsky dizajn, zvláštne spôsoby ovládania, nezvyčajne krátky alebo dlhý čas hrania – napr. hra Durations[8]). Niekedy tieto hry odoprujú hráčovi aj zážitok smrti alebo ukončenia (napr. nemajú „game over“ ako Let's Play: Ancient Greek punishment[9]). V Meshoffovom diele Pipedreamz[10] pracujete pre šéfa (prasa) v rýchлом občerstvení a bez ohľadu

na to, koľko bodov nazbierate, vás na konci prepustia).[11]

Aj komerčné tituly využívajú estetiku zlyhania na pobavenie, napríklad ovládanie a nemotorný pohyb hlavnej postavy v hre Octodad: The deadliest catch[12] alebo titul Getting over it With Bennet Foddy[13], v ktorom sa postava Diogena v kotlíku snaží iba za pomoci veľkého kladiva dostať na vrchol vysokého brala. Absencia „checkpointov“ má za následok, že každý chybný pohyb v hre spôsobí pád rozlične veľkého úseku smerom nadol a hráča to vráti naspäť.

Je načas odpútať sa od pohľadu, že vyvolanie frustrácie v recipientoch znamená automaticky zlyhanie samotného produktu, jeho dizajnu. Čo možno čiastočne platí v marketingu je v špecifickom interaktívnom kontexte digitálnych hier zložitejšou problematikou. Frustrácia nemusí byť zlyhaním dizajnu, ale jeho (nutnou) súčasťou a predpokladom angažovanosti. Univerzálnych odporúčaní je vzhľadom na rôznorodosť herných žánrov a bipolárnu povahu frustrácie extrémne málo. Je dôležité, aby prípadná frustrácia mala väzbu na výkon jednotlivca, bola súčasťou majstrovstva, kompetencie, teda nielen reakciou na nekvalitu prvkov hry alebo na jej technologické nedostatky. K frustrácii hráča dochádza menej často, ak progres nie je viazaný linearitou (pri ktorej existuje väčšia pravdepodobnosť, že sa na niektorom mieste hry hráč zasekne, napríklad ako v Limbo[14]), ale hra poskytuje otvorený svet plný dodatočných úloh, „easter eggs“, skúmania prostredia a viacerých ciest na ukončenie, ak hra reaguje na spôsob hrania hráča (adaptívny dizajn) a poskytuje možnosti prispôsobenia náročnosti.

[1] Britt – Janus, 1940 In NYLUND, A, LANDFORS, O.: Frustration and its effect on immersion in games : A developer viewpoint on the good and bad aspects of frustration [Dissertation]. Informatik Student Paper Master, 2015, s. 6.

[2] GILLEADE, K.M., DIX, A.: Using frustration in the design of adaptive videogames. In *Proceedings of the 2004 ACM SIGCHI International Conference on Advances in computer entertainment technology*. New York : ACM, 2004, s. 228-232.

[3] FRASER, A, CARTER, M., GIBBS, M.: Good Frustrations: The Paradoxical Pleasure of Fearing Death in DayZ. In *OzCHI '15: Proceedings of the Annual Meeting of the Australian Special Interest Group for Computer Human Interaction*. USA : Association for Computing Machinery, 2015, s. 119.

[4] Bohemia Interactive: Day Z. [digitálna hra]. Česká Republika: Bohemia Interactive, 2013.

[5] LIAO, G. Y., HUANG, H. CH., TENG, CH. I.: When does frustration not reduce continuance intention of online gamers? The expectancy disconfirmation perspective. In *Journal of Electronic Commerce Research*, roč. 17, č. 1, 2016, s. 74.

[6] ROEST, M., BAKKES, S. C. J.: Engaging Casual Games That Frustrate You: An Exploration on Understanding Engaging Frustrating Casual Games. In Proceedings of the 10th International Conference on the Foundations of Digital Games (FDG 2015), June 22-25, 2015, Pacific Grove, CA, USA, s. 1.

[7] Pippin Barr: It is as if you were making love. [digitálna hra].Kanada: Pippin Barr, 2018.

[8] Pippin Barr: Durations. [digitálna hra].Kanada: Pippin Barr, 2014.

[9] Pippin Barr: Let's Play: Ancient Greek Punishment. [digitálna hra].Kanada: Pippin Barr, 2011.

[10] Meshoff: Pipedreamz. [digitálna hra].USA: Meshoff, 2010.

[11] ANABLE, A.: Playing with feelings: video games and affect. USA : University of Minnesota Press, 2018, s. 123-129.

[12] Young Horses: Octodad:Deadliest Catch. [digitálna hra].USA: Young Horses, 2014.

[13] Bennet Foddy: Getting over it With Bennet Foddy. [digitálna hra].USA: Bennet Foddy, 2017.

[14] Playdead: Limbo. [digitálna hra].USA: Microsoft Game Studios, 2010.

Vymedzenie nostalgie. Typy nostalgie

Okolo roku 2000 veľká časť generácie školopovinnej mládeže po vyučovaní netrpezlivo čakala na reláciu Maxihra, vysielanú Slovenskou televíziou a moderovanú Andrejom Bičanom a Dagmar „Didianou“ Dianovou, v ktorej vybraní hráči na diaľku hrali prostredníctvom telefónov s tónovou voľbou hru Crash Bandicoot[1] (na Playstation 1). Pre niejedného z nich vrátane autorky tejto publikácie sa práve táto hra stala zdrojom nostalgických spomienok na bezstarostné časy.

V počiatkoch svojej histórie sa nostalgia považovala za ochorenie fyzické a neskôr mentálne. S termínom prišiel švajčiarsky lekár Johannes Hofer, ktorý výrazom nostalgia, pochádzajúcim z gréckych výrazov „nostos“ (znamenajúci návrat) a „algos“ (vo význame bolesť)[2] opisoval príznaky ochorenia mozgu švajčiarskych žoldnierov bojujúcich v zahraničných légiách. Pohľad na nostalgiu ako na neurologickú poruchu pretrval do začiatku dvadsiateho storočia, keď sa začala považovať za formu melanchólie, depresie alebo psychózy.[3]

Nostalgia je komplikovaným psychologickým konceptom predovšetkým z pohľadu svojej polarity. Niektorí ju definujú ako „*pozitívne ladený komplexný pocit, emóciu alebo náladu vyvolanú reflexiou nad vecami (objektmi, osobami, zážitkami, ideami) asociovanými s minulosťou*“[4] alebo ako „*prevažne pozitívnu, sociálnu a na minulosť orientovanú emóciu*.“[5] Iní ju vnímajú ako negatívnu emóciu vychádzajúcu z uvedomenia si minulosti, ktorá je preč.[6] V skutočnosti nostalgia vyvoláva zmiešaný afekt („*pozitívna emócia s odtieňmi straty*“[7]), je kombináciou negatívneho afektu ako smútok za minulosťou alebo ľútosť a pozitívneho afektu ako šťastie a zmysel.[8] Odborný náhľad na nostalgiu si v súčasnosti všíma skôr jej pozitívne vplyvy, avšak jej povaha je výrazne individuálna (idiosynkratická). V kontexte hrania hier nostalgické hranie znamená pre každého niečo iné. Pre niekoho sú objektom nostalgie hry pred tridsiatimi rokmi, pre niekoho pred desiatimi rokmi. Úlohu zohráva to, ako dlho sme hráčmi vo všeobecnosti, naše preferencie a okolnosti osobného života v čase hrania, ako aj trendy danej doby. Nostalgia sa však týka všetkých vekových kategórií a kultúr.[9] Dominantným je predpoklad, že so zvyšujúcim vekom citlivosť na nostalgiu stúpa[10] [11] [12] [13] Ďalšími faktormi efektov nostalgie sú napríklad tzv. náchylnosť na nostalgiu, postoj k minulosti, zainteresovanosť[14], miera samoty[15], aktuálna nálada a očakávania.

Akademická literatúra rozlišuje medzi viacerými typmi nostalgie. **Osobná nostalgia** predstavuje vlastnú zažitú (väčšinou idealizovanú), zapamätanú minulosť, **historická nostalgia** zahŕňa minulosť predtým, než sa členovia publika narodili, **kolektívna nostalgia** charakterizuje túžbu po minulosti reprezentujúcu kultúru, generáciu alebo národ.[16] Existujú názory, že osobná nostalgia

vyvoláva živšie vlastné spomienky, teda pre príjemcu relevantnejšie, čo ho vedie k vyššej zainteresovanosti a pozornosti.[17] Vo všeobecnosti sú jedinci náchylnejší inklinovať k nostalgickým myšlienkam v náročnejšom či stresujúcom období, napr. počas krízy býva nostalgia reakciou na túžbu po jednoduchšej a pohodlnejšej existencii.[18]

Nostalgia prináša celú škálu psychologických benefitov. Zvyšuje pozitívny pohľad na seba,[19] prispieva k pozitívnemu sebahodnoteniu, reflexii o vnútorných hodnotách,[20] podporuje pocit príslušnosti (pretože sa väčšinou viaže na výrazne sociálne zážitky), a teda pomáha bojovať s osamelosťou,[21] uľavuje od pocitu existenciálnej hrozby,[22] [23] prospieva psychickej pohode [24] [25] zvyšuje životnú spokojnosť a dodáva životu zmysel[26] tým, že pripomína jedincom cenné životné okamihy.[27] Tiež je prostriedkom proti nude, zlepšuje optimizmus ohľadne budúcnosti a zmysel života.[28] Podporuje pocit kontinuity medzi minulosťou a prítomnosťou (napríklad určitá konkrétna hra ako stabilný bod života hráča). Má skôr motivačný potenciál, ale môže aj demotivovať, ak je jedinec príliš fixovaný na minulosť.[29]

[1] Naughty Dog: Crash Bandicoot. [séria]. USA, CA: Sony Computer Entertainment and Universal Interactive Studios, 1996-1998.

[2] SEDIKIDES, C. et al.: Nostalgia : Past, present and future. In *Current Directions in Psychological Science*, 2008, roč. 17, č. 5, s. 304.

[3] SEDIKIDES, C., LEUNISSEN, J., WILDSCHUT, T.: The psychological benefits of music-evoked nostalgia. In *Psychology of Music*, 2022, roč. 50, č. 6, s. 2046.

[4] HOLAK, S. L., HAVLENA, W., 1998 In BALÁŽIKOVÁ, M.: Úvod do psychológie marketingovej komunikácie. Trnava: Univerzita Sv. Cyrila a Metoda, 2021, s. 62.

[5] Sedikides et al.,2015b In WULF, T. et al.: Video Game Nostalgia and Retro Gaming. In *Media and Communication*, 2018, roč. 6, č. 2, s. 60.

[6] WILDSCHUT, T. et al., 2006 In BALÁŽIKOVÁ, M.: Úvod do psychológie marketingovej komunikácie. Trnava: Univerzita Sv. Cyrila a Metoda, 2021, s. 62.

[7] Johnson-Laird – Oatley, 1989 In WILDSCHUT, T. et al., 2006 In BALÁŽIKOVÁ, M.: Úvod do psychológie marketingovej komunikácie. Trnava: Univerzita Sv. Cyrila a Metoda, 2021, 110 s. 62.

- [8] Hepper et al., 2014 In WULF, T. et al.: Video Game Nostalgia and Retro Gaming. In *Media and Communication*, 2018, roč. 6, č. 2, s. 61.
- [9] ROUTLEDGE, C. et al.: Nostalgia as a resource for psychological health and well-being. In *Social and Personality Psychology Compass*, 2013, roč. 7, č. 11, s. 810.
- [10] SEDIKIDES, C. et al.: Nostalgia : Past, present and future. In *Current Directions in Psychological Science*, 2008, roč. 17, č. 5, s. 307.
- [11] Naughton – Vlastic, 1998 In ZHAO, G. et al, 2010 In BALÁŽIKOVÁ, M.: Úvod do psychológie marketingovej komunikácie. Trnava: Univerzita Sv. Cyrila a Metoda, 2021, s. 67.
- [12] KUSUMI, T. et al., 2010 In BALÁŽIKOVÁ, M.: Úvod do psychológie marketingovej komunikácie. Trnava: Univerzita Sv. Cyrila a Metoda, 2021, s. 67.
- [13] JOWSEY, M. H. B. M. et al., 2014 In BALÁŽIKOVÁ, M.: Úvod do psychológie marketingovej komunikácie. Trnava: Univerzita Sv. Cyrila a Metoda, 2021, s. 67.
- [14] MUEHLING, D. D., SPROTT, D. E., 2004 In BALÁŽIKOVÁ, M.: Úvod do psychológie marketingovej komunikácie. Trnava: Univerzita Sv. Cyrila a Metoda, 2021, s. 67.
- [15] MERCHANT, A., ROSE, G. M., 2013 In BALÁŽIKOVÁ, M.: Úvod do psychológie marketingovej komunikácie. Trnava: Univerzita Sv. Cyrila a Metoda, 2021, s. 67.
- [16] MUEHLING, D. D. – PASCAL, V.J., 2011 In BALÁŽIKOVÁ, M.: Úvod do psychológie marketingovej komunikácie. Trnava: Univerzita Sv. Cyrila a Metoda, 2021, s. 65.
- [17] MUEHLING, D. D. – PASCAL, V.J., 2012 In BALÁŽIKOVÁ, M.: Úvod do psychológie marketingovej komunikácie. Trnava: Univerzita Sv. Cyrila a Metoda, 2021, s. 66.
- [18] MUEHLING, D. D. – PASCAL, V.J., 2011 In BALÁŽIKOVÁ, M.: Úvod do psychológie marketingovej komunikácie. Trnava: Univerzita Sv. Cyrila a Metoda, 2021, s. 66.
- [19] SEDIKIDES, C. et al.: Nostalgia : Past, present and future. In *Current Directions in Psychological Science*, roč. 17, č. 5, 2008, s. 306.
- [20] WULF, T. et al.: Video Game Nostalgia and Retro Gaming. In *Media and Communication*, 2018, roč. 6, č. 2, s. 62.
- [21] ROUTLEDGE, C. et al.: Nostalgia as a resource for psychological health and well-being. In *Social and Personality Psychology Compass*, 2013, roč. 7, č. 11, s. 813.

[22] SEDIKIDES, C. et al.: Nostalgia : Past, present and future. In *Current Directions in Psychological Science*, 2008, roč. 17, č. 5, s. 304.

[23] Routledge et al., 2008 In SEDIKIDES, C. et al.: Nostalgia : Past, present and future. In *Current Directions in Psychological Science*, 2008, roč. 17, č. 5, s. 306.

[24] WULF, T. et al.: Video Game Nostalgia and Retro Gaming. In *Media and Communication*, 2018, roč. 6, č. 2, s. 63.

[25] ROUTLEDGE, C. et al.: Nostalgia as a resource for psychological health and well-being. In *Social and Personality Psychology Compass*, 2013, roč. 7, č. 11, s. 809.

[26] Routledge et al., 2008 In SEDIKIDES, C. et al.: Nostalgia : Past, present and future. In *Current Directions in Psychological Science*, 2008, roč. 17, č. 5, s. 306.

[27] ROUTLEDGE, C. et al.: Nostalgia as a resource for psychological health and well-being. In *Social and Personality Psychology Compass*, 2013, roč. 7, č. 11, s. 813.

[28] WULF, T. et al.: Video Game Nostalgia and Retro Gaming. In *Media and Communication*, 2018, roč. 6, č. 2, s. 63.

[29] Sedikides, Wildschut, Gaertner, Routledge, & Arndt, 2008 In SEDIKIDES, C. et al.: Nostalgia : Past, present and future. In *Current Directions in Psychological Science*, 2008, roč. 17, č. 5, s. 306.

Retrogaming

V kontexte hrania môžu byť prejavy nostalgie rôznorodé a s rozličnou mierou intenzity. Podľa H. Salmi sa môže minulosť manifestovať v súčasnosti prostredníctvom spomienok, skúseností, zvykov, artefaktov alebo komodít.[1] Pri hraní vždy svojím spôsobom nadväzujeme na minulé hráčske skúsenosti: dešifrujeme logiku, pravidlá, zápletku, mechaniky, ovládanie hier na základe skúseností z predošlých hraných titulov. Na nostalgii je výrazne založený tzv. „**retrogaming**“: a) hranie v súčasnosti na zariadeniach z minulosti; b) používanie emulátorov na hranie starších herných titulov;[2] c) všeobecná definícia subkultúry oceňujúcej staršie digitálne hry (zahŕňa zbieranie zariadení a hier aj ich hranie, webové stránky, výstavy).[3] Vo všeobecnosti „retrogaming“ vnímame ako činnosť a nostalgiu, ako relevantný sentiment. Aj moderné tituly môžu apelovať v cieľových skupinách na aspekty nostalgie prostredníctvom odkazov na minulosť: retro grafika (napríklad pixelová), audio (napríklad 8-bitová hudba), arkádový štýl, dobová symbolika, odkazy na staré značky/charaktery (napr. Teenage Mutant Ninja Turtles: Shredder's Revenge[4]) alebo na celé hry (napr. Resident Evil 2 Remake[5], pokračovania ako Mario Kart 8[6], Mortal Kombat 11[7]).

[1] SUOMINEN, J.: The Past as the Future? Nostalgia and Retrogaming in Digital Culture. [online]. [2022-09-25]. Dostupné na: <<https://eleven.fibreculturejournal.org/fcj-075-the-past-as-the-future-nostalgia-and-retrogaming-in-digital-culture/>>.

[2] Newman, 2004 In SUOMINEN, J.: The Past as the Future? Nostalgia and Retrogaming in Digital Culture. [online]. [2022-09-25]. Dostupné na: <<https://eleven.fibreculturejournal.org/fcj-075-the-past-as-the-future-nostalgia-and-retrogaming-in-digital-culture/>>.

[3] Saarikoski, 2004 In SUOMINEN, J.: The Past as the Future? Nostalgia and Retrogaming in Digital Culture. [online]. [2022-09-25]. Dostupné na: <<https://eleven.fibreculturejournal.org/fcj-075-the-past-as-the-future-nostalgia-and-retrogaming-in-digital-culture/>>.

[4] Tribute Games Inc.: Teenage Mutant Ninja Turtles: Shredder's Revenge. [digitálna hra]. Francúzsko: Dotemu, 2019.

[5] Capcom: Resident Evil 2. [digitálna hra]. Japonsko: Capcom, 2019.

[6] Nintendo EAD: Mario Kart 8. [digitálna hra]. Japonsko: Nintendo, 2014.

[7] NetherRealm Studios: Mortal combat 11. [digitálna hra]. USA: Warner Bros. Games, 2019.

Psychologické benefity pôsobenia nostalgie

Na to, aby sme mohli ťažiť z psychologických benefitov nostalgie, nemusíme reprodukovat hru presne ako bola. Napríklad Pokémon Go[1] jednoznačne nadväzuje na pôvodný Pokémon vydaný v roku 1996, ale kým mechanika zbierania Pokémonov ostala zachovaná, miesto ich chytania sa zmenilo z na augmentovanú realitu a pribudli viaceré nové prvky.[2] Mark Brown vysvetľuje úspech hry založenej na nostalgii na príklade Shovel Knight[3], odkazujúcej na 8-bitové NES (Nintendo entertainment System) hry odporúča, aby hra dobre pracujúca s nostalgiou nebola len remake (prerobenie staršej hry) pôvodnej verzie. Je potrebné, aby hra čerpala inšpirácie z viacerých zdrojov, aby stavala na tom, čo funguje, a modernizovala to, čo v predchádzajúcich verziách nefungovalo predovšetkým z dôvodu technologických limitov (možno aplikovať vylepšený zvuk, viac vrstiev grafiky, lepšie možnosti ovládania, znížiť nutnosť opakovať dlhé pasáže hry a i.).

[4]

[1] Niantic Inc.: Pokémon Go. [digitálna hra]. San Francisco : Niantic, Inc., 2012.

[2] Wulf and Baldwin, 2018 In WULF, T. et al.: Video Game Nostalgia and Retro Gaming. In *Media and Communication*, 2018, roč. 6, č. 2, s. 61.

[3] Yacht Club Games: Shovel Knight. [digitálna hra]. USA, L.A.: Yacht Club Games, 2014.

[4] Shovel Knight and Nailing Nostalgia. [online]. [2022-10-01]. Dostupné na: <<https://www.youtube.com/watch?v=rHhX5GtWNR8>>.

Otázky, úlohy a doplňujúce čítanie

- 1) *Opíšte význam prežívania negatívnych emócií pri hraní hier.*
- 2) *Vymenujte šesť základných emócií.*
- 3) *Aké typy frustrácie rozlišujeme? Ktorý typ frustrácie je želaný pri hraní?*
- 4) *Vysvetlite, prečo je frustrácia nevyhnutnou súčasťou herného zážitku.*
- 5) *Charakterizujte jednou vetou nostalgiu.*
- 6) *Ktorý herný titul vo vás evokuje nostalgické spomienky? Sú tieto spomienky skôr pozitívne alebo negatívne?*
- 7) *Vymenujte čo najviac spôsobov, akými môže hra apelovať na nostalgiu.*

Doplňujúce čítanie:

BALÁŽIKOVÁ, M.: Real-Life Frustration from Virtual Worlds: The Motivational Potential of Frustration. In *Acta Ludologica*, roč. 2, č. 1, s. 56 – 68. ISSN 2585-8599.

KAČÁNIOVÁ, M. – SVĚTLÍK, J.: Emoce. In SVĚTLÍK, J. a kol.: *Reklama : teorie, koncepce, modely*. Rzeszow : WSIZ, 2017.