

# TIPOLOGIJA GAMERA I GAMERICA U HRVATSKOJ – NEKE SOCIOKULTURNE KARAKTERISTIKE

Krešimir Krolo :: Željka Zdravković :: Ivan Puzek

IZVORNI ZNANSTVENI RAD / DOI: 10.20901/ms.7.13.2 / PRIMLJENO: 22.04.2015.

**SAŽETAK** U ovom radu predstavljeni su rezultati analize internetskog anketnog istraživanja gamera i gamerica u Hrvatskoj (N = 3251) provedenog 2014. godine. Teorijski dio rada problematizira pristup mapiranju tipologije gamerskih profila, ali i samu definiciju gamera i konceptualizaciju onoga što gamerska kultura predstavlja, oslanjajući se pritom prvenstveno na odgovarajuće sociološke perspektive (Crawford, 2011). Posebno se ističe važnost proširenja standardnih sociodemografskih karakteristika na dodatne sociokulturne karakteristike gamera kako bi se uspostavila preciznija klasifikacija istraživane populacije. U metodološkom dijelu opisuje se struktura istraživačkog instrumenta te metoda klaster-analize preko koje je napravljena tipologija gamerskih profila u Hrvatskoj. Rezultati klasterne analize ukazuju na postojanje 6 tipova gamera grupiranih prema žanrovskim preferencijama te na razlike među njima s obzirom na razinu samoidentifikacije s gamerskom kulturom, s obzirom na identitet, intenzitet igranja, prakse participacije i odabrane dimenzije vrijednosnih orijentacija. Dodatna analiza klastera također pokazuje razlike između gamera s obzirom na tehnološke, sadržajne i interakcijske specifičnosti određenih žanrova te se zaključuje kako su pojedini žanrovi kompatibilni s onim igračima koji su tolerantniji prema različitim vrijednosnim orijentacijama, dok su drugi više vezani za zatvorenije i partikularne sociokulturne okvire.

## KLJUČNE RIJEČI

VIDEOIGRE, GAMERI, TIPOLOGIJA, ŽANROVI, KLASTERSKA ANALIZA, HRVATSKA

Bilješka o autorima \_\_\_\_\_

**Krešimir Krolo** :: Sveučilište u Zadru, Odjel za sociologiju :: [kkrolo@unizd.hr](mailto:kkrolo@unizd.hr)

**Željka Zdravković** :: Sveučilište u Zadru, Odjel za sociologiju :: [zzdravko@unizd.hr](mailto:zzdravko@unizd.hr)

**Ivan Puzek** :: Sveučilište u Zadru, Odjel za sociologiju :: [ipuzek@unizd.hr](mailto:ipuzek@unizd.hr)

## UVOD

Videoigre u posljednjih trideset godina prolaze intenzivan proces društvene institucionalizacije, prevaljujući pritom dug put od marginalizirane zanimljivosti i zabave rezervirane za uski krug informacijsko-komunikacijskih entuzijasta pa sve do zabave za široke društvene mase (Bigl i Stoppe, 2013; Carr i sur., 2006; Crawford, 2011; Donovan, 2010; Egenfeldt-Nielsen i sur., 2012; Heeter i sur., 2008; Niman, 2013; Pearce, 2008; Quandt i Kröger, 2014). Sveobuhvatnost i širinu igracke kulture u svijetu danas najbolje opisuju podaci prema kojima 59 % Amerikanaca igra neki oblik videoigre (ESA, 2014), dok se primjerice u Njemačkoj računa s brojkom od 25 milijuna aktivnih igrača i igračica.<sup>1</sup> Tijekom procesa institucionalizacije, ali i domestifikacije videoigara (De Schutter i sur., 2014), interes javnosti prvenstveno je bio vezan uz naglašavanje mogućih negativnih učinaka koji proizlaze iz interakcije publike s novom medijsko-tehnološkom platformom, uz dominaciju tema poput ovisnosti, društvenog povlačenja ili isključivanja i učenja agresivnog i nasilnog ponašanja (Beck i sur., 2012; Bigl i Stoppe, 2013; Hartmann i sur., 2014; Ribbens i Malliet, 2014; Schmierbach, 2010). S druge strane, počinju se razvijati perspektive usmjerene prema razumijevanju pozitivne uloge videoigara u društvenoj svakodnevicu (Adachi i Willoughby, 2013; Egenfeldt-Nielsen i sur., 2012; Ito i sur., 2013; Jenkins, 2006; Jenkins i Carpentier, 2013; Jenkins i sur., 2013; Watkins, 2010), pri čemu se naglašava važnost redovitog mapiranja *gamerskih* trendova, odnosno sustavno praćenje kako jednostavnijih tako i složenijih sociodemografskih karakteristika *gamera* i *gamerice*<sup>2</sup> kako bi se istovremeno i pozitivni i negativni učinci mogli smjestiti u širi društveno-kulturni kontekst. Zbog toga je glavni cilj ovog istraživanja prikaz složenijeg sociokulturnog profila prosječnoga *gamera* i prosječne *gamerice* u Hrvatskoj, što je nužan preduvjet kako za daljnja istraživanja *gamerske* kulture u Hrvatskoj tako i za razumijevanje položaja hrvatskog društva u kompleksnim globalizacijskim i medijsko-tehnološkim procesima.

## TKO SU GAMERI I GAMERICE? U POTRAZI ZA DEFINICIJOM

Precizna definicija *gamera* još uvijek je predmet intenzivnih rasprava u znanstvenim područjima i disciplinama koje se bave specifičnostima *gamerske* kulture. Je li riječ o svakoj osobi koja u nekom trenutku odluči zaigrati bilo koji od mnogih žanrova koji se nalaze na raspolaganju, bez obzira na vrijeme i predanost igranju, ili su *gameri* samo one osobe koje pokazuju veću privrženost istovjetnoj kulturi i identitetu (van Vught i sur., 2012)? Garry Crawford (2011: 47) primjerice smatra kako odgovor na to pitanje valja tražiti kroz nekoliko različitih analitičkih dimenzija na osnovi čega nudi četiri pristupa u svrhu dobivanja preciznog odgovora na temeljno pitanje „tko igra videoigre“, odnosno „tko su *gameri* i *gamerice*“. Prvi pristup nastoji ponuditi odgovor na pitanje „koji tipovi ljudi igraju videoigre“ (psihosocijalni profil); drugi pristup uključuje temeljito mapiranje sociodemografskih karakteristika *gamera* i *gamerice* zajedno s intenzitetom i žanrovskim preferencijama (so-

<sup>1</sup> Valja naglasiti kako, prema službenim statistikama, prihodi industrije videoigara premašuju prihode glazbene i filmske industrije u EU-u (Bigl i Stoppe, 2013).

<sup>2</sup> Umjesto hrvatske inačice izraza („videoigrač“ i „videoigračica“) odlučeno je da se zadrži izvorni engleski termin jer se taj termin uvriježio unutar same kulture, a i povijest analize supkultura unutar akademskog konteksta ukazuje na zadržavanje izvorne jezične terminologije uz različiti stupanj prilagodivosti hrvatskom jeziku (npr. „punkeri“, „metalci“, „reperi“ i sl.) (v. Perasović, 2002).

ciokulturni profil); treći pristup nastoji obuhvatiti osobe koje su isključene, odnosno osobe koje ne igraju videoigre; četvrti pristup kreće s pretpostavkom da se obrasci igranja mogu kategorizirati u različite stilove i grupe igranja (tipologija igračkih stilova). Crawford (2011) pritom smatra kako se na videoigre treba gledati kao na „društvenu karijeru koja uključuje dinamičan proces mijenjanja pozicija i struktura“ (Crawford, 2011: 47). Druga važna dimenzija koju Crawford (2011) naglašava jest konceptualizacija videoigara kao kulture, pozivajući se pritom na široku teorijsku tradiciju supkulture od Čikaške škole do britanskih kulturnih studija pa sve do „fluidnosti“ neotribalizma Zygmunta Baumana (2000) i „tekstualnih kradljivaca“ koncepta „fandoma“ Henryja Jenkinsa (2012). Upravo se u složenosti navedenih teorijskih okvira skriva i problematičnost pronalaženja jednostavne definicije *gamera*. Videoigre u svojoj tehnološkoj i medijskoj biti prekoračuju lokalna sociokulturna ograničenja pa ostaje upitno koliko pomažu analitički alati proizašli iz relativno drukčijeg sociokulturnog konteksta. S druge strane, korištenje Baumanove neotribalne<sup>3</sup> „fluidnosti“ pretpostavlja fleksibilnost identifikacije i članstva u *gamerskoj* zajednici, navodeći pritom na misao kako *gamer* može biti netko tko ne dijeli nužno norme, vrijednosti, rituale, artefakte ili jezik specifičan za svaku (sup)kulturu. Kako bismo riješili navedeni problem, Crawfordovu kategorizaciju i dualnost strukturalnih i poststrukturalnih pristupa promatramo hijerarhijski, odnosno smatramo potrebnim prvo odgovoriti na strukturalna pitanja koja uključuju detaljno mapiranje *gamera* i *america* te smo iz tog razloga za potrebe ovog istraživanja odlučili kombinirati sociodemografske karakteristike s intenzitetom i žanrovskim preferencijama igranja, dok poststrukturalne karakteristike valja obraditi posebnim istraživanjem nakon što se empirijski i analitički obrade strukturalne dimenzije *gamerske* kulture. U prilog takvoj odluci ide i činjenica kako dosada nije bilo ambicioznijih pokušaja mapiranja *gamera* i *america* u Hrvatskoj, ali se nastojala uspostaviti tipologija prema psihosocijalnim i sociokulturnim determinantama (Čulig i Rukavina, 2012). Pojedini autori (Quandt i sur., 2014: 23) pritom naglašavaju da istraživanja *gamera* moraju ponuditi prvenstveno odgovore na pitanja tko su zapravo *gameri*, koliko svog vremena posvećuju igranju te kakva im je društvena struktura. Prema tome, može se reći kako su *gameri* osobe koji igraju videoigre (bez obzira na preferiranu tehnološko-medijsku platformu) s različitim intenzitetom i odnosom prema sustavu i konceptu igranja.

Naš je istraživački cilj u ovom radu da se kroz skup različitih sociodemografskih indikatora i *gamerskih* preferencija i praksi (intenzitet igranja, žanrovske i platformske preferencije, samoidentifikacija s *gamerskom* kulturom<sup>4</sup>, socijalizacija s drugim *gamerima* i

<sup>3</sup> Pojam neotribalnosti prvenstveno se veže uz francuskog sociologa Michela Maffesolija (1996), koji pod tim pojmom podrazumijeva mikrogrupe ljudi iz pretežno urbanog područja koji su povezani sličnim interesima te neformalnim oblikom komunikacije. No, u svrhu ovog rada koristi se kao analitički okvir kritičkog promišljanja supkulture definicije na sličan način kako je Andy Bennet (1999) to radio u analizi životnih stilova i glazbenih preferencija mladih, odnosno kao odgovor na proturječnosti zadanih identitetskih okvira prve modernosti. Naime, supkulturne teorije proizašle su iz razdoblja uspona mladenačkih kultura i „velikih priča“ ili „grand narativa“ moderne (Lyotard, 1984) te su nužno povezane s fiksnim i zadanim sociokulturnim identitetima poput klase, roda ili nacije. Bennet, međutim, tvrdi kako se suvremene životnističke i kulturne afilijacije ne mogu više gledati kao kolektivistički refleksi, već prije kao individualno upisivanje u različitosti kulturnog izbora u razdoblju kasne modernosti. Bauman (2000) se nadovezuje na te stavke s konceptom likvidnosti kao konceptom u kojem identitetske pozicije valja promatrati kao stalno promjenjive i nestabilne sociokulturne determinante.

<sup>4</sup> Adrienne Shaw (2010) smatra kako postoji nekoliko načina na koje se može definirati *gamerska* kultura te da definicija ovisi o perspektivi koja se zauzima. U većini slučajeva *gamerskoj* se kulturi pristupa kroz *gamere* na način da se odgovori na ova pitanja: „a) tko igra videoigre, b) kako ih igraju i c) što igraju“ (Shaw, 2010: 404). S obzirom na to da autorica zauzima kritičku perspektivu kulturnih studija, njezino viđenje proizlazi iz potrebe da se *gamerska* kultura uz navedene kategorije promatra unutar složenosti definicija kulture kulturnih studija, referirajući se pritom na radove Raymondona Williamsa, Stuurta Halla i drugih.

*gamicama* te sudjelovanje u kreiranju, mijenjanju i poboljšanju programskog sadržaja) opiše profil *gamera* i *gamerica* iz kojeg će jasno biti vidljiva slojevitost *gamerske* kulture.

## PREGLED LITERATURE I DOSADAŠNJIH ISTRAŽIVANJA – ŽANROVSKA KLASIFIKACIJA IGARA KAO POKAZATELJ SOCIOKULTURNIH RAZLIKA MEĐU GAMERIMA I GAMERICAMA?

Suvremena istraživanja *gamerske* populacije naslonjena na mapiranje njezinih sociodemografskih karakteristika ukazuju na konzistentne trendove, odnosno razlike u intenzitetu i žanrovskim preferencijama s obzirom na spol<sup>5</sup> i dob. Primjerice, godišnji izvještaji (ESA, 2014) ukazuju na dva ključna trenda u Americi. Prvi je vezan uz starosnu dob prosječnoga *gamera*, odnosno *gamerice*, koja raste paralelno s rastom i širenjem industrije videoigara, dok je drugi vezan uz povećanje participiranja žena u *gamerskoj* kulturi. Naime, za razliku od 1980-ih i 1990-ih kada je uspjeh industrije bio vezan uz tržište orijentirano gotovo isključivo prema tinejdžerima, današnji *gameri* u Americi u prosjeku imaju 34 godine. Iako na prvi pogled iznenađujuća, relativno visoka starost prosječnoga *gamera* može se objasniti činjenicom kako „prvotni“ *gameri* iz rane faze uspona kulture videoigara i dalje nastavljaju biti dio zajednice, no vrlo vjerojatno s manjim intenzitetom u odnosu na mlađu populaciju. S druge strane, znatno više intrigira podatak o visokoj zastupljenosti žena u *gamerskoj* kulturi pa je tako danas, prema nekim istraživanjima (Jayanth, 2014), njihov udio veći od udjela muškaraca (52 %), kao što je to slučaj u Velikoj Britaniji. Zanimljivost je tim veća jer dio istraživanja ukazuje na sadržajne, ali i programske specifičnosti videoigara koje su žene dugo vremena odvrćale od intenzivnije participacije (Crawford, 2011: 53).<sup>6</sup> Jedan od razloga koji objašnjava taj pomak jest razvoj podsektora *gaming* industrije gdje su kreirane videoigre koje apeliraju na specifične ženske potrebe igranja (Vermeulen i van Looy, 2014).<sup>7</sup>

Uz navedene sociodemografske razlike u intenzitetu igranja i aktivnom sudjelovanju u *gamerskoj* kulturi pretpostavljamo kako unutar žanrovske klasifikacije postoje sociokulturne razlike koje upućuju na raslojavanje unutar *gamerske* populacije. Naime, iako postoji tendencija da se svijet videoigara gleda kao holistički fenomen „globalne kulture“ (Jenkins, 2006, 2008), programske karakteristike i različite razine medijske i tehnološke složenosti prisutne u popularnim žanrovima ostavljaju prostor sumnji kako igranje, a posebice aktivna participacija u pojedinim žanrovima, traži i posebnu vrstu medijske pismenosti (Burn i Carr, 2006; Carlson i Corliss, 2011). Žanrovi kao što su RPG (*Role Playing Games*)<sup>8</sup>, MOBA

<sup>5</sup> Spol se u ovom slučaju navodi kao administrativno obilježje industrijskih i marketinških istraživanja te je dio sociodemografskog skupa takvih pristupa. U tekstu i analizi podataka ovog istraživanja koristi se pojam roda kao kulturološke dimenzije i društvene konstrukcije spolnosti.

<sup>6</sup> Seksistički prikazi žena, kompetitivnost izražena kroz teme sporta i nasilja te općenita zasićenost *gamerskog* konteksta muškim diskursom odvrćali su žene od većeg participiranja.

<sup>7</sup> Izneseno objašnjenje ima, doduše, svoje potencijalne slabosti jer polazi od pretpostavke kako su sve videoigre jednako vrijedne unutar specifičnih kanona zajednice, dok pogled na dominantne žanrove i najpopularnije naslove ukazuje kako definiranje onoga što je relevantno unutar *gamerske* kulture ostaje proizvodom muškog pogleda i privilegija.

<sup>8</sup> RPG (*Role Playing Game*) je sustav igre proizašao iz tzv. olovka i papir (*pen and paper*) sustava društvenih igara, a koji počiva na principu kreiranja, modifikiranja i upravljanja likom ili avatarom u specifično zadanom (digitalnom) okruženju. Kreiran lik ili avatar napreduje rješavajući zadatke ili u borbama s protivnicima koji su računalno generirani (NPC, tj. *non-playable characters*), ili kroz interakciju s drugim igračima. Razvoj lika uvjetovan je odabirom specifičnog skupa različitih osobina i borilačkih svojstava koji ovise o borbenoj klasi avatara. Sustav napredovanja izražen je kroz akumulaciju bodova iskustva (*experience points*), a svaki stupnjevani oblik napredovanja otvara nove mogućnosti nadogradnje i širenja vještina i mogućnosti avatara.

(*Multiplayer Online Battle Arena*)<sup>9</sup> i MMORPG<sup>10</sup> (*Massive Multiplayer Online Role Playing Games*) posjeduju nekoliko tehnoloških, komunikacijskih i narativnih karakteristika koje ih odvajaju od žanrova poput pucačina iz prvog lica (FPS)<sup>11</sup> (*Call of Duty* i *Battlefield* serijali), sportskih simulacija<sup>12</sup> (*FIFA*, *NHL*) i akcijskih avantura<sup>13</sup> (*Tomb Raider* i *Legend of Zelda*).

Prva dimenzija igranja videoigara vezana je uz važnost tehnološke i medijske pismenosti potrebne za instalaciju, pokretanje i navigiranje kroz većinu navedenih žanrova i njihovih najpopularnijih naslova.<sup>14</sup> Druga dimenzija upućuje na važnost usvajanja i čitanja kulturnih kodova vezanih uz narativ virtualnih svjetova i akumulacije vještina potrebnih za kompetentno igranje (upravljanje avатарom, praćenje i usavršavanje strategija igranja i slično). Treća je dimenzija vezana uz intenzitet komunikacije s programskom strukturom igre, ali i intenzitet društvene komunikacije s ostalim *gamerima* i *gamericama* koja pretpostavlja suradnju s ljudima koji dolaze iz drukčijeg sociokulturnog konteksta od hrvatskog *gamera* i *gamerice*.

Naša je pretpostavka da će igranje žanrova poput FPS-a, sportskih simulacija i akcijskih avantura biti vezano uz tradicionalnije i konvencionalnije vrijednosne orijentacije, lokalni društveni kontekst i niže prakse participacije u *gamerskoj* kulturi. S druge strane, igranje žanrova kao što su MMORPG, MOBA ili RPG bit će povezano s višom razinom tolerancije, širim društvenim kontekstom igranja i većom participacijom u *gamerskoj* kulturi.

## ISTRAŽIVAČKA PITANJA

Na osnovi iznesenog pregleda relevantnih istraživanja postavljamo sljedeća istraživačka pitanja:

IP1 Tko su *gameri* i *gamerice* u Hrvatskoj?

IP2 Postoje li razlike između različitih tipova *gamera* i *gamerica* prema sociodemografskim i sociokulturnim karakteristikama?

<sup>9</sup> Riječ je po podžanru RTS-a (*Real Time Strategy*), odnosno strategije u pravom vremenu uz jednu bitnu razliku. Naime, za razliku od RTS-a u kojem je sastavni dio izgradnja različitih građevina i vojnih jedinica te u konačnici upravljanje proizvedenim jedinicama s ciljem pokoravanja ili uništavanja protivnika, MOBA se zasniva samo na kontroli jednog avatara (bez izgradnji vojnih jedinica ili drugih građevina) s kojim, u suradnji s drugim članovima tima, valja zauzeti ili uništiti središte protivničkog tima. Svaki lik s kojim igrač upravlja posjeduje jedinstveni set vještina koje je potrebno adekvatno koristiti tijekom borbe kako bi se postigao željeni učinak i ostvario cilj.

<sup>10</sup> MMORPG (*Massive Multiplayer Online Role Playing Game*) je zapravo zasnovan na istim karakteristikama kao RPG žanr, no uz bitnu razliku masovnosti koja dolazi kroz interakciju s drugim *gamerima* i *gamericama* igranjem preko interneta u stvarnom vremenu.

<sup>11</sup> FPS (*First Person Shooter*) jest skup igara koje se zasnivaju na borbenim i pucačkim vještinama *gamera* u pravom vremenu (*real time*) putem kontroliranja posebno dizajniranog lika ili avatara. Žanrovi takvog tipa zahtijevaju brze reflekse i sustav reakcija kako bi se ostvario zadani cilj.

<sup>12</sup> Sportske simulacije jesu igre koje se zasnivaju na konceptu simulacije pravila i tehničkih karakteristika sportova koji postoje u fizičkom svijetu (nogomet, košarka, tenis, ragbi i sl.). No, osim simulacija postoje i menadžerske igre koje se bave organizacijom, logistikom i koordinacijom sustava natjecanja umjesto fokusa na samu srž pravila igranja koji definiraju određeni sport.

<sup>13</sup> Akcijske avanture nastaju kao hibrid akcijskih i avanturističkih igara. Aktivnosti podrazumijevaju istovremeno rješavanje različitih zagonetki uz pomoć predmeta i tragova na koje se naide tijekom igranja (avanturistička komponenta), ali i akcijski dio u smislu refleksnog rješavanja različitih fizičkih prepreka (skakanje, trčanje, penjanje) ili borbe s računalno generiranim protivnicima.

<sup>14</sup> S druge strane, razvoj računalne tehnologije te programskih paketa nužnih za instalaciju složenijih igara teško da se danas može okarakterizirati „kompleksnim“. Servisi poput Steama i Origina značajno su reducirali potrebu za posebnim informatičkim vještinama svojih korisnika tako da ostaje upitno koliko je navedeni element još uvijek korisna distinkcija među *gamerima*.

## OPIS POSTUPKA (METODE ISTRAŽIVANJA) I UZORKA

Podaci su prikupljeni u sklopu istraživačkog projekta „Sociokulturni profil video igrača i igračica u Hrvatskoj“ (odobren od strane Odjela za sociologiju, Sveučilišta u Zadru) u razdoblju od rujna do listopada 2014. godine. Upitnik je distribuiran putem *online* servisa *questionpro.com* uz suradnju s najvećim hrvatskim *gamerskim* portalom HCL.hr, ali i uz distribuciju upitnika na komplementarne stranice i portale kako bi se izbjegla potencijalna izomorfnost i homofiličnost<sup>15</sup> uzorka. U konačnici je prikupljena 3251 u potpunosti ispunjena anketa s odzivom (*completion rate*) od 60 %. Sam upitnik sadržavao je standardni set sociodemografskih varijabli i čestica (spol, dob, socioekonomski status, vjerski obredi, obrazovanje i mjesto prebivališta), a dublja razina sociokulturnog profila propitala se konstruktima vrijednosnih orijentacija, kulturne potrošnje, odabranih dimenzija društvenog kapitala (uopćeno povjerenje i prakse participacije) i socijabilnosti, dok se *gamerska* dimenzija ispitivala kroz čestice učestalosti igranja, žanrovskih i platformskih preferencija te kroz česticu samoidentifikacije s *gamerskom* (sup)kulturom.

Tablica 1. Demografska struktura uzorka

	N	%
Cijeli uzorak	3251	100
<b>Spol</b>		
Muški	3055	94
Ženski	196	6
<b>Dob</b>		
18 ili manje	869	27
19 do 25 godina	1101	34
26 do 34 godine	941	29
35 i više godina	340	10
<b>Obrazovanje</b>		
Osnovnoškolci i srednjoškolci (u procesu obr.)	473	14
Studenti (u procesu obrazovanja)	1373	42
Završena trogodišnja srednja škola	187	6
Završena četverogodišnja srednja škola	552	17
Završen prvi stupanj fakulteta ili viša škola	225	7
Završen diplomski/magistarski/doktorski studij	441	14
<b>Radni status</b>		
Puno radno vrijeme	1114	34
Kraći i ostali oblici rada	282	9
U procesu školovanja	1373	42
Nezaposleni	381	12
Ostali	101	3

<sup>15</sup> Homofiličnost podrazumijeva tendenciju grupiranja u uzorku prema istovjetnim karakteristikama kao što su socioekonomski status, vrijednosti ili stavovi.

	N	%
<b>Društveni status (samoprocjena)</b>		
Nizak status	375	12
Srednji status	1313	40
Viši srednji status	1289	40
Visok status	274	8
<b>Novac na raspolaganju (mjesečno)</b>		
Do 200 kn	494	15
201 do 1000 kn	890	27
1001 do 3000 kn	585	18
3001 do 5000 kn	509	16
5001 do 7000 kn	396	12
Više od 7000 kn	377	12

## REZULTATI I INTERPRETACIJA

### Tko su *gameri* i *gamerice* u Hrvatskoj?

U radu se krenulo od pretpostavke utemeljene na teorijskom predlošku i pregledu literature prema kojoj je preferiranje određenih videoigara povezano sa sociodemografskim i sociokulturnim karakteristikama *gamera* i *gamerica*.

Kao što je vidljivo iz tablice 2 igrači se razlikuju prema učestalosti igranja videoigara u periodu od tri mjeseca prije sudjelovanja u istraživanju pa tako polovica *gamera* igra videoigre svaki dan (50,9 %). Kada je riječ o društvenim obrascima *gamera*, prema rezultatima se vidi da ispitanici najčešće igraju videoigre s osobama koje poznaju iz „pravog života“ (63,1 %). Nadalje, većina *gamera* održava kontakte s ostalim igračima s kojima igraju igre. Taj podatak ne iznenađuje jer ispitanici najčešće igraju videoigre s osobama koje poznaju iz „pravog života“ (tablica 2). Kada je riječ o društvenim obrascima, rezultati upućuju na zaključak da igranje videoigara ne izolira igrače iz njihove okoline, već upravo suprotno – njihova društvena mreža sastoji se od vršnjaka s kojima se igraju.

Rezultati vezani za dob upućuju na konzistentnost u odnosu na dosadašnja istraživanja (ESA, 2014), ali i u odnosu na teorijske pretpostavke kako je viši intenzitet igranja vezan uz mlađu dob, u odnosu na stariju, pa tako vidimo da u Hrvatskoj sudionici u dobi od 18 ili manje godina najviše igraju na dnevnoj osnovi (64,6 %) u odnosu na sudionike od 35 i više godina (45,6 %). Čak štoviše, jasno je vidljivo opadanje intenziteta dnevnog igranja kako raste dob sudionika istraživanja pa tako *gameri* od 18 ili manje godina koji dnevno igraju više od 6 sati predstavljaju 20,6 % cijelog uzorka u odnosu na *gamere* od 35 i više godina koji s zastupljeni sa svega 6,8 % (Cramerov koeficijent  $V = 0,162$ ).

Tablica 2. Rodne i dobne karakteristike *gamera* i *gamerica* (%)

	Dob					Spol	
	Cijeli uzorak	18 ili manje	19 – 25	26 – 34	35 ili više	Muškarci	Žene
<i>Broj ispitanika (f)</i>	3246	865	1100	941	340	3050	196
<b>Intenzitet igranja – u prethodna tri mjeseca</b>							
Svaki dan	50,9	64,6	52,5	38,3	45,6	51,5	41,8
Nekoliko puta tjedno	39,1	31,9	38,5	47,2	36,8	38,7	43,9
Nekoliko puta mjesečno	7,3	3	6,7	10,3	12,6	7,3	8,7
Jednom mjesečno ili rjeđe	2,2	0,4	2	3,6	3,5	2,1	4,1
Nisam igrao/igrala igre u prethodna tri mj.	0,5	0,1	0,3	0,6	1,5	0,4	1,5
<b>Intenzitet igranja – dnevno u satima</b>							
Do 1 sat	15,2	7	11,5	22,8	26,5	15	17,3
Od 1 sat do 3 sata	41,7	36,3	39,8	47	46,8	42	38,8
Od 3 sata do 6 sati	29	36	33,3	21,4	18,5	29	29,1
Više od 6 sati	13,6	20,6	15	8,1	6,8	13,5	13,3
Nisam igrao/igrala igre u prethodna tri mj.	0,5	0,1	0,4	0,7	1,5	0,5	1,5
<b>S kim najviše igrate videoigre?</b>							
S osobama iz „pravog“ života	63,1	74,7	67,9	54,4	42	63,3	61,8
S osobama koje sam upoznao/upoznala u igri	13,4	9,7	11,7	15	23,2	13,4	12,2
S osobama iz drugih zemalja	6,3	4,2	5,4	7,7	11	6,3	5,6
S osobama iz drugih dijelova Hrvatske	3,3	4	3,2	3,3	2,6	3,3	4,1
Sam/Sama	13,9	7,4	11,8	19,6	21,2	13,7	16,3
<b>Aktivnosti s osobama s kojima igrate videoigre (da/ne)</b>							
Komunikacija putem društvenih mreža	79,5	88,9	82,9	72,1	65,6	79,4	81,1
Druženje uz piće	60,6	59,4	65,4	60,6	48,8	60,5	62,8
Zajednički izlasci	48,4	49,7	53,3	46,9	34,1	48,3	50
Druženje na turnirima	36,8	43,6	38,2	32,8	25,6	36,7	38,3
<b>Kreiranja <i>online</i> sadržaja vezanog za igranje igara (da/ne)</b>							
Imam blog	3,4	4	3,5	3	2,1	3,3	4,1
Pišem recenzije	29,1	41,9	29,4	21,1	17,4	29,5	23
Raspravljam na forumu	42,2	52,3	41,4	37,6	32,1	41,9	47,4
Pišem razvojnom timu	34,4	37,1	34	33,7	30,9	8,8	6,6
Pišem upute	8,7	14,8	8,1	5,6	3,8	8,8	6,6

*Napomena:* Iz cijelog uzorka je isključeno pet ispitanika koji nisu odgovorili na sva pitanja (N = 3246). Razlike prema dobi statistički su značajne na svim varijablama osim na dvije varijable koje se odnose na kreiranje *online* sadržaja – pisanje bloga i slanje povratnih informacija razvojnom timu. Rodne razlike statistički su značajne na varijabli intenziteta igranja igara u periodu od tri mjeseca.



No, ono što je znatno zanimljivije jest razlika unutar čestice s kim igraju videoigre, gdje mlađi sudionici pokazuju znatno više tendenciju igranja s osobama koje poznaju u pravom životu (74,7 %) (prijatelji, školske kolege, poznanici), dok je kod starije populacije (35 ili više godina) izraženije upoznavanje osoba tijekom igranja (23,2 %), ali i igranje s osobama iz drugih država (11 %) (Cramerov koeficijent  $V = 0,26$ ,  $p < 0,01$ ). Te se razlike mogu tumačiti specifičnošću adolescentskog razvoja kada su partikularne grupe važan element razvoja individualnog i kolektivnog identiteta, ali moguće i generacijskim razlikama kada je riječ o percepciji relevantnosti upoznavanja i otvaranja različitim kulturama i identitetima.

Još je izraženija razlika u odnosu na spol. Naime, 94 % sudionika su muškarci, dok 6 % uzorka predstavljaju *gamerice*.<sup>16</sup> Dobiveni su podaci u kontrastu s podacima iz nekih svjetskih istraživanja (ESA, 2014) i zabilježenih trendova koji govore o sve većem udjelu žena u igranju videoigara. Razlike se mogu objasniti problematičnom definicijom i operacionalizacijom *gamera* isključivo prema marketinškim i potrošačkim normama u većini administrativnih istraživanja, dok rigoroznija definicija koja proizlazi iz socioloških i teorija kulturnih studija otkriva realniju sliku rodnih specifičnosti, što se može vidjeti iz podataka prezentiranih u ovom radu.

Sudjelovanje u kreiranju *online* sadržaja jedan je od važnih aspekata u definiranju i shvaćanju „nove medijske pismenosti“ kod mladih (Jenkins, 2009). Za Henryja Jenkinsa i suradnike (2009: xi) razvoj digitalne medijske pismenosti usmjeren je prema konceptu „participativne“ kulture, tj. sudjelovanju u zajednici kroz kreiranje sadržaja,<sup>17</sup> osjećaja društvene povezanosti i ostale oblike doprinosa *online* zajednici, gdje su granice između kreativnog, umjetničkog i društvenog angažmana jako bliske. U tom kontekstu autori (2009: xii) govore o participacijskom jazu kao o „nejednakom pristupu prilikama, iskustvima, vještinama i znanju koje pripremaju mlade za sveobuhvatno sudjelovanje u svijetu sutrašnjice“. Rezultati istraživanja Jenkinsa i suradnika pokazuju da je angažman igrača videoigara u kreiranju *online* sadržaja visok u odnosu na opću populaciju, a što potvrđuju i radovi drugih autora (Gasser i sur., 2012). Iz tablice 2 vidi se da 42,2 % ispitanika u Hrvatskoj raspravlja o videoigramima na forumima, 34,4 % šalje povratne informacije razvojnom timu igara, 29,1 % ispitanika piše recenzije igara, 8,7 % piše upute za igranje videoigara, dok najmanji broj ispitanika piše blogove na temu videoigara (3,4 %).

## Sociokulturne razlike *gamera* i *gamerica* prema žanrovskim preferencijama

### Opis procedure klusterske analize

U svrhu utvrđivanja tipologije *gamera* i *gamerica* primjenjena je klusterska analiza. Klusterska analiza omogućila nam je utvrđivanje homogenih skupina *gamera* sličnih po svojim praksama i preferencijama. Budući da je klusterska analiza po svojim karakteristikama primarno eksploratorna tehnika koja se koristi za klasifikaciju ispitanika, njezin glavni nedostatak leži u mogućnosti generiranja različitih tipologija koje uglavnom proizlaze iz

<sup>16</sup> Iako se razlike mogu pripisati i karakteristikama uzorka i uzorkovanja, smatramo dobivene podatke pouzdanim pokazateljima rodnih razlika jer su podaci prikupljeni na najpopularnijim i relevantnim stranicama hrvatske *gamerske* kulture koje istovremeno bilježe i najveću frekvenciju posjećenosti.

<sup>17</sup> Za razliku od prethodno navedenih studija, važno je istaknuti da postoji cijeli niz studija o digitalnim nejednakostima koje pokušavaju odgovoriti i na pitanje o tome tko sudjeluje u kreiranju *online* sadržaja. Korisničko kreiranje *online* sadržaja je prema OECD-u (2007) definirano kao kreiranje sadržaja koji je javno dostupan na internetu, koji odražava određenu količinu kreativnog napora i koji je stvoren izvan profesionalnih rutina i praksi.

primjene različitih kriterija u procesu klasterizacije na istim podacima. Imajući na umu takva ograničenja koja upućuju na nemogućnost generalizacije podataka na populaciju i nemogućnost inferencijalnog zaključivanja, u ovom smo se radu, pri odabiru klasterskih rješenja, oslonili na prethodne teorijske i istraživačke radove (Aldenderfer i Blashfield, 1984; Everitt i sur., 2011).

Tipologija *gamera* i *gamerica* uspostavljena je na temelju 16 varijabli koje su obuhvatile *gamerske* prakse kao što su intenzitet igranja, sudjelovanje u *gamerskoj* kulturi – kretanje *online* sadržaja vezanih za videoigre, društvene obrasce *gamera* i *gamerica* – s kim igraju videoigre i druže li se *offline* s osobama s kojima igraju igre, kao i preferencije *gamerskih* žanrova (tablica 3). Za utvrđivanje klastera primijenjena je tzv. *two step* klasterska metoda koja nudi odgovarajuće opcije klasteriranja nominalnih varijabli, kao i automatsko pronalaženje klasterskih rješenja te omogućuje analizu velikog seta podataka. Za računanje udaljenosti između klastera koristili smo *likelihood distance measure*.

Uz pomoć prethodno opisane klasterske analize utvrđeno je šest tipova *gamera* i *gamerica*. Klastersko rješenje od šest klastera odabrano je kao najbolje rješenje koje zadovoljava statističke kriterije sličnosti prema kojima se ispitanici na ispitivanim obilježjima grupiraju unutar klastera, kao i kriterije razlikovanja prema kojima se pripadnici različitih klastera distingviraju prema ispitivanim obilježjima.<sup>18</sup> S ciljem detaljnijeg objašnjenja klastera utvrdilo se i razlikovanje klastera prema sociodemografskim varijablama koje nisu korištene za njihovu klasifikaciju. Svih šest klastera statistički se značajno razlikuju prema varijablama uključenim u klastersku analizu, a varijable koje imaju najvažniju ulogu u definiranju klastera jesu preferencije *gamerskih* žanrova. Rezultati analize pokazuju da je tipologija *gamera* i *gamerica* u najvećoj mjeri bila određena žanrovskim preferencijama jer su žanrovi kao što su akcijske avanture, RPG, FPS, MOBA i MMORPG okupili *gamere* i *gamerice* koji najviše vole igrati baš taj žanr. S druge strane, *gameri* i *gamerice* koji preferiraju žanrove kao što su RTS, simulacije i sportske igre, klasične avanture, TBS<sup>19</sup> i ostale žanrove tvorili su jedan mješoviti klaster koji smo nazvali *light gameri*.

Među *gamerima* najvećeg intenziteta igranja jesu upravo ispitanici iz MMORPG klastera (69,1 %) i MOBA klastera (68,1 %). *Gameri* koji preferiraju FPS se prema intenzitetu igranja nalaze oko prosjeka uzorka (51,1 %), dok su oni koji preferiraju akcijske avanture, kao i *light gameri*, nižeg intenziteta igranja (oko 41 % igra videoigre svaki dan). Nadalje, istraživanje je pokazalo da 41,7 % ispitanika igra videoigre od 1 sat do 3 sata dnevno. Međutim, više od polovice igrača iz MOBA klastera (55,9 %) i MMORPG klastera (56,6 %) dnevno provede igrajući više od tri sata.

<sup>18</sup> *Silhouette coefficient* (koeficijent kohezije unutar klastera i distance između klastera) iznosi 0,4.

<sup>19</sup> TBS (Turn Based Strategy) podrazumijeva strateški oblik igranja na poteze na način da igrač ili računalo odgovara na potez protivnika, bez vremenskog ograničenja reakcije. Takav tip igranja možda je najbližnji pravilima igranja šaha.

Tablica 3. *Gamerske prakse prema tipologiji žanrovskih preferencija (%)*

	Dob				Spol		
	Cijeli uzorak	RPG	Akcijske avanture	Light	MOBA	MMORPG	FPS
<i>Broj ispitanika (f)</i>	3246	519	498	589	408	387	845
<b>Intenzitet igranja – u prethodna tri mjeseca</b>							
Svaki dan	50,9	43,5	41,4	41,3	68,1	69,1	51,1
Nekoliko puta tjedno	39,1	44,5	46,6	43,8	29,2	27,4	38,2
Nekoliko puta mjesečno	7,3	8,3	9,6	10,5	2,2	3,4	7,5
Jednom mjesečno ili rjeđe	2,2	2,7	2,2	3,4	0,5	0,3	2,8
Nisam igrao/igrala igre u prethodna tri mj.	0,5	1	0,2	1	0	0	0,4
<b>Intenzitet igranja – dnevno u satima</b>							
Do 1 sat	15,2	15,2	15,3	23,4	8,1	8,5	15,8
Od 1 sat do 3 sata	41,7	46,1	44	43,5	36	34,6	42,4
Od 3 sata do 6 sati	29	27,9	28,3	21,9	37	36,4	27,7
Više od 6 sati	13,6	9,8	12,2	10	18,9	20,2	13,7
Nisam igrao/igrala igre u prethodna tri mj.	0,5	1	0,2	1,2	0	0,3	0,4
<b>S kim najviše igrate videoigre?</b>							
S osobama iz „pravog“ života	63,1	59,4	66,5	63,5	76	59,5	58,7
S osobama koje sam upoznao/upoznala u igri	13,4	11,9	8,6	10,2	12,7	19,6	16,7
S osobama iz drugih zemalja	6,3	5,2	5	4,6	3,7	13,4	6,7
S osobama iz drugih dijelova Hrvatske	3,3	2,5	3	2,4	2,5	4,1	5
Sam/Sama	13,8	21	16,9	19,3	5,1	3,4	12,9
<b>Aktivnosti s osobama s kojima igrate videoigre (da/ne)</b>							
Komunikacija putem društvenih mreža	79,5	73,8	74,3	69,6	91,4	89,9	82,6
Druženje uz piće	60,6	55,9	50,8	50,1	72,5	72,6	65,4
Zajednički izlasci	48,4	45,1	40,2	36,7	63	62,5	50,1
Druženje na turnirima	36,8	28,7	32,3	29,2	47,8	44,2	40,8
<b>Kreiranja online sadržaja vezanog za igranje igara (da/ne)</b>							
Imam blog	3,4	2,9	3,4	3,6	3,2	2,8	3,8
Pišem recenzije	29,1	27,9	37,6	23,8	21,8	24,8	33,8
Raspravljam na forumu	42,2	38,5	42,4	37,4	43,4	44,4	46,2
Pišem razvojnom timu	34,4	29,9	28,5	28,2	40,9	50,4	34,4
Pišem upute	8,7	5,4	7,8	7,5	12	9,8	9,9

*Napomena:* Iz uzorka je isključeno pet ispitanika koji nisu odgovorili na sva pitanja (N = 3246). Igrači koji preferiraju isti žanr čine jedan klaster uz iznimku igrača u klasteru nazvanom *light gameri* koji je okupio one igrače koji preferiraju različite žanrove (31 % sportske, 29 % real time strategies, 6,3 % klasične avanture, 5,3 % trkače, 9,5 % simulacija vožnje, 3,4 % PS platforme, 6,1 % turn based strategies, 5,6 % simulacija gradnje i 3,7 % puzzle).

Ukupno 63,1 % ispitanika igra videoigre s osobama iz „pravog“ života, a među njima je najviše ispitanika koji preferiraju žanr MOBA (76 %). Kada se promotre rezultati prema klasterima, može se vidjeti da igrači koji preferiraju MMORPG češće u odnosu na ostale igraju videoigre s osobama koje su upoznali *online* (19,6 %), kao i s osobama iz inozemstva (13,4 %). S druge strane, igrači koji preferiraju RPG i oni koji preferiraju razne druge igre češće igraju sami. *Gamerski* žanrovi kao što su MOBA i MMORPG upravo su oni žanrovi preko kojih se igrači najčešće druže i komuniciraju s drugim igračima.

Kada je riječ o žanrovima koje *gameri* i *gamerice* najčešće igraju, utvrđeno je da postoje statistički značajne rodne razlike u žanrovskim preferencijama (tablica 4).

Tablica 4. Spolne i dobne karakteristike *gamera* i *gamerice* prema klasterima (%)

	RPG	Akcijske avanture	Light	MOBA	MMORPG	FPS
<b>Spol</b>						
Muškarci	15,3	15,5	17,8	12,6	11,7	27,1
Žene	27	12,7	23,5	12,8	15,3	8,7
<b>Dob</b>						
18 i manje	5,1	22,9	15,8	15,7	8,8	31,7
Od 19 do 25	17	15,3	17,3	17,6	10,7	22,1
Od 26 do 34	23,9	11,6	18,9	6,9	13,9	24,8
35 i više	18,5	6,8	24,7	3,8	18,3	27,9

Tablica 5: Identitetski i sociokulturni indikatori – prema klasterima

	Koliko je igranje videoigara važan dio vaše osobnosti i vašeg života? (1 = uopće nije važno, 10 = iznimno važno)			Je li homoseksualnost opravdana? (1 = uvijek, 10 = nikad)	
	Broj ispitanika (f)	M	SD	M	SD
Cijeli uzorak	3246	5,85	2,5	4,74	3,48
RPG	519	6,17	2,34	3,51	2,98
Akcijske avanture	498	6,11	2,38	5,26	3,57
Light	589	5,08	2,49	4,65	3,49
MOBA	408	6,37	2,52	4,31	3,29
MMORPG	387	6,12	2,44	4,85	3,41
FPS	845	5,65	2,55	5,43	3,61

*Napomena:* M označava aritmetičku sredinu rezultata, a SD standardnu devijaciju rezultata. Iz uzorka je isključeno pet ispitanika koji nisu odgovorili na sva pitanja (N = 3246).

Žene se češće nalaze u RPG klasteru, odnosno više preferiraju taj tip žanra (27 %) u odnosu na muškarce (15,3 %). Žene su također češće zastupljene u klasteru *light gamer/gamerica* (23,5 %), dok muškarci češće preferiraju FPS (27,1 %). Nalazi su u skladu s prijašnjim istraživanjima, premda treba naglasiti da je intenzitet te povezanosti jako nizak (Cramerov koeficijent  $V = 0,12$ ). Također, uočeno je da postoji statistički značajna povezanost između dobi ispitanika i preferiranih žanrova videoigara, no ponovno uz niski intenzitet povezanosti (Cramerov koeficijent  $V = 0,172$ ). Zanimljivo je da sve promatrane dobne skupine najviše igraju FPS žanr. *Gameri* i *gamerice* koji preferiraju RPG u nešto većem postotku u odnosu na ostale *gamere* i *gamerice* spadaju u dobnu skupinu od 26 do 34 godina (23,9 %). *Gameri* i *gamerice* koji preferiraju akcijske i avanturističke videoigre češće su od ostalih mlađi od 19 godina (22,9 %), dok su igrači i igračice koji preferiraju žanr MOBA, u najvećoj mjeri zastupljeni u dobnoj skupini od 26 do 34 godina (17,6 %). Za razliku od njih *gameri* i *gamerice* koji preferiraju MMORPG kao i *light* žanrove češće se nalaze među onima iznad 34 godine (18,3 %, 24,7 %). Pogled na rezultate s obzirom na (samo) identifikaciju s *gamerskom* kulturom<sup>20</sup> te na odabrane parametre vrijednosnih orijentacija (tablica 5) ukazuje na zanimljive distinkcije<sup>21</sup>.

Primjerice, pokazalo se da su *gamerskoj* samoidentifikacij skloniji igrači koji preferiraju žanr MOBA ( $M = 6,37$ ), dok su igrači iz *light* klastera najmanje skloni takvoj samoidentifikaciji ( $M = 5,08$ ). S obzirom na to da MOBA klaster karakteriziraju prvenstveno mlađi igrači s visokim intenzitetom igranja, kao i činjenica da je trenutno riječ o žanru koji se, globalno gledajući, institucionalizira kao natjecateljski oblik sporta, visoka razina samoidentifikacije razumljiva je unutar supkulturnih parametara razumijevanja *gamera*. Sporadičnost igranja i divergentnost žanrovskih preferencija *light* klastera upućuje na manjak konkretne predanosti, što za posljedicu ima i manji osjećaj identifikacije s *gamerskom* kulturom.

Indikator vrijednosnih orijentacija operacionaliziran kroz varijablu tolerancije prema homoseksualnosti ukazuje na statistički značajne razlike kod *gamera* koji preferiraju različite žanrove igara. RPG *gameri* smatraju da homoseksualnost može biti opravdana ( $M = 3,51$ ) te su ujedno i najtolerantniji u uzorku, dok su najmanje tolerantni oni skloni FPS žanru ( $M = 5,43$ ). Iako se dobiveni rezultati mogu povezati s perspektivama iznesenim u teorijskom dijelu rada, valja biti oprezan u interpretaciji ovog nalaza, jer se u prvom klasteru nalazi više visoko obrazovanih ispitanika koji ujedno imaju i tolerantnije stavove prema homoseksualnim osobama.

<sup>20</sup> Samoidentifikacija kao oblik povezivanja s *gamerskom* kulturom proizlazi iz zaključaka dosadašnjih istraživanja (Shaw, 2010; Crawford, 2011), gdje je primijećeno kako se osobe koje igraju videoigre ili izričito identificiraju i deklariraju kao *gameri* ili ne smatraju takav oblik klasifikacije relevantnim.

<sup>21</sup> Korištenje odabranih indikatora vrijednosnih orijentacija (tolerantnost naspram osoba homoseksualne orijentacije) dio je istraživanja Richarda Floride (2012) o društveno-kulturnim dispozicijama za razvoj kreativnih industrija i kreativne klase. Naime, Florida smatra da su potrebne tri temeljne komponente kako bi se ostvarili povoljni uvjeti za razvoj kreativne ekonomije ili kreativne industrije, tzv. 3 T. Prvi T je tehnološki razvoj (tehnologija), s naglaskom na informacijsko-komunikacijske tehnologije; drugi T je vezan za udio visoko obrazovanih u populaciji (talent); treći T je povezan s vrijednosno-kulturnim obrascima (tolerancija). Upravo za toleranciju Florida veže pitanje odnosa naspram homoseksualnih osoba jer ih smatra posljednjim tabuom koji može dati odgovor na to je li društvo otvoreno ili ne. Iz tog razloga smatramo na taj način iskazanu vrijednosnu orijentaciju ne samo kao važan indikator nekih karakteristika *gamerske* populacije kao dijela kreativne ekonomije već i kao indikator širih društvenih procesa u Hrvatskoj.

## RASPRAVA I ZAKLJUČAK

Iz pregleda rezultata, kao i iz dobivenih klsterskih skupina *gamera*, proizlazi nekoliko specifičnih obrazaca na koje se potrebno posebno osvrnuti. Prvo, žanrovske su se preferencije pokazale važnim diskriminatorom distinkcija unutar *gamerske* populacije prema temeljnim sociodemografskim pokazateljima (spol, dob i obrazovanje), što se može dovesti u izravnu vezu s Crawfordovim (2011) tezama o nužnosti strukturalnih pristupa razumijevanju *gamera* kao publike. Drugo, pokazalo se kako unutar klsterskih skupina postoje razlike s obzirom na razinu samoidentifikacije s *gamerskom* kulturom, kao i s intenzitetom igranja. Pripadnici MOBA klastera pokazuju najvišu razinu i jedne i druge komponente, što je i razumljivo s obzirom na to da je MOBA relativno mlad žanr u odnosu na druge žanrove te privlači mlađu mušku populaciju (tinejdžere i adolescente), koji su i u ovom slučaju, kao i u slučaju s prethodnim supkulturnim fenomenima i pokretima, ne samo nositelji i kreatori normi i rituala nove društvene zajednice već su i pogonjeni potrebom za dokazivanjem kroz kompetitivnu strukturu žanra. Također, unutar ovih parametara naziru se i procesi socijalizacije muškosti kroz digitalnu remedijalizaciju tradicionalnih sportskih normi ponašanja, no za potvrdu sigurnosti tog zaključka potrebno je provesti daljnja istraživanja. Treće, žanrovske distinkcije pokazale se su ključnima i prema dimenzijama razine participativne kulture, odnosno aktivnog doprinosa različitim oblicima sadržaja, vezano uz *gamersku* kulturu, gdje su osobe s višom razinom samoidentifikacije te pripadnici MOBA, MMORPG i FPS klastera oni koji ujedno i najviše proizvode dodatni medijski sadržaj. Razlog za njihov veći angažman u odnosu na druge žanrove (RPG, *light* i *avanture*) može se tražiti i u masivnosti interakcije s drugim *gamerima*, s obzirom na to da je riječ o žanrovima koji se većinom igraju *online*, dok se glavni ciljevi igre mogu ostvariti jedino kroz suradnju, ali i u činjenici da narativna i kompetitivna struktura igranja traži potragu i kreiranje novih informacija radi boljeg rezultata i boljeg statusa unutar same zajednice. Četvrto, usprkos uvriježenom mišljenju kako su *gameri* asocijalne osobe koje ne ostvaruju interakciju s drugim ljudima u fizičkom svijetu, pa čak i unutar virtualnog konteksta, rezultati jasno ukazuju na visoku razinu socijalnosti, bilo da je riječ o ljudima unutar partikularnog socijalnog konteksta (prijatelji, poznanici, članovi rodbine) ili unutar širih sociokulturnih okvira i parametara (nacionalni ili internacionalni kontekst). Naši su podaci konzistentni s podacima do kojih su došli drugi istraživači – tako su Mizuko Ito i suradnici (2013) ustvrdili da se mladi unutar digitalno-interaktivnog kulturnog konteksta orijentiraju ili prema *interesnim* motivima (druženje jer se voli isti žanr ili igra) ili prema *vršnjačkim* motivima (igranje određene igre jer je igraju i prijatelji, rodbina, partneri/partnerice). Peto, proširene dimenzije sociokulturnog profiliranja *gamera* i *america* iskazane kroz specifične dimenzije vrijednosnih orijentacija (čestica tolerancije prema homoseksualnosti) pokazuju kako se *gameri* potencijalno razlikuju već i prema vrijednosnim razlikama s obzirom na žanrovske preferencije.

Prije iznošenja zaključaka smatramo potrebnim osvrnuti se i na neka ograničenja provedenog istraživanja. Prvo, s obzirom na to da se radi o području istraživanja i o populaciji koji nisu ekstenzivno istraživani, naše je istraživanja imalo primarno eksplorativni karakter, s naglaskom na utvrđivanje osnovnih karakteristika *gamerske* populacije. Drugo, djelomično iz istog razloga, uzorak koji je u danim okolnostima bio ostvariv je prigodan, neprobabilistički uzorak koji ne omogućuje generalizaciju prikazanih nalaza na populaciju. Treće,

cilj obrade podataka bila je primarno klasifikacija korištenjem klusterske analize, koja ne omogućuje testiranje pretpostavljene tipologije, već je djelomično ovisna o subjektivnim istraživačevim pretpostavkama i diskrecijskim odlukama o najpogodnijem broju klastera. Iz tih razloga iznesene nalaze i zaključke valja shvatiti primarno kao pokazatelje za nova istraživanja, a manje kao definitivne tipove i karakteristike *gamerske* populacije.

Ako povežemo dobivene podatke s teorijskim okvirom rada te odabranim pregledom dosadašnjih istraživanja, vidljivo je kako *gamerska* kultura kao i sami *gameri* ne ulaze u jedinstveni unificirani okvir, već se razlikuju s obzirom na tehnološke, narativne i interakcijske karakteristike najpopularnijih platformi. Na taj se način potvrđuju teze pojedinih autora kako *gaming* kao kultura pokazuje istovremeno karakteristike klasičnih supkulturnih fenomena, ali i specifičnosti fluidnih identiteta koji se povezuju s projektima kasne modernizacije i informacijski umreženog društva. Također, posebnost rezultata ukazuje i na žanrovske distinkcije koje su zbog naravi svog tehnološkog, sadržajnog i interaktivnog konteksta povezane s *gamerima* drukčijeg intenziteta (samo)identifikacije, ali i drukčijih vrijednosnih orijentacija. Žanrovski i strukturno kompetitivnije igre u kojima su refleksi i brzi odgovori na zadane situacije u igrama temeljni okvir interakcije u prosjeku privlače mlađe muškarce s izraženijim tradicionalnijim vrijednosnim orijentacijama, dok žanrovi koji zahtijevaju „višu“ razinu kulturnih kompetencija i različitih oblika (medijske) pismenosti u prosjeku privlače obrazovanije i starije (muškarce i žene) s tolerantnijim i potencijalno izraženijim kozmopolitskim pogledom na svijet oko sebe. Navedena distinkcija ukazuje na potencijalni rascjep između žanrova unutar *gamerske* kulture kao kulture koja se veže uz partikularne i lokalizirane okvire identiteta i one univerzalne i globalne iz čega proizlazi zaključak kako ne može biti riječ o jedinstvenom poimanju *gaminga* te kako različiti žanrovi zadovoljavaju različite potrebe *gamera*.

## Literatura

- >Adachi, Paul J. C. i Willoughby, Teena (2013) Do Video Games Promote Positive Youth Development? *Journal of Adolescent Research* 28 (2): 155-165. DOI: 10.1177/0743558412464522.
- >Aldenderfer, Mark S. i Blashfield, Roger K. (1984) *Cluster Analysis*. Beverly Hills: SAGE Publications, Inc. doi: 10.4135/9781412983648.
- >Bauman, Zygmunt (2000) *Liquid Modernity*. Cambridge, UK i Malden, MA: Polity Press.
- >Beck, Victoria Simpson, Boys, Stephanie, Rose, Christopher i Beck, Eric (2012) Violence Against Women in Video Games: A Prequel or Sequel to Rape Myth Acceptance? *Journal of Interpersonal Violence* 27 (15): 3016-3031. doi: 10.1177/0886260512441078.
- >Bennett, Andy (1999) Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style and Musical Taste. *Sociology* 33 (3): 599-617. doi: 10.1177/S0038038599000371.
- >Bigl, Benjamin i Stoppe, Sebastian (ur.) (2013) *Playing with Virtuality: Theories and Methods of Computer Game Studies*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.
- >Burn, Andrew i Carr, Diane (2006) Defining Game Genres, str. 14-30, u: Carr, Diane, Buckingham, David, Burn, Andrew i Schott, Gareth (ur.) *Computer Gaming: Text, Narrative and Play*. Cambridge: Polity Press.
- >Carlson, Rebecca i Corliss, Jonathan (2011) Imagined Commodities: Video Game Localization and Mythologies of Cultural Difference. *Games and Culture* 6 (1): 61-82. doi: 10.1177/1555412010377322.
- >Carr, Diane, Buckingham, David i Burn, Andrew (ur.) (2006) *Computer Games: Text, Narrative and Play*. Cambridge: Polity Press.
- >Crawford, Garry (2011) *Video Gamers*. London i New York: Routledge.



- >Čulig, Benjamin i Rukavina, Izvor (2012) *Psychosocial and Sociocultural Determinants of Video Gamer Typology*, str. 41-55, u: Brackin, L. Adam i Guyot, Natacha (ur.) *Cultural Perspectives of Video Games: From Designer to Player*. Oxford: Inter-disciplinary press.
- >De Schutter, Bob, Brown, Julie A. i Vanden Abeele, Vero (2014) The Domestication of Digital Games in the Lives of Older Adults. *New Media & Society* 17 (7): 1170-1186. doi: 10.1177/1461444814522945. doi: 10.1177/1461444814522945 (edition 2015).
- >Donovan, Tristan (2010) *Replay: The History of Video Games*. East Sussex, England: Yellow Ant Media Ltd.
- >Egenfeldt-Nielsen, Simon, Smith, Jonas Heide i Pajares Tosca, Susana (2012) (2. izdanje) *Understanding Video Games: The Essential Introduction*. New York: Routledge.
- >ESA (2014) ESA Industry Facts. *The Entertainment Software Association*. <http://www.theesa.com/about-esa/industry-facts/> (20.03.2015.).
- >Everitt, Brian S., Landau, Sabine, Leese, Morven i Stahl, Daniel (2011) (5. izdanje) *Cluster Analysis*. Chichester, West Sussex: Wiley. doi: 10.1002/9780470977811.
- >Florida, Richard (2012) *The Rise of the Creative Class: Revisited*. New York: Basic Books.
- >Gasser, Urs, Cortesi, Sandra, Malik, Momin i Lee, Ashley (2012) Youth and Digital Media: From Credibility to Information Quality. *Berkman Center Research Publication* 1. [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2005272](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2005272) (10.02.2015.). doi: 10.2139/ssrn.2005272.
- >Hartmann, Tilo, Moller, Ingrid i Krause, Christina (2014) Factors Underlying Male and Female Use of Violent Video Games. *New Media & Society* 17 (11): 1777-1794. doi: 10.1177/1461444814533067.
- >Heeter, Carrie, Egidio, Rhonda, Mishra, Punya, Winn, Brian i Winn, Jillian (2008) Alien Games: Do Girls Prefer Games Designed by Girls? *Games and Culture* 4 (1): 74-100. doi: 10.1177/1555412008325481.
- >Ito, Mizuko, Antin, Judd, Finn, Megan, Law, Arthur i Manion, Annie (2013) *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- >Jayanth, Meg (2014) 52% of Gamers Are Women – but the Industry Doesn't Know It. *The Guardian*, 18.09.2014. <http://www.theguardian.com/commentisfree/2014/sep/18/52-percent-people-playing-games-women-industry-doesnt-know> (15.03.2015.).
- >Jenkins, Henry (2006) *Fans, Bloggers and Gamers: Essays on Participatory Culture*. New York: New York University Press.
- >Jenkins, Henry (2008) (2. izdanje) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- >Jenkins, Henry, Purushotma, Ravi, Weigel, Margaret, Clinton, Katie i Robison, Alice J. (2009) *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press.
- >Jenkins, Henry (2012) (2. izdanje) *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- >Jenkins, Henry i Carpentier, Nico (2013) Theorizing Participatory Intensities: A Conversation about Participation and Politics. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 19 (3): 265-286. doi: 10.1177/1354856513482090.
- >Jenkins, Henry, Ford, Sam i Green, Joshua (2013) *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York i London: NYU Press.
- >Lyotard, Jean-Francois (1984) *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Manchester: Manchester University Press. doi: 10.2307/1772278.
- >Maffesoli, Michel (1996) *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. London: SAGE publications ltd.
- >Niman, Neil B. (2013) The Allure of Games: Toward an Updated Theory of the Leisure Class. *Games and Culture* 8 (1): 26-42. doi: 10.1177/1555412013478685.
- >Pearce, Celia (2008) The Truth About Baby Boomer Gamers: A Study of Over-Forty Computer Game Players. *Games and Culture* 3 (2): 142-174. doi: 10.1177/1555412008314132.



- >Perasović, Benjamin (2002) Sociologija subkultura i hrvatski kontekst. *Društvena istraživanja* 11 (2-3): 485-498.
- >Quandt, Thorsten i Kröger, Sonja (ur.) (2014) *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*. New York: Routledge.
- >Quandt, Thorsten, Chen, Vivian, Mayra, Frans i van Looy, Jan (2014) (Multiplayer) Gaming Around the Globe: A Comparison of Gamer Surveys in Four Countries, str. 23-47, u: Quandt, Thorsten i Kröger, Sonja (ur.) *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*. New York: Routledge.
- >Ribbens, Wannes i Malliet, Steven (2014) How Male Young Adults Construe Their Playing Style in Violent Video Games. *New Media & Society* 17 (10): 1624-1642. doi: 10.1177/1461444814530821.
- >Schmierbach, Mike (2010) Killing Spree': Exploring the Connection between Competitive Game Play and Aggressive Cognition. *Communication Research* 37 (2): 256-274. doi: 10.1177/0093650209356394.
- >Shaw, Adrienne (2010) What Is Video Game Culture? Cultural Studies and Game Studies. *Games and Culture* 5 (4): 403-424. doi: 10.1177/1555412009360414.
- >van Vught, Jasper, Schott, Gareth i Marczak, Raphaël (2012) Understanding Player Experience Finding a Usable Model for Game Classification, u: *Proceedings of The 8th Australasian Conference on Interactive Entertainment: Playing the System* (članak broj 10). <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2336737&dl=ACM&coll=DL&CFID=630197775&CFTOKEN=54696361> (15.03.2015.). doi: 10.1145/2336727.2336737.
- >Vermeulen, Lotte i van Looy, Jan (2014) Happy Together? A Gender-Comparative Study into Social Practices in Digital Gaming, str. 58-70, u: Quandt, Thorsten i Kröger, Sonja (ur.) *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*. New York: Routledge.
- >Watkins, S. Craig (2010) *The Young and the Digital: What the Migration to Social Network Sites, Games, and Anytime, Anywhere Media Means for Our Future*. Boston: Beacon Press.

# TIPOLOGY OF VIDEO GAMERS IN CROATIA: SOME SOCIO-CULTURAL CHARACTERISTICS

Krešimir Krolo :: Željka Zdravković :: Ivan Puzek

**ABSTRACT** *This article presents the results of a large scale online survey of the video gaming population in Croatia (N=3251) conducted in 2014. The theoretical part discusses approaches to mapping of video-gaming profiles, as well as problems in defining and conceptualizing the video gamer and video gaming as a culture, relying first and foremost on compatible sociological perspectives (Crawford, 2011). The emphasis is laid on the importance of expanding the standard socio-demographic elements of profiling in order to establish a more concise typology of video gamers. The methodological part describes the instruments used, the main characteristics of the sample, as well as the cluster analysis method that was used in creating the video gamers typology. The results of the cluster analysis point to the existence of six different gaming types, grouped mainly around genre preferences but also pointing to differences considering the level of self-identification with gaming culture, intensity of playing, participatory practices and selected dimensions of value orientations. The additional analysis of the clusters shows differences among gamers in terms of technological, content-based and interaction-based characteristics of genres, concluding that specific genres are more compatible with those players that are more tolerant, whilst others are linked more to the insular and particular socio-cultural frameworks.*

## KEYWORDS

VIDEO GAMES, GAMERS, TYPOLOGY, GENRES, CLUSTER ANALYSIS, CROATIA

*Autohors note* \_\_\_\_\_

**Krešimir Krolo** :: University of Zadar, Department of Sociology, Croatia :: [kkrolo@unizd.hr](mailto:kkrolo@unizd.hr)

**Željka Zdravković** :: University of Zadar, Department of Sociology, Croatia :: [zzdravko@unizd.hr](mailto:zzdravko@unizd.hr)

**Ivan Puzek** :: University of Zadar, Department of Sociology, Croatia :: [ipuzek@unizd.hr](mailto:ipuzek@unizd.hr)