

Motivácia hrať

Dôležitou zložkou osobnosti a hybnou silou každého nášho správania je motivácia. Pri hraní motivujeme seba samých k zotrvaní, progresu, tréningu; tiež môžeme motivovať spoluhráčov, dokonca oponentov napríklad vtedy, ak nechceme, aby opustili predčasne hru. Psychológia neponúka univerzálnu teóriu motivácie: v kapitole si približujeme dva základné typy motivácie (vnútornú a vonkajšiu), ako aj jej vybrané teórie: apetitívny a averzívny systém podieľajúci sa na tvorbe zábavy, teóriu sebadeterminácie, ktorá stanovuje tri kľúčové potreby (autonómia, kompetencia, príbuznosť). Dizajnéri hier by sa mali usilovať implementovať herné elementy, ktoré zodpovedajú týmto kľúčovým potrebám, pretože sú predpokladom vnútornej motivácie, rastu a pozitívneho herného zážitku. Najvýraznejšiu pozornosť venujeme podľa nášho názoru najprepracovanejšiemu súčasnemu modelu motivácie od konzultantskej spoločnosti Quantic Foundry, ktorá opisuje dvanásť hlavných motívov hrania (deštrukcia, vzrušenie, súťaživosť, komunita, výzva, stratégia, kompletizácia, sila, fantázia, príbeh, dizajn, objavovanie) a ponúka test, ktorý zobrazí hráčovi zastúpenie jednotlivých motívov na prehľadnom grafe, zodpovedajúci herný typ a odporúčania herných titulov, ktoré by sa hráčovi mohli páčiť na základe odpovedí ostatných respondentov. Poznanie motivácie hráčov je nevyhnutnou súčasťou procesu tvorby hier, aby herné elementy zodpovedali potrebám cieľovej skupiny hry. Poznanie motivácie tiež umožňuje potenciálne osloviť, prípadne odradiť niektoré typy hráčov. V akademickom výskume sa spomína v kontexte zážitku, flow, zainteresovanosti, imerzie a celkovo hernej zábavy, tiež v kontexte učenia (odmeňovania), typov hráčov, podvádžania a problémového hrania.

- Definícia a teória motivácie
- Vnútorná a vonkajšia motivácia
- Apetitívny vs. averzívny systém
- Teória sebadeterminácie
- Flow: terminologické vymedzenie a charakteristika
- Motivačný model Quantic Foundry
- Otázky, úlohy a doplňujúce čítanie

Definícia a teória motivácie

Pri akomkoľvek vytváraní obsahov by mal tvorca brať na zreteľ motiváciu konečných používateľov, pretože práve motivácia je psychický proces, ktorý usmerňuje, udržuje a poháňa každé správanie.

[1] Mohol by však podľahnúť mylnej predstave, že ak práve nevytvára (komerčné) obsahy, téme motivácie sa nemusí venovať. Motivovať ale potrebujeme aj samých seba, nútime sa do práce alebo štúdia, stanovujeme si projekty, kladieme si ciele a výzvy a každodenne potrebujeme motivovať tých, ktorí s nami pracujú, žijú, prípadne hrajú hry.

Motivácia je významná téma psychológie osobnosti. Neexistuje jednotná univerzálna teória, ale množstvo teórií motivácie (fyziologické teórie motivácie: teória udržiavania homeostázy, teória optimálnej úrovne aktivácie; evolučné a sociobiologické teórie; psychologické teórie: Maslowova teória potrieb, teória implicitných motívov a i.[2]). Samozrejme, do herného kontextu je možné zasadiť ktorúkoľvek z teórií.

[1] Hartl – Hartlová, 2004 In KUČERA, D.: *Moderní psychologie: Hlavní obory a témata současné psychologické vědy*. Praha: Grada, 2013, s.81.

[2] KUČERA, D.: *Moderní psychologie: Hlavní obory a témata současné psychologické vědy*. Praha: Grada, 2013, s. 81-84.

Vnútoraná a vonkajšia motivácia

Hoci je motivácia prezentovaná ako samostatný nezávislý psychický proces, funguje v silnej nadväznosti na ďalšie dve skupiny procesov: emocionálne a kognitívne. Motivácia je individuálna, premenlivá v čase a mení sa v intenzite a orientácii (vnútoraná vs. vonkajšia).[1] Ako základné typy rozlišujeme vnútornú motiváciu nezávislú od externej odmeny, ak sa angažujeme v činnosti pre úlohu ako takú, považujeme ju za potešujúcu a externú motiváciu, keď cieľom vykonávania činnosti je získať benefit nezávislý od danej úlohy (v hrách napríklad prestíž, poradie, herný predmet, trofej). Pritom za určitých okolností externá odmena môže mať rušivý účinok na vnútornú motiváciu.[2] [3] Podľa Reida a kol. sú pravidelne hrajúci hráči poháňaní skôr vnútornou motiváciou a príležitostní hráči skôr vonkajšou motiváciou.[4] Z pohľadu herného dizajnu sa môže javiť, že pokiaľ je hráč motivovaný hrať, je jedno či je motivovaný vnútorne, alebo externe. Externá motivácia ale môže viesť k apatickému a mechanickému spôsobu hrania (v hernej terminológii hovoríme o aktivitách ako grinding a farming), keď síce narastá čas venovaný hraniu, ale na úkor pohody hráča, avšak niektorí ju považujú aj za jeden z predpokladov problémového hrania.[5]

Poznanie motivácie hráčov je pre výskumníkov zaujímavé okrem iného aj z pohľadu toho, ktorí hráči sú náchylní k problematickému používaniu hier, vývojárom v nadväznosti na typológiu asistuje poznanie motivácie v tom, ako pritiahnúť alebo odradiť niektoré typy hráčov. Aj keď sa situácia v tomto kontexte zlepšuje, na hry a hráčov sa viac-menej stále nazerá ako na jednoliatu skupinu. To je limitujúci pohľad a je potrebné si uvedomovať, že rozliční hráči volia rozličné hry z rozličných dôvodov (aby naplnili rozličné potreby) a ten istý herný titul preto môže mať rôzny význam a pôsobenie na rôznych hráčov.

[1] Ryan-Deci, 2000 In REID, G.: Motivation in video games: a literature review. In *The Computer Games Journal*, roč. 1, č. 2, 2012 s. 71.

[2] HODENT, C.: *Gamer's brain: How neuroscience and UX can impact video game design*. USA: CRC Press, 2018, s. 67.

[3] UYSAL, A., YILDIRIM, I. G.: Self-Determination Theory in Digital Games. In BOSTAN, B.: *Gamer Psychology and Behavior*. Švajčiarsko : Springer, 2016, s. 126.

[4] REID, G.: Motivation in video games: a literature review. In *The Computer Games Journal*, roč. 1, č. 2, 2012 s. 70.

[5] King and Delfabbro 2009 In UYSAL, A., YILDIRIM, I. G.: Self-Determination Theory in Digital Games. In BOSTAN, B.: *Gamer Psychology and Behavior*. Švajčiarsko : Springer, 2016, s. 128.

Apetitívny vs. averzívny systém

Jedna z najzákladnejších a evolučne ukotvených teórií motivácie hovorí, že disponujeme dvoma základnými motivačnými systémami. Jeden generuje správanie zamerané na približovanie sa k žiadaným objektom (potrava, priatelia, magický meč), ide o apetitívny systém, druhý je asociovaný s vyhýbaním sa neželaným predmetom a zážitkom a nazývame ho averzívny systém. V kontexte hrania je zaujímavé práve to, že aby bola aktivita vnímaná ako zábavná, mali by sa oba tieto motivačné systémy aktivovať v približne rovnakom čase. Hranie hier teda robí zábavnými práve motivačný mechanizmus, ktorý máme dlho zakorenený a je spoločný pre viacero živočíšnych druhov. Tendenciu najviac hrať (čo do frekvencie) majú tí, ktorí vykazujú vysokú apetitívnu aktiváciu, teda mladí muži, najmenej tí, ktorí majú nízku apetitívnu aktiváciu (staršie ženy), čo súhlasí aj s demografickými údajmi o hraní hier. Hráči s vysokou mierou apetitívnej aktivácie (mladí muži) preferujú skôr negatívne, vzrušujúce komplexné hry, hráči s nízkou mierou apetitívnej aktivácie (staršie ženy) uprednostňujú hry tradičné a vyvolávajúce nízku mieru negatívnej emocionality (napr. Candy Crush[1], The Sims[2]). [3]

[1] King.com: Candy Crush Saga. [digitálna hra]. Malta : King.com, 2012.

[2] Electronic Arts. The Sims. (séria).[digitálna hra]. Redwood City, CA: Electronic Arts, 2000-2014.

[3] COULSON, M., FERGUSON, C.: The Influence of Digital Games on Aggression and Violent Crime. In: R. KOWERT and T. QUANDT (eds.): *The Video Game Debate: Unravelling the Physical, Social, and Psychological Effects of Video Games*. Londýn, New York : Routledge, 2015, s. 56

Teória sebadeterminácie

Táto teória je dominantnou teóriou vnútornej motivácie.[1] Hovorí, že človek chce prirodzene rásť a na ten účel naplňa tri kľúčové univerzálne a vrodené potreby:

- **Kompetenciu:** potrebu kontrolovať svoje výstupy a prostredie. Kompetenciu narúšajú príliš jednoduché alebo naopak, príliš náročné úlohy.
- **Príbuznosť:** potrebu integrovať sa s inými a cítiť príslušnosť k iným.
- **Autonómiu:** potrebu mať kontrolu nad svojím životom, mať možnosti výberu, sebavyjadrenia a slobodnej voľby. Autonómii bránia aktivity, ktoré sú nútené, kontrolujúce a v protiklade s presvedčeniami jedinca.[2] [3]

Naplnenie týchto kľúčových potrieb je nielen predpokladom vzniku vnútornej motivácie hráč, ale aj pozitívneho herného zážitku, potešenia z hrania a imerzie (ponorenia sa do hry).

[1] HODENT, C.: *Gamer's brain: How neuroscience and UX can impact video game design*. USA: CRC Press, 2018, s. 68.

[2] Ryan-Deci, 2000 In REID, G.: *Motivation in video games: a literature review*. In *The Computer Games Journal*, roč. 1, č. 2, 2012 s. 72.

[3] UYSAL, A., YILDIRIM, I. G.: *Self-Determination Theory in Digital Games*. In BOSTAN, B.: *Gamer Psychology and Behavior*. Švajčiarsko : Springer, 2016, s. 129.

Flow: terminologické vymedzenie a charakteristika

S vnútornou motiváciou je úzko spätý aj Csikszentmihalyiho termín flow. Flow je pozitívne vnímaný stav mysle, stav optimálnej skúsenosti, keď je osoba ponorená do vykonávania úlohy, úplne sa sústreďí iba na danú úlohu a zabúda na svet okolo seba a dokonca aj na niektoré svoje potreby (napríklad potrava, spánok). Flow sa môže týkať akejkolvek ľudskej činnosti, je sám o sebe odmeňujúcim stavom (generuje pocity potešenia a zábavy), motivuje jedinca k tomu, aby sa ho snažil opakovane dosiahnuť a pomáha učeniu.[1] [2] [3]

Na dosiahnutie stavu flow musia byť splnené nasledovné podmienky: úloha musí byť vnímaná ako zmysluplná, ciele musia byť jasne dané a zrozumiteľné, musí byť daná priama, jednoznačná a relevantná spätná väzba, úloha musí reflektovať rovnováhu medzi schopnosťami vykonávateľa a výzvou, ktorá sa k úlohe viaže, teda náročnosťou danej úlohy. Človek sa musí na úlohu plne sústreďiť, čiže z pohľadu dizajnu úlohy sa musí snažiť eliminovať rozptyľujúce faktory. Ďalšími znakmi flow sú nedostatok uvedomenia telesných potrieb a prostredia, strata sebauvedomenia, absencia strachu zo zlyhania a narušené vnímanie plynutia času. [4] [5]

Pri dizajne digitálnych hier by sme sa podľa Chena nemali zaoberať tým, či je stav flow vôbec dôležitý, ale tým, ako dlho ho dokážeme udržať. Podmienky flow môžeme použiť ako odporúčania k tomu, ako v hre využiť facilitáciu fenoménu flow. Napríklad minimalizujeme rozptýlenia v hre jednoduchosťou alebo i tým, že hráč má v hre lepšie schopnosti, než by to bolo v realite. Taktiež musíme dávať pozor na tzv. únavu z rozhodovania.[6]

Na doplnenie treba poznamenať, že v odbore psychológie digitálnych hier existujú výrazné terminologické nezrovnalosti medzi termínmi imerzia (angl. immersion), „presence“ (účasť), zainteresovanosť (angl. engagement) a flow. Kým flow je ideálnou extrémnou skúsenosťou a je charakterizovaná výsostne pozitívne, imerzia nie je extrémna a dokonca nemusí byť vždy potešujúca.[7] Flow a imerzia ale majú viaceré spoločné znaky, napr. koncentráciu, stratu poňatia o čase a stratu sebauvedomenia.[8] Podľa niektorých imerzia pôsobí ako predchodca flow[9] a k tomuto vnímaniu sa prikláňame. Z hľadiska rozlíšenia medzi imerziou a zainteresovanosťou možno poukázať na to, že v niektorých kontextoch sa imerzia týka fantazijných a naratívnych aspektov a zainteresovanosť sa skôr viaže k hrateľnosti alebo sa považuje skôr za zámernú.[10] Niekedy sa zainteresovanosť vníma ako nižšia úroveň imerzie na kontinuu, zainteresovanosť (angl. engagement) ® pohltenie (angl. engrossment) ® imerzia (angl. immersion).

[11] Kým „presence“ je pocit, že fyzicky sme vo virtuálnom svete, flow je pocit týkajúci sa toho, že niečo vo virtuálnom svete robíme. Heeter zase definuje „presence“ ako imerziu (vnorenie sa) do prostredia. [12]

[1] REID, G.: Motivation in video games: a literature review. In *The Computer Games Journal*, roč. 1, č. 2, 2012 s. 72.

[2] HODENT, C.: *Gamer's brain: How neuroscience and UX can impact video game design*. USA: CRC Press, 2018, s. 68.

[3] MURPHY, C., CHERTOFF, D., GUERRERO, M., MOFFITT, K.: *Design Better Games: Flow, Motivation, And Fun*. In COLEMAN, S., HUSSAIN, T. (Eds): *Design and Development of Training Games*. USA : Cambridge University Press, 2014, s. 147.

[4] REID, G.: Motivation in video games: a literature review. In *The Computer Games Journal*, roč. 1, č. 2, 2012 s. 72.

[5] HODENT, C.: *Gamer's brain: How neuroscience and UX can impact video game design*. USA: CRC Press, 2018, s. 68.

[6] Schnell, 2008 In MURPHY, C., CHERTOFF, D., GUERRERO, M., MOFFITT, K.: *Design Better Games: Flow, Motivation, And Fun*. In COLEMAN, S., HUSSAIN, T. (Eds): *Design and Development of Training Games*. USA : Cambridge University Press, 2014, s. 153.

[7] CURRAN, N.: Factors of Immersion. In Norman, K. L., Kirakowski, J. (Eds.): *The Wiley Handbook of Human Computer Interaction*. USA : John Wiley & Sons Ltd., 2018. s. 240.

[8] MICHAILIDIS, L., BALAGUER-BALLESTER, E, HE, X.: Flow and Immersion in Video Games: The Aftermath of a Conceptual Challenge. In *Frontiers in Psychology*, roč. 9/2018, s. 1.

[9] MICHAILIDIS, L., BALAGUER-BALLESTER, E, HE, X.: Flow and Immersion in Video Games: The Aftermath of a Conceptual Challenge. In *Frontiers in Psychology*, roč. 9/2018, s. 2.

[10] CURRAN, N.: Factors of Immersion. In Norman, K. L., Kirakowski, J. (Eds.): *The Wiley Handbook of Human Computer Interaction*. USA : John Wiley & Sons Ltd., 2018. s. 245.

[11] Brown, Cairns, 2004 In CURRAN, N.: Factors of Immersion. In Norman, K. L., Kirakowski, J. (Eds.): *The Wiley Handbook of Human Computer Interaction*. USA : John Wiley & Sons Ltd., 2018. s. 240.

[12] Heeter, 1992 In MURPHY, C., CHERTOFF, D., GUERRERO, M., MOFFITT, K.: Design Better Games: Flow, Motivation, And Fun. In COLEMAN, S., HUSSAIN, T. (Eds): *Design and Development of Training Games*. USA : Cambridge University Press, 2014, s. 175.

Motivačný model Quantic Foundry

Quantic Foundry je konzultantská spoločnosť so sídlom v Kalifornii, ktorú založili v roku 2015 akademici Nick Yee a Nicolas Ducheneaut.[1] Svoj záujem sústreďujú predovšetkým na výskum motivácie hrania, okrem profilov hráčov a cieľových skupín vytvárajú aj komerčné správy ohľadne demografie hráčov a vnímania herných titulov. Prostredníctvom svojho webu zozbierali dáta od vyše 1,25 milióna hráčov.[2] Výstupom ich výskumu, ako aj v súčasnosti pravdepodobne najprepracovanejšou a najpodrobnejšou teóriou hráčskej motivácie je súbor dvanástich motívov v šiestich dvojiciach a troch zhlukoch.[3] V tabuľke nižšie ponúkame základný prehľad týchto motívov, ktoré v texte nižšie podrobnejšie charakterizujeme. Jednotlivým zhlukom v hornom riadku zodpovedajú motívy v stĺpcoch.

<i>akcia</i>	<i>socializácia</i>	<i>majstrovstvo</i>	<i>výkon</i>	<i>imerzia</i>	<i>kreativita</i>
deštrukcia	súťaživosť	výzva	kompletizácia	fantázia	dizajn
vzrušenie	komunita	stratégia	sila	príbeh	objavovanie

Tab. 1 Model hráčskej motivácie podľa Quantic Foundry[4]

Hráči skórujúci vysoko na zhluku **Akcia** obľubujú hry s rýchlejším tempom, s množstvom akcie a dramatických efektov. Ak je u nich výrazný motív deštrukcie, majú radi ničenie, výbuchy, pôsobivé vizuálne efekty a veľký výber zbraní. Takíto hráči veľakrát nachádzajú aj v „mierumilovných“ hrách spôsoby, ako ničiť alebo zabíjať. Hráči motivovaní vzrušením obľubujú rýchle tempo hrania, preferujú hry, ktoré vyvolávajú prílev adrenalínu (napr. desivé). Pri hraní chcú byť prekvapovaní a odmeňovaní za rýchle reakcie. Motívy patriace do zhluku **socializácie** reflektujú dva póly: súťaženie a spoluprácu. Hráči výrazne motivovaní súťažením obľubujú zápasy a duely, ale ich súťaživosť sa nemusí prejaviť iba v boji, ale napríklad i tým, že chcú byť najlepším „healerom“ (pozn.: charakter s ozdravovacími schopnosťami) v skupine alebo mať v hre najvyššie skóre spomedzi priateľov. Jedinci výrazne motivovaní komunitou obľubujú interakciu s ostatnými, čítanie, spoločné akcie v rámci hry aj mimo hry (napríklad hráči Pokémon Go[5] z jedného mesta sa idú po spoločnom „raide“ [vpád, akcia] spolu zabaviť do podniku). Na druhej strane tí, ktorí majú nízke sociálne skóre, preferujú sólo hru. Hráči vykazujúci vysoké skóre na motívoch patriacich do zhluku **majstrovstvo**, majú radi komplexné a strategické hry, preferujú hry, ktoré vyžadujú schopnosti a herné skúsenosti, plánovanie a rozhodovanie. Sú vytrvalí a hranie trénujú, chcú zvládnuť najobťažnejšiu náročnosť hry, najzložitejšie misie, nepriateľov alebo levely. Niekedy si sami kladú výzvy za hranicami toho, ako vývojári zamýšľali prejsť napríklad násilnú hru bez toho, aby niekoho zabili, prípadne snažia hru alebo jej pasáž prejsť čo najrýchlejšie (tzv. speedrunning).

Hráči s nízkym skóre na motívoch majstrovstva preferujú hry, ktoré odpúšťajú pochybenia, sú spontánne, pri ktorých sa nezaseknú pridlho na jednom úseku, kde je ovládanie skôr intuitívne. Zhluk zameraný na dosahovanie **výkonu** zahŕňa motívy kompletizácie a sily. Výrazný motív kompletizácie sa prejavuje snahou dosiahnuť v hre všetko, čo je možné, a dokončiť všetko, čo ponúka: prejsť každú misiu, získať každú zbraň, nájsť každú skrytú lokalitu, získať všetky „achievements“ (úspechy, ciele) preskúmať všetky verzie príbehu a i. Hráč výrazne motivovaný silou sa chce v hre stať vplyvným, dominovať, mať najlepšie zbrane a dostatok až prebytok zdrojov. Tí, ktorí skórujú vysoko na dimenzii **imerzie**, vyhľadávajú hry so zaujímavým zasadením, naratívom a možnosťami prispôsobenia. Príkladom hry naplňajúcej tieto motívy je Red Dead Redemption 2[6]. Hráčov s nízkym skóre v tejto skupine preferencií nezaujíma až natoľko naratív, ale potrpia si na kvalitné herné mechaniky, akými disponuje napríklad hra Nidhogg[7]. Hráči málo motivovaní príbehom často preskakujú dialógy, úvodné videá a tutoriály alebo opisy úloh. A napokon hráči s vysokou mierou **kreativity** veľa experimentujú s herným svetom, napríklad vyhľadávajú „easter eggs“ (prekvapenie alebo skrytá funkcia videohry). Hráči nízko skórujúci v dimenzii kreativity sú prakticky zameraní a akceptujú herné svety také, aké sú.

[1] *Our Team*. [online]. [2022-10-20]. Dostupné na: <<https://quanticfoundry.com/#team>>.

[2] *Our Gamer Motivation Model*. [online]. [2022-10-20]. Dostupné na: <<https://quanticfoundry.com/#motivation-model>>.

[3] *Gamer Motivation Model: reference sheets & details*. [online]. [2022-10-20]. Dostupné na: <<https://quanticfoundry.com/wp-content/uploads/2019/04/Gamer-Motivation-Model-Reference.pdf>>.

[4] *Our Gamer Motivation Model*. [online]. [2022-10-20]. Dostupné na: <<https://quanticfoundry.com/#motivation-model>>.

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

[6] Rockstar Studios: Red Dead Redemption 2. [digitálna hra]. USA, NY : Rockstar Games, 2018.

[7] Messhof Games: Nidhogg. [digitálna hra]. USA : Messhof Games, 2014.

Otázky, úlohy a doplňujúce čítanie

- 1) Chodte na stránku www.quanticrofoundry.com a urobte si motivačný profil hráča (angl. Gamer Motivation Profile).
- 2) Koľko motívov vyšpecifikovali výskumníci zo spoločnosti Quantic Foundry? Uvedte príklad na to, ako sa pri hraní prejavuje jeden z týchto motívov.
- 3) Vymenujte tri úrovne zainteresovanosti.
- 4) Ktoré motívy zdôrazňuje teória sebadeterminácie? Ktorými elementmi herného dizajnu môžeme tieto potreby podporovať?
- 5) Vysvetlite termín v kontexte digitálnych hier:
 - a) „flow“
 - b) „presence“
 - c) imerzia
- 6) Je imerzia vždy iba pozitívny zážitok?

Doplňujúce čítanie:

MICHAILIDIS, L., BALAGUER-BALLESTER, E., HE, X.: Flow and Immersion in Video Games: The Aftermath of a Conceptual Challenge. In *Frontiers in Psychology*, roč. 9/2018. ISSN 1664-1078.

MURPHY, C., CHERTOFF, D., GUERRERO, M., MOFFITT, K.: Design Better Games: Flow, Motivation, And Fun. In COLEMAN, S., HUSSAIN, T. (Eds): *Design and Development of Training Games*. USA : Cambridge University Press, 2014, s. 146 – 178.

The 9 Quantic Gamer Types. [online]. [2022-10-20]. Dostupné na: <https://quanticrofoundry.com/gamer-types/>.