

Čo je to typológia

Na počiatku hernej histórie boli hry jednoduché, založené zväčša na jednom princípe a značne obmedzované hardvérom, čo limitovalo aj ich cieľovú skupinu. Dnes termín digitálna hra pokrýva rozsiahlu škálu herných mechaník, naratívnej komplexnosti, ovládania či grafiky a zahŕňa hráčov s rôznorodými motívami a preferenciami. Hráčkou je šesťdesiatnička hrajúca na mobilnom zariadení Candy Crush Saga[1] a Homescapes[2], ale aj študent teórie digitálnych hier, hrajúci profesionálne elektronický šport za univerzitný herný tím. Pozerať na hráčov ako na jednoliatu skupinu je dnes preto zastaraný pohľad. Je dobré si pripomínať, že svetovo herná komunita postihuje 3,2 miliardy hráčov[3]. Každý z nich je jedinečnou individualitou, ktorú ale pri výskume a tvorbe hier nemáme kapacitu pochopiť a opísať. Pomáhame si preto konceptom typológie, teda rozčlenením osôb, objektov alebo javov do skupín podľa istého kritéria. V tejto kapitole si predstavíme základné prístupy k hráčskym typológiám a najznámejšiu typológiu hráčov.

Za najstaršiu typológiu vôbec by sme teoreticky mohli považovať delenie ľudí podľa znamení zverokruhu, ktoré historicky siaha do doby tritisíc rokov pred naším letopočtom. Za najstaršiu typológiu na poli psychológie sa väčšinou považuje Hippokratova humorálna typológia z 5. stor. pred n. l., ktorá delí ľudí na cholerikov, sangvinikov, melancholikov a flegmatikov podľa tekutiny dominujúcej v organizme.[4] Hoci dnes je tento pohľad na determináciu správania prekonaný, označenia flegmatik, cholerik, sangvinik a melancholik v psychológii aj bežnej reči ostali pravdepodobne zásluhou Hansa Jurgena Eyesencka, ktorý ich použil vo svojom chápaní osobnosti.

Kritérií klasifikácie hráčov existuje nepreberné množstvo, uvedieme si v krátkosti najčastejšie prístupy k hráčskej typológii. Pri výbere typológie vždy z pohľadu pracovníka herného odvetvia zohľadňujeme naše špecifické potreby (napr. propagácia – zacielenie v určitom médiu, výskumné ciele, charakter hry – napríklad ak potrebujeme prilákať do hry určitý typ hráča). Nájsť rovnováhu pri miere špecifikácie typov je náročné, problematické je aj príliš široké vymedzenie, aj príliš úzke, limitujúce. Stále je možnosť kombinovať viacero kritérií (typológií) alebo typy doplniť napríklad charakteristikou tzv. persón našich používateľov.

Typy hráčov môžeme stanoviť na základe:

- **Demografie.** Najčastejšie používaným kritériom je geografická oblasť, vek a pohlavie. Častou chybou je podceňovanie podielu ženských hráčov.
- **Času stráveného hraním.** Ip a kol.[5] rozlišujú častých hráčov, pravidelných hráčov, nepravidelných hráčov a nehráčov. Častým delením je klasifikácia na casual (príležitostného) hráča, midcore hráča, hardcore hráča a nehráča. Mago a Mikuláš[6] poskytujú komplexnú klasifikáciu hráčov podľa času venovanému hraniu a delia ich na nováčikov, príležitostných hráčov, softcore hráčov, hardcore hráčov a profesionálnych hráčov. Problémom je, že typológie založené na frekvencii hrania sa vyskytujú naprieč hráčskym správaním, napríklad sociálne zameraný hráč (v Bartlovej typológii, o ktorej si povieme o chvíľu, hráč označovaný ako „socializer“) môže mať formu aj casual, aj midcore, aj hardcore. Navyše frekvencia pri jednotlivých typoch nie je stanovená

jednotne, väčšinou si ju každý výskumník určuje individuálne, čo spôsobuje problémy pri porovnávaní výsledkov výskumov. Zameranie na frekvenciu hrania a s tým súvisiace hrácke skúsenosti by sme nemali opomínať pri výskume zameranom na hodnotenie schopností vznikajúcich pri hraní, napríklad pri téme kognitívnych dôsledkov hrania.

- **Herného štýlu.** Tseng[7] v tomto kontexte rozlišuje agresívneho hráča, sociálneho hráča a neaktívneho hráča. Drachen a kol.[8] hovoria o typoch: veterán (angl. veteran), riešiteľ (angl. solver), pacifista (angl. pacifist) a bežec (angl. runner).
- **Osobnostných črt.** V psychológii osobnosti sa najčastejšie uvádza typológia Myers Briggs alebo typológia Big 5 (niekedy nazývaná aj OCEAN).
- **Hernej závislosti:** napríklad nehráči (angl. nongamers), pravidelní hráči (angl. regular gamers) a závislí od hier (angl. gaming addicts).[9]
- **Motívov hrania.** Schuurmann a kol.[10] rozdelil na základe výrokov o motivácii na Likertovej škále takmer tritisíc flámskych hráčov na: **celkovo presvedčených hráčov** (angl. overall convinced gamers), pre ktorých je hranie súčasťou identity a sú vysoko motivovaní hrať hry; **presvedčených kompetitívnych (súťaživých) hráčov** (angl. convinced competitive gamers), ktorí dosiahli vysokú motiváciu v zhlukoch súťaženie a výzva, ale nízku motiváciu s preferenciou byť pri hraní niekým iným, skúmať nové svety a byť sociálny; **eskapistických hráčov** – hľadajúcich rozptýlenie v imaginárnom svete (angl. escapist gamers) a **voľnočasových hráčov** (angl. pass-time gamers). Deväť typov hráčov na základe motivácie vyšpecifikovala aj spoločnosť Quantic Foundry, ktorej rozsiahlemu výskumu sa budeme venovať v kapitole o motivácii a ktorej typy nájdete opísané na ich internetovej stránke.
- **Preferencie žánru:** žáner patrí k zásadným rozlišovaním znakom nielen hier, ale aj mediálnych produktov vo všeobecnosti. V mnohých prípadoch platí, že hráči sa zameriavajú výlučne na niektorý herný žáner (napríklad MMORPG) a ostatné reflektujú menej (bližšie k žánrovej analýze pozri Mikuláš, 2020[11]).
- **Oblíbených hier:** napríklad hráči CS: GO[12];
- **Nákupov v rámci hry.**

Možno si kladiete otázku, na čo vlastne typológie použiť. Vo všeobecnosti sa používajú pri tvorbe obsahu a jeho prispôbeniu sa individuálnym potrebám klienta v snahe spoznať cieľové publikum alebo používateľov a vytvoriť produkt alebo komunikáciu, ktorá bude presne zodpovedať ich potrebám. V marketingu sa používajú na čo najpresnejšie zacielenie komunikácie a na voľbu vhodného prevedenia kampane a médií. Pri tvorbe digitálnych hier sa využívajú na tvorbu stratégií na udržanie hráčov, na ich prilákanie, menej často na „odlákavie“ určitého typu z herného sveta. Vo všeobecnosti predovšetkým na pochopenie správania hráčov, čo sa potom opäť využíva na prediktívne účely. Vyššie uvedené typy sú viac-menej statické a autori sa nevenujú dynamike medzi jednotlivými typmi, výnimkou je azda najznámejšia typológia hráčov, na ktorú sa teraz podrobne pozrieme.

[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.

Revision #5

Created 15 January 2023 15:08:29 by Admin

Updated 17 January 2023 14:54:44 by Admin