

Maciej ŻYŚKO

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

maciej.zysko5@gmail.com

ORCID: 0009-0007-3404-0050

***PLANUJ, ULEPSZAJ, ZDOBYWAJ, WALCZ... CO MÓWIĄ
NAM CZASOWNIKI W TRYBIE ROZKAZUJĄCYM
W OPISACH GIER AKCJI I STRATEGICZNYCH?
KONTRASTYWNA ANALIZA KORPUSOWA –
PERSPEKTYWA ILOŚCIOWA***

1. WPROWADZENIE

W komunikatach reklamowych nadawcy wykorzystują w celach perswazyjnych rozmaite środki językowe obejmujące m.in. odpowiednie jednostki leksykalne oraz kategorie gramatyczne (np. Warchała 2019: 82–84). W tej drugiej grupie należy wymienić chociażby tryb rozkazujący czasownika (np. Bralczyk 2004: 108), chętnie stosowany w najróżniejszych komunikatach marketingowych. Łatwo się o tym przekonać, przeglądając choćby dostępne w internecie czy folderach reklamowych opisy produktów i usług oferowanych przez różnych przedsiębiorców. Formy rozkazników obficie występują także w publikowanych w internetowych serwisach sprzedażowych charakterystykach gier komputerowych, które stały się przedmiotem mojego zainteresowania. Warto przy tym zaznaczyć, że w e-sklepach opis gry, w którym twórcy przybliżają potencjalnemu nabywcy jej tematykę, dynamikę i specyfikę, uzupełniany jest zazwyczaj dodatkowymi informacjami i materiałami, takimi jak dane o wymaganiach sprzętowych i przynależności gatunkowej, filmy promocyjne i zrzuty ekranu prezentujące elementy rozgrywki.

2. OPIS GRY JAKO PARATEKST

Opis gry będący komunikatem marketingowym należy moim zdaniem postrzegać jako paratekst, ponieważ zgodnie z ujęciem Gérarda Genette'a (1991: 261) mianem tym należy określać wszelkie materiały tekstowe, które w jakiś sposób towarzyszą wyjściowemu (pierwotnemu, macierzystemu) tekstowi, nie będąc jego integralną częścią. Badacz, wyjaśniając w ten sposób istotę paratektu, miał na myśli komunikaty słowne, takie jak tytuł i opis wydawniczy, oraz np. szatę graficzną książki (Genette 1991: 262). Później jednak koncepcja ta uległa rozszerzeniu za sprawą m.in. Petera Lunenfelda (1999), który stosował termin *paratekst* w badaniach mediów cyfrowych, a także dzięki popularyzacji nazwy na gruncie groznawstwa, co jest zasługą Mii Consalvo (2007).

Genette (1991: 266–270) zaproponował zestaw kryteriów, które służą do opisu paratektu, tzn.: przestrzenne, temporalne, substancjalne, pragmatyczne i funkcjonalne (zob. Loewe 2007: 13). Odnosząc się do tych parametrów wyróżnionych przez francuskiego literaturoznawcę, spróbuję scharakteryzować marketingowy opis gry komputerowej.

Przede wszystkim należy zwrócić uwagę na kryterium przestrzenne, tzn. na „umiejscowienie” tekstu względem oryginału. Genette dzieli parateksty na *epiteksty* oraz *peryteksty*. Mianem *epitekst* (*epitext*) badacz nazywa takie materiały zawierające informacje odnoszące się do tekstu, które znajdują się poza nim, np. korespondencję autora, wywiady (por. Loewe 2007: 13). Z kolei komunikaty, które są zlokalizowane wewnątrz tekstu, np. dedykacje, motta czy przypisy, Genette określa jako *perytekst* (*peritext*) (por. Loewe 2007: 13). W tym kontekście opis gry publikowany na stronie e-sklepu niebędący – co oczywiste – integralnym składnikiem samej gry, trzeba zatem traktować jako *epitekst*.

Biorąc natomiast pod uwagę kryterium temporalne, należy zaznaczyć, że opis gry najczęściej pojawia się w sieci jeszcze przed premierą oferowanego w nim tekstu kultury, a niekiedy nawet w sytuacji, gdy data premiery nie jest jeszcze określona¹. Z tego względu omawiany komunikat

¹ W takiej sytuacji mówimy o ogłoszeniu, że towar będzie niebawem dostępny w sprzedaży w e-sklepie. W dokumentacji przygotowanej przez twórców jednej z takich platform czytamy: „[o]publikuj swoją stronę informującą o przyszłej dostępności produktu tak wcześniej jak to możliwe – powinno się to stać, gdy zaczynasz mówić o swojej grze, by zebrać opinie od klientów i umożliwić im dodanie twojej gry do swoich list życzeń” (*Najlepsze praktyki...* [b.d.]).

można traktować jako paratekst uprzedzający (*anterior paratext*) (por. Loewe, 2007: 14). Wydawca poprzez takie działania chce wzbudzić zainteresowanie graczy i zachęcić ich do wchodzenia na istniejącą już podstronę w e-sklepie. Możliwość zakupu może być wówczas wyłączona, ale aktywna jest zwykle funkcja dodawania danego tytułu do listy życzeń oraz do obserwowanych produktów, dzięki czemu użytkownik będzie powiadamiany o stopniu zaawansowania prac nad grą i o jej dostępności.

Biorąc pod uwagę aspekt substancjalny, czyli sposób wyrażenia informacji o anonsowanej grze, można sytuować omawiane opisy w kategorii paratekstów piśmiennych, werbalnych (*verbal paratext*) (por. Loewe 2007: 14). Nie oznacza to jednak, że w takich komunikatach nadawcy ograniczają się jedynie do użycia znaków alfanumerycznych. Opisy – jak wspomniałem – uzupełniane są bowiem również elementami wizualnymi takimi, jak ornamenty, zrzuty ekranu ilustrujące rozgrywkę, animacje GIF, a niekiedy stosuje się też typograficzne techniki wyróżnienia wybranych elementów tekstu (np. zmianę kroju pisma).

Status pragmatyczny paratektu odnosi się do sytuacji komunikacyjnej, w której tego typu wypowiedź jest realizowana (por. Loewe 2007: 14). Należy zatem rozważyć status odbiorcy i nadawcy komunikatu. Jeśli chodzi o zamierzonego adresata opisu gry, to mamy do czynienia z paratekstem publicznym (*public paratext*) skierowanym do szerokiego audytorium (por. Loewe 2007: 15) obejmującego: ogół graczy potencjalnie zainteresowanych zakupem danej gry oraz dziennikarzy i krytyków, którym udostępnia się produkt przedpremierowo, by mogli go przetestować i zrecenzować.

Nadawcę takiego tekstu nieco trudniej ustalić, ponieważ są różne możliwości. W przypadku dużych wydawnictw korporacyjnych opisy gier przygotowuje najprawdopodobniej specjalny zespół do spraw marketingu, więc w takim przypadku omawiany rodzaj komunikatu można uznać za paratekst edytorski (*editorial paratext*), czyli pochodzący od wydawcy (por. Loewe 2007: 15). Z kolei w sytuacji publikowania gry przez faktycznych twórców (tzw. gra niezależna) opis będzie zwykle paratekstem autorskim (*authorial paratext*) (por. Loewe 2007: 15), choć nie można wykluczyć zaangażowania w kampanię marketingową innych podmiotów, np. firm świadczących usługi w zakresie reklamy. Z tego powodu niektóre opisy mogą należeć do kategorii paratekstów allograficznych (*allographic paratext*), czyli niepochodzących ani od autora, ani od wydawcy (por. Loewe 2007: 15). Z pewnością natomiast informacja o grze na portalu e-sklepu zawsze będzie

paratekstem oficjalnym (*official paratext*)², ponieważ na ogół pochodzi od podmiotów związanych z producentem gry, które same tworzą podstronę danego tytułu (por. *Pierwsze kroki* [b.d.w.]).

Należy w tym miejscu jeszcze dodać, że z punktu widzenia kryterium funkcjonalnego opis gry przede wszystkim wprowadza ją w obieg publiczny (por. Genette 1991: 269). Podstawowym zadaniem tego komunikatu jest bowiem przybliżenie specyfiki i zawartości danej gry (funkcja informacyjna) oraz przekonanie potencjalnie zainteresowanej osoby do zakupu egzemplarza (funkcja perswazyjna).

Różne parateksty dotyczące gier komputerowych (np. opisy, zapowiedzi, instrukcje) budzą zainteresowanie badaczy reprezentujących różne dyscypliny, w tym chociażby narratologię (np. Michał Żmuda³) ludologię (np. Mateusz Kominiarczyk⁴). Samymi opisami reklamowymi, które stanowią przedmiot charakterystyki w niniejszym tekście, zajmowali się m.in. kulturoznawcy (np. Mikhail Fiadotau⁵), socjologowie (np. Jin Ha Lee i in.⁶) oraz przekładoznawcy (np. Bilal Sayaheen⁷). Brakuje jednak w dostępnej literaturze czysto lingwistycznego spojrzenia na tego typu komunikaty, które stanowią moim zdaniem wartościowe źródło informacji na temat

² W rozumieniu Genette'a, paratekst oficjalny stanowią: „perytekst autorski i paratekst edytorski, ponieważ jako zintegrowani z dziełem w książce autor i/lub edytor biorą za niego odpowiedzialność, np. podpisując się” (Loewe 2007: 15).

³ Żmuda (2017) analizował różne artefakty materialne stanowiące parateksty wybranych gier (np. fikcyjne gazety, instrukcje) i starał się dociec, w jakim stopniu konkretny typ paratektu kształtuje doświadczenie gracza.

⁴ Kominiarczyk (2017) badał problem paraludyczności, tzn. występowania różnego rodzaju „gier w grze” (tzn. minigier w większych produkcjach), odnosząc się m.in. do rozwiązań proponowanych w serii *Wiedźmin*.

⁵ Fiadotau (2015) dokonał jakościowej analizy porównawczej dwóch grup komunikatów, tzn. (1) opisów gier z segmentu AAA (tj. produkcji wysokobudżetowych wydawanych przez dużych, korporacyjnych wydawców) oraz (2) opisów gier niezależnych (publikowanych najczęściej przez małe studia bez pośrednictwa innych podmiotów). Badacz traktował analizowane opisy jako produkty kultury i zwracał uwagę na wartości, które są utrwalone w takich materiałach.

⁶ Lee, Clarke, Cho i Windleharth (2017) na podstawie analizy opisów gier starali się, wykorzystując metodologię z zakresu nauk społecznych, określić czynniki przyciągające graczy do konkretnych gatunków. Przeprowadzili to badanie z myślą o przygotowaniu systemu tagów, który mógłby być przydatny w usprawnieniu sposobu informowania w katalogach bibliotecznych o zawartości gier.

⁷ Sayaheen (2024) porównał opisy 23 gier mobilnych w App Store w języku angielskim z ich przekładami na język arabski. Badanie miało na celu ustalenie, jak lokalizacja paratektu może wpływać na odbiór gry.

kultury graczy, charakteru dyskursu wokół gier czy relacji graczy z twórcami gier. Z tego powodu postanowiłem przyjrzeć się językowi opisów gier komputerowych, mając nadzieję, że ukierunkowane badania pozwolą ujawnić pewne tendencje właściwe dla takich paratekstów.

3. CEL, PRZEDMIOT I PRZEBIEG BADANIA

W świetle powyższych ustaleń obejmujących traktowanie opisu gry jako paratekstu o funkcji perswazyjnej zasadne jest podjęcie badań nad używanymi w tych komunikatach czasownikami w trybie rozkazującym, czego dotyczy niniejszy tekst. Analizy zawarte w artykule nie mają jednak charakteru gramatycznego. Celem moich badań było bowiem: (1) określenie kategorii semantycznych, do których należą czasowniki używane w trybie rozkazującym w opisach wybranych gatunków gier komputerowych, oraz (2) ustalenie, czy poszczególne kategorie znaczeniowe są reprezentowane w podobnych czy też w różnych proporcjach i konfiguracjach w zależności od gatunku gry, której dotyczy opis.

Przedmiotem mojego badania są zatem promocyjne opisy gier komputerowych, a materiałem badawczym stały się komunikaty tego typu opublikowane w języku polskim na platformie sprzedażowej Steam, będącej pionierem w elektronicznej dystrybucji gier oraz długoletnim hegemonem na growym rynku wydawniczym, utrzymującym do dziś pozycję lidera. Do analiz wybrałem opisy gier, które były najpopularniejsze w lipcu roku 2024, czyli w czasie prowadzenia badań. Komunikaty każdorazowo zostały pobrane z podstron poświęconych poszczególnym grom, ponieważ charakterystyki zawsze znajdują się w sekcji *O tej grze* albo *O tym DLC* (ang. *downloadable content* 'zawartość do pobrania')⁸.

Gry, do których odnoszą się badane przeze mnie opisy, pochodzą z lat 2001–2024 i są zróżnicowane pod względem tematycznym. Fabuły nie tylko osadzone są w światach fantasy, ale mieszczą się też m.in. w obszarze science fiction i opierają się na wydarzeniach historycznych. Łącznie

⁸ Zaznaczę, że nie dokonywałem rozróżnienia na (1) opis tzw. wersji podstawowej gry i (2) opisy dodatkowej zawartości do pobrania, ponieważ po zapoznaniu się z przykładami tekstów reprezentujących obie kategorie okazało się, że na poziomie językowym nie ma pomiędzy nimi istotnych różnic.

analizom poddałem 200 opisów wydawniczych⁹ podzielonych na dwa korpusy w oparciu o reprezentowany przez gry gatunek, tzn. (1) 100 opisów gier akcji (κ_{ACT}), (2) 100 opisów gier strategicznych (κ_{STR})¹⁰. Chciałbym podkreślić, że w niniejszym badaniu odnoszę się do typologii gatunków ludycznych¹¹, w której gry określa się na podstawie właściwości rozgrywki¹² (Garda 2016: 25). Gdy zatem posługuję się terminem *gra akcji*, mam na myśli gry komputerowe zawierające wyzwania o charakterze zręcznościowym i bazujące na umiejętnym sterowaniu postacią przez gracza (zob. Adams 2014: 81). Z nazwą *gra strategiczna* łączę natomiast takie produkcje, w których zaprojektowane są dla gracza działania związane z planowaniem, taktyką czy logistyką (zob. Adams 2014: 83). Równocześnie zgadzam się z ujęciem Marii B. Gardy (2016: 26), która twierdzi, że „[n]ie ma jednego ustalonego kryterium określania [...] gatunku [do którego przynależy dana gra – m.ż.], zawsze mamy do czynienia z korelacją wielu elementów, z których niektóre mogą być bardziej kluczowe niż inne”. Granice gatunkowe w świecie gier komputerowych są zatem dość płynne. Przygotowując oba korpusy, bazowałem więc na kategoryzacji gatunkowej przyjętej na platformie Steam.

Poszczególne gry reprezentują także różne podgatunki, przy czym ponownie problemem jest płynność granic. Ernest Adams (2014: 79) uznał, że „klasyfikacje ciągle się zmieniają według widzimisię deweloperów, prasy growej i samych graczy”¹³, dlatego wyróżnionych poniżej kategorii nie należy traktować jako ostatecznych, rozłącznych czy zamkniętych. Mają one jedynie pomóc czytelnikom w lepszej orientacji w zawartości korpusu.

⁹ Większość gier, których opisy zostały poddane analizom, jest dostępnych z polską warstwą tekstową (147 tytułów). Rzadziej pojawiają się tytuły niedostępne w języku polskim (29 tytułów), a najmniejszą grupę stanowią gry z pełnym polskim dubbingiem (24 tytuły).

¹⁰ Opisy pobrano z podstron: <https://store.steampowered.com/category/action/> [dostęp: 4–11.07.2024]; <https://store.steampowered.com/category/strategy> [dostęp: 6–11.07.2024].

¹¹ Warto nadmienić, że oba korpusy ze względu swoją objętość i zawartość (tzn. wykorzystanie opisów gier należących do różnych gatunków ludycznych) można byłoby również zbadać pod innym kątem. Ciekawym problemem mogłaby być np. analiza leksyki wartościującej lub specjalistycznej nomenklatury.

¹² W klasyfikacjach gier gatunki ludyczne funkcjonują obok tradycyjnych gatunków tematycznych wyrosłych na gruncie literaturoznawstwa i stamtąd zaadaptowanych (np. fantasy, science fiction, horror) oraz gatunków funkcjonalnych, w których uwzględnia się z jednej strony stopień zaangażowania gracza w rozgrywkę (angażujące | | nieangażujące), z drugiej zaś – podstawową funkcję gry, np. edukacyjna, poważna, rozrywkowa (por. Garda 2016: 25–26).

¹³ Cytaty z publikacji anglojęzycznych każdorazowo przytaczam w tłumaczeniu własnym.

W przypadku opisów gier akcji (κ_{ACT}) przynależność gatunkowa poszczególnych produkcji jest następująca¹⁴:

- 65 gier typu *action RPG*¹⁵ (*action role-playing game*, *RPG akcji*), np. *Cyberpunk 2077* (CDPROJEKT RED 2020), *Gothic 1* (Piranha Bytes 2001), *Kingdom Come: Deliverance* (Warhorse Studios 2018),
- 12 gier typu *shooter*¹⁶ (*strzelanka*), np. *DOOM Eternal* (idSoftware 2020), *Tom Clancy's Rainbow Six Siege* (Ubisoft Montreal 2015),
- 8 gier typu *hack and slash*¹⁷, np. *Minecraft Dungeons* (Mojang Studios, Double Eleven 2021), *Titan Quest: Atlantis* (Pieces Interactive, THQ Nordic 2019),
- 6 gier typu *souls-like*¹⁸, np. *Lies of P* (NEOWIZ 2023), *DARK SOULS III* (FromSoftware 2016),
- 5 gier typu *mmo*¹⁹, np. *Sea of Thieves: 2024 Edition* (Rare Ltd. 2020), *New World* (Amazon Games 2021),
- 2 gry typu *bijatyka*²⁰, np. *DRAGON BALL Z: KAKAROT* (CyberConnect2 2020),
- 2 gry *inne*.

Jeśli zaś chodzi o korpus gier strategicznych (κ_{STR}), rozkład gatunków, do których należą opisywane gry, przedstawia się następująco²¹:

¹⁴ Przygotowując korpus, nie brałem pod uwagę pojawiających się na platformie Steam opisów gier z gatunku *idle game*, ponieważ raczej nie wpisują się one w założenia gier akcji. Wymagają bowiem minimalnego zaangażowania gracza (por. Alharthi i in. 2018).

¹⁵ *Action RPG* – gatunek komputerowych gier fabularnych opartych na walce w czasie rzeczywistym i z uproszczonym (w stosunku do tradycyjnych gier *RPG*) systemem rozwoju postaci (Schules i in. 2018).

¹⁶ *Shooter* – „gra cyfrowa, która polega na strzelaniu do celu” (Milewski i Tymińska 2023: 274).

¹⁷ *Hack and slash* – gra, w której „kładzie [się] nacisk na walkę, a rozgrywka polega na ciągłym zabijaniu potworów, poruszaniu się po lochu i zbieraniu skarbów” (Toft-Nielsen 2014: 247).

¹⁸ *Souls-like* – gatunek będący wariacją na temat *action RPG*, inspirowany grami z serii *Souls*. Gry tego typu mają wyraźnie wyższy poziom trudności oraz charakterystyczny system *bonfire checkpoints* (ang. ‘punkty kontrolne w ogniskach’) (Guzsvinecz 2023: 4645).

¹⁹ *mmo* (*Massively Online Multiplayer Game*) – gra, w której znaczna liczba graczy wchodzi w interakcje ze sobą nawzajem oraz ze światem wirtualnym stanowiącym element jej środowiska (zob. Girvan 2018).

²⁰ *Bijatyki* (*fighting games*) – „gry symulujące walkę wręcz, często z przerysowanymi ruchami przypominającymi nieco azjatyckie sztuki walki” (Adams 2014: 82).

²¹ Należy nadmienić, że ten korpus zawiera także opisy gier, które z punktu widzenia tradycyjnego podziału gatunków gier są symulatorami typu *construction and simulation* (zob. Adams 2014: 86). Chodzi tu w szczególności o produkcje typu *city building game* oraz *tycoon*.

- 20 gier typu *city building game*²², np. *Anno 1800* (Ubisoft Mainz 2019), *Cities: Skylines* (Colossal Order 2015), *Frostpunk* (11bit studios 2018),
- 15 gier typu RTS²³ (ang. *real-time strategy* ‘strategia czasu rzeczywistego’), np. *Stronghold: Definitive Edition* (FireFly Studios 2023), *Age of Empires II: Definitive Edition* (Forgotten Empires, Tantalus Media, Wicked Witch, World’s Edge 2019),
- 14 gier typu *grand strategy*²⁴, np. *Crusader Kings III* (Paradox Development Studio 2020), *Europa Universalis IV* (Paradox Development Studio 2013),
- 12 gier typu symulator bitewny²⁵, np. *Total War: THREE KINGDOMS* (CREATIVE ASSEMBLY, Feral Interactive 2019), *Total War: SHOGUN 2* (CREATIVE ASSEMBLY, Feral Interactive 2011),
- 10 gier typu symulacja ekonomiczna²⁶, np. *Jurassic World Evolution 2* (Frontier Developments 2021), *Prison Architect* (Double Eleven, Introversion Software 2015),

Niemniej w e-sklepie Steam są one sklasyfikowane jako gry strategiczne, zapewne dlatego, że zawierają element długofalowego planowania, jak np. *Anno 1800* (Ubisoft Mainz 2019) czy *Frostpunk* (11bit studios 2018). Gracz musi od samego początku podejmować istotne strategicznie decyzje (np. dotyczące rozbudowy miasta), biorąc pod uwagę ograniczone zasoby (np. w *Anno 1800* jest to przestrzeń na wyspie, a we *Frostpunku* – trudno dostępne materiały budowlane i opał). Z tych powodów zdecydowałem się umieścić opisy tych gier w korpusie zawierającym sprzedażowe charakterystyki gier strategicznych.

²² *City building game* – gra stawiająca gracza w roli projektanta miasta „w dowolny sposób eksplorującego otwarty świat, w którym może tworzyć, niszczyć i zmieniać różne rodzaje przestrzeni miejskich” (Bereitschaft 2016: 52).

²³ RTS – gry, w których „gracz zarządza jakimiś zasobami i jednostkami w czasie rzeczywistym. [...] Typowe elementy takiej gry to gromadzenie zasobów, budowa bazy, rozwój technologiczny w grze oraz pośrednia kontrola nad jednostkami. W rozgrywce zazwyczaj uczestniczy co najmniej dwóch graczy (ludzi lub nie), którzy podejmują decyzje na podstawie niekompletnych informacji” (Lara-Cabrera i in. 2013: 114).

²⁴ *Grand strategy* – gry, w których „koncepcja państwa i jego relacji z innymi państwami jest centralnym elementem rozgrywki. Gracz w zasadzie jest państwem, swego rodzaju wszechmogącym kontrolerem zarządzającym polityką, gospodarką, dyplomacją i życiem społecznym w państwie” (Loban 2017: 5).

²⁵ Symulator bitewny – do tej kategorii zaliczyłem gry z serii *Total War*, które z jednej strony zawierają warstwę rozgrywki turowej (w której gracze wykonują działania na zmianę, każdy w swojej kolejce), najczęściej skupionej na zarządzaniu państwem i wojskiem rozmieszczonym na mapie kampanii, a z drugiej – oferują prowadzenie bitwy w czasie rzeczywistym, inicjowanej przez gracza lub komputer (por. Peterson i in. 2013: 41–42). Wyodrębnienie tej kategorii uważam za zasadne, ponieważ te produkcje wyraźnie wyróżniają się na tle innych gier strategicznych i odpowiadają na potrzeby specyficznej grupy odbiorców zainteresowanych symulacją realistycznych bitew.

²⁶ Symulacja ekonomiczna – gra, która „symuluje zachowanie systemów takich, jak giełda papierów wartościowych, popyt i podaż itp. Większość rozgrywki oparta jest na odkrywa-

- 9 gier taktycznych²⁷, np. *xCOM 2* (Firaxis Games, Feral Interactive 2016), *Jagged Alliance 3* (Haemimont Games 2023),
- 9 gier typu strategiczne turowe²⁸, np. *Might & Magic Heroes VII* (Limbic Entertainment 2015), *Panzer Corps 2* (Flashback Games 2020),
- 7 gier typu 4X²⁹, np. *Dune: Spice Wars* (Shiro Games 2023), *Stellaris* (Paradox Development Studio 2016),
- 4 gry inne.

Do realizacji zaprojektowanego badania użyłem platformy Korpusomat³⁰. Ta aplikacja webowa opracowana w konsorcjum CLARIN-PL we Wrocławiu pozwala tworzyć anotowane morfosyntaktycznie korpusy tekstowe, które mogą być analizowane za pomocą wyszukiwarki MTAS (*Multiple Tier Annotation Search*) (Kieraś i Kobyliński 2021). Platforma wykorzystuje bowiem wielowarstwowy opis tekstu, który „umożliwia precyzyjniejsze [niż w przypadku poprzedniej wyszukiwarki Poliqarp – m.ż.] przeszukiwanie zindeksowanych dokumentów ze względu na ich cechy językowe. W jednym zapytaniu można się odnosić do różnych warstw³¹ i dzięki temu łączyć różne kryteria przeszukiwania korpusu” (Kieraś i Kobyliński 2021: 50).

W moich badaniach przeanalizowałem automatycznie oba korpusy, uwzględniając kryteria leksykalne i fleksyjne. Najpierw wyodrębniłem wyrazy reprezentujące konkretną część mowy, tzn. czasowniki, i uzyskałem odpowiednio: 3108 rekordów w κ_{ACT} i 5081 rekordów w κ_{STR} . Następnie dookreśliłem kryteria fleksyjne, aby system odfiltrował formy trybu rozkazującego. W rezultacie uzyskałem dwa zbiory danych: 1098 rekordów

niu ukrytych zależności między działaniami gracza i ich konsekwencjami w świecie gry” (Laramée 2002: 117).

²⁷ Gra taktyczna – gra, w której dominującym elementem jest taktyka. Rozgrywka może polegać na zarządzaniu małą drużyną na polu bitwy. Gracz musi zwracać uwagę na takie elementy, jak osłony czy efektywne korzystanie z umiejętności (por. Adams 2014: 317).

²⁸ Gra strategiczna turowa – gra, w której gracz wykonuje ruchy tylko w swojej turze i może przeznaczyć na to tyle czasu, ile potrzebuje, w przeciwieństwie do gier rrs, w których działania wykonywane są jednocześnie przez więcej niż jednego gracza (por. Laramée 2002: 208).

²⁹ Gra typu 4X – gra, w której rozgrywka podzielona jest na 4 główne fazy: eksploracja (*explore*), ekspansja (*expand*), eksploatacja (*exploit*), eksterminacja (*exterminate*) (por. Ford 2016).

³⁰ Korpusomat dostępny pod adresem <https://korpusomat.eu/> to narzędzie przydatne w badaniach korpusowych, ponieważ umożliwia przeszukiwanie tekstów w sposób zautomatyzowany i nie wymaga od badacza specjalistycznej wiedzy z zakresu informatyki.

³¹ Należy doprecyzować, że „warstwy to różne sposoby klasyfikowania słów w tekście ze względu na przyjęte kryteria” (Kieraś i Kobyliński 2021: 50).

w κ_{ACT} i 1548 rekordów w κ_{STR}). Wyekstrahowane automatycznie rozkażniki podzieliłem następnie (już poza platformą, manualnie) na kategorie semantyczne.

Poszukując klasyfikacji semantycznej czasowników, która byłaby adekwatna do analizowanego przeze mnie materiału, natrafiłem na propozycję Magdaleny Zawisławskiej³². Badaczka w ramach prac nad polskim word-netem, tzn. Słownosiecią (Hajnicz 2007: 49) opracowywaną we wrocławskim ośrodku CLARIN-PL, wydzieliła następujące kategorie:

- [hig] czasowniki odnoszące się do pielęgnacji ciała itd.;
- [zmn] czasowniki wskazujące na zmianę wielkości, temperatury, natężenia itp.;
- [cumy] czasowniki myślenia (szeroko rozumianego);
- [cpor] czasowniki mówienia, śpiewania itp.;
- [wal] czasowniki rywalizacji (fizycznej);
- [cjedz] czasowniki jedzenia;
- [dtk] czasowniki odnoszące się do kontaktu fizycznego (dotykania, uderzania, rycia itp.);
- [cwytw] czasowniki oznaczające wytwarzanie czegoś;
- [cczuj] czasowniki wyrażające uczucia;
- [ruch] czasowniki ruchu;
- [cpost] czasowniki postrzegania;
- [cpow] czasowniki posiadania i zmiany posiadania;
- [sp] czasowniki oznaczające wydarzenia, działania społeczne i polityczne;
- [cst] czasowniki stanowe;
- [pog] czasowniki oznaczające zjawiska pogodowe.

Przywołana klasyfikacja okazała się przydatna przede wszystkim dlatego, że właśnie na niej bazuje Słownosieć stanowiąca dla mnie nie tylko bogate źródło danych językowych, ale też punkt odniesienia w prowadzonych tutaj analizach. Dzięki wykorzystaniu zawartych w tym słowniku informacji o przynależności jednostek leksykalnych do poszczególnych domen semantycznych możliwe było dokładne uporządkowanie czasowników

³² Dodam, że na etapie przygotowania do analiz rozważałem wykorzystanie innych klasyfikacji, np. zbiór kategorii zaproponowanych przez badaczy pracujących nad *Wielkim słownikiem języka polskiego*. Propozycja autorów leksykonu (zob. Żmigrodzki i in. 2018: 80–81) okazała się jednak dla moich badań zbyt rozległa.

wyekscepowanych z opisów gier. Warto też dodać, że klasyfikacja M. Zawisławskiej jest wyczerpująca przy względnie niewielkiej liczbie 15 wyraźnie rozłącznych kategorii semantycznych, co bardzo usprawniło proces określania sensów. W przypadku czasowników, których znaczeń nie mogłem odnaleźć w Słownosieci, sięgałem do synsetów znajdujących się w zintegrowanym z nią anglojęzycznym Princeton WordNet³³.

Po przypisaniu znaczenia do każdego rekordu, tzn. wydobytego z korpusów wyrazu, na podstawie informacji zawartych w Słownosieci i po podzieleniu wykstrahowanych rozkazników na poszczególne kategorie semantyczne przystąpiłem do właściwych analiz. Policzyłem wszystkie wystąpienia znaczeń z poszczególnych kategorii w porównywanych korpusach, oddzielnie oraz łącznie, a uzyskane wyniki zestawilem w tabeli zamieszczonej w kolejnej części artykułu. Następnie na podstawie uzyskanych wyników wyznaczyłem proporcje pomiędzy liczbą czasowników reprezentujących poszczególne domeny semantyczne. Wreszcie obliczyłem udział procentowy czasowników reprezentujących poszczególne domeny w każdym z korpusów z osobna oraz łącznie. Chciałbym przy tym podkreślić, że w niniejszym tekście ze względu na ograniczenie objętości omawiam jedynie wyniki badania ilościowego. Analizy jakościowe zostaną zaprezentowane w odrębnym artykule.

4. ANALIZA

Zanim przystąpię do właściwego omówienia, chciałbym zwrócić uwagę na bardzo wysoką częstotliwość występowania form trybu rozkazującego w analizowanych opisach gier. Ze wspomnianych powyżej danych

³³ Takie przyporządkowania rzadko były konieczne, ale warto wspomnieć o szczególnie interesującym przykładzie, tzn. o czasowniku *zanurzać się*. W Słownosieci proponowane jest tylko znaczenie 'wchodzić do wody', które nie pojawiło się w analizowanym materiale. W opisach gier charakterystyczny jest natomiast inny sens: 'tracić poczucie zewnętrznego świata' (Adams 2014: 38), np. *Zanurz się w gąszczu zadań i porywających historii* (Assassin's Creed Origins, Ubisoft Montreal 2017). W tym sensie ów czasownik pojawił się w analizowanych korpusach odpowiednio: 4 razy w *K_STR* oraz aż 9 razy w *K_ACT*. Anglojęzyczni badacze i praktycy w tym kontekście używają czasownika *immerse* (zob. np. Adams 2014: 38, 60; Rouse i Ogden 2005: 12, 225; Schell 2008: 42, 227, 256), który został objaśniony w Princeton WordNet w następujący sposób: *immerse* 2 'devote oneself fully to something' ('całkowicie się czemuś oddać'). Zgodność semantyczna zadecydowała o przyporządkowaniu polskiemu czasownikowi właśnie takiego znaczenia.

zestawionych w tabeli 1 (wraz z informacjami o wpisaniu na platformie zapytaniu generującym rekordy) wynika, że interesujące mnie rozkażniki stanowią prawie 1/3 wszystkich czasowników w obu korpusach. Beata Jędrzejczak (2020: 135), która badała teksty reklamowe polskich marek terytorialnych, stwierdziła, że „rozkażniki (szczególnie w drugiej osobie liczby pojedynczej) są często stosowane w sloganach, ponieważ tryb rozkazujący jest podstawową formą służącą nakłanianiu”. Tak silne nasycenie analizowanych przeze mnie komunikatów czasownikami w takiej formie świadczy zatem bezpośrednio o ich wysoce perswazyjnym charakterze.

Tabela 1. Dane ilościowe dotyczące czasowników i rozkażników wyekstrahowanych z porównywanych korpusów

Część mowy	Zapytanie	K_ACT	K_STR	Ogółem
Wszystkie czasowniki	[upos="(VERB)"]	3108	5081	8189
Wyłącznie rozkażniki	[upos="(VERB)"&mood="(imp)"]	1098	1544	2642
% czasowników w tr. rozkazującym		35,33%	30,39%	32,26%

Źródło: opracowanie własne.

Obfitość rozkażników występujących w porównywanych korpusach i należących do poszczególnych domen semantycznych została precyzyjnie zaprezentowana w tabeli 2 za pomocą wskaźników liczbowych i procentowych. Nazwy domen odpowiadają omówionej powyżej klasyfikacji M. Zawisławskiej.

Tabela 2. Liczebność czasowników należących do poszczególnych domen semantycznych w obu porównywanych korpusach

Domena semantyczna	Liczba czasowników		Suma	Udział procentowy		Suma
	K_ACT	K_STR		K_ACT	K_STR	
DZIAŁANIA POLITYCZNE I SPOŁECZNE	277	434	711	25,23%	28,04%	26,87%
MYŚLENIE	201	299	500	18,31%	19,32%	18,90%
ZMIANA	102	187	289	9,29%	12,08%	10,92%

Domena semantyczna	Liczba czasowników		Suma	Udział procentowy		Suma
	K_ACT	K_STR		K_ACT	K_STR	
WYTWARZANIE	86	193	279	7,83%	12,47%	10,54%
WALKA I KONFLIKTY	104	123	227	9,47%	7,95%	8,58%
POSIADANIE I ZMIANA POSIADANIA	80	111	191	7,29%	7,17%	7,22%
RUCH	101	62	163	9,20%	4,01%	6,16%
STANY EMOCJONALNE I ODCZUWANIE	54	41	95	4,92%	2,65%	3,59%
POROZUMIEWANIE SIĘ	45	34	79	4,10%	2,20%	2,99%
POSTRZEGANIE	13	27	40	1,18%	1,74%	1,51%
DOTYKANIE (KONTAKT FIZYCZNY)	16	21	37	1,46%	1,36%	1,40%
STAN	13	16	29	1,18%	1,03%	1,10%
JEDZENIE I PICIE	4	0	4	0,36%	0,00%	0,15%
CIELESNOŚĆ I HIGIENA	2	0	2	0,18%	0,00%	0,08%
ZJAWISKA ATMOSFERYCZNE	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Suma	1098	1548	2646	100,00%	100,00%	100,00%

Źródło: opracowanie własne.

Z danych zawartych w tabeli 2 jasno wynika, że w obu korpusach najliczniej reprezentowaną grupą są czasowniki odnoszące się do DZIAŁAŃ POLITYCZNYCH I SPOŁECZNYCH (np. *korzystać 1*³⁴, *wcielać się 1*, *brać udział 1*, *dołączać 2*, *odwiedzać 2*, *odblokowywać 2*). Stanowią one aż 1/4 wszystkich rozkaźników i pojawiają się w badanych tekstach z podobną frekwencją, przy czym nieco częściej w opisach gier strategicznych. Ten stan rzeczy jest zaskakujący, ponieważ przed przystąpieniem do

³⁴ Przy czasownikach znajdują się cyfry, którymi w Słownosieci są oznaczone poszczególne znaczenia [stan na: 3.10.2024].

analizy spodziewałem się, że w κ_ACT będą przeważać czasowniki z domen WALKA I KONFLIKTY (np. *walczyć 1, grać 2, mierzyć się 4, pokonywać 1, polować 3*), DOTYK (np. *wykuwać 4, chwycić 1*), JEDZENIE I PICIE (np. *jeść 1, pić 1, nasycić 4*) oraz CIELESNOŚĆ I HIGIENA (*przyjmować 4*). Rozkazniki tego typu desygnują bowiem główne działania podejmowane w czasie rozgrywki w grach akcji. Rezultaty analiz sugerują więc, że w opisach gier komputerowych autorzy przede wszystkim nakłaniają gracza do wejścia w interakcję społeczną z innymi graczami lub postaciami ze świata gry³⁵. Z kolei wyraźnie niższa pozycja czasowników z domen WALKA I KONFLIKTY oraz DOTYK świadczy o tym, że w omawianych tekstach przemoc jawi się raczej jako jeden z wielu dostępnych środków do celu, a nie cel sam w sobie³⁶.

Na drugim miejscu pod względem częstotliwości występowania znalazły się czasowniki dotyczące MYŚLENIA, które stanowią prawie 1/5 wszystkich zgromadzonych rozkazników. Obfitość tych wyrazów (np. *planować 2, tworzyć 1, próbować 3, pamiętać 1, odkrywać 4, poznawać 1, wybierać 1, badać 3*) w obu korpusach jest porównywalna, przy czym tak duża ich liczba w κ_ACT również jest nieoczywista, jeśli weźmiemy pod uwagę, że pojawiają się one ponad dwa razy częściej niż czasowniki z domeny

³⁵ Ignacy Fiut (2014: 19–20) stwierdza, że „gry mają charakter silnie socjalizujący [...]. Wywołują one bowiem u graczy pęd do naśladownictwa (*mimesis*) i aktywności uczestników w przeżywaniu ich fabuły, a więc posiadają również własności *katharsis*. Gracze charakteryzują więc specyficzne poczucie wspólnoty w tych samych wydarzeniach oraz zwykle większe emocje niż w czasie oglądania np. filmu, gdyż towarzyszą im bardziej świadome przeżycia, wzmacniane przez współuczestników, aktywizujące ich wyobraźnię, co doskonalili również ich dalsze współdziałanie”. W takiej perspektywie dominowanie w promocyjnych opisach gier czasowników określających zależności społeczne w istocie nie jest aż tak zaskakujące.

³⁶ Tutaj warto wspomnieć o klasycznym w projektowaniu gier, wprowadzonym przez Richarda Bartle’a (1996) podziale graczy na cztery grupy: zdobywców (*achievers*), odkrywców (*explorers*), społeczników (*socializers*) oraz zabójców (*killers*). Ta klasyfikacja odnosi się wprawdzie do gier typu *MUD* (*multi-user dungeon*, dzisiejsze gry *MMO*), ale ma ona zastosowanie także w tworzeniu innego rodzaju gier. Mianem *zabójców* Bartle (1996 [b.p.]) określa graczy, którzy „czierpią przyjemność z narzucania swojej woli innym [...] poprzez atakowanie i zabijanie awatarów innych graczy [...]. Im większe straty spowodują, tym większa przyjemność”. Udział takich graczy w populacji gry zależy oczywiście od konkretnego tytułu, ale Bartle nakłada na administratorów obowiązek obserwowania tej grupy użytkowników, ponieważ – jak przekonuje – „nadmiar zabójców może spowodować odpływ zdobywców, będących ich głównymi ofiarami, prowadząc do odpływu znudzonych brakiem ofiar zabójców” (Bartle 1996 [b.p.]). To wszystko sugeruje, że użytkownicy z upodobaniem do przemocy stanowią istotną grupę graczy, ale są jeszcze trzy inne, co do pewnego stopnia tłumaczy obserwowany w analizowanych korpusach brak dominacji czasowników związanych z walką.

WALKA I KONFLIKTY. Fakt ten sugeruje, że w opisach gier akcji zachęca się gracza raczej do podejmowania wysiłku umysłowego i planowania niż do bezrefleksyjnego podejmowania działań³⁷.

Trzecią pod względem frekwencji użycia grupę tworzą czasowniki z domeny ZMIANA, które pojawiają się w obu korpusach z podobną częstotliwością i stanowią ok. 11% wszystkich form imperatywnych. Obecność leksemów należących do tej kategorii semantycznej (np. *rozwijać 2, zostawać 1, stać się 1, dostosowywać 1, zmieniać 1, odtwarzać 1*) jest prawdopodobnie rezultatem eksponowania w analizowanych opisach nastawienia gier na rozwój miasta czy postaci oraz na postęp fabularny.

Istotna rozbieżność pojawia się w przypadku czasowników oznaczających WYTWARZANIE czegoś, które stanowią ok. 10% wszystkich form trybu rozkazującego występujących w analizowanych korpusach. Wyrazy tego typu (np. *tworzyć 2, ulepszać 1, używać 1, budować 1, rozbudowywać 1*) pojawiają się wyraźnie częściej w opisach gier strategicznych, co wydaje się zgodne ze specyfiką gatunkową. W grach strategicznych bowiem budowanie i produkcja jest często sednem rozgrywki, a w grach akcji – niejako dodatkiem do niej, wyraźnie pozostającym na drugim planie (zob. Marshall i in. 2013: 84–85).

Pozostałe grupy czasowników stanowią mniej niż 10% wszystkich rozkaźników użytych w badanych tekstach. Najliczniejszą okazała się wśród nich domena WALKA I KONFLIKTY, która w przypadku obu korpusów – jak wynika z tabeli 2 – zajęła piąte miejsce. Tak wysoka lokata może świadczyć o tym, że konflikt jest bardzo istotnym elementem rozgrywki niezależnie od gatunku gry (por. Salen i Zimmerman 2003: [rozd. 20], s. 1).

Kolejna kategoria to czasowniki POSIADANIA I ZMIANY POSIADANIA (np. *wykorzystywać 1, zdobywać 2, zbierać 1, znajdować 3, kupować 1, przejmować 1*), które także występują w obu korpusach z podobną częstotliwością. Na dalszym miejscu plasują się czasowniki RUCHU (np. *przemierzać 1, wyruszać 1, ruszać 2, podróżować 1, wracać 2*), które pojawiają się wyraźnie częściej

³⁷ Autorzy metaanalizy dotyczącej wpływu gier komputerowych na funkcje kognitywne (Franckiewicz i in. 2016) wymieniają szereg kompetencji poznawczych, które są wymagane od gracza w zależności od gatunku gry. Z ich badań wynika, że przypadku gier akcji konieczne jest monitorowanie sytuacji na peryferiach obrazu i jednocześnie śledzenie wielu obiektów (Franckiewicz i in. 2016: 165). Gry strategiczne natomiast wymagają „zaangażowania oraz umiejętności planowania, zarządzania i dowodzenia” oraz – w przypadku gier typu RTS – „wielozadaniowości oraz szybkiego przełączania uwagi pomiędzy wieloma źródłami” (Franckiewicz i in. 2016: 167).

w opisach gier akcji, co wydaje się zgodne ze specyfiką gatunkową takich produkcji. Przyjmowana jest w nich bowiem perspektywa jednej postaci sterowanej przez gracza. Z kolei w grach strategicznych dominuje spojrzenie na świat gry z góry, z punktu widzenia zarządcy (por. Adams 2014: 261–267).

Poniżej 5% wszystkich rozkaźników stanowią czasowniki dotyczące STANÓW EMOCJONALNYCH I ODCZUWANIA (np. *przeżywać 3, cieszyć się 4, doświadczać 2*) oraz POROZUMIEWANIA SIĘ (np. *odkrywać 1, pozwalac 1, zapraszać 1, rzucać 5*), przy czym obie grupy wyrazów pojawiają się minimalnie częściej w opisach gier akcji, co także można przypisać wspomnianemu wyżej charakterowi rozgrywki. Pozostałe kategorie, tzn. czasowniki POSTRZEGANIA (np. *poczuć 3, słuchać 1, przegapić 1*), DOTYKU, STANOWE (np. *przetrwac 1, kontrolować 3, żyć 3*), JEDZENIA I PICIA ORAZ CIELESNOŚCI I HIGIENY (*przyjmować 4*), pojawiają się rzadko, stanowiąc mniej niż 1,5% ogółu imperatywów. Z kolei czasowniki odnoszące się do ZJAWISK ATMOSFERYCZNYCH nie występują w analizowanych tekstach w formie trybu rozkazującego.

5. KONKLUZJE

Przeprowadzone analizy dowodzą, że czasowniki w formie trybu rozkazującego używane w promocyjnych opisach gier komputerowych mogą należeć do najróżniejszych kategorii semantycznych. W różnym stopniu reprezentowane są praktycznie wszystkie domeny znaczeniowe wyróżnione przez M. Zawisławską dla Słowosieci. W analizowanych tekstach nie pojawiły się jedynie czasowniki dotyczące ZJAWISK ATMOSFERYCZNYCH, ale nie można wykluczyć ich obecności w innych opisach gier.

Porównanie obfitości czasowników należących do poszczególnych domen semantycznych pozwala dostrzec istotne różnice występujące w badanych korpusach. W szczególności mam tu na myśli znacząco większy odsetek czasowników RUCHU w K_ACT i wyższy procent czasowników WYTWARZANIA w K_STR. Poza tymi wyraźnymi różnicami proporcje pomiędzy liczebnością rozkaźników w pozostałych domenach semantycznych w obu korpusach są na ogół zbliżone. Można więc na tej podstawie wysnuć hipotezę, że repertuar czasowników używanych przez twórców promocyjnych opisów gier jest podobny. Z kolei specyfika gatunkowa gry może się ujawniać tylko w doborze i obfitości rozkaźników reprezentujących wybrane domeny semantyczne. Mam przy tym oczywiście

świadomość, że kwestia ta wymaga weryfikacji i dalszych pogłębionych badań obejmujących m.in. analizy porównawcze uwzględniające opisy innych gatunków gier, np. survivalowych czy platformowych. Artykuł ten stanowi zatem wstęp do dalszych wielokierunkowych badań nad tego typu komunikatami.

BIBLIOGRAFIA

- Adams E., 2014, *Fundamentals of game design*, Berkley.
- Alharthi S.A., Alsaedi O., Touns Dugas P.O., Tanenbaum T.J. i Hammer J., 2018, *Playing to Wait: A Taxonomy of Idle Games*, w: *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, red. A Cox, M. Perry, New York, s. 1–15.
- Bartle R., 1996, *Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDs*, <https://mud.co.uk/richard/hcdfs.htm> (dostęp: 28.08.2024).
- Bereitschaft B., 2016, *Gods of the City? Reflecting on City Building Games as an Early Introduction to Urban Systems*, „*Journal of Geography*”, 115(2), s. 51–60.
- Bralczyk J., 2004, *Język na sprzedaż*, Gdańsk.
- Consalvo M., 2007, *Cheating: Gaining advantage in videogames*, Cambridge (MA).
- Fiadotau M., 2015, *Paratext and meaning-making in indie games*, „*Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*”, 6(01), s. 85–97.
- Fiut I.S., 2014, *Gry komputerowe a rozwój kultury popularnej*, w: *Media, kultura popularna, polityka: Wzajemne oddziaływania i nowe zjawiska*, red. J. Bierówka i K. Pokorna-Ignatowicz, Kraków, s. 15–34.
- Ford D., 2016, *“eXplore, eXpand, eXploit, eXterminate”: Affective Writing of Postcolonial History and Education in Civilization V*, „*Game Studies*” 2, <https://gamestudies.org/1602/articles/ford> (dostęp: 18.07.2024).
- Franckiewicz M., Kudela O., Emich-Widera E., Gorzkowska A., Krzystanek E., 2016, *Jak gry komputerowe wpływają na funkcje kognitywne?*, „*Medycyna Rodzinna*”, 19(3), s. 163–169.
- Garda M.B., 2016, *Interaktywne fantasy. Gatunek w grach cyfrowych*, Łódź.
- Genette G., 1991, *Introduction to the Paratext* (tłum. M. Maclean), „*New Literary History*”, 22(2), s. 261–272.
- Girvan C., 2018, *What is a virtual world? Definition and classification*, „*Educational Technology Research and Development*”, 66(5), s. 1087–1100.
- Guzsvinecz T., 2023, *The correlation between positive reviews, playtime, design and game mechanics in souls-like role-playing video games*, „*Multimedia Tools and Applications*”, 82(3), s. 4641–4670.

- Hajnicz E., 2007, *Dobór czasowników do badań przy tworzeniu słownika semantycznego czasowników polskich*, Warszawa.
- Jędrzejczak B., 2020, *Językowe środki perswazji w sloganach reklamujących polskie marki terytorialne na przykładzie promujących Polskę, województwa i miasta wojewódzkie*, Gdańsk.
- Kieraś W., Kobyliński Ł., 2021, *Korpusomat – stan obecny i przyszłość projektu*, „Język Polski”, 101(2), s. 49–58.
- Kominiarczuk M., 2017, *Gra w grze – problem paraludyczności*, „Teksty Drugie”, 3, s. 381–396.
- Lara-Cabrera R., Cotta C., Fernandez-Leiva A.J., 2013, *A Review of Computational Intelligence in Rts Games*, w: *Proceedings of the 2013 IEEE Symposium on Foundations of Computational Intelligence (FOCI)*, Singapur, s. 114–121.
- Laramée F.D., 2002, *Game design perspectives*, Hingham (Massachusetts).
- Lee J.H., Clarke R.I., Cho H., Windleharth T., 2017, *Understanding Appeals of Video Games for Readers’ Advisory and Recommendation*, „Reference & User Services Quarterly”, 57(2), s. 127–139.
- Loban R., 2017, *Digitising Diplomacy: Grand Strategy Video Games as an Introductory Tool for Learning Diplomacy and International Relations*, w: *Proceedings of DiGRA 2017 Conference*, <https://dl.digra.org/index.php/dl/article/view/915> (dostęp: 18.07.2024).
- Lunenfeld P., 1999, *Unfinished Business*, w: *The digital dialectic: New essays on new media*, red. P. Lunenfeld, Cambridge (Massachusetts)–Londyn, s. 6–23.
- Marshall D., Coyle D., Wilson S., Callaghan M., 2013, *Games, Gameplay, and BCI: The State of the Art*, „IEEE Transactions on Computational Intelligence and AI in Games”, 5(2), s. 82–99.
- Milewski P., Tymińska M., 2023, *Gamebook: Theoria: podręcznik*, t. 1, Gdynia.
- Najlepsze praktyki – marketing*, [b.d.w.] <https://partner.steamgames.com/doc/marketing/bestpractices> (dostęp: 2.10.2024).
- Peterson R.D., Miller A.J., Fedorko S.J., 2013, *The Same River Twice: Exploring Historical Representation and the Value of Simulation in the Total War, Civilization, and Patrician Franchises*, w: *Playing with the Past: Digital games and the simulation of history*, red. M.W. Kapell i A.B.R.E. Elliot, Nowy Jork, s. 33–48.
- Pierwsze kroki*, [b.d.w.] <https://partner.steamgames.com/doc/gettingstarted> (dostęp: 2.10.2024).
- Salen K., Zimmerman E., 2003, *Rules of play: Game design fundamentals*. Cambridge (Massachusetts).
- Sayaheen B., 2024, *Crossing borders: Localization and paratext in Arabic mobile video games*, „Cogent Arts & Humanities”, 11(1), s. 1–16.

- Schules D., Peterson J., Picard M., 2018, *Single-Player Computer Role-Playing Games*, w: *Role-Playing Game Studies: Transmedia Foundations*, red. J.P. Zagal, S. Deterding, Nowy Jork, s. 107–122.
- Toft-Nielsen C., 2014, *Worlds at Play: Space and Player Experience in Fantasy Computer Games*, „Nordicom Review”, 35(1), s. 237–250.
- Warchała J., 2019, *Formy perswazji*, Katowice.
- Żmigrodzki P., Bańko M., Batko-Tokarz B., Bobrowski J., Czelakowska A., Grochowski M., Przybylska R., Waniakowa J., Węgrzynek K., 2018, *Wielki słownik języka polskiego PAN: geneza, koncepcja, zasady opracowania*, Kraków.
- Żmuda M., 2017, *Parateksty gier cyfrowych – odbiór gry a paratekstualne funkcje i procesy*, „Teksty Drugie”, 3, s. 363–380.

WHAT DO IMPERATIVES IN DESCRIPTIONS OF ACTION AND STRATEGY GAMES TELL US? CONTRASTIVE CORPUS ANALYSIS – A QUANTITATIVE PERSPECTIVE

Summary

The subject matter of this article concerns the imperative verb forms appearing in promotional descriptions of action and strategy games from e-commerce websites. The aim of the research was (1) to determine the semantic categories of imperatives present in such texts (treated as a paratext fulfilling a persuasive function) and (2) to establish if those categories appear in the descriptions of games of different genres in similar or differing proportions. The author created two corpora consisting of a total of 200 texts (100 descriptions of action games and 100 descriptions of strategy games), using the Korpusomat software and extracted lexical data automatically. The forms were assigned to particular meanings based on definitions available at the lexical database SłowoSieć (plWordNet), then the lexical units were attributed to semantic domains (such as COMBAT AND CONFLICT), and proportions were calculated on the basis of these findings with regards to the represented categories of meanings. The comparative analysis of the said outcomes brought about the conclusion that the imperative verb forms present in the descriptions of action and strategy games belong to almost all domains (excluding the category of ATMOSPHERIC PHENOMENA), and their quantity is of similar proportions. Based on the quantitative indicators, only one significant difference can be noticed – in the descriptions of action games there was a clearly higher percentage of verbs from the MOVEMENT domain, while the strategy game corpus indicated higher appearances of verbs from the CREATION domain.

Keywords: game description, video game, verbs, corpus analysis, semantic domain