

Replay

The Polish Journal of Game Studies

Replay – The Polish Journal of Game Studies (ISSN: 2391–8551) is devoted to interdisciplinary study of games, gaming, and gamers. We publish original research results conducted from different perspectives – cultural, sociological, and philosophical among others, with a strong focus on the history of digital games. We wish to develop a common language digital games scholars could use independently from the perspectives they employ. For this reason, we also welcome papers concerning the typology of digital games and its corresponding terminology. The journal publishes papers both in Polish and English.

Kolegium redakcyjne/Editorial Board

Redaktorzy założyciele/Founding Editors: Maria B. Garda, Paweł Grabarczyk
Redaktor naczelny/Editor-in-Chief: Paweł Grabarczyk
Zastępczyni redaktora naczelnego/Deputy Editor-in-Chief:
Dominika Staszenko-Chojnacka
Członkowie redakcji/Editorial Board Members
Maria B. Garda, Stanisław Krawczyk, Magdalena Kozyra
Sekretarz redakcji/Editorial Secretary: Marcin M. Chojnacki

Rada naukowa/Academic Advisory Board:

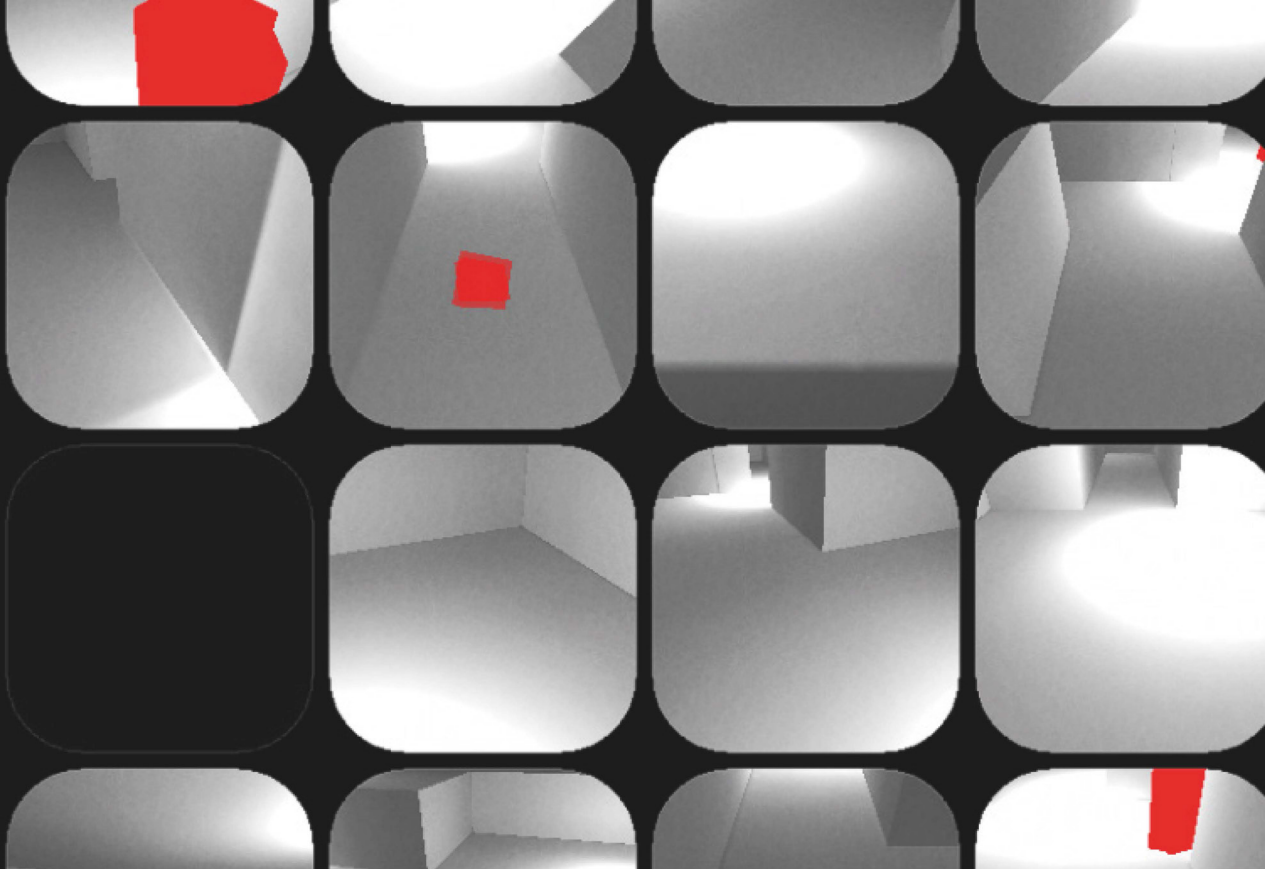
Przewodniczący/Chairman:
dr hab. prof. Uł. Piotr Sitarski

Członkowie/Members:
prof. dr hab. Ryszard W. Kluszczyński (University of Łódź)
dr hab. prof. SWPS Mirosław Filiciak (University of Social Sciences and Humanities)
Graeme Kirkpatrick, Ph.D. (University of Manchester)
Jaakko Suominen, Ph.D. (University of Turku)
Melanie Swalwell, Ph.D. (Flinders University)

Adres redakcji/Editors address:

Katedra Filmu i Mediów Audiowizualnych
Wydział Filologiczny, Uniwersytet Łódzki
90-236 Łódź, ul. Pomorska 171/173

www.replay.uni.lodz.pl



Replay

The Polish Journal of Game Studies

Numer 1(7) 2020
Issue 1(7) 2020

Dominika Staszenko-Chojnacka – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny
Katedra Nowych Mediów i Kultury Cyfrowej, 90-236 Łódź, ul. Pomorska 171/173

Redaktor inicjujący/Initiating Editor:

Sylvia Mosińska

Korekta techniczna/Proofreading:

Elżbieta Rzymkowska

Projekt okładki/Cover:

Łukasz Orzechowski

Redakcja językowa/Language Consultant:

Wojciech Szymański

Opracowanie graficzne i skład/Graphical coverage and composition:

Agent PR

Ilustracja na okładce pochodzi z gry „Rybczynski” (2014) autorstwa Piotra Iwanickiego

Cover art is taken from the video game “Rybczynski” (2014) by Piotr Iwanicki

Font tytułowy/Title font:

Tyler Dunn

© Copyright by Authors, Łódź 2020

© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2020

ISSN 2391-8551

e-ISSN 2449-8394

Wydanie I. W.10395.21.0.C

Ark. wyd. 2,3; ark. druk. 2,875

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

90-237 Łódź, ul. Jana Matejki 34A

www.wydawnictwo.uni.lodz.pl

e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl

tel. 42 635 55 77

Spis treści/Contents

Bartosz Mazurkiewicz, Magdalena Stefańska Motives for Playing Video Games in the Context of Time Results of Empirical Research	7
Mikołaj Bajew Rola formy i organizacji tekstu pisanego w akcie kreacji świata gry komputerowej. Na przykładzie <i>Heroes of Might and Magic V: Tribes of the East</i>	27

Bartosz Mazurkiewicz*
Magdalena Stefańska**

Motives for Playing Video Games in the Context of Time Results of Empirical Research

Abstract

Video games are one of the most popular leisure activities. The multitude of games and ways of playing (individually, in a team, online, offline, etc.) allows players to meet their various needs. Thus, from the point of view of game developers, it becomes important to recognise these needs and adapt the product to the expectations of players. Taking the dynamic development of the video game market into account, it seems significant to recognise the players' motives for spending their time on playing. Therefore, the aim of the article is to identify the players' motives in terms of the type of need being met and to find an answer to the question whether there is a relationship between the time spent on games and the motives for playing (does the fact that we play longer change the type of need being satisfied?). The text refers to the results of research conducted in April 2020 on a sample of 2,527 players in Poland. The subjects of the study were people who actively played video games – every day or several times a week.

Keywords: games, video games, players' motivation, players' typology, gameplay time

* Dr, Poznań University of Economics and Business; e-mail: Bartosz.Mazurkiewicz@ue.poznan.pl

** Ph.D., Poznań University of Economics and Business; e-mail: Magdalena.Stefanska@ue.poznan.pl

Introduction

Video games can be any electronic games that allow the user to interact through an appropriate interface, generating visual feedback on the screen (United States Patent 3659285). Through technological development, the concept of a video game has been significantly broadened and nowadays it refers to games dedicated to computers, consoles and mobile devices. Video games are an interactive medium that allows simultaneous user activity while generating feedback from the game (Falkowska 2011; Filiciak 2006; Aarseth 1997).

In scientific terms, video games have still not been classified satisfactorily, and the attempts that have been made are mainly based on assigning games to categories. The most frequently assigned categories are (Apperley 2006; Filiciak 2006; Osathanunkul 2015; Urbańska-Galanciak 2009; Wolf 2001):

- a theme that is central to the story in the game (e.g. pirates, space, fairy tale),
- hardware platform (e.g. console),
- type of game (e.g. strategic),
- game genre (e.g. economic strategy),
- PEGI classification (PEGI is a pan-European system for rating games based on the age of the user),
- game system (e.g. from the first person perspective),
- number of participants (multiplayer, single player).

For the purpose of this article, multiplayer games are particularly interesting. These are games that are usually played simultaneously by players who can communicate with each other in real time, cooperating or competing with one another. These games typically do not have a predetermined endpoint, and game developers and/or game operators often add new quests and missions. There is also no real loss in these games as tasks can be repeated several times. Some goals can be achieved alone or together with other players, while others can only be achieved by players working together in highly cooperative groups (Király et al. 2014). Competing with other players is also possible and leads to immediate social comparisons.

Theoretical foundations regarding the taxonomy of video game users

The issue of attitudes and behaviours concerning video game players is not yet widely recognised in video game literature, although interest in these issues is constantly growing due to the evolution of both the players and the attributes of the games themselves. Meanwhile, knowledge on them is valuable for many interested groups, including game developers and players (Ipsos 2014), companies involved in product placement (Wowra 2008), sociologists interested in the interactions between players, psychologists interested in learning about the impact of games on

the psyche of players (Cash & McDaniel 2014), and also for teachers (Squire 2011) – games have the potential for both teaching and human resource management, as they are one of the tools for developing strategic and multidimensional thinking, problem solving, planning, developing teamwork skills and leadership qualities (Silva & Mousavidin 2015).

There are also frequent reports on the negative social effects of online video games (Chappell 2006; Lo, Wang & Fang 2005). Much attention is paid to analysing the influence of violent video games on the level of aggression, particularly among younger males (Bushman & Anderson 2002; Eastin 2006; Grüsser 2007). Such a diverse context regarding the impact of video games on players means that in the scientific environment, there are many researchers interested in knowledge on these topics. This, in turn, contributes to the increase in the demand for research as well as for the synthesis and revision of the findings discovered to date (Sublette & Mullan 2012).

It is worth mentioning that the product itself, which is the game, is constantly undergoing very dynamic changes in terms of technological advancement. Players also evolve as a result of gained experience. Their attitude is conditioned by a number of economic, socio-cultural, behavioural, demographic and psychographic factors that evolve and, as a result of changes, encourage researchers to update and expand their knowledge, discover new features or phenomena useful in the players' development and building their self-awareness (de Freitas & Liarokapis 2011). Knowledge on this subject is also necessary for the correct and effective segmentation of players as consumers for whom a given product-game, products or services located in the game will be targeted.

Motives for playing in light of literature

There are a number of needs that are met by online video games. Bartle's classification developed in 1996 is still the starting point for much of the research currently being conducted in this area (Bartle 1996). Research by Kim, Ross, and Ko, in relation to sports games (2007), identified players' motivations to be, among others: social factor / socialisation, entertainment, unreal world, competition and knowledge use. In turn, Yee (2006) tested a 40-item questionnaire on a sample of 30,000 MORPG (massively multiplayer online role-playing game) players, in which, apart from Bartle's 4 main factors of motivation, he identified 10 motivational components, which were then reduced to 3 motivational dimensions: **achievement** (progress, mechanics, competition), **social** (social contacts, relationships, teamwork) and **immersion** (discovery, role-play, personalisation, escapism). Bartle also expanded his classification in the first decade of the 21st century, considering the 1996 approach as too narrow (2005). In the study conducted by Wu et al. (2017), 7 motives were

indicated, such as: **escape from the real world, imitation, fantasy, development of skills, leisure, competition and social aspect.**

Subsequent research began to go beyond mere motivation and linked it to new issues. For example, Šporčić and Glavak-Tkalić analysed the relationship between **motivation and the awareness of a player's own identity** (2018). Player profiles were also studied by Graham and Goosling (2013). These authors noted that some players view the game as a form of **socialisation**, while others play to achieve success. Hence, their research was devoted to studying the relationship between **gaming motives** and **personality traits** of the so-called Big Five (OCEAN is the acronym of words: openness to experience, conscientiousness, extraversion, agreeableness and neuroticism) (Eysenck & Eysenck 2016; Kim, Ku & Kim 2008). An attempt to synthesise the identification of player types based on different criteria was undertaken by Andrias and Sunar (2019), who found that the user profile is a combination of more than one trait. The rating can help the game designer decide which elements will be included in the application. These authors also note that most research on the types of game users still applies Bartle's and BrainHex' player typology, which divides players into types based on the identification of brain areas activated by a specific playing style. Depending on the gameplay style preferred by the player, the brain centre responsible for feeling pleasure is activated by different stimuli (Nacke, Bateman & Mandryk 2014).

A different scale related to the types of players is called Hexad and describes 6 differently motivated types of game users (Tondello 2016). Bartle, who originally distinguished 4 types of players: assassins, achievement-oriented, social activists and explorers, extended the typology of players to new categories in 2005, which results from the players' observed evolution (2005). Linder and Zichermann also distinguish the so-called Naïve Player, who is an "occasional" player, not interested in rules, awards, achievements or the game world, but plays for mere casual entertainment (2010). Bartle also observed that the preferences of people taking part in the game may change with time, progressing during the game or due to the influence of various external factors. People starting a new game are characterised by changes in the represented type which is related to the roles assumed during the game. In the first stage, players start the game by defeating others, then, tired of the fight, they begin to explore the virtual world until they get to know it better. If their need to know the world is satisfied, they try to win the game, and after the victory, they calm and settle down, beginning the socialisation process.

The themes of the game can also be correlated with the player type and the time devoted to playing the game. Some studies have found that certain motives (e.g. achievement and escapism) are factors correlated with gaming time to a greater extent than other motives among western MMORPG players (Billieux et al. 2011; Dauriat et al. 2011; Yee 2006a). One may also observe the phenomenon of

prosumption, based on the participation of players in game improvements – there is tentative evidence for customers' motivations to co-create games, which benefits both companies (game developers) and other game users (Bilińska-Reformat, Dewalska-Opitek & Hofman-Kohlmeyer 2020). The players are perceived as an inseparable part of the gaming industry, delivering extra value to the market through game modding activities.

The above considerations lead to the conclusion that researchers broaden their areas of interest and focus not only on the identification of motives, but also on their relationship with other determinants.

Time devoted to gaming

Gamers spend hours playing. In the study: “Mature Player Phenomenon” conducted in 2018 on a sample of 891 subjects, it was shown that 13% of players spent more than 10 hours a week on gaming, and 25% spent from 5 to 10 hours (Norstat 2018). In turn, in the study conducted by Ipsos on a sample of almost 80,000 players in Poland in 2014, it was demonstrated that the average time spent playing per week is approximately 21 hours; 78% of respondents played every day, and 18% played 2–3 times a week (Ipsos 2014). However, playing games was not the only way to spend free time for the players participating in the study. They participated in culture more often than the rest of Poles, as the research showed that 85% of players had visited the cinema within the previous year, 72% had read a book for pleasure, and as much as 85% had done sports, among them cycling and football being the most popular (Ipsos 2014). This result is quite surprising, but it is worth referring to the research by Cummings and Vandewater (2007), in which it was indicated that players and people not using the Internet did not differ in the amount of time spent on contact with family and friends; however, in the authors' opinion, concerns about the neglect of school duties by players may be justified. The authors also note that adolescents who play video games confirm that they spend less time in school, with their parents, friends and on other activities than teens who do not play games. Other studies noted that while gamers preferred offline friendships, video games had negative impact on their social life; at the same time, the gamers still liked their online friendships. They found that conversations were easier to conduct when gaming, and they experienced a sense of connectedness and increased global awareness in the virtual environment (Williams 2006; Smyth 2007; Hussain & Griffiths 2008).

Based on the overview of the Web of Science database (for the period 2000–2020), 102 publications can be found after entering the keywords “gaming time” and “online games”. We focus particularly on issues related to the characteristics of players, addiction of young people to games or gaming-related disorders.

An important problem undertaken by researchers is both behavioural and psychological addiction. For example, Griffiths (2010) developed elements of video game addiction theory based on Brown's addiction criteria:

- salience, which occurs when video games become the most important activity in a person's life and dominate their thinking,
- mood modification,
- tolerance, i.e. the process because of which maintaining the initial effects requires playing video games with increasing frequency,
- withdrawal symptoms,
- conflict,
- relapse.

In light of the above comments, several important research questions arise:

- what are the motives of gamers when playing video games?
- how much time do gamers spend playing?
- do the motives for playing remain the same regardless of the time spent playing on a weekly basis?

The above-presented ambiguous results regarding motivation and the time spent playing constituted the premise for the formulation of the following hypotheses:

H1: There is a relationship between the time spent gaming and the motives for playing,

H2: As the time spent gaming changes, the player's motives change:

H2a: people focused on entertainment spend the least time gaming,

H2b: competitive players devote the most time to gaming,

H2c: as the playing time lengthens, motivation changes – from leisure and entertainment to competition.

Research methodology

In order to verify the hypotheses, an online survey was carried out among game players (April 23–25, 2020). The questionnaire was made available in thematic groups on Facebook. The study comprised 2,527 respondents, of whom 92% were men and 8% were women. The analysis of the answers to a question filtering whether a given person plays games resulted in the removal of 30 questionnaires. As a result, 2,497 questionnaires were further analysed. The detailed characterisation of the respondents is presented in Table 1 (all tables are based on the results of this study). The survey is not representative. The criterion for participation in the study was being a video game player.

Table 1. Characteristics of the study participants

Sex	Number of responses	Percentage
Female	213	8.5
Male	2284	91.5
Total	2497	100
Age in years	Number of responses	Percentage
Less than 10	5	0.2
Below 15	434	17.4
16–20	1089	43.6
21–25	627	25.1
26–30	209	8.4
31–35	75	3
36–40	35	1.4
Above 40	23	0.9
Total	2497	100
Education	Number of responses	Percentage
None	74	3
Junior high-school	467	18.7
Primary	385	15.4
Vocational	164	6.6
Secondary	1019	40.8
Higher	388	15.5
Total	2497	100
Professional activity	Number of responses	Percentage
I do not study or work	82	3.3
I work	502	20.1
I study	1469	58.8
I study and work	444	17.8
Total	2497	100

Those participating in the survey were mainly students (59%), 20% worked while 17% both worked and studied. The questionnaire was based on the tool developed by Demetrovics et al. (2011).

Research results

Motives

The respondents play games primarily because they want to have fun and relax (Table 2). This is in line with the results of other studies to date (Polish Gamers Observatory 2019). Taking standard deviation values into account, the greatest unanimity among respondents is noted in the case of these two motives. Motives related to taking up intellectual challenges, making friends or competing can be found at the end of the ranking.

Table 2. Reasons for playing video games

Reasons for playing	Mean	Std. deviation
I play for fun	4.36	0.97
I play for leisure	3.92	1.19
I play to relax	3.66	1.29
I like the realistic presentation of the game world	3.49	1.32
I like to be present in a virtual world	3.42	1.30
I play to 'kill' time	3.31	1.40
I play because I like competition	3.27	1.40
I like to help other players while playing	3.26	1.29
I like to learn through trial-and-error while playing	3.22	1.32
The score board shown at the end of the game is important for me	3.09	1.38
The possibility to create a detailed personalisation of my avatar/hero is important for me	3.06	1.43
The achievements possible to reach are important for me	2.92	1.35
Compliance with game rules is important for me	2.80	1.32
I play to make social contacts	2.65	1.38
I play to achieve mastery	2.58	1.38
I play because I like spatial puzzles	2.42	1.31
I like to solve word puzzles while playing	2.18	1.25

1 – totally disagree, 5 – totally agree

From the mean values in Table 3, it may be deduced that games are primarily a source of entertainment and a way to relax. As shown in Table 4, a small fraction of respondents (3.9%) only play up to 30 minutes during an average session. It is possible that they do so when other pastimes are not available, e.g. on short distance trips or in waiting rooms.

Frequency and duration of playing

The respondents are quite intense players. Most can be classified as ‘heavy users’ – people who play every day (68%), and 27% play several times a week. However, the time spent on games varies. As many as 84% of respondents spend 1 hour a day or more on gaming (Tables 3 and 4).

Table 3. Frequency of playing online

Frequency of playing online	Number of responses	Percentage
Every day	1708	68.4
A few times a week	670	26.8
Once a week	53	2.1
A few times a month	49	2
Less than once a month	17	0.7
Total	2497	100

Table 4. Duration of one session and time devoted to playing per week

Time playing per week in hours	Duration of one session					Number of responses
	Less than 15 minutes	15–30 minutes	31–60 minutes	61–120 minutes	More than 120 minutes	
Up to 10 hours	0.2%	10.0%	25.7%	43.0%	21.1%	470
From 10 to 15 hours	0.2%	2.8%	14.2%	54.6%	28.3%	544
From 15 do 20 hours	0.0%	2.9%	8.1%	45.7%	43.4%	484
From 20 do 25 hours	0.0%	2.2%	6.1%	29.8%	61.9%	362
More than 25 hours	0.3%	1.4%	3.1%	16.6%	78.5%	637
Number of responses	4	93	279	934	1187	2497
Share in sample	0.2%	3.7%	11.0%	37.0%	47.0%	100.0%

In Table 5, one more point is demonstrated. Gamers spend a relatively long amount of time playing. A very high share of people playing for more than 2 hours at a time and spending more than 25 hours in total on a weekly basis indicates minimisation of other forms of activity. Further analysis was conducted for a more complete diagnosis of whether the relationship between (1) specific motives and (2) the time spent playing per week or the duration of a single session is statistically significant. Based on Table 5, it can be seen that there is a statistically significant relationship between some motives and the time spent playing on a weekly basis ($p < 0.05$).

As the number of hours spent playing during one session increased, the average value of the mean increased as well, which means that it was more in line with the indicated motive for playing. The high value of the standard deviation indicates differentiation in players' opinions. Statistically insignificant differences between the motives and the time spent playing relate to such motives as: leisure, the desire to solve spatial puzzles, wanting to be in a game environment that depicts the reality faithfully, or the ability to personalise avatars, which may further mean that the duration of the game is not related to these motivations. The Appendix contains Table 6 with a pairwise comparison of individual segments.

Those who play the least per week disagree with the opinion that they do so for achieving mastery or for socialising. In this group, the highest mean agreement with that opinion was achieved for the answer "I play for fun". In comparison, people who devoted the most time to playing on a weekly scale – more than 25 hours – obtained the highest average for the answers: "I play for fun", "I play for leisure" and "I play for presence in the virtual world". Game type may be a significant factor for the time spent playing: 32% of those preferring multiplayer games play more than 25 hours a week, and among people choosing the single-player type, 29% of respondents played 10–15 hours, and 28% played up to 10 hours.

The results presented above lead to the following observations:

- the highest mean frequencies of playing were observed for the "I play for fun" motive (statistically significant differences),
- regardless of the time of playing in the case of the motive "I like world puzzles", the average values are the lowest (no statistically significant differences),
- the gamers devoting the most time to playing agree more than those spending the shortest time on gaming that they strive for mastery, although the average in the case of the former is only 3.05 on a 1–5 scale,
- those spending the most time on playing agree more that it satisfies their need for competition, the average increases systematically along with the time spent playing the game,
- those spending the least and most time playing agree to a lesser extent than gamers who play 15–20 hours that they play to relax or for fun,
- along with the increase in the amount of time spent on games, respondents agree more that they like being in a virtual world,
- results and achievements become more and more important for gamers spending a greater amount of time on gaming.

It seems that statistically insignificant differences relate to games that do not require competition with other people – rather, they test the abilities of a given player who measures their own skills. The growing importance of competition, in turn, can be explained by accumulated experience, knowledge of the game and cooperation with other players, which is consistent with other studies (Bartle 2005).

Table 5. Time spent per week in hours (average) on playing computer/video games and motives for gaming

	Up to 10 hours			From 10 to 15 hours			From 15 to 20 hours			From 20 to 25 hours			More than 25 hours		
	Mean	N	Std. dev.	Mean	N	Std. dev.	Mean	N	Std. dev.	Mean	N	Std. dev.	Mean	N	Std. dev.
I play to achieve mastery	2.14	470	1.28	2.37	544	1.29	2.54	484	1.33	2.65	362	1.35	3.05	637	1.44
I play to relax	3.67	470	1.24	3.67	544	1.26	3.81	484	1.24	3.58	362	1.27	3.59	637	1.37
I play for fun	4.31	470	0.94	4.42	544	0.94	4.45	484	0.89	4.31	362	0.97	4.29	637	1.07
I play to make social contacts	2.22	470	1.29	2.57	544	1.34	2.73	484	1.36	2.78	362	1.40	2.90	637	1.42
I play to 'kill' time	3.13	470	1.44	3.23	544	1.35	3.25	484	1.33	3.36	362	1.37	3.51	637	1.45
I play because I like competition	2.87	470	1.44	3.04	544	1.41	3.35	484	1.36	3.39	362	1.33	3.61	637	1.35
I like to learn through trial-and-error while playing	3.08	470	1.37	3.17	544	1.29	3.27	484	1.30	3.17	362	1.32	3.34	637	1.33
I like helping other players	3.01	470	1.37	3.26	544	1.23	3.28	484	1.26	3.31	362	1.25	3.42	637	1.29
I like being present in a virtual world	3.11	470	1.34	3.36	544	1.26	3.42	484	1.28	3.45	362	1.26	3.66	637	1.28
The scoreboard presented at the end of the game is important for me	2.71	470	1.39	2.92	544	1.38	3.15	484	1.34	3.20	362	1.31	3.40	637	1.36
The achievements that can be reached are important for me	2.73	470	1.37	2.77	544	1.33	2.95	484	1.31	2.98	362	1.34	3.12	637	1.37
Compliance with game rules is important for me	2.66	470	1.34	2.77	544	1.30	2.89	484	1.33	2.85	362	1.30	2.82	637	1.33
I play for leisure	3.81	470	1.22	3.92	544	1.18	3.98	484	1.13	3.93	362	1.17	3.96	637	1.23
I play because I like spatial puzzles	2.47	470	1.35	2.38	544	1.27	2.38	484	1.29	2.50	362	1.30	2.40	637	1.35
I like the realistic presentation of the game world	3.44	470	1.29	3.47	544	1.35	3.56	484	1.31	3.43	362	1.32	3.52	637	1.33
I like solving word puzzles while playing	2.17	470	1.28	2.17	544	1.19	2.19	484	1.24	2.24	362	1.26	2.15	637	1.27
The possibility to create a detailed personalisation of my avatar/hero is important for me	2.98	470	1.46	2.98	544	1.43	3.07	484	1.40	3.20	362	1.44	3.09	637	1.41

Conclusions and recommendations

The presented research results lead to several interesting conclusions. First of all, the main motives for which participants decide to play online games are fun and leisure. Motives such as destressing, being in a virtual world or being in a realistic representation of the game world had lower positions in the ranking. The respondents did not agree with the statements that they played because they liked spatial or word puzzles – the lowest mean values were obtained here.

The participants spend a lot of time playing. More than 80% spend an hour or more on an average session. 40% play 20 hours or more per week. The time devoted to gaming changes along with the motives of the players, which would confirm the first hypothesis. People who spend the least time gaming are interested relatively strongly in entertainment and immersion into another world. In contrast, players who play the longest focus on competition and results, which would mean that as they spend more time in a virtual world, more types of their needs are met. This may be conditioned by the effect of education, knowledge of the game and other participants. The type of game and expectations towards it may also be important factors. The second hypothesis was partially positively verified. Statistically significant differences were only observed in the case of some of the motives with regard to playing time, excluding the desire to rest, solve spatial puzzles and experience a verbal or realistic representation of the world.

Limitations and future research

As with any non-random sample study, there are some limitations in interpreting the obtained results. The study was conducted on a large sample, but it was not randomly generated. Nevertheless, when comparing the obtained results with other studies, similarities can be noticed, which indicates some possibilities of greater generalisation.

It seems important to more accurately identify the individual relationships between the type of needs met and the time spent on playing. It is possible to notice gradual development among groups of people with very specific needs, for whom the offered products should be adjusted to a greater extent. Moreover, some needs may occur simultaneously, which would confirm the conclusions of another analysis concerning a mixed typology of players (Stefańska & Mazurkiewicz 2021).

In further research, it is also worth devoting more attention to the identification of relationships that develop between players, e.g. cooperation, competition, support, and to indicate whether and to what extent people who play together in video games transfer those relations outside the Internet. Another important issue is the incentives used by game developers to encourage the continuation of the game. It is interesting to what extent they influence the extension of playing time and the change of motivation,

as well as social competences and individual competences in the area of strategic planning.

Furthermore, in the context of playing time and the motives for playing video games, research on the meaning of immersion occurring during the game may prove to be of importance. The research on immersion in games conducted to date does not directly refer to the relevance of time within the context of motivation; rather, it regards the issue of commitment itself (Petrowicz 2015) or the application of immersion in marketing communication (Mazurkiewicz 2016). However, this area remains insufficiently explored and described.

Bibliography

- Aarseth, E.J. (1997). *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Andrias, R.M., & Sunar, M.S. (2019). User/Player Type in Gamification. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 8(1.6). <https://doi.org/10.30534/ijatcse/2019/1481.62019>
- Apperley, T.H. (2006). Genre and Game Studies: Toward a Critical Approach to Video Game Genres. *Simulation and Gaming*, 37(1), 6–23. <https://doi.org/10.1177/1046878105282278>
- Bartle, R. (1996). Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDs. *Journal of MUD research*, 1(1), 19. <https://mud.co.uk/richard/hclds.htm#Bartle,%201990b>
- Bartle, R. (2005). Virtual Worlds: Why People Play. *Massively Multiplayer Game Development* 2(2), 3–18. <https://mud.co.uk/richard/VWWPP.pdf>
- Bateman, C., & Boon, R. (2005). *21st Century Game Design*. Newton: Charles River Media.
- Bateman, C., Lowenhaupt, R., & Nacke, E.L. (2012). Player Typology in Theory and Practice. *Proceedings of DiGRA 2011 Conference: Think Design Play*.
- Bilińska-Reformat, K., Dewalska-Opitek, A., & Hofman-Kohlmeyer, M. (2020). To Mod or Not to Mod—An Empirical Study on Game Modding as Customer Value Co-Creation. *Sustainability*, 12, 9014, 1–16. <https://doi.org/10.3390/su12219014>
- Billieux, J., Chanal, J., Khazaal, Y., Rochat, L., Gay, P., Zullino, D., & Van der Linden, M. (2011). Psychological Predictors of Problematic Involvement in Massively Multiplayer Online Role-Playing Games: Illustration in a Sample of Male Cybercafé Players. *Psychopathology*, 44(3), 165–171. <https://doi.org/10.1159/000322525>
- Bushman, B.J., & Anderson, C.A. (2002). Violent Video Games and Hostile Expectations: A Test of the General Aggression Model. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(12), 1679–1686. <https://doi.org/10.1177/014616702237649>

- Cash, H., & McDaniel, K. (2014). *Dzieci konsoli. Uzależnienie od gier*. Poznań: Wydawnictwo Media Rodzina.
- Chappell, D., Eatough, V., Davies, M., & Griffiths, M. (2006). EverQuest – It's Just a Computer Game Right? An Interpretative Phenomenological Analysis of Online Gaming Addiction. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 4(3), 205–216. <https://doi.org/10.1007/s11469-006-9028-6>
- Cummings, H.M., & Vandewater, E.A. (2007). Relation of Adolescent Video Gameplay to Time Spent in Other Activities. *Achieves of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 161(7), 689. <https://doi.org/10.1001/archpedi.161.7.684>
- Dauriat, F.Z., Zermatten, A., Billieux, J., Thorens, G., Bondolfi, G., Zullino, D., & Khazaal, Y. (2011). Motivations to Play Specifically Predict Excessive Involvement in Massively Multiplayer Online Role-Playing Games: Evidence From an Online Survey. *European Addiction Research*, 17(4), 185–189. <https://doi.org/10.1159/000326070>
- Demetrovics, Z., Urbán, R., Nagygyörgy, K., Farkas, J., Zilahy, D., Mervo, B. & Harmath, E. (2011). Why Do You Play? The Development of the Motives for Online Gaming Questionnaire (MOGQ). *Behavior Research Methods*, 43(3), 814–825. <https://doi.org/10.3758/s13428-011-0091-y>
- Eastin, M.S., & Griffiths, R. (2006). Beyond the Shooter Game. *Communication Research*, 33(6), 448–466. <https://doi.org/10.1177/0093650206293249>
- Eysenck, M.W. (2016). Hans Eysenck: A Research Evaluation. *Personality and Individual Differences*, 103, 209–219. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.04.039>
- Falkowska, M. (2011). Gry wideo jako nowe medium – podstawowe kategorie badawcze. *Kultura i Historia*, 19. <https://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/2390>
- Filiciak, M. (2006). *Wirtualny plac zabaw. Gry sieciowe i przemiany kultury współczesnej*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- de Freitas, S., & Liarokapis, F. (2011). Serious Games: A New Paradigm for Education? In M. Ma, A. Oikonomou, L. Jain (eds.), *Serious Games and Edutainment Applications* (pp. 9–23). Londyn: Springer London. https://doi.org/10.1007/978-1-4471-2161-9_2
- Graham, L.T., & Gosling, S.D. (2013). Personality Profiles Associated with Different Motivations for Playing World of Warcraft. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 16(3), 189–193. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0090>
- Griffiths, M.D. (2010). Online: Video Gaming: What Should Educational Psychologists Know? *Educational Psychology in Practice*, 26(1), 35–40. <https://doi.org/10.1080/02667360903522769>
- Griffiths, M.D., Davies, M.N.O., & Chappell, D. (2003). Breaking the Stereotype: The Case of Online Gaming. *CyberPsychology & Behavior*, 6(1), 81–91. <https://doi.org/10.1089/109493103321167992>

- Grüsser, S.M., Thalemann, R., & Griffiths, M.D. (2007). Excessive Computer Game Playing: Evidence for Addiction and Aggression? *Cyberpsychology & Behavior*, *10*(2), 290–292. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9956>
- Hussain, Z., & Griffiths, M.D. (2008). Gender Swapping and Socializing in Cyberspace: An Exploratory Study. *Cyberpsychology & Behavior*, *11*(1), 47–53. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.0020>
- Instytut Badania Rynku i Opinii Publicznej Norstat (2018). *Fenomen Dojrzałego Gracza*. <https://fenomengracza.pl>
- Ipsos (2014). *#jestemgraczem*. http://www.jestemgraczem.com/assets/jestemgraczem_raport_z_badania.pdf
- Kim, E.J., Namkoong, K., Ku, T., & Kim, S.J. (2008). The Relationship between Online Game Addiction and Aggression, Self-Control and Narcissistic Personality Traits. *European Psychiatry*, *23*(3), 212–218. <https://doi.org/10.1016/j.eurpsy.2007.10.010>
- Kim, Y., Ross, S.D., & Ko, Y. (2007). Online Sport Video Gaming Motivations. *International Journal of Human Movement Science*, *1*(1), 41–62.
- Király, O., Nagygyörgy, K., Griffiths, M.D., & Demetrovics, Z. (2014). Problematic Online Gaming. In *Behavioral Addictions: Criteria, Evidence, and Treatment* (pp. 61–97). Cambridge: Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-07724-9.00004-5>
- Lazzaro, N. (2004). *Why we Play Games: Four Keys to More Emotion without Story*. Game Dev Conf.
- Linder, J., & Zichermann, G. (2010). *Game-Based Marketing: Inspire Customer Loyalty Through Rewards, Challenges, and Contests*. New York: John Wiley & Sons.
- Lo, S.K., Wang, C.C., & Fang, W. (2005). Physical Interpersonal Relationships and Social Anxiety among Online Game Players. *Cyberpsychology & Behavior*, *8*(1), 15–20. <https://doi.org/10.1089/cpb.2005.8.15>
- Mazurkiewicz, B. (2016). *Wpływ immersji na odbiór komunikatów marketingowych lokowanych w grach komputerowych* (unpublished doctoral dissertation). Poznań: Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu.
- Nacke, L.E., Bateman, C., & Mandryk, R.L. (2013). BrainHex: A Neurobiological Gamer Typology Survey. *Entertainment Computing*, *5*(1), 55–62. <https://doi.org/10.1016/j.entcom.2013.06.002>
- Osathanunkul, C. (2015). A Classification of Business Models in Video Game Industry. *International Journal of Management Cases*, *17*(1), 35–45. http://www.ijmc.org/ijmc/vol_17.1_files/17.1.pdf#page=35
- Pacuraru, R.O. (2012). Virtual Organizations. *Economics, Management, and Financial Markets*, *7*(4), 695–702.
- Petrowicz, M. (2015). Zasady przeciw immersji. Zaangażowanie w narrację i zaangażowanie w system formalny gry. *Replay. The Polish Journal of Game Studies*, *2*(1), 35–49. <https://doi.org/10.18778/2391-8551.02.03>

- Polish Gamers Observatory (2019). *Polish Gamers Research 2019*. <https://polishgamers.com/pgr/polish-gamers-research-2019/general-information-about-our-study/>
- Silva, L., & Mousavidin, E. (2015). Strategic Thinking in Virtual Worlds: Studying World of Warcraft. *Computers in Human Behavior*, 46, 168–180. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.047>
- Smyth, J.M. (2007). Beyond Self-Selection in Video Game Play: An Experimental Examination of the Consequences of Massively Multiplayer Online Role-Playing Game Play. *Cyberpsychology & Behavior*, 10(5), 717–721. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.9963>
- Squire, K. (2011). *Video Games and Learning: Teaching and Participatory Culture in the Digital Age*. New York: Teachers College Press.
- Stefańska, M., & Mazurkiewicz, B. (2021). Archetypes of Video Game Players – Do Other Typologies Exist. In *37th IBIMA Conference: April 2021*, Cordoba, Spain. <https://ibima.org/accepted-paper/archetypes-of-video-game-players-do-other-typologies-exists/>
- Sublette, V.A., & Mullan, B. (2012). Consequences of Play: A Systematic Review of the Effects of Online Gaming. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 10(1), 3–23. <https://doi.org/10.1007/s11469-010-9304-3>
- Šporčić, B., & Glavak-Tkalić, R. (2018). The Relationship between Online Gaming Motivation, Self-Concept Clarity and Tendency toward Problematic Gaming. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 12(1). <https://doi.org/10.5817/CP2018-1-4>
- Tondello, G.F., Wehbe, R.R., Diamond, L., Busch, M., Marczewski, A., & Nacke, L.E. (2016). The Gamification User Types Hexad Scale. In *Proceedings of the 2016 Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play – CHI PLAY '16*. Austin, TX, USA. ACM. <https://doi.org/10.1145/2967934.2968082>
- Urbańska-Galanciak, D. (2009). *Homo players. Strategie odbioru gier komputerowych*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Williams, D. (2006). Groups and Goblins: The Social and Civic Impact of an Online Game. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(4), 651–670. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem5004_5
- Wowra, W. (2008). Rynek reklam w grach. *Marketing w Praktyce*, 3, 13–15.
- Wu, A., Lai, M., Yu, S., Lau, J., & Lei, M. (2017). Motives for Online Gaming Questionnaire: Its Psychometric Properties and Correlation with Internet Gaming Disorder Symptoms among Chinese People. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(1), 11–20. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.007>
- Yee, N. (2006). The Demographics, Motivations, and Derived Experiences of Users of Massively Multi-User Online Graphical Environments. *Presence Teleoperators & Virtual Environments*, 15(3), 309–329. <https://doi.org/10.1162/pres.15.3.309>

Appendix

Table 6. Comparison in pairs – statistically significant differences

Motives	Duration of gaming per week. Comparison in pairs		Difference in means	Standard deviation	Significance
1	2	3	4	5	6
I play for mastery	Up to 10 hours	From 15 to 20 hours	-.401*	0.09	0.00
	Up to 10 hours	From 20 to 25 hours	-.507*	0.09	0.00
	Up to 10 hours	More than 25 hours	-.912*	0.08	0.00
	From 10 to 15 hours	From 20 to 25 hours	-.280*	0.09	0.02
	From 10 to 15 hours	More than 25 hours	-.685*	0.08	0.00
	From 15 to 20 hours	More than 25 hours	-.512*	0.08	0.00
	From 20 to 25 hours	More than 25 hours	.406*	0.09	0.00
I play to relax	From 15 to 20 hours	More than 25 hours	0.22	0.08	0.05
I play for fun	From 15 to 20 hours	More than 25 hours	.166*	0.06	0.05
I play to make social contacts	Up to 10 hours	From 10 to 15 hours	-.343*	0.09	0.00
	Up to 10 hours	From 15 to 20 hours	-.502*	0.09	0.00
	Up to 10 hours	From 20 to 25 hours	-.561*	0.10	0.00
	Up to 10 hours	More than 25 hours	-.676*	0.08	0.00
	From 10 to 15 hours	More than 25 hours	-.333*	0.08	0.00
I play to 'kill' time	Up to 10 hours	More than 25 hours	-.379*	0.08	0.00
	From 10 to 15 hours	More than 25 hours	-.282*	0.08	0.01
	From 15 to 20 hours	More than 25 hours	-.263*	0.08	0.02

1	2	3	4	5	6
I play because I like competition	Up to 10 hours	From 15 to 20 hours	-.475*	0.09	0.00
	Up to 10 hours	From 20 to 25 hours	-.518*	0.10	0.00
	Up to 10 hours	More than 25 hours	-.731*	0.08	0.00
	From 10 to 15 hours	From 15 to 20 hours	-.305*	0.09	0.00
	From 10 to 15 hours	From 20 to 25 hours	-.348*	0.09	0.00
	From 10 to 15 hours	More than 25 hours	-.562*	0.08	0.00
	From 15 to 20 hours	More than 25 hours	-.257*	0.08	0.02
I like learning through trail-and-error while playing	Up to 10 hours	More than 25 hours	-.260*	0.08	0.01
I like helping other players	Up to 10 hours	From 10 to 15 hours	-.245*	0.08	0.02
	Up to 10 hours	From 15 to 20 hours	-.268*	0.08	0.01
	Up to 10 hours	From 20 to 25 hours	-.297*	0.09	0.01
	Up to 10 hours	More than 25 hours	-.405*	0.08	0.00
I like being present in a virtual world	Up to 10 hours	From 10 to 15 hours	-.248*	0.08	0.02
	Up to 10 hours	From 15 to 20 hours	-.311*	0.08	0.00
	Up to 10 hours	From 20 to 25 hours	-.342*	0.09	0.00
	Up to 10 hours	More than 25 hours	-.552*	0.08	0.00
	From 10 to 15 hours	More than 25 hours	-.304*	0.08	0.00
	From 15 to 20 hours	More than 25 hours	-.241*	0.08	0.02
The scoreboard presented at the end of the game is important for me	Up to 10 hours	From 15 to 20 hours	-.438*	0.09	0.00
	Up to 10 hours	From 20 to 25 hours	-.484*	0.10	0.00
	Up to 10 hours	More than 25 hours	-.685*	0.08	0.00
	From 10 to 15 hours	From 20 to 25 hours	-.280*	0.09	0.02
	From 10 to 15 hours	More than 25 hours	-.481*	0.08	0.00
	From 15 to 20 hours	More than 25 hours	-.247*	0.08	0.03

The achievements possible to reach are important for me	Up to 10 hours	More than 25 hours	-.394*	0.08	0.00
	From 10 to 15 hours	More than 25 hours	-.357*	0.08	0.00
I play for leisure	No statistically significant differences				
I play because I like spatial puzzles	No statistically significant differences				
I like the realistic presentation of the game world	No statistically significant differences				
I like solving word puzzles while playing	No statistically significant differences				
The possibility to create a detailed personalisation of my avatar/hero is important for me	No statistically significant differences				
Compliance with game rules is important for me	No statistically significant differences				

* Statistically significant differences in means ($p < 0,05$)

Bartosz Mazurkiewicz, Magdalena Stefańska

Motywy grania w gry wideo w kontekście czasu Wyniki badań empirycznych

Streszczenie

Gry wideo są jedną z najpopularniejszych form spędzania wolnego czasu. Mnogość gier oraz sposobów grania (indywidualnie, zespołowo, online, offline itp.) sprawia, że gracze mogą dzięki nim zaspokajać różne potrzeby. Tym samym z punktu widzenia twórców gier istotne staje się rozpoznawanie tych potrzeb oraz dostosowywanie produktu do oczekiwań graczy. Biorąc pod uwagę dynamiczny rozwój rynku gier wideo, interesujące wydaje się rozpoznanie motywów, którymi kierują się gracze, spędzając czas na graniu. Celem artykułu jest zatem identyfikacja motywów graczy ze względu na rodzaj zaspokajanej potrzeby oraz znalezienie odpowiedzi na pytanie, czy istnieje związek między czasem spędzonym na grach a motywami grania (czy fakt, że dłużej gramy, zmienia rodzaj zaspokajanej potrzeby?). W tekście powołano się na wyniki badań własnych przeprowadzonych wśród graczy w kwietniu 2020 roku, na próbie 2527 graczy w Polsce. Podmiotem badania były osoby, które grają aktywnie w gry wideo – codziennie lub kilka razy w tygodniu.

Słowa kluczowe: gry, gry wideo, motywacja graczy, typologia graczy, czas grania

Bartosz Mazurkiewicz – Assistant Professor in the Department of Marketing Strategy at the Poznań University of Economics and Business. Major fields of scientific research: video games, on-line marketing communication, social media marketing and virtual worlds. Member of the Polish Scientific Marketing Association and the Games Research Association of Poland.

Magdalena Stefańska – Associate Professor in the Department of Marketing Strategies at the Poznań University of Economics and Business. Major fields of scientific research: consumer behaviour, corporate social responsibility, on-line marketing communication. Member of EBEN (European Business Ethics Network).

Mikołaj Bajew*

Rola formy i organizacji tekstu pisanego w akcie kreacji świata gry komputerowej Na przykładzie *Heroes of Might and Magic V: Tribes of the East*

Abstrakt

Artykuł podejmuje temat udziału tekstu pisanego w akcie kreacji świata gry komputerowej. Jego celem jest pokazanie, jak duży jest potencjał tej formy tekstów we współtworzeniu wizji gry wideo (powstającej w umyśle gracza) i podtrzymywaniu immersji. Aby ten cel zrealizować, autor poddał analizie materiał tekstowy pochodzący z gry *Heroes of Might and Magic V: Tribes of the East*, turowej strategicznej gry komputerowej, której akcja toczy się w fikcyjnym, fantastycznym świecie Ashan. Tekst pisany, we wspomnianej grze, wpływa znacząco na odbiór świata przedstawionego i w znacznym stopniu determinuje odbiór także innych elementów gry, oddziałując na całe doświadczenie rozgrywki. Dowodzi tego zaprezentowana w artykule analiza fontów/krojów pisma, organizacji przestrzennej tekstów pisanych oraz znaczenia treści tych tekstów.

Słowa kluczowe: tekst pisany, gra komputerowa, krój pisma, font, forma, akt kreacji, gracz

—

* Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie; e-mail: mikolaj.bajew@gmail.com



Założenia i cele

W niniejszym artykule prezentuję, w jaki sposób wizualna forma tekstu pisanego, obecnej w przestrzeni gry komputerowej, kształtuje doświadczenie gracza. Moim celem jest zbadanie każdej formy tekstowej, przybierającej postać pisma¹, obecnej w przestrzeni gry *Heroes of Might and Magic V: Tribes of the East* i na tej podstawie wyciągnięcie wniosków o sposobie funkcjonowania tekstu pisanego w grach komputerowych w ogóle. Grę komputerową uznaję za ukierunkowany przez reguły gry (Jacko 2016), dostarczone przez dewelopera², i styl grania gracza³ potencjał doświadczeń⁴, który konkretyzuje się dopiero podczas rozgrywki – dokładnie w momencie, gdy gracz dokonuje wyboru i zamienia potencjał narracyjny we własną, indywidualną narrację⁵ (por. Aarseth 2006). Kategorię przestrzeni zaś rozumiem tutaj jako metaforę cyfrowej symulacji, a w sensie technicznym – jako interfejs użytkownika. Jak zauważa Søren Lausen, jest to „ta część systemu, którą widzisz, słyszysz i czujesz. Inne części systemu, jak choćby baza da-

-
- 1 Parafrazując myśl Adriana Frutigera, jako pismo rozumiem takie znaki graficzne, które zostały kulturowo utrwalone przez posługiwanie się nimi na przestrzeni tysięcy lat i które dzięki temu nabrały pewnego stałego znaczenia. W kulturze europejskiej pismo postrzega się przede wszystkim przez pryzmat alfabetu, który jest graficzną reprezentacją większości używanych przez Europejczyków głosek, tj. dźwięków o potencjale słowotwórczym (Frutiger 2015).
 - 2 Internauci wielu portali internetowych na określenie strony odpowiedzialnej za produkcję gry używają określenia „deweloper”; czasem w formie skróconej: „dew”, „dev”, w związku z czym ja również postanowiłem posłużyć się nim w tym artykule (zob. Wawrzyniak 2020).
 - 3 Wielość potencjalnych akcji oraz interakcji we współczesnych grach komputerowych sprawia, że bez większych trudności gracz jest w stanie rozegrać grę w sposób bezprecedensowy. Wybieranie jednych strategii działania i porzucanie drugich jest nieodzownym i kluczowym elementem ergodycznej lektury cybertekstu, którym bez wątplenia można nazwać gry komputerowe (por. Aarseth 2006). W związku z tym, stylem gracza nazywać będę dokonywanie takich wyborów i podejmowanie takich akcji, które są w jakiś sposób podobne do siebie, niezależnie od gry i rozgrywki. W moim przypadku jednym z wyznaczników stylu gry będzie tendencja do unikania walki, a jeśli musi do niej dojść – atakuję z dystansu.
 - 4 Zdaniem Wiesława Godzica, gracz, za pomocą gry komputerowej, zbliża się do roli producenta i artysty, a wytwórca gier – daje mu taką możliwość (Godzic 2006). Relacja łącząca gracza i wytwórcę gry (dalej: dewelopera) może być zatem postrzegana jako rodzaj współpracy, która ma miejsce na poziomie graficznego interfejsu użytkownika – narzędzia, które umożliwia graczowi dowolnie kształtować rozgrywkę, i które jest przygotowane specjalnie dla niego przez dewelopera.
 - 5 Espen Aarseth proponuje nazywać ten fenomen „literaturą ergodyczną”. „Lektura” literatury ergodycznej różni się od tradycyjnej lektury przede wszystkim tym, że narzuca swojemu czytelnikowi konieczność wyboru tylko jednej z wielu możliwych narracji, jednocześnie stale przypominając mu o tym. Czytelnik-gracz jest też zobowiązany do nauki działania interfejsu i sposobu, w jaki podejmuje się wybory (np. przemieszczanie się w cyberprzestrzeni gry), co jest związane z włożeniem „nietrywialnego wysiłku” w lekturę (Aarseth 2006).

nych, w której przechowuje się informacje, pozostają ukryte” (Lausen 2004, 4, za: Kubiński 2013, 74). Odwołanie się do zmysłowego doświadczenia interfejsu przez Lausena wydaje się przedłużeniem myśli Piotra Celińskiego, który w jednym ze swoich artykułów opisał go jako „płaszczyznę styku pomiędzy urządzeniami i cyberprzestrzenią a ich użytkownikami” (Celiński 2006, 123). Inspirowany myślą obu wymienionych badaczy, doszedłem do wniosku, że wszystkie elementy gry wideo, do których gracz ma dostęp w trakcie rozgrywki, mogą być określone jako interfejs użytkownika. Zaś w kontekście niniejszego artykułu istotne dla mnie jest też to, że właśnie w nim zawierają się wizualne teksty pisane.

Jednak powyższe rozumienie terminu „interfejs użytkownika” nie jest jedynym, którym będą się tutaj posługiwać. Jak zauważa Piotr Kubiński:

W grach wideo termin „graficzny interfejs” w efekcie specjalizacji – zarówno w opisach publicystycznych, jak i naukowych (np. ludologicznych) – dotyczy wyłącznie pewnych elementów gry: tych obliczonych na komunikację: gracz – program. Przez interfejs użytkownika w tego typu programach rozumie się elementy nienależące do samego świata przedstawionego gry, będące pewnego rodzaju nakładką, poprzez którą gracz postrzega ten świat (Kubiński 2013, 74).

W celu oddzielenia od siebie obu znaczeń UI (ang. *User Interface*), proponuję wprowadzenie pojęcia „interfejs rozgrywki” na określenie przywołane przez Kubińskiego. Rozróżnienie to jest konieczne, ponieważ badaniu poddałem przykłady tekstów pisanych, których charakterystyka jest – co unaoczni się podczas prezentowanej w sekcji czwartej analizy – związana z ich osadzeniem w interfejsie rozgrywki.

Opis badanej gry

Aby dobrze opisać zależności pomiędzy wizualną formą tekstów pisanych a doświadczeniem gry, postanowiłem przeprowadzić analizę produkcji, która swój potencjał doświadczeń w dużej mierze opiera właśnie na tekstach pisanych. *Heroes of Might & Magic V: Tribes of the East* (dalej: *HOMM V TotE*) to cyfrowa gra strategiczno-ekonomiczna z roku 2007, będąca samodzielnym rozszerzeniem wydanej rok wcześniej gry *Heroes of Might and Magic V* i jednocześnie kontynuacją serii *Heroes of Might and Magic* (której pierwsza część została wydana w roku 1995, a ostanía w 2016). Rozgrywka prowadzona jest tutaj w systemie turowym i polega na stopniowym przejmowaniu kontroli nad jak największym obszarem mapy, tj. wybranego fragmentu graficznej reprezentacji świata gry, oraz na eliminowaniu przeciwników. Gracz kieruje losami wybranej przez siebie frakcji, rozwija postacie bohaterów – czempionów danej nacji – a niekiedy, by ukończyć misję, musi wykonać zadanie specjalne. Takich zadań nie brakuje, mogą to być m.in. odna-

lezenie ukrytego na obszarze mapy artefaktu (np. Łza Ashy), zdobycie określonego miasta, dotarcie do wybranego miejsca w określonym czasie. Rozgrywkę charakteryzują ciekawa, stylizowana na baśniową oprawa graficzna, przykuwająca uwagę emocjonalna muzyka i wiarygodne efekty dźwiękowe, oraz specyficzny przebieg trybu fabularnego⁶.

HOMM V TotE charakteryzuje się bardzo rozbudowaną warstwą wizualną – rozbudowaną do tego stopnia, że niemal każde działanie gracza ma jakies graficzne odzwierciedlenie (np. wybranie miejsca, w które ma udać się bohater, skutkuje wyświetleniem szlaku, jakim będzie się on poruszał). Teksty pisane, jako część tej warstwy wizualnej, również prezentują się atrakcyjnie i przystępnie. O ich wartości świadczą walory estetyczne, takie jak wysokie nasycenie barw, zróżnicowanie kolorystyczne, kunsztowność fontu⁷. Warte zauważenia jest też to, że tekst pisany w przywoływanej grze cyfrowej pełni wiele ważnych ról, a przede wszystkim prowadzi gracza podczas rozgrywki.

Teksty pisane w grach komputerowych – ich forma i organizacja

W związku z tym, należy wyjaśnić czym dokładnie w opisywanej grze jest *tekst*. Zgodnie z definicją Teresy Dobrzyńskiej „tekstem jest sekwencja zdań (w skrajnym wypadku jedno zdanie) zamierzona jako względnie autonomiczna całość znakowa” (Dobrzyńska 2004). Oznacza to, że podstawową składową tekstu jest zdanie – „zespół wyrazów powiązanych zależnościami gramatycznymi i zawierający orzeczenie” (Bralczyk 2005) – wyróżnione jako „odcinek tekstu od wielkiej litery do kropki lub znaku jej równoważnego (pytajnika, wykrzyknika)” (Saloni, Świdziński 1985, 41–42, za: Żmigrodzki 2007, 35). Co najważniejsze, znaczenia tekst nabiera dzięki interakcji pomiędzy jego nadawcą i odbiorcą. Znaczenie to nie musi pokrywać się ze znaczeniem pojedynczych zdań, na co zwrócił uwagę także Jerzy Bartmiński, określając tekst sformułowaniem „makroznak” (Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2004, 9–24). W takim wypadku można mówić o tekście również jako symbolu, co otwiera drogę do badania go nie tylko pod względem treści (informacji zakodowanych językowo), ale także pod względem formy (informacji zakodowanych graficznie).

Tekstem pisany w tym artykule będzie zatem nazywany tekst, który człowiek może rozpoznać tylko za pomocą wzroku i który manifestuje się jedynie w postaci

6 Mam tu na myśli propozycję narracji, w którą deweloper szczególnie chce zaangażować gracza (najczęściej poprzez wyróżnienie jej jako „kampanii” lub „wątek główny” danej produkcji); przez graczy powszechnie nazywaną „fabułą gry”.

7 Font (ang. *font* – pol. „czcionka”) w potocznym, nieprofesjonalnym, rozumieniu jest używany zamiennie ze słowem „czcionka”. Natomiast w środowisku edytorskim przyjęto się nim określać cyfrową reprodukcję wybranej czcionki.

graficznej, przede wszystkim pisma. *Tekstem mówionym* zaś nazywać będę tekst możliwy do rozpoznania jedynie słuchem. Co ciekawe, niewielka część tekstów pisanych w omawianej grze komputerowej różni się od tekstów mówionych, mimo że obie formy pojawiają się w grze jednocześnie i często dzielą ten sam desygnat. Po przyjrzeniu się takim zbieżnościom, doszedłem do wniosku, że łączy je zasada przewagi objętości tekstu mówionego nad objętością tekstu pisanego. Różnica w brzmieniu obu rodzajów tekstów niekiedy wydaje się mieć źródło w założeniu, że mowa jest łatwiejsza i szybsza w przyswojeniu od pisma. Przykładem jest rozmowa Deamon Sovereign z Agraelem, w której jedna z kwestii mówionych zawiera słowo *but* (pol. *ale*), podczas gdy w wersji pisanej tej samej kwestii *but* nie występuje. W pozostałych przypadkach różnica również jest niewielka.

Podczas rozgrywki *HOMM V: TotE* tekst pisany jest obecny na ekranie monitora niemal przez cały czas⁸ – jako składnik komunikatów multimodalnych, które gra przekazuje graczowi, jako część GUI (m.in. teksty narracyjne, opisy przedmiotów, teksty informujące o mechanice gry – szczegółowy opis przedstawiam w paragrafie piątym) oraz jako część interfejsu rozgrywki (cyfry arabskie na pasku zasobów w górnej części ekranu oddają stan posiadania surowców gracza). Ta koegzystencja tekstu pisanego i pozostałych części wizualnej warstwy gry (będącej graficzną częścią UI, dalej: GUI – ang. *Graphical User Interface*) pociąga za sobą konieczność ich wzajemnego dopasowania i skomponowania w jedną, spójną całość tak, aby uwaga gracza pozostawała skupiona na rozgrywce.

Opis krojów pisma występujących w badanej grze

W przestrzeni badanej gry wyodrębniłem pięć zestawów znaków pisma – ze względu na ich częstotliwość pojawiania się w GUI i specyfikę. Podzieliłem je dodatkowo na dwie grupy – pierwszoplanowe kroje pisma (obserwowane często) i kroje drugoplanowe (akcydensowe⁹, obserwowane rzadko). Najrzadziej występującym krojem jest antykw barokowa dwuelementowa szeryfowa¹⁰ – użyta wyłącznie do zapisu tytułu gry, tj. *Heroes of Might and Magic V Tribes of the East*. Co ważne, tytuł został złożony przy użyciu trzech wariantów tego samego kroju. Najbardziej przyciągające uwagę elementy tytułu to słowo „Heroes” i cyfra rzymska „V”. Oś ich

8 Wyjątkami są początki przerywników animacyjnych, tj. krótkich filmów animowanych towarzyszących rozgrywce.

9 „[P]ismo akcydensowe – pismo ozdobne do składania napisów, nagłówek i tytułów” (Masalska 2014).

10 Antykw to inaczej pismo o prostych literach. Opisany font nawiązuje kształtem do krojów XVIII-wiecznych, w których litery o charakterystycznych szeryfach (tj. końcówkach kresek, z których składają się litery) ponadto składają się z kresek, różniących się grubością (Wojarska 2016).

pisma jest pionowa, za wyjątkiem liter „R” i „O”, których osie biegną pod kątem około 80°. Litery prezentują się masywnie i dostojnie, a kreski – z których się składają – nieco różnią się od siebie grubością. Niemal pionowa oś kroju i zróżnicowanie grubości kresek tworzących litery przywodzą na myśl antykwę renesansową (XIV–XV w.)¹¹. Jest to font akcydensowy, tj. ozdobny, o czym najlepiej świadczy wykorzystanie faktury. Zapis wersalikami narzuca skojarzenia z kapitałą – pisemem składającym się wyłącznie z wielkich liter, którym posługiwali się starożytni Rzymianie (Dziurawiec, Krzywdziak, Regulski 2009) – co dobrze oddaje atmosferę podniosłości i doniosłości doświadczenia, które *HOMM V: TotE* ma graczowi do zaoferowania¹². Już choćby użycie słowa „imperium” w nazwie jednego z królestw Ashanu może przywołać skojarzenia z Imperium Romanum.

Mianem antykiwy barokowej dwuelementowej szeryfowej można określić także font użyty do zapisu kolejnej części tytułu – *of Might and Magic*. Tutaj również zastosowano fakturę, jednak tym razem sprawia ona wrażenie wklęsłego reliefu. Dodatkowo, na litery nałożono efekt cienia. Kształt liter jest zupełnie inny niż w przypadku poprzedniego napisu – dominują linie krzywe. Da się też zauważyć duży kontrast pomiędzy grubością i długością kresek niektórych liter, co przy niewielkim rozmiarze fontu (w porównaniu do reszty tytułu) sprawia, że napis jest mało czytelny, jakby „poszarpany”.

TRIBES OF THE EAST został złożony z liter o wyraźnie kontrastujących liniach i płaskich, wyraźnie zaznaczonych szeryfach. Choć stopień pisma jest mały w porównaniu do „Heroes” i „V”, nie ma problemów z odczytaniem napisu. Czytelność zapewnia prawdopodobnie użycie pogrubionej odmiany kroju oraz nałożenie faktury nawiązującej do faktury podobnej do tej z pierwszego napisu, a różniącą się jedynie odcieniem wykorzystanego koloru. Przypuszczam, że ten fragment tytułu został złożony krojem Baskerville, ponieważ tak w napisie, jak i we wspomnianym kroju można wskazać cienkie i płaskie szeryfy, wyraźnie skontrastowane cienkie i grube linie pisma oraz nie do końca pionową linię liter, co jest charakterystyczne właśnie dla tego barokowego, angielskiego fontu.

Kolejnym krojem akcydensowym, który pojawia się w przestrzeni *HOMM V TotE* jest zestaw znaków, w tym litery, które można zaobserwować w kole obracającym się pod postaciami bohaterów gracza. W zależności od wybranej frakcji,

11 „Mianem antykw renesansowych określamy antykiwy zaprojektowane głównie we Włoszech pod koniec XV i w pierwszej połowie XVI wieku [...] Antykwa renesansowa cechuje minimalny kontrast pomiędzy cienkimi i grubymi elementami znaków oraz pochylona na lewo od osi pionowej kreska cieniowana (widoczna zwłaszcza w literze o)” (ENCENC 2020).

12 Niektóre z zadań stawianych przed graczem to: uratowanie świata Ashan przed zagładą, której źródłem są demony i ich Mesjasz; poprowadzenie dzielnych Orków ze Wschodu do wielkiego zrywu przeciw fanatycznym ciemnościom z Imperium Gryfów; przywrócenie ładu społecznego w krainach dręczonych przez Nekromantów.

koło będzie wyglądać inaczej, natomiast w każdym z nich będą się pojawiać pewne symbole (wyjątkiem jest frakcja Orków). Ani producent gry, ani studio nie podali informacji, co mają oznaczać te zestawy znaków. Wydaje się jednak, że oprócz walorów estetycznych znaki te mają charakter światotwórczy.

Ostatni z krojów drugoplanowych składa się jedynie z czterech wielkich liter („N”, „E”, „S”, „W”). Litery te zostały umieszczone w ramie okna minimapy, tak by wskazywały kierunki świata. Ich charakterystyczną cechą jest kontrast linii tworzących litery i dominacja linii prostych w konstrukcji liter. Krój przypomina pismo gotyckie, jednak ani jeden z wymienionych czterech znaków nie pochodzi bezpośrednio z żadnej odmiany tego pisma¹³.

Teksty pisane funkcjonujące w przestrzeni gry wideo pod postacią krojów akcydensowych odróżnia od pozostałych tekstów pisanych przede wszystkim ich objętość. Kroje akcydensowe są przeznaczone do składania właśnie tytułów, nagłówek i innych ważnych, krótkich fraz. I takie ich zastosowanie można zaobserwować w *HOMM V TotE*, np. w tytule gry lub w interfejsie rozgrywki. Wspomniane teksty wydają się pełnić funkcję znaków rozpoznawczych lub infografik. Zupełnie inna jest rola tekstów pisanych, złożonych krojami pierwszoplanowymi.

Pierwszym z pierwszoplanowych krojów pisma, wykorzystanych w analizowanej grze, jest antykwia jednoelementowa bezszeryfowa. Wyróżniają ją: taka sama grubość wszystkich kresek tworzących litery (tj. jednoelementowość; zob. Gołąb 2019); dynamiczne odstępki pomiędzy znakami¹⁴; odległość linii podstawowej od linii wydłużeń dolnych taka sama, jak odległość linii środkowej od linii wydłużeń górnych (stosunek tych linii do siebie jest stały i wynosi ok. 4:5 do stopnia pisma¹⁵). Stosunek grubości kreski do stopnia pisma wynosi zaś nieco ponad 1:5. Szerokość niektórych liter – jak np. „a”, „e”, „u”, „v”, „n”, „o” – jest prawie równa ich wysokości (nigdy szersze niż wyższe). Warto też zwrócić uwagę, że niekiedy na font nałożone są efekty czcionki – czarny kontur i dodatkowy kolor (poza białym są to zielony i czerwony).

Drugim krojem pierwszoplanowym, który pojawia się w piątej części *Heroes of Might and Magic*, jest antykwia dwuelementowa. Pod wieloma względami przypomina ona krój omówiony poprzednio, m.in. proporcje, na których oparto obie antykiwy są bardzo podobne. Szeryfy w omawianej antykwii są słabo widoczne i obecne tylko w literach „a”, „C”, „e”, „S”, „s”. Dodatkowo, font w przestrzeni gry występuje wyłącznie w kolorze żółtym.

13 Piszząc o odmianach pisma gotyckiego, mam na myśli szwabachę, frakturę, teksturę i rotundę (Semkowicz 2002, 313–335).

14 Inaczej: *Kerning*. Termin ten oznacza odstępki pomiędzy literami w danym zestawie znaków (Agata 2016).

15 Wspomniane linie wyznaczają granice rysunku, w obrębie których projektant czcionki tworzy litery. Stopień pisma to inaczej wielkość czcionki (Typografia.info 2020ab).

Ostatnim z krojów pierwszoplanowych, którego użyto w *HOMM V TotE*, jest kursywa (także: italika; Sołtys 2011) dwuelementowa szeryfowa. Krój ten pojawia się niemal przez cały czas trwania rozgrywki. Linia pisma jest pochyła (ok. 13° w prawo od osi pionowej), a litery imitują pismo odręczne. Jest to najbardziej elegancki krój ze wszystkich użytych w grze. Litery stoją blisko siebie, co w połączeniu z ich ozdobnymi, długimi szeryfami zapewnia wrażenie wykonania zapisu jedną kreską, jednym pociągnięciem ręki. Krój ten pojawia się w dwóch odmianach – normalnej i pogrubionej – a każda z nich w kilku kolorach (głównie biały, ale także żółty, czerwony, zielony, niebieski itp.) oraz w wersji z czarnym konturem lub bez niego. Przypuszczam, że jest to krój Monotype Corsiva, zaprojektowany przez Patricie Saunders dla The Monotype Company w latach 90. (Microsoft Corp. 2020), ponieważ po nałożeniu na siebie fragmentu tekstu z gry i fragmentu o takiej samej treści zapisanego Monotype Corsiva litery pokryły się w całości.

Organizacja tekstów pisanych w *HOMM V TotE*

W kontekście doświadczenia gry cyfrowej za równie ważne, co wygląd samego tekstu pisanego, uznaję jego organizację w GUI. Wspomniałem już o tym podczas opisywania poszczególnych krojów pisma, jednak kwestia ta zdecydowanie wymaga rozwinięcia w przypadku trzech fontów – Monotype Corsiva, antykwy jednoelementowej bezszeryfowej oraz żółtej antykwy dwuelementowej. Najbardziej różnorodna organizacja tekstów pisanych występuje w komunikatach zapisanych Monotype Corsiva, których gracz podczas rozgrywki nie traci z oczu. Opisy misji, budynków, stworzeń, bohaterów, przedmiotów, teksty dialogów, współczynniki ataku, obrony, mocy i wiedzy, nazwy miast oraz koszty wzniesienia zabudowań i wiele innych tekstów zapisane są właśnie Monotype Corsiva. Ze względu na dużą różnorodność wymienionych komunikatów, podzieliłem je na 6. wyróżnionych przeze mnie kategorii. Systematyzacja została oparta na założeniu, że tym, co odróżnia od siebie poszczególne komunikaty, jest ich funkcja w badanej grze komputerowej:

1. Nagłówki – nadrzędne, najczęściej jednowyrazowe, określenia, informujące o specyfice podległej im, mniejszej partii tekstu.
Przykład: nagłówek *Save* w oknie zapisu stanu gry, który jest zapowiedzią pytania umieszczonego pod nim, np. *Do you want to rewrite current save?*
2. Opisy – podrzędne wobec nagłówków partie tekstu o objętości od 10. do nawet 100. i więcej słów; ich rolą jest wprowadzenie gracza do świata gry i zapoznanie go ze specyfiką konkretnej rozgrywki.

Przykład: teksty opisujące umiejętności wybranego bohatera, które pozwalają zrozumieć specyficzny charakter jego postaci i dzięki temu lepiej go wykorzystać podczas rozgrywki.

3. Instrukcje/Reprezentacje – krótkie, składające się z pojedynczych słów lub krótkich zdań/równoważników zdań, komunikaty, umieszczone w niedużych oknach programu, niekiedy razem z miniaturowymi grafikami.
Przykład: okno pojawiające się po najechaniu kursorem na dowolną grupę stworzeń na mapie informuje gracza o nazwie stworzeń, ich liczbie (w przybliżeniu, np. *Lots, Horde*) oraz w jakim stopniu walka z nimi może zagrozić życiu bohatera (*Threat level*).
4. Komendy – formalnie podobne do nagłówków, krótkie i zwarte komunikaty, występujące w formie interaktywnych napisów, których kliknięcie lewym przyciskiem myszy (dalej: LPM) inicjuje wykonanie akcji w systemie gry; najczęściej występują na tle imitującym kawałek pergaminu lub papieru czerpanego.
Przykład: napis *Quit To Desktop*, pojawiający się jako element menu w lewym dolnym rogu ekranu po naciśnięciu klawisza „Esc”.
5. Dialogi – pisemna reprezentacja tekstów mówionych postaci podczas animacji, będących nieergodycznymi przerywnikami rozgrywki, tzw. *subtitles*.
Przykład:
Arantir: How opportune. You were heading north, to Heresh. What was your purpose? Speak or I shall bind your soul to a dung fly.
Wizard: I... I... was escorting reinforcements to my brothers in Iluma Nadim. We have... taken up residence... temporarily, in the city.
6. Powiadomienia – forma synkretyczna, na którą składają się wszystkie wymienione kategorie poza dialogami; są to komunikaty pojawiające się w porządku charakterystycznym dla danej rozgrywki, bieżące komentarze tego, co dzieje się w rozgrywce.
Przykład: okno z nagłówkiem *Message*, pojawiające się na środku ekranu zaraz po rozpoczęciu rozgrywki jako przerywnik fabularny rozgrywanego scenariusza, z opisem unikatowej umiejętności Zehira (jednego z bohaterów trybu fabularnego gry).

Inaczej wykorzystane zostały teksty pisane złożone antykwą jednoelementową bezszeryfową. Największa ich liczbę skoncentrowano w oknie *Kingdom Overview*, w którym wyświetlają się dane statystyczne, opisujące frakcję zarządzaną przez gracza. Okno to otwiera dostęp do informacji m.in. na temat nazwy i tzw. poziomu posiadanych przez gracza miast, stopnia rozbudowy fortyfikacji oraz zabudowań

o charakterze administracyjnym, przychód z wybranych miast oraz przychód całego „państwa” wraz z ilością posiadanych obecnie zasobów i złota. Podany jest również czas, liczony w dniach, tygodniach i miesiącach od rozpoczęcia misji (każda rozgrywka zawsze zaczyna się od pierwszego dnia pierwszego tygodnia pierwszego miesiąca). Tym krojem zapisana jest także liczba stworzeń, którą zapewnia dane miasto na początku każdego tygodnia, liczba stworzeń, którą można aktualnie nająć do swojej armii i liczba stworzeń znajdujących się obecnie w garnizonie miasta i w armii stacjonującego w mieście bohatera.

Omawiany font został wykorzystany także do pokazania liczebności oddziałów oraz liczby jednostek, która w danej chwili zginęła lub została wskrzeszona podczas walki. Stan wojsk gracz może ocenić na podstawie liczb umieszczonych w niewielkich okienkach tuż obok stworzeń lub z liczb wypisanych na pasku inicjatywy (*Initiative bar*). W środkowej części ekranu głównego, na górze, widoczny jest pasek zasobów (*Resource panel*). Także tutaj użyto wspomnianej antykwy.

Żółtej antykwy dwuelementowej użyto w sposób najbardziej oszczędny w porównaniu do pozostałych krojów pierwszoplanowych. Teksty nią złożone to proste komendy/hasła, za pomocą których gracz może sterować najbardziej podstawowymi elementami systemu gry. Są to słowa: *OK, Cancel, Towns, Heroes, Save, Load, Delete, Hire, Build, Puzzle Map, Close, Default, Apply*. Każde z tych słów jest ponadto wyróżnione graficznie, poprzez umieszczenie go na specjalnym polu przypominającym przycisk.

Jak można wywnioskować na podstawie powyższego omówienia, stylistyka krojów pisma wydaje się odpowiadać stylistyce treści, które zapisano tymi krojami. Treści te przynależą do warstw gry, rozumianymi zgodnie z koncepcją Larsa Konzacka¹⁶ (2002). Przykładowo, Monotype Corsiva i komunikaty nim zapisane można przypisać do rozgrywki oraz semiotyki. To spostrzeżenie pokazuje, że kroje pisma wykorzystane w badanej grze komputerowej nie są wyłącznie elementem graficznym jej przestrzeni, ale współtworzą obraz rozgrywki i wizję całej gry w takim samym stopniu, jak inne składowe poszczególnych warstw gry (np. fabuła, sterowanie postacią). Potwierdza to udział tekstów pisanych w akcie kreacji gry komputerowej.

Forma, organizacja i treść tekstów pisanych – omówienie zależności między nimi

Pisząc o formie tekstów pisanych, mam na myśli ich wygląd, czyli font i sposób uporządkowania bloku tekstu. Zacznę od omówienia funkcji, jaką pełnią kroje pisma w przestrzeni *HOMM V TotE*. Następnie przejdę do omówienia roli odpowiedniej

¹⁶ Lars Konzack, duński uczony, podzielił grę komputerową na siedem warstw: hardware, kod programu, funkcjonalność gry, rozgrywkę, semiotykę, referencyjność i kontekst socjologiczno-kulturowy. Każda z warstw odnosi się do innego aspektu cyfrowego medium (Konzack 2002).

organizacji tekstów pisanych, opowiem o znaczeniu treści wspomnianych komunikatów, a na koniec zajmę się zależnościami, które wiążą ze sobą wymienione aspekty tekstów pisanych, i ich wpływem na doświadczenie gry komputerowej.

Na podstawie analizy krojów pisma użytych w logo można stwierdzić, że ich funkcja jest tożsama z funkcją tego logo, tzn. mają one przekazać najważniejsze informacje o produkcie w możliwie najoszczędniejszy sposób. Tekst *Heroes V* został napisany fontem przypominającym kapitałę, najstarszą znaną formę majuskuły. Było to pismo używane do zapisywania inskrypcji na ważnych kulturowo obiektach (współcześnie można je oglądać na antycznej kolumnie Trajana). Dziś majuskuły używa się do składania przede wszystkim tytułów lub nagłówków. Posłużenie się takim pismem w logo gry zapowiada, że w grze będzie można odnaleźć nawiązania do epoki, z której pochodzi ten krój. Rzeczywiście, charakterystyka kroju odpowiada specyfice gry – *HOMM V TotE* nie jest tytułem dynamicznym, wręcz przeciwnie. Jest to widoczne szczególnie podczas prowadzenia bitwy, która jest rozgrywana linearnie, także w systemie turowym, w czym przypomina partię szachów.

Jako dopełnienie analizy *Heroes V* jest spostrzeżenie obecności w logo charakterystycznie zapisanego wyrażenia *of Might and Magic*. Zarówno samo wyrażenie, jak i czcionka wykorzystana do jego zapisu odsyłają do innej gry tego samego producenta – *Dark Messiah of Might and Magic* – której akcja także rozgrywa się w Ashanie. Wspomniana gra ukazała się rok przed *HOMM V: TotE*. Rozgrywka w tej produkcji jest mroczna i dynamiczna, w czym stanowi przeciwieństwo *Heroes of Might and Magic V*. Przypuszczam, że poprzez opisaną wyżej stylizację wyrażenia *of Might and Magic* producent gry, a być może także deweloper, zamierzał pokazać, że *HOMM V: TotE* łączy w sobie cechy obu gier.

Ostatni napis w logo – *Tribes of the East* – jest moim zdaniem najciekawszy. W polskiej wersji językowej gry, został on przetłumaczony na *Dzikie Hordy*. Skojarzenia przywołane na myśl przez to polskie określenie, kłócą się z elegancją i prostotą kroju, którym napis został złożony. Baskerville to barokowy zestaw znaków pisma, którego wygląd w tym przypadku stoi w opozycji do znaczenia, jakie niosą *Dzikie Hordy*. Graficznie angielski krój jest podobny do majuskuły, którą zapisano *Heroes V*, i jednocześnie niepodobny do antykwy, którą złożono *of Might and Magic*. Znaczeniowo zaś treść zapisana akcydensową, „poszarpaną” antykwą łączy się z konotacjami wyrażenia *Dzikie Hordy*. Łącznie, wszystkie elementy logo gry nie tylko stanowią jej znak rozpoznawczy, ale też zapowiedź jej treści. Faktury nałożone na litery dodatkowo wzmacniają ten efekt. Ta spójność charakterystyki logo gry i samej gry jest najlepszym dowodem na to, że ten projekt logo gry Ubi-softu został dokładnie przemyślany i dołożono starań, aby gracz już od samego początku poddał się immersji.

Kolejnym omawianym krojem była antykwia jednoelementowa bezszeryfowa. Prosty, czytelny krój, którym w *HOMM V TotE* zapisano niemal wszystkie dane statystyczne, pojawiające się w przestrzeni gry. Ze względu na swoje zastosowanie

i kształt znaków można go porównać do Futury – bardzo podobnego, modernistycznego kroju z okresu dwudziestolecia międzywojennego, celowo pozbawionego jakiegokolwiek ornamentyki (Fabian 2000). Geometryczna kunsztowność fontu doskonale współbrzmi z kunsztownością systemu ekonomicznego gry. Z drugiej strony, oparcie liter na mało skonstrastowanych proporcjach i ich harmonijna konstrukcja znajduje odzwierciedlenie w wizualnym wymiarze gry – baśniowym, bajecznie kolorowym świecie mocy i magii, który bardziej przypomina beztroską Fantazję, wykreowaną literacko przez Michaela Ende w *The Neverending Story*, niż np. mityczne Śródziemie (*The Lord of the Rings* J.R.R. Tolkien) lub quasi-realistyczne Królestwa Północy (*Miecz Przeznaczenia* Andrzej Sapkowski).

Najmniej spójna z całym światem gry wydaje się żółta antykw dwuelementowa. Jest ona przypisana do grupy komunikatów, które odnoszą się wyłącznie do obsługi systemu gry. Jej wygląd odróżnia ją od pozostałych krojów, przy czym należy zaznaczyć, że jest to font najmniej czytelny ze wszystkich. Niemal całkowita rezygnacja z szeryfów i ornamentów może wskazywać na zupełny brak związku treści zapisanych tym krojem z fabułą gry oraz światem przedstawionym i jednocześnie na ich związek z funkcjonalnością gry¹⁷. Gdyby tak było, omawiany font pełniłby funkcję czegoś, co oddziela treści zapisane antykwą jednoelementową bezszeryfową od kursywy, funkcję separatora systemu ekonomicznego rozgrywki, funkcjonalności gry i świata przedstawionego.

Ostatni z krojów, Monotype Corsiva, jest stosowany przede wszystkim w tekstach opisujących przestrzeń gry. I to nie tylko w jej wymiarze fabularnym – pojawia się on również w tytułach misji oraz głównym menu gry. Jest to font nawiązujący swoim wyglądem do renesansowej italiki, pierwszego kroju drukarskiego, który naśladował pismo odręczne (Sołtys 2011). Italika była wykorzystywana przede wszystkim do druku pamiętników, listów i tych wszystkich dzieł, w których przeważała narracja pierwszoosobowa. Celem takich działań drukarzy było wywołanie wrażenia obcowania z rękopisem. Ze względu na to, że italikę czytało się (i dalej czyta) o wiele trudniej niż antykwę, szybko zrezygnowano z używania jej w druku większych partii tekstów.

Monotype Corsiva została wykorzystana do zapisu większości tekstów pisanych obecnych w grze. Biorąc pod uwagę, że ten font symuluje pismo odręczne oraz to, że został oparty na italice wynalezionej w XVI wieku, można przypuszczać, że pracownicy studia Nival celowo z niego skorzystali, aby przestrzeń gry była bardziej przekonująca i wiarygodna. Koncept utrzymania spójności całej gry już na poziomie krojów pisma został zastosowany także w większych partiach tekstu, co

¹⁷ Zgodnie z zamysłem Duńczyka, „funkcjonalność gry” to łatwość obsługi programu komputerowego z grą. Gra funkcjonalna według Konzacka to gra łatwa w obsłudze (Konzack 2002). Myśl ta nawiązuje do aforyzmu przypisywanego Nolanowi Bushnellowi, prezesowi Atari w latach 70.: „All the best games are easy to learn and difficult to master” (Wolfshead 2007).

niecو utrudnia odbiór informacji. Nie uznaję tego za wadę, ponieważ – jak już wspominałem – *HOMM V TotE* już na poziomie logo nawiązuje do wartości takich jak harmonia i porządek.

Mając na uwadze konsekwencje znaczeniowe użycia wybranych krojów pisma w grze *HOMM V TotE*, przejdę teraz do opisu znaczenia treści zawartych w komunikatach pisanych, umieszczonych w omawianej pozycji. Z porządku omówienia wyłączam treść tytułu gry – *Heroes of Might and Magic V* jest pewnego rodzaju etykietą markowego produktu, bardzo rozpoznawalną dla graczy, którzy mieli już okazję zagrać w pozostałe części serii. Aby dokładnie wyjaśnić genezę tytułu, musiałbym wyjść poza ramy artykułu naukowego i szczegółowo przedstawić całą serię gier wraz z jej genezą. Funkcja podtytułu – *Tribes of the East* – to jedynie intrygująco brzmiąca zapowiedź wydarzeń fabularnych, które dzieją się w świecie gry. Połączenie dobrze rozpoznawalnej marki z nowym, nieznanym dodatkiem jest częstym zabiegiem stosowanym w marketingu i *public relations* – w tym przypadku udanym, ponieważ *HOMM V TotE* wprowadza do serii wiele nowych elementów, zachowując przy tym cechy charakterystyczne całej serii.

Komunikaty zapisane żółtą antykwą dwuelementową to pojedyncze słowa, polecenia – np. *Skip* (pol. *Pomiń*), *Apply* (pol. *Zastosuj*), *Puzzle Map* (pol. *Pokaż Mapę*)¹⁸. Odnoszą się one do funkcjonalności gry, są częścią jej systemu, sposobu obsługi. Na ich jednoznaczne zastosowanie wskazuje prostota realizacji. O ile komunikaty zapisane Monotype Corsiva wypada niekiedy przeczytać kilka razy aby w pełni przyswoić zawarte w nich informacje, o tyle treści złożone żółtą antykwą dwuelementową wystarczy przeczytać raz.

Antykwą jednoelementową bezszeryfową są zapisane wszystkie dane statystyczne (np. przychód miasta, liczebność oddziałów stacjonujących w garnizonie); font ten jest wykorzystywany do zapisu treści o takim samym charakterze. Zapisowi temu najczęściej towarzyszy niewielka grafika, symbolizująca opisywany przedmiot/zasób/oddział. Wyjątkami są nazwa tygodnia (np. *Week of Dragonfly*) i czas w grze, liczony od momentu rozpoczęcia rozgrywki. Nawiązująca do modernizmu stylistyka kroju bardzo dobrze oddaje jego przeznaczenie.

Treści zapisane Monotype Corsiva opiszę w porządku wcześniej przywołanej kategoryzacji. Nagłówki pełnią funkcję organizacyjną – najczęściej zapisane większym stopniem pisma niż pozostałe teksty, zapowiadają kolejne treści. Jako takie wymagają wręcz komentarza w postaci albo graficznej (jak np. miniatury wizerunków stworzeń), albo tekstowej (np. opisy), ponieważ same zawierają zbyt mało informacji, by efektywnie opisać świat gry.

Opisy są dopełnieniem nagłówków oraz ich semantycznym przeciwieństwem. Są bogate treściowo – to dzięki nim gracz może dowiedzieć się m.in. jaka jest historia posiadanego przez niego miasta, bohatera lub jaka jest geneza rekrutowanych

¹⁸ Tłumaczenia pochodzą z polskiej wersji językowej *HOMM V TotE* (Nival Interactive 2007).

przez niego oddziałów. Zawierają też wiele informacji o świecie gry i aktualnej rozgrywce. Bogactwo to sprawia, że – jak wspominałem kilka akapitów wcześniej – wypada przeczytać je więcej niż raz, aby je zrozumieć i, przynajmniej częściowo, zapamiętać ich treść. Jako bloki tekstu zapisanego pochyłym pismem mogą męczyć oczy czytelnika¹⁹, jednak dzięki temu mogą zostać odebrane jako bardziej intymne, niż są. Opisy zawsze opatrzone są odpowiednimi nagłówkami.

Instrukcje pełnią funkcję wizytówek miast, bohaterów, stworzeń oraz przewodników – informują, jaka akcja zostanie wykonana, gdy gracz kliknie LPM na wskazanej przez siebie ikonie (np. ikona klepsydry w interfejsie rozgrywki). Szczególnie pomocne mogą okazać się dla graczy, którzy nigdy wcześniej nie mieli styczności z omawianą grą. W pewnym sensie można określić je jako metateksty gry, ponieważ ich główną rolą jest komentowanie tego, co gracz może zrobić podczas swojej tury – zatem pośredniczą one w kontakcie gracza z interfejsem rozgrywki.

Komendy to bardzo ważne teksty, które prowadzą gracza od momentu uruchomienia programu z grą do chwili rozpoczęcia rozgrywki. Chociaż nie pozostają w związku z fabułą gry, gracz napotyka na nie jeszcze przed rozpoczęciem gry właściwej, podczas wyświetlania się głównego menu. W przypadku, gdy jest to gracz, który po raz pierwszy gra w *HOMM V TotE*, komendy mają istotny wpływ na jego „pierwsze wrażenie”. Są to teksty pisane, które musi on przeczytać, zrozumieć, a następnie podjąć z nimi interakcję (tutaj poprzez kliknięcie w nie lewym przyciskiem myszy), jeśli chce rozpocząć rozgrywkę. Bez tego gracz skazany jest na poruszanie się w UI „po omacku”, podejmując wybory oraz interakcje bez zwrócenia uwagi na znaczenie poszczególnych elementów interfejsu użytkownika.

Dialogi to niekiedy najdłuższe teksty zapisane Monotype Corsiva, jakie można spotkać w grze. Ponieważ przerywniki animacyjne wyświetlają się tylko raz dla danego scenariusza, może się zdarzyć, że gracz nie zdoła zapamiętać wszystkiego, co zostało w nich powiedziane. W ramach „rekompensaty” za jednorazowe wyświetlenie, przez całą rozgrywkę gracz ma dostęp do tekstowej wersji dialogów (lub monologów), umieszczonych w animacji. Pomaga to utrzymać gracza w stanie zaangażowania i ułatwia mu zrozumienie fabuły.

Najliczniej występująca grupa tekstów złożonych kursywą to powiadomienia. Są one komentarzem tego, co aktualnie dzieje się w danej rozgrywce – np. *Purple player was defeated* (pol. *Fioletowy gracz został pokonany*) lub *Quest completed!* (pol. *Zadanie wykonane*). Tak, jak instrukcje określiłem jako metainterfejs gry, tak powiadomienia można określić jako metainterfejs rozgrywki. Bez nich zorientowanie się w przebiegu danej sesji gry byłoby o wiele trudniejsze.

¹⁹ Nie dlatego, że człowiek z natury źle przyswaja informacje zapisane krojami pochyłymi. Współcześnie każdy z nas jest przyzwyczajony do antykwy, jako rodzaju kroju, którym składa się większe partie tekstu. Istnieje teoria, że gdyby zamiast antykwy powszechnie stosowano kursywę, nastawienie czytelników do krojów prostych również uległoby zmianie (por. Crypter 2004).

Podsumowanie

Stylistyka *HOMM V TotE* w dużej mierze czerpie ze stylistyki gier RPG i literatury fantastycznej, a także z legend i mitów różnych kultur (np. mitologii greckiej, co można wywnioskować po sposobie, w jaki przedstawiona została jedna z jednostek bojowych – Tytan). Mityzacja UI odbywa się właśnie za pomocą tekstów, a w przypadku omawianej gry rolę pierwszoplanową odgrywają teksty pisane. Graficzny wymiar gry wideo jest w pewnym sensie jej gotową i skończoną interpretacją, którą narzuca studio. Tekst – przeciwnie, pozostawia wiele miejsca na domysły i nierządkiem pozwala wyobraźni gracza wejść na tory nieprzewidziane przez twórców gry²⁰.

Zastosowanie kilku krojów pisma zwraca uwagę na niejednorodność gry, nieco „wynurza”²¹ gracza z jej przestrzeni, ale jednocześnie ułatwia rozgrywkę i planowanie kolejnych posunięć. Jak pokazała analiza, wszystkie partie tekstu złożone pismem pochyłym pogłębiają relację gracza z grą. Mimo to, zdecydowano się użyć kilku odmian Monotype Corsiva oraz wielu kolorów. Gdyby opisy i dialogi były opatrzone tak samo wyglądającymi komendami, instrukcjami i nagłówkami, gracz bardzo szybko zmęczony byłby odbiorem treści i najprawdopodobniej zrezygnowałby z dalszej rozgrywki. Zastosowanie zróżnicowanych fontów i przypisanie ich do tekstów o różnych funkcjach, jak również opatrzenie ich niekiedy ciekawymi grafikami, moim zdaniem w dość efektowny sposób zniwelowało wrażenie przytłoczenia nadmiarem tekstu – a tekstów pisanych w *HOMM V TotE* nie brakuje.

Przy założeniu, że tekst pisany odgrywa rolę informatora w grze cyfrowej, jego objętość powinna być ograniczona do minimum, tak aby nie odwracać uwagi gracza od rozgrywki, ale też nie pozostawiać go samemu sobie w świecie gry. Z kolei przy założeniu, że tekst pisany jest głównym źródłem immersji²² i czynnikiem pobudzającym wyobraźnię, jego objętość powinna być jak największa (im większe

20 Jak ma to miejsce w przypadku fanowskiego dodatku do *Heroes of Might and Magic III Horn of the Abyss*, który poziomem realizacji niektórych aspektów tej gry wideo przewyższa nawet oryginał, pomimo zachowania niemal idealnej, wizualnej spójności z nim (Kwasowa Grota 2008).

21 „Wynurzenie”, czyli zmniejszenie zaangażowania gracza w rozgrywkę. Piotr Kubiński opisuje to w następujący sposób: „[...] sytuacje, w których medialność gry jest celowo wydobywana na pierwszy plan i wykorzystywana do osiągnięcia ściśle określonych efektów estetycznych – zabiegi tego rodzaju nazywam w swoich badaniach emersyjnymi. Pamiętając o łacińskiej etymologii słowa „immersja”, ukułem bowiem neologizm „emersja” (od łacińskiego *emerge*, *emergere* – „wynurzać się”) i zaproponowałem w ten sposób autorską kategorię do nazwania tych procesów i zjawisk, które ujawniają zapośredniczony charakter rozgrywki” (Kubiński 2015, 81).

22 „[P]roces niezwykle istotny, pozwalający na identyfikację z bohaterem, udział w wydarzeniach, których gracz jest świadkiem oraz wywołanie uczucia obecności w świecie gry” (Krogulec 2015, 1).

zaangażowanie gracza, tym lepiej), jednak też nie na tyle duża, by gra zamieniła się w interaktywnego ebooka (chyba, że takie jest założenie twórców). Uznając tekst pisany za graficzny element świata gry, projektant cyfrowej przestrzeni jest zobowiązany dobrać (lub stworzyć) takie kroje pisma, które będą podtrzymywać prowadzoną narrację nawet w momencie zawieszenia rozgrywki.

Tak organizacja tekstu, jak i specyfika kroju pisma wydają się zatem pochodną treści, które umieszcza się w przestrzeni gry. Dowodem na to jest przygotowanie niektórych elementów graficzno-typograficznych w taki sposób, by swoim wyglądem nawiązywały do tekstów kultury spoza przestrzeni gry (np. podobieństwo Monotype Corsiva do renesansowej italiki lub okna *Message* do listu). Aby dokładnie zbadać, jaki jest wpływ tych elementów na obraz świata gry powstający w umyśle gracza, należy przeprowadzić odpowiednie badania na zróżnicowanej grupie graczy. Jednak po wykazaniu szeregu zależności pomiędzy tekstami pisanyymi i pozostałymi elementami przestrzeni gry uważam, że również bez takich badań można z przekonaniem stwierdzić, że tekst pisany ma znaczący udział w kreacji doświadczenia gry. Warto byłoby zbadać też spójność i współbrzmienie tekstów pisanych z interfejsem użytkownika w innych grach wideo, możliwie różnych od siebie, jak np. *Diablo II*, *Postal: Classic and Uncut*, *Stronghold*, *Super Mario Bros.*, *Undertale*, *Need For Speed Underground 2*, *Dead Space*, *Half-Life* itp. Jakkolwiek wydaje mi się, że na podstawie analizy samej tylko *HOMM V: TotE* można stwierdzić, że typografia – kojarzona na ogół przede wszystkim z rynkiem wydawniczym książek – zyskała dzięki grom komputerowym nowe możliwości wyrazu.

Bibliografia

- Aarseth, E. (2006). Cybertekst: Perspektywy literatury ergodycznej (tłum. D. Sikora, M. Pisarski). *Techsty*, 2(1). https://www.techsty.art.pl/magazyn2/artykuly/aarseth_cybertekst.html (data dostępu: 7.06.2021).
- Agata (2016). Co to jest Kerning? Czyli dlaczego przerwy mają znaczenie. *Dailyweb.com*. <https://dailyweb.pl/co-to-jest-kerning-czyli-dlaczego-przerwy-maja-znaczenie/> (data dostępu: 9.08.2020).
- Bartmiński, J. (2004). Tekst jako przedmiot tekstologii lingwistycznej. W: J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska (red.), *Tekstologia. Współczesna polszczyzna. Wybór opracowań*. Lublin: Uniwersytet Marii Curie-Skołodowskiej.
- Celiński, P. (2006). Interfejsy mediów cyfrowych – dalsza emancypacja obrazów czy szansa na ich zdetronizowanie? *Annales Universitatis Mariae Curie-Skołodowska, Sectio K, Politologia*, 13(1), 124–131.

- Crypter (2004). Komputerowy skład tekstu. *Warszawska Szkoła Reklamy*. <http://www.szkolareklamy.net/viewtopic.php?t=890>, (data dostępu: 20.08.2020).
- Dobrzyńska, T. (2004). *Tekst – styl – poetyka*. Kraków: Universitas.
- Dziurawiec, Z., Krzywdziak, P., Regulaski, W. (2009). *Kapitała. liternictwo i typografia*. <https://liternictwo.asp.krakow.pl/?p=877> (data dostępu: 25.06.2020).
- ENCENC (2020). Antykwa renesansowa. *ENCENC. Encyklopedie humanistyczne*. <https://encenc.pl/antykwa/> (data dostępu: 10.09.2020).
- Fabian, N. (2000). The Bauhaus Designer Paul Renner. *creativePRO*. <https://creative-pro.com/the-bauhaus-designer-paul-renner/> (data dostępu: 25.06.2020).
- Frutiger, A. (2015). *Człowiek i jego znaki* (tłum. C. Tomaszewska). Kraków: d2d.pl.
- Godzic, W. (2006). O grach czyli o kulturze współczesnej. W: M. Filiciak, *Wirtualny plac zabaw: gry sieciowe i przemiany kultury współczesnej*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Gołąb, A. (2019). Kroje jednoelementowe i dwuelementowe. W: *Odmiany krojów. Chochlik drukarski*. <https://chochlikdrukarski.com.pl/2019/odmiany-krojow/> (data dostępu: 9.08.2020).
- Jacko, J.F. (2016). Czym jest gra? Uwagi o przedmiocie ludologii. Analiza fenomenologiczno-metodologiczna. *Homo ludens*, 1(9), 65–83.
- Juul, J. (2003). The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness. W: M. Copier, J. Raessens (red.), *Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings* (s. 30–45). Utrecht: Utrecht University.
- Juul, J. (2010). Gra, gracz, świat: w poszukiwaniu sedna „growości”. W: M. Filiciak (red.), *Światy z pikseli. Antologia studiów nad grami komputerowymi* (s. 37–62). Warszawa: SWPS Academica.
- Konzack, L. (2002). Computer Game Criticism: A Method for Computer Game Analysis. W: F. Mäyra (red.), *Proceedings of Computer Games and Digital Cultures Conference*. Tampere, Finlandia: Tampere University Press. <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/05164.32231.pdf> (data dostępu: 22.06.2020).
- Krogulec, J. (2015). Immersja i tworzenie podmiotowości w grach. *Creatio Fantastica*, 11(1).
- Kubiński, P. (2013). Znakowy charakter graficznych interfejsów użytkownika w grach wideo. *Przegląd Humanistyczny*, 57(4), 73–81.
- Kubiński, P. (2015). Tożsamość emersyjna na przykładzie postaci Deadpoola. *Homo Ludens*, 2(8), 80–88.
- Kwasowa Grot (2008). *Heroes of Might and Magic III: Horn of the Abyss*. <https://www.hota.acidcave.net> (data dostępu: 10.09.2020).
- Masalska, E. (2014). Krótka historia pisma. Jak zmieniały się kroje na przestrzeni epok? *GRAFMAG*. <https://grafmag.pl/artykuly/w-swiecie-typografii-krotka-historia-pisma> (data dostępu: 15.08.2020).

- Microsoft Corp. (2020). Monotype Corsiva font family. *Typografia*. <https://docs.microsoft.com/pl-pl/typography/font-list/monotype-corsiva> (data dostępu: 27.06.2020).
- Mod [hasło] (2011). *GRYOnline.pl*. <https://www.gry-online.pl/slownik-gracza-pojecie.asp?ID=154> (data dostępu: 7.07.2020).
- Oziemblewski, J. (2019). Ile dostarczają informacji zmysły człowieka. *Światło i oświecenie*. http://www.swiatlo.tak.pl/1/index.php/zmysly_czlowieka/ (data dostępu: 21.06.2020).
- Saloni, Z., Świdziński, M. (1985). *Składnia współczesnego języka polskiego*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Semkowicz, W. (2002). *Paleografia łacińska*. Kraków: Universitas.
- Sołtys, L. (2011). Italika – wstęp. *Kaligrafia.info*. <https://kaligrafia.info/samouczek-kaligrafii/italika-wstep> (data dostępu: 26.06.2020).
- Typografia.info (2020a). Linie pisma. *Typografia.info*. <https://typografia.info/podstawa/linie-pisma>, (data dostępu: 13.08.2020).
- Typografia.info (2020b). Litery. *Typografia.info*. <https://typografia.info/podstawy/linie-pisma>, (data dostępu: 13.08.2020).
- Wawrzyniak, M. (2020). CDPR: termin debiutu Cyberpunka 2077 wyznaczony przez zarząd był nierealistyczny. *Gram.pl*. <https://www.gram.pl/news/2020/12/20/cyberpunk-2077-cd-projekt-red-deweloperzy-kontra-zarzad-afery-kontrowersje-napieta-atmosfera.shtml> (data dostępu: 10.06.2021).
- Wojarska, M. (2016). Liternictwo i typografia cz. II – klasyfikacja krojów pisma. *Mwojarska.pl*. <http://mwojarska.pl/liternictwo-typografia-cz-ii-klasyfikacja-krojow-pisma> (data dostępu: 20.05.2020).
- Wolfshead (2007). Bushnell's Theorem: Easy to Learn, Difficult to Master. *Wayback Machine*. <https://web.archive.org/web/20140226222024/>; <http://www.wolfsheadonline.com/bushnells-theorem-easy-to-learn-difficult-to-master/#8db01> (data dostępu: 1.09.2020).
- Zdanie [hasło] (2005). W: J. Bralczyk (red.), *Słownik języka polskiego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Żmigrodzki, P. (2007). Związki między składnikami w zdaniu polskim. W: A. Achtełik, J. Tambor (red.), *Sztuka czy rzemiosło? Nauczyć Polski i polskiego*. Katowice: Gnome – Wydawnictwa Naukowe i Artystyczne.

Ludografia

- Nival Interactive (2007). *Heroes of Might and Magic V: Tribes of the East* [PC]. Nival.

Mikołaj Bajew

Role of form and design of a written text in creation of a computer game world. The case of *Heroes of Might and Magic V: Tribes of the East*

Abstract

This article is about functions of written text in video game space. It aims to show the true potential of the written text in creating a vision of game in player's mind and in keeping him immersed. I analyzed text material from the *Heroes of Might and Magic V: Tribes of the East*, a turn-based strategy video game which action takes place in the fictional, colorful, fantasy world of Ashan. The written texts in mentioned video game determines the player's perception of the other elements in the game and affects his playing experience. The following analysis of fonts, space organization of written texts and their meaning proves that point.

Keywords: written text, video game, typeface, font, form, act of creation, player

Mikołaj Bajew – autor mieszka w Lublinie. Ma 26 lat, tytuł licencjata E-edytorstwa i technik redakcyjnych oraz magistra produkcji medialnej – oba kierunki ukończone na UMCS-ie. Naukowo zajmuje się badaniem gier komputerowych, szczególnie ich muzyki i udźwiękowienia. Zamiłowaniem jego jest gra na instrumentach, głównie gitarze basowej, oraz produkcja muzyki, czemu poświęca każdą wolną chwilę.

