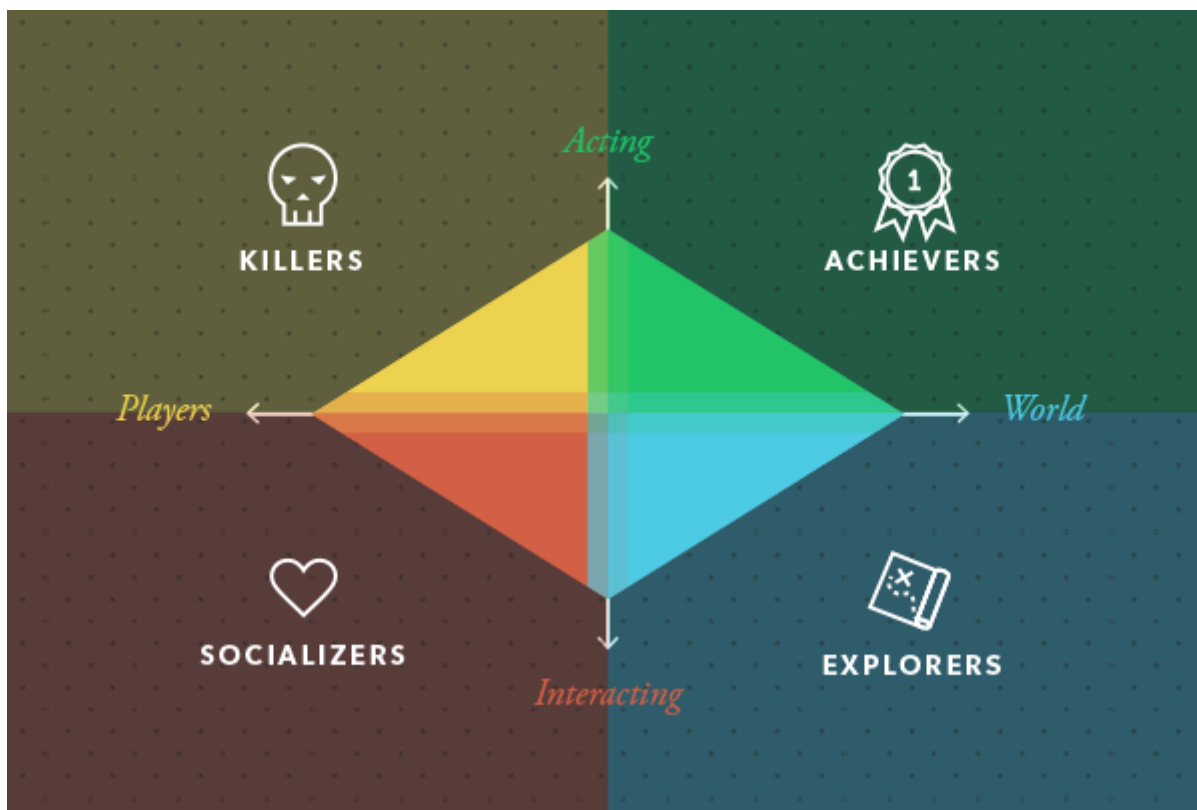


Bartlova typológia hráčov

Angličan Richard Allan Bartle, Ph.D., spolutvorca prvého Multi-User Dungeon z roku 1978 a významný odborník z oblasti umelej inteligencie a digitálnych hier, ako aj profesor na Essex University[13] vytvoril najčastejšie citovanú typológiu hráčov, ktorá sa primárne orientuje na online hry pre viacerých hráčov (MUD a MMORPG). Kvalitatívne ladená typológia, ktorá bola pôvodne odpoveďou na otázku, čo hráči považujú za zábavu pri hraní, klasifikuje hráčov do štyroch základných typov umiestnených na dvoch osiach (pozri obrázok 1). Neskôr model rozšíril o tretiu os (implicitná vs. explicitná) a každý typ hráčov rozdelil na dva podtypy.



Obr. 1 Typy hráčov podľa Bartla[14]

Achieveri (v angl. achievers = úspešní hráči) sú zameraní na dosahovanie cieľov, úspechu, či už vo forme bodov, prechádzania levelov, získania herných predmetov, otvárania častí hry alebo predbehnutia súperov v rankingu (na hráčskej pozícii). V rámci osí interakcia - akcia a hráči - herný svet sa primárne orientujú na konanie v hernom svete (pravý horný kvadrant). Ich cieľom je zlepšiť sa, prekonať seba a iných, vyhrať. Explicitný podtyp tohto typu označuje plánovača (angl. planner) - pri postupe hrou je organizovaný a systematický, kým implicitný subtyp oportunist (angl. opportunist) nie je pri postupe taký systematický, hru prechádza podľa nálady alebo preferencií. [15]

Exploreri (angl. explorers = bádatelia) sa zabávajú interagovaním s virtuálnym svetom. V rámci osí interakcia - akcia a hráči - herný svet sa primárne orientujú na interakciu s herným svetom

(pravý dolný kvadrant). Radi získavajú informácie o tom, ako daný virtuálny svet funguje, radi objavujú a hľadajú nové cesty. Objavovanie virtuálneho sveta predstavuje pre nich určitý spôsob trávenia voľného času. Kým explicitný subtyp explorera vedec (angl. scientist) pri objavovaní postupuje systematicky, implicitný heker (angl. hacker) postupuje skôr na základe intuície.[16]

Socializeri (angl. socializers) sa pri hraní zameriavajú na interakciu s ostatnými hráčmi (ľavý dolný kvadrant na obr. 1). Virtuálny svet je pre nich miestom zábavy a nadväzovania kontaktov.[17] Neraz sú to hráči, ktorí organizujú stretnutia skupín v rámci hry aj mimo herného sveta (napríklad tzv. raidy [vpády, akcie] v Pokémon Go[18], v ktorých sa spája hranie hry s reálnym svetom) alebo sú veľmi aktívni na sociálnych sieťach súvisiacich s hrou. Explicitný podtyp nazývaný „networker“ otvorene interaguje v hernom kontexte aj s cudzincami, implicitný podtyp priateľ (angl. friend) interaguje primárne s ľuďmi, ktorých pozná dlhšie.[19]

Keď sa pozrieme na obrázok 1, hlavnou náplňou zabijakov (angl. killers) vo virtuálnom svete je zaobchádzanie s inými, vplyvanie na iných. Výraznou motiváciou je túžba dominovať. Virtuálny svet často vnímajú ako šport. Explicitný typ politika (angl. politician) je skôr vodcovský a koná otvorene, implicitný griefer sa mnohokrát snaží dosiahnuť svoje aj za cenu nepríjemností spôsobených iným a s prejavmi ako klebetenie, kritizovanie, sťažovanie sa až šikanovanie. Grieferi často vzbudzujú vinu, príkladom je partner/ka, ktorý/á hovorí: „ty sa len hraješ s nimi, ja tu budem sama, opustený/á ...“[20]

Vo všeobecnosti sa achieveri a exploreri zaujímajú skôr o herný svet než o ostatných hráčov a socializeri a killeri skôr o interakciu s inými hráčmi než o herný svet. Existuje test zaradenia medzi Bartlove typy, ktorý ale nevytvoril samotný Bartle, ale Erwin S. Andreasen a Brandon A. Downey. Výsledkom testu sú tri písmená reprezentujúce tzv. Bartlov kvocient, pričom prvé písmeno znamená typologický názov prezentujúci primárny herný štýl hráča. Napríklad ASK znamená, že hráč je primárne achiever, potom socializer a nakoniec killer.[21]

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

[2] Playrix Entertainment: Homescapes. [digitálna hra]. Rusko: Playrix Entertainment, 2017.

[3] CLEMENT, J.: Number of video gamers worldwide 2021, by region. [online]. [2022-08-11]. Dostupné na: <<https://www.statista.com/statistics/293304/number-video-gamers/>>.

[4] VYSEKALOVÁ, J. a kol. Chování zákazníka: Jak odkrýt tajemství "černé skříňky". Praha : Grada, 2011, s. 228.

[5] Ip et al., 2008 In JIMENEZ, N. a kol.: What kind of video gamer are you? In *Journal of Consumer Marketing*, 2019, roč. 36, č.1, s. 222.

[6] MAGO, Z. – MIKULÁŠ, P.: Hráči počítačových hier ako cieľová skupina marketingovej komunikácie. In ĎZUPINA, M. a kol.: *Analýza a výskum v marketingovej komunikácii*. Nitra : Univerzita Konštantína filozofa v Nitre, 2012, s. 218 – 219.

[7] Tseng 2011 In JIMENEZ, N. a kol.: What kind of video gamer are you? In *Journal of Consumer Marketing*, 2019, roč. 36, č.1, s. 222.

[8] Drachen et al., 2009 In JIMENEZ, N. a kol.: What kind of video gamer are you? In *Journal of Consumer Marketing*, 2019, roč. 36, č.1, s. 222.

- [9] Braun et al., 2016 In JIMENEZ, N. a kol.: What kind of video gamer are you? In *Journal of Consumer Marketing*, 2019, roč. 36, č.1, s. 222.
- [10] SCHUURMAN, D. et al.: Fanboys, Competers, Escapists and Time-killers: a Typology based on Gamers' Motivations for Playing Video Games. In TSEKERIDOU, S., CHEOK, A. D. (eds.): DIMEA '08: Third International Conference on Digital Interactive Media in Entertainment and Arts. USA, NY : Association for Computing Machinery, 2008, s. 46.
- [11] MIKULÁŠ, P.: *Úvod do problematiky mediálnych produktov*. Bratislava : Európska Akadémia Manažmentu, Marketingu a Médií, 2020, s. 6-14.
- [12] Valve Corporation: Counter-Strike: Global Offensive [digitálna hra]. USA: Valve Corporation, 2012.
- [13] Dr Richard Bartle. [online]. [2022-08-01]. Dostupné na: <<https://www.essex.ac.uk/people/bartl01006/richard-bartle>>.
- [14] KYATRIC.: *Bartle's Taxonomy of Player Types (And Why It Doesn't Apply to Everything)*. [online]. [2022-8-12]. Dostupné na: <<https://gamedevelopment.tutsplus.com/articles/bartles-taxonomy-of-player-types-and-why-it-doesnt-apply-to-everything--gamedev-4173>>.
- [15] BARTLE, R. *Designing Virtual Worlds*. New Riders, 2003, s. 174-176, 226.
- [16] Ibid.
- [17] BARTLE, R. *Designing Virtual Worlds*. New Riders, 2003, s. 174-176.
- [18] Niantic Inc.: Pokémon Go. [digitálna hra]. San Francisco : Niantic, Inc., 2012.
- [19] BARTLE, R. *Designing Virtual Worlds*. New Riders, 2003, s. 223.
- [20] BARTLE, R. *Designing Virtual Worlds*. New Riders, 2003, s. 174-176, 223.
- [21] BARTLE, R. *Designing Virtual Worlds*. New Riders, 2003, s. 194.
- [22] Niantic Inc.: Pokémon Go. [digitálna hra]. San Francisco : Niantic, Inc., 2012.
- [23] Maxis: The Sims. [séria]. Redwood city, CA :Electronic Arts, 2004-2022.
- [24] BARTLE, R. *Designing Virtual Worlds*. New Riders, 2003, s. 178.
- [25] BARTLE, R. *Designing Virtual Worlds*. New Riders, 2003, s. 179.
- [26] BARTLE, R. *Designing Virtual Worlds*. New Riders, 2003, s. 181.
- [27] Ibid.
- [28] Yee, N.: Motivations for Play in Online Games. In *CyberPsychology and Behavior*, 2006, roč. 9, č. 6, s. 772.