

Uloga pojma meta u odnosima aktera u kulturi video igara

Wernig, Arni

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:148460>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-27**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



Uloga pojma meta u odnosima aktera u kulturi video igara

Student: Arni Wernig

Mentori: Goran Pavel Šantek (EKA), Tibor Komar (ANT)

Studijska grupa: ANT/EKA

Akadska godina: 2021./2022.

Datum: Srpanj 2022.

Kazalo/Sadržaj:

1. Uvod (kultura videoigara)
 - 1.1. Teorijski okvir
 - 1.2. Metodologija
2. Definicija pojma *meta*
 - 2.1. Mijenjanje mete
3. Opis Apex Legends
 - 3.1. Izgled igre Apex Legends
 - 3.2. Primjer jedne runde igre
 - 3.3. Promjena meta na primjeru jednog oružja
 - 3.4. Generalna meta u Apex Legends.
4. Opis Dead by Daylight
 - 4.1. Opis hook struggle mehanike
 - 4.2. Sistem rangiranja u Dead by Daylight
 - 4.3. Meta u Dead by Daylight
 - 4.4. Meta preživjelih
 - 4.5. Meta ubojica
 - 4.6. Meta Perkovi za preživjele
5. Različiti Akteri i njihov utjecaj na metu
 - 5.1. Utjecaj gaming zajednice i turnira na metu
 - 5.2. Influenceri/streameri/youtuberi
 - 5.3. Otz
 - 5.4. iTemp Plays
 - 5.5. Što im je zajedničko?
 - 5.6. Kako utječu na metu?
 - 5.7. Meta kao simbol gaming kulture
6. Politika i meta
 - 6.1. Značke pokreta i Apex Legends
7. Usporedba odnosa između igrača i proizvođača sa stvarnim odnosima između politike ljudi i njihovog nadležnog tijela
 - 7.1. Nejednakost glasova
 - 7.2. Promjena mete tijekom izgradnje igre
8. Meta i njezin utjecaj na odnose u gaming zajednici

- 8.1. Prosječna meta i profesionalna meta
- 8.2. Odnos između ubojica i preživjelih u Dead by Daylight
- 8.3. Percepcija pobjede
- 8.4. Meta ponašanja (bonton)
9. Utjecaj mete na ekonomiju
 - 9.1. Meta i njezin utjecaj na financije proizvođača
10. Rasprava
11. Istraživanja antropologa i etnologa
 - 11.1. Video igre i demografije
 - 11.2. Predrasude istraživača tijekom istraživanja video igra
 - 11.3. Razlika u perspektivi između osobe koja je proučavala kulturu video igara i osobe koja je odrasla u kulturi video igara
12. Zaključak

Sažetak:

Meta je termin u kulturi video igara koji opisuje najpopularniji način igranja u jednoj igri, a nastaje od strane igrača koji igraju igru i izvođača koji utječu na mehanizme u igri. Video igre koje će služiti kao primjer da analiziramo metu i njezin utjecaj na drugačije aktere i njihov međusobni odnos su Apex Legends i Dead by Daylight. Ovo Istraživanje opisuje što je meta, kako nastaje i kako se mijena te koji faktori najviše utječu na njezino promjenu. Također, opisujem igre Apex Legends i Dead by Daylight kao primjer utjecaja mete na odnose između aktera ali i aktore poput ekonomije i politike na koje taj pojam može utjecati svojim postojanjem. Zaključno, zašto bi taj pojam bio u interesu studija antropologije i etnologije te kako digitalni pojam utječe na stvarni svijet.

Ključne riječi:

Antropologija, etnologija, video igre, meta, kultura

Ciljevi:

Početni cilj ovog istraživanja je objasniti što je *meta* i kako je taj pojam nastao te kako se mijenjao sa vremenom pritom upoznavajući čitača s kulturom video igara.

Drugi cilj je analizirati kako pojam meta svojim nastankom, postojanjem i mijenjanjem utječe na odnos između videoigre, igrača videoigara i proizvođača videoigara.

Treći cilj rada je istražiti do koje mjere meta utječe na stvarni svijet, odnosno kako događaji u stvarnom svijetu utječu na metu.

Na kraju želim pokazati zbog čega je istraživanje i analiziranje pojma mete korisno za struku antropologije i etnologije.

1. Uvod

Kultura videoigara

Videoigre su moderan oblik rekreacijskog medija koji je u zadnjih nekoliko desetljeća osvojio svijet. U prilog tome govore i podaci o financijskim prihodima koje videoigre donose svojim tvrtkama te koliko često se na njih referiramo u popularnoj kulturi, na televiziji i internetu.

Premda se naizgled čine tek jednim od rekreativnih načina provođenja slobodnog vremena, zapravo postoji više mogućnosti kako gledati na videoigre. Publika koja ih je igrala također se mijenjala sa vremenom. U počecima su to mahom bili mladi muškarci, potom se uključuju djeca te mlađe žene. Statistički gledano, videoigre nisu popularnije kod ljudi starije životne dobi (osobe starije od 55 godina): 84% ispitanika koji se identificiraju kao *gamer* mlađi su od 55 godina.¹ Određeni izvori navode kako su igrači videoigara u počecima negativno percipirani, s dozom omalovažavanja smatrani štreberima ili ljudima bez životnih sadržaja. Mediji poput televizije i znanstvenih radova na internetu okrivljavali bi videoigre za promoviranje negativnih vrijednosti među mladima.² Kako je s vremenom rastao broj igrača, tako se poboljšavala i javna percepcija o ljudima koji igraju video igre. Rastuća popularnost videoigara, dovela je do

¹ J, Clement. 2021. <https://www.statista.com/statistics/189582/age-of-us-video-game-players/> 2021.

² Wellings H. Elizabeth. „Negative Stereotypes of Online Gamers and their Communication Consequences“ 2010. Texas State University-San Marcos

akademskog zanimanja i učestalih znanstvenih istraživanja fenomena videoigara i njihovog utjecaja na razne faktore povezane sa ljudskim životom.

Istraživanja videoigara

S ishodištem u studijima psihologije i sociologije, najrelevantnija prva istraživanja - ili barem ona koja su dobivala najveću pozornost medija - su istraživanja koja su tvrdila da igranje nasilnih igara povećava agresivnost kod mladih osoba. Ista su se pokazala netočnima jer kasnija istraživanja nisu mogla pronaći korelaciju između igranja nasilnih videoigara i porasta agresivnog ponašanja.

S vremenom su se pojavila istraživanja iz drugih znanstvenih područja. Znanosti koje su se počele baviti tim područjem, a u interesu su ovog rada, jesu antropologija i etnologija. Primjeri istraživanja iz tih područja mogu se naći u knjigama „My life as a Night Elf Priest: An Anthropological account of World of Warcraft“³ i „Virtual Video Ethnography: Towards a New Field of Internet Cultural Study“⁴. Prvi rad je autoetnografija istraživačice: dok je sudjelovala u igri „World of Warcraft“, analizirala je razne aspekte te igre i svoja iskustva u interakciji sa zajednicom koja igra tu igru. Drugo istraživanje se bavi temom diskutiranja, načinom na koje se društvo odnosi spram *gaming* zajednica te i zagovara primjenu antropološkog i etnografskog pristupa u istraživanju virtualne sfere. Osim spomenuta dva primjera, a tražeći stručne znanstvene radove na temu virtualnog svijeta i kulture video igara, još uvijek mi se čini da nema previše istraživača zainteresiranih za ovo područje. Rijetko se nalaze diskusije o utjecaju kulture videoigara na opću kulturu. Vjerojatno je da kultura neke nacije više utječe na to kako će videoigra izgledati i kakva će se kultura razviti iz nje nego kako će videoigra utjecati na kulturu u kojoj je nastala. Također, u nekim slučajevima primjećujemo da *gaming* kultura iza jedne igre utječe na tu istu kulturu koja je imala utjecaja na video igru dok je bila u procesu izrade. Negdje se taj međusobni utjecaj vidi više, negdje manje.

Primjer države gdje se može vidjeti snaga utjecaja video igara i gaming kulture na nacionalnu kulturu je Južna Koreja⁵, gdje video igre imaju znatno veći utjecaj nego i u jednoj drugoj državi. Navodno su profesionalni igrači igre „Starcraft“ jednako popularni kao i nacionalno

³ Bonnie A. Nardi. „My life as a Night Elf Priest“ 2010. University of Michigan

⁴ Strangelove, Michael „Virtual Video Ethnography: Towards a New Field of Internet Cultural Studies“ 2007. University of Ottawa

⁵ Chee M. Florence, M.A. Simon Fraser university 2006, B.A. (Hons) Simon Fraser university 2003. „Online Games as a medium of cultural communication: An ethnographic study of socio-technical transformation“ 2012. Simon Fraser University str. 19-23, str 123-128, str 153-164.

poznate slavne osobe. Kada bi mediji tretirali profesionalne igrače na isti način kao i glumce, dobili bismo jasan odgovor o međusobnoj povezanosti videoigre i kulture videoigara s južnokorejskom kulturom.

Odabrao sam Južnu Koreju kao primjer zbog njezine povezanosti sa kulturom videoigara i promocijom *gaming* kulture, razvijanjem te sfere u poslovnom i profesionalnom/turnirskom smislu. Knjiga: „Online games as a medium of cultural communication“ (Chee M. Florence: 2006) opisuje video igre i kulturu videoigara u Južnoj Koreji. Broj ljudi koji ulazi u tu industriju kontinuirano raste zbog dobre plaće ali i situacijom na tržištu rada gdje niti visoko obrazovanim studentima nitko ne garantira da će naći dobar posao ‘u struci’. Stoga se sve više studenata odlučuje baviti video igrama i fokus prebacuju sa rekreacije na profesionalni odabir i osobnu investiciju. Trenirat će igranje s jednakim ulozima i odricanjima kao i bilo koji klasični sportaš u treningu nekog od tradicionalnih ili popularnih sportova, i otuda se pokušati probiti u profesionalnu sferu. U radu sam dotakao interesantnu točku gdje opisujem kako se video igre isto koriste kao sredstvo kulturne komunikacije, duboko povezane sa sustavom kulture, društva, ekonomije i politike. U *gaming* svijetu Južna Koreja je poznata kao država koja je vezana uz video igre na razini koju zasada ne vidimo u drugim državama.

Diskutabilno je koliko povezanost tih dviju kultura stvara nešto pozitivno ili negativno, ali zasigurno to predstavlja jednu od novijih tema u kontekstu predmeta istraživanja antropologa i etnologa. ⁶

Video igre su produkt kulture i istovremeno utječu na kulturu u kojoj su nastali. Upravo stoga što su produkt određene kulture, možemo pratiti iz koje kulture su nastali. Maloprije sam spomenuo da se neke značajne kulturne vrijednosti prenose u samu video igru. Ako bi netko izvan te kulture krenuo igrati igru koja je nastala u nekoj drugoj kulturi, na prvi pogled bi opazio elemente ili vrijednosti koje se razlikuju od njegovih kulturnih vrijednosti ali bi zapravo putem te video igre mogao više saznati o dotičnoj kulturi i bolje je razumjeti.

Tezu da su video igre produkt kulture i istovremeno reflektiraju kulturu iz koje su nastale, istraživali su autori Muriel i Crawford u svojoj knjizi „Video games as a culture: Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society“ gdje su nastojali

⁶ Chee M. Florence, M.A. Simon Fraser university 2006, B.A. (Hons) Simon Fraser university 2003. „Online Games as a medium of cultural communication: An ethnographic study of socio-technical transformation“ 2012. Simon Fraser University str. 19-23, str 123-128, str 153-164.

istaknuti koliko utjecaja video igre imaju na kulturu i društvo. Opisuju 4 karakteristike video igara:

1. Video igre su dio stvarnosti
2. Igre na neki način reflektiraju društvo u kojem su nastale
3. Video igre su produkti kulture
4. Postoji rastuća kultura videoigara⁷

Tim točkama želim istaknuti način na koji video igre, jedan oblik digitalne rekreacije, može imati značajan utjecaj na kulturu i društvo. Zagovaram važnost video igara u današnjoj kulturi. Naravno, video igre imaju veću važnost u zemljama s većom populacijom igrača. Primjerice, moja je osobna pretpostavka da su utoliko video igre imale većeg utjecaja na kulturu u Japanu nego recimo na Madagaskaru. Sljedeće, želim dublje analizirati točke koje su autori naveli sa ciljem da pokažem kako video igre ne mogu ne biti povezane s kulturom u kojoj su nastale.

Za svaku odrednicu donosim primjere koji ih potvrđuje. Neupitno su video igre važan dio svakodnevice koji se sve češće spominje u popularnoj kulturi.

Druga i treće odrednica bi se mogle svesti na zajednički nazivnik kako kultura utječe na oblik video igre. Analizom igara iz određenih zemalja, mogu se vidjeti drugačije kulturne vrijednosti u igrama napravljenim u Americi od onih iz Japana. Igre se većinom međusobno razlikuju jer ako su dvije igre previše slične, a ne pripadaju kao vlasništvo jednom određenom proizvođaču, moguće dovode do sudskih sporova. Proizvođači u obje zemlje mogu napraviti video igru u istom žanru, ali s primjetnim razlikama po pitanju tematike obuhvaćene igrom. Primjera radi, uzmimo alkohol i prikaz mladih ljudi kako konzumiraju alkohol u video igrama. U Japanu se prikaz konzumacije alkohola od strane maloljetnih osoba izbjegava. Ukoliko se takvo što i pokaže, onda je to u negativnom kontekstu kao primjerice u video igri „Persona 5“. U Americi se alkohol može prikazivati u pozitivnom svjetlu. Na konzumaciju alkohola gleda se kao na socijalni ritual studentske mladeži; u SAD legalna dobna granica za konzumaciju alkohola navršena je 21 godina, dok u igri „Life is Strange“ studenti koji nisu navršili tu godišnju dob piju alkohol.

⁷ Muriel Daniel, Crawford Garry. „Video Games As Culture: Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society“ 03.2018. Str 3-12, ResearchGate

Ispravnost 4. točke se može vidjeti sa rastućom pokrivenosti video igara u različitim medijima bili oni edukacijski, obavještavajući ili rekreacijski. Video igre se više spominju u raznim serijama, snimaju se filmovi nadahnuti video igrama, reklamiraju se video igre i povezani materijali, a značajni događaji povezani sa video igrama se spominju u vijestima i novinama.

U tom smislu dobar je opis zapravo citat „Kultura video igara je puna participativnog potencijala poput produkcija ili korištenje wikija, vodiča, amaterskih spisateljskih radova, maskiranja, modificiranje i mnogo toga“⁸. Dodao bih još par elemenata, te za ovaj rad onaj najvažniji: nastanak novih pojmova/simbola. Pod time mislim na pojmove poput toksičnosti, memeing, meta,... nastaju novi pojmovi koji se zasad primarno koriste u video igrama koji bi se sa vremenom mogli preseliti u opću upotrebu.

1.1 Teorijski okvir:

Meta gaming i meta

Na prvi pogled povezanost termina meta sa igrama nije nešto novo. Istraživanjem meta i igre vjerojatno bismo naišli na radove koje opisuju meta-gaming. Meta gaming je termin koji se može činiti kao da je povezan sa gaming svijetom i kulturom ali kada se termin detaljnije prouči može se utvrditi da nije direktno povezan sa gaming kulturom.

Uspio sam pronaći dvije verzije *meta gaming*: u prvoj, meta gaming se odnosi na igru gdje se pokušavaju riješiti problemi oko stvarnih resursa, dok se u drugoj meta gaming odnosi na Role-playing games (skraćeno RPG), dakle igre gdje igrači naprave svoj lik i preuzmu ulogu svog lika. RPG igre se mogu igrati na kompjuteru ili uživo. Poznata je igra Dungeons and Dragons (skraćeno DND), koja se u početku igrala uživo da bi kasnije nastale i digitalne verzije pa se moglo igrati putem kompjutera. U DND, svaki od igrača kreira svoj vlastiti lik i predstavi ga ostalim igračima. Nakon što imaju svoj lik, prolaze kroz scenarije koje je za svoje igrače unaprijed pripremio „Dungeon Master“ (Gospodar tamnice).

Meta gaming je, po mišljenju Neumanna, nastao iz igre strategije prvobitno osmišljene za ekonomski sektor. Govori se kako je fokus na strategiji i izborima koje igrači mogu učiniti

⁸ (originalni citat: „Video game culture is full of participatory potential, such as the production or use of wikis, tutorials, walkthroughs, fan fiction, cosplay, modding, and much more“) Muriel Daniel, Crawford Garry. „Video Games As Culture: Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society“ 03.2018. Str 3-12, ResearchGate

tijekom igre i promijeniti mogući ishodi same igre.⁹ Primjer meta gaming možemo promatrati na igri „Prisoner's Dilemma“: igra se temelji na dva igrača koji su obojica počinili zločin za koji su uhvaćeni. Sada igrači imaju dvije opcije: mogu šutjeti ili tužiti onoga drugoga da je glavni počinitelj zločina. Igra ima 3 moguća ishoda: ako jedan igrač šuti, a drugi ga okrivi, ovaj koji je šutio će imati veću kaznu od ovog koji je progovorio. Ako oboje progovore, onda obojici slijedi najveća kazna. U slučaju da oboje šute, kazna je najmanja. Znači, najbolji ishod je da oboje šute, a najgori da oboje govore.

Ovaj test se inače koristi za teoriju racionalisti kako bi se dokazalo da ljudi nisu racionalna bića: dok bi najbolje za osobu bilo da odabere garanciju što manjeg rizika, ljudi najčešće odluče šutjeti što je altruistična opcija. Uglavnom, ova se igra analizirala iz perspektive meta-gaminga i istraživanje uzima tu istu igru (Prisoner's Dilemma) modificiranu na način da dvije osobe koje igraju međusobno kažu što planiraju učiniti, odnosno opisuju koju strategiju će koristiti tijekom igre. Istraživanje je pokazalo najčešće strategije koje su igrači smatrali optimalnima.¹⁰

Moguće je tu povući paralelu s pojmom meta u video igrama jer u metu isto spada najpopularnija strategija za igru koju igramo. Drugačije je samo to što igrači koji igraju na suprotnim stranama međusobno ne komuniciraju jedni sa drugima, a pogotovo je rijetko da neprijatelji dijele strategije tijekom igre. U nekim video igrama nije moguće komunicirati sa neprijateljima tijekom trajanja igre. Apex Legends i Dead by Daylight su igre tijekom kojih igrači na suprotnim stranama ne mogu direktno (putem teksta ili glasa) komunicirati jedni sa drugima. Igrači mogu komunicirati neverbalnim putem, što je pak upitne uspješnosti. Postoje univerzalne neverbalne geste razumljive u svijetu videoigara, ali je upitno da li je osoba kojoj su namijenjene geste voljna komunicirati sa neprijateljem ili bi se radije samo borila sa njime.

Dvije verzije meta gaminga imaju zajedničko to da članovi igre diskutiraju o samoj igri koju planiraju igrati, na temelju čega povlače različite poteze u samoj igri. Postoji svjesnost o tome da se igra igra i da ljudi koji igraju diskutiraju strategije. Dakle, postoji odvojenost od igre koja je isto na jedan način dio igre. Igrači se ne uživljavaju u svoje uloge.

Kako je djelomično značenje pojma prešlo u sferu virtualnog svijeta nije sigurno. Dok ne mogu sa sigurnošću reći koje godine se počeo koristiti termin meta, mogu temeljem vlastitog

⁹ Howard, Nigel. „Prisoner's Dilemma: The Solution by General Metagames“. 1976. University of Ottawa.

¹⁰ John von Neumann, Morgenstern, Oskar. „Theory of Games and Economic Behavior“. 1953. Princeton University press

iskustva iz kulture video igara pretpostaviti da je na neki način povezano sa pojavom igra sa više igrača te osnivanjem turnira takvih igara. Moja teorija je da se kod takvih igara razvila veća zajednica, a to je onda dovelo do osnivanja turnira i povećanja popularnosti takvih igara. Budući da je igra imala veću zajednicu i bila je popularnija, diskusije dobrih i loših strategija također su postajale sve češće. Vjerujem da je digitalizacija raznih turnira i snimaka igrača koji igraju pomogla u stvaranju metu jer je više ljudi bilo izloženo toj hipotetskoj igri. Naravno, to je samo moja teorija - moguće da je meta nastala na neki drugačiji način.

Termin „meta gaming“ ima u sebi riječ meta, ali nije povezan sa načinom na koji se pojam meta zasebno shvaća. Dakle, termin „meta gaming“ i „meta“ imaju riječi *meta* u sebi no oni nisu povezani u značenju. Razlikuju se utoliko što meta nije uvijek najbolja strategija već najpopularnija. Time želim naglasiti da dok je često slučaj da će najpopularnija strategija biti dio mete jedne određene igre to nije uvijek slučaj.

U „meta gaming“ se ističe važnost znanja neprijateljske strategije pa ovisno o tome igrač može reagirati na optimalan način. U videoigrama često se neće znati koju strategiju će neprijatelji koristiti. Izuzetak je kada u istoj igri postoje dvije mete: meta za jednu stranu igrača i meta za drugu stranu igrača. Primjer nalazimo u igri *Dead by Daylight* gdje svaka od dviju strana - preživjelih i ubojica - ima svoju najpopularniju strategiju. Meta-gaming rječnikom, u ovoj video igri imamo slučaj dvije punopravne strategije, s mogućnošću predviđanja neprijateljske strategije. To bi omogućilo formuliranje strategije opisane u meta gamingu, ali sa druge strane potrebno je imati dvije popularne strategije.

Ne spominje se što u slučaju da postoje dvije popularne strategije (mete) za istu igru ovisno za koju stranu se igra, baš kao što se ne spominje regularno mijenjanje mehanike igre. Nadalje, broj ljudi koji se koristio u primjerima za „meta-gaming“ je često jedan ili dva kao decimalna brojka, dok se u slučaju video igre za više igrača brojke igrača vrte od nekoliko tisuća najviše kod popularnijih video igara. Ne vjerujem da će rezultati istraživanja koje nastoji otkriti najpopularnije strategije biti jednaki ako je broj članova 10 i nekoliko tisuća. Ne spominje se ni uloga različitih aktera u određivanju strategije, dakle uloga koju slavni ili profesionalni igrači imaju u osnivanju mete.

Nedavno se kompanija Facebook preimenovala u „Meta“ i najavila da planira napraviti svojevrsan oblik metaverse-a. Metaverse je po mom shvaćanju mješavina digitalnog i stvarnog svijeta. U takvoj digitalnoj sferi, osoba može za sebe napraviti drugi život, a odluke

iz jedne sfere mogu utjecati na drugu. Digitalnu sferu u ovom slučaju izradio bi Facebook, koji bi onda imao kontrolu nad tim prostorom.

Premda reklamirana kao revolucionarna ideja, osobno ne smatram da je to velika stvar: već postoje igre koje imaju karakteristike metaverse-a, gdje igrač može voditi nešto nalik drugom, alternativnom životu. Primjer takvih igara često nalazimo u MMORPG (mass multiplayer online role playing game) igrama u koje igrači investiraju toliko svog vremena da bi ih se moglo smatrati drugim životom. Jedan od najpoznatijih primjera MMORPG igara bi bila igra „World of Warcraft“. Igra omogućava da igrač napravi vlastiti digitalni lik u fiktivnom svijetu „Azeroth“ gdje onda mogu voditi digitalni život u tom svijetu. Po mom mišljenju to je već jedan oblik metaverse jer povezuje digitalni svijet i realni svijet, a igrači često vode drugi život u takvim igrama ali stvaraju prijateljstva koja se nastavljaju izvan igre.

Za vrijeme pisanje ovog rada nisam uspio naći literaturu koja opisuje pojam *meta* kao zasebni pojam u kulturi video igara, po čemu zaključujem da nije bio osobito istraživani u stručnoj antropološkoj i etnološkoj literaturi. Dok postoji literatura koja se bavi temom video igara i njihovom kulturom, ovaj specifičan aspekt se zasad čini netaknutim ili barem neistraženim. Iako neistražen kao pojam, koristio sam literaturu koja se bavi analizom kultura, simbolika pojmova i literatura koja generalno obuhvaća video igre.

Pošto se na metu može gledati kao simbol ili pojam on i njegovo značenja u kulturi video igara se može analizirati.

1.2 Metodologija:

Do informacija sam dolazio najviše putem sudjelovanja promatranjem i auto-etnografijom. Kulturom video igara i video igrama se bavim od svoje četvrte godine života. U igri *Apex Legends* sudjelujem otprilike dvije godine, a u igri *Dead by Daylight* pet godina od kojih sam tri godine proveo neregularno proučavajući (pratio sam događanja u igri i gledao druge ljude kako igraju, ali nisam osobno igrao), te dvije godina tijekom kojih sam aktivno sudjelovao u igri. U igri *Apex Legends* još uvijek sudjelujem dok igru *Dead by Daylight* samo promatram. Postoji problem podvojenosti i vjerojatno će se vidjeti moji osobni stavovi, ali ću nastojati da budem što neutralniji u svojim procjenama. Za igru *Apex Legends* opisujem stanje igre od kada je igra izašla (04.02.2019.) pa sve do sredine 9. sezone (koja je počela 04.05.2021. i

završila 03.08.2021.) a za igru Dead By Daylight opisujem stanje igre od izlaska 5. poglavlja „A Lullaby for the Dark“ (27.07.2017) do 20. poglavlja „Resident Evil“ (15.06.2021.)

Drugi izvori informacija su mi bili stručna literatura i znanstveni članci koji su sadržavali aspekte od interesa koje vjerujem da se mogu iskoristiti za bolje razumijevanje teme ovog diplomskog rada. Moji zaključci i mišljenja dolaze iz retrospektivne analize pojma meta te moje vlastite i tuđe (drugih igrača, streamera, poznatih youtubera itd.) interakcije s tim pojmom.

2. Definicija pojma meta

Meta označava najčešće korištena sredstva koja su dostupna igraču u jednom određenom razdoblju. Ta sredstva mogu biti oružja, karakteri, specijalne moći, razine, strategije, redoslijed određenih radnji ovisno o igri, dodaci za oružja ili specijalne moći, modifikatori *stats-ova* (*stats* su atributi koje posjeduju likovi, primjerice obrana, napad, brzina, jačina magičnih moći, itd.). Meta obuhvaća kombinaciju strategije i sredstva koje se koriste da bi se igrač našao u boljoj poziciji nego njegov neprijatelj. Meta nastaje tako da igrači koriste prije navedena sredstva da bi napravili optimalnu kombinaciju. Kada nastane meta ona neće ostati kao fiksni pojam (definicija mete će ostati fiksna) nego će se mijenjati sa vremenom, ovisno o tome kako igrači mijenjaju svoje strategije i načinu na koji proizvođači igara, koji su stavili ta sredstva ili mehanike u igru, mijenjaju sredstva i mehanike. Pod mehanikama mislim na način na koji se određene aktivnosti izvode: primjerice, pucanje po neprijatelju je mehanika no ista se mehanika, npr. pucanje, može jako razlikovati od igre do igre. Pucanje automatskom puškom u igri „Call of Duty“ je bitno različito od onog u igri „Killing floor 2“.

Meta ugrubo označava popularni način igranja u videoigrama namijenjenim za više igrača. Svaka igra ima svoju metu koje je različita od mete u drugim igrama jer svaka igra ima drugačiju mehaniku pa najviše zbog toga dolazi do različitih meta. Skoro da i ne postoje dvije iste igre u tom smislu. Dvije videoigre koje su istog žanra (pučarine recimo), vrlo često su napravljene od različitih izvođača ili imaju drugačije mehanike što utječe na nastajanje mete. Meta ovisi o mehanikama u igri i načinu na koji igrači te igre, su u interakciji sa tim mehanikama. Način na koji izvođači utječu na metu je da mijenjaju mehanike ovisno o načinu na koji igrači igraju igru. Drugačiji izvođači će drugačije mijenjati svoje mehanike, kao u slučaju slične seriji igara poput „Call of Duty“, gdje svake godine izlazi jedna nova igra koja

je mehanički slična prošloj osim što ima nekoliko razlika po pitanju mehanika. Najčešće razlike u toj igri su stvarno ili fiktivno razdoblje tijekom koje se događaju radnje u igri i uljepšavanje grafičkog izgleda same igre. U tome ćemo i dalje vidjeti da se meta razlikuje iz igre u igru makar su mehanike slične, ali još uvijek postoje neke ključne razlike kao na primjer oružja koje igrač može koristiti tijekom igranja igre. Na metu se može gledati kao na proces ili termin koji sam sebi stvara značenje u sferi kojoj se nalazi. Pod time mislim da on neće imati značenje osim ako igrači sami ne daju njemu smisao za tu igru koju oni igraju.

2.1 Mijenjanje mete

Meta se mijenja kroz vrijeme. Ono što je u jednom momentu popularno ne znači da će zauvijek ostati popularno, meta zime 2019. u jednoj igri ne znači da će to isto to biti meta zime 2020. Do promjena dolazi igranjem igre, kad igrači otkriju novo oružje ili kombinaciju oružja koja dobro funkcionira i olakšava igraču da ostvari pobjede. Do promjene u meti isto dolazi putem “nerf” i “buff” određenih sredstava koje su igraču na raspolaganju. “Nerf” ili “nerfing” je termin koji označava slabljenje pojedinog sredstva koje je igrač mogao koristiti. Primjerice, smanjenje veličine spremnika u nekom od oružja znači manje metaka što tjera igrača da iznova napuni pušku te opreznije puca jer promašajima gubi vrijeme i potencijalno se dovodi u nepovoljne uvjete spram neprijatelja. “Buff” ili “buffing” se isto odnosi na mijenjana sredstva koja su raspolaganju igraču samo u suprotnom smjeru od “nerf”. Gdje prije navedeni termin čini položaj nešto lošijim, “buff” čini nešto boljim pa se igrač potiče da više počnu koristi to određeno sredstvo. Što će točno biti oslabljeno ili pojačano najviše ovisi o meti koju će sami igrači napraviti. Najčešće ono što je najpopularnije bude oslabljeno, a ono što je manje popularno bude ojačano. Proizvođači su ti koji uvrštavaju „buff“ i „nerf“ u igru. Ključno je shvatiti da igrači formiraju metu, a transformacija mete dolazi od proizvođača i igrača. Taj se ciklus stalno ponavlja: proizvođači naprave mehanike u nekoj igri, a igrači su u interakciji sa tim mehanikama u igri i određuju ono što im se najviše sviđa i što će im najvjerojatnije donijeti pobjedu pa odabiru te mehanike i specifičan način igranja. Time nastaje meta u jednoj igri. Nakon što je nastala neka meta i prošlo neko određeno vrijeme (vrijeme se mijenja od igre do igre), proizvođači će promijeniti postojeće mehanike i možda čak dodati nove kojima nastoje promijeniti postojeću metu (makar oni sami ne znaju kako će nova meta izgledati, oni samo mogu pretpostaviti njezin razvoj). Igrači zatim opet uđu u interakciju sa tim mehanikama i stvaraju novu metu koja se bazira na trenutačnim mehanikama i onda opet se vraćamo na korak gdje proizvođači utječu na postojeće mehanike

i tako u krug. Znači krug izgleda tako da: 1. Proizvođači naprave igru -> 2. igrači naprave metu-> 3. proizvođači mijenjaju igru ovisno o meti -> 4. igrači naprave novu metu. Tu se onda 3. i 4. koraci nastavljaju ponavljati sve dok se proizvođači nastave baviti svojom igrom i dok je igrači nastavljaju igrati.

3. Opis Apex Legends



Slika 1. (Slika prikazuje razne legende koje su prisutne u video igri Apex Legends)

Prije nego što opišem što je Apex Legends, opisati ću kakav je tip igre *battle royale*.

Battle royale označava žanru igru gdje igrač igra sam ili u timu protiv velikog broja ljudi.

Broj igrača tijekom jedne igre battle royale se vrti od 60 do 100 ili više ovisno o kojoj igri je riječ. Igrači u battle royale počnu igru tako da (najčešće) lete iznad mape u nekoj letjelici i sami biraju moment kada će iskočiti iz te letjelice i sletjeti na neko mjesto na mapi.



Slika 2. (prikaz zemljovida s putem kojim ide letjelica iz koje iskaču igrači)

Karte u battle royale igrama su vrlo često ogromne, opsega barem nekoliko kilometara minimum, s raznim građevinama od po nekoliko nekoliko katova. Kada igrač sleti, on traži opremu na podu i u zgradama i da bi tu opremu iskoristio u borbi s drugim igračima... i to traje sve do posljednjeg preživjelog. Kao dodatni motiv za borbu, tu je i jedan ogromni prsten ili krug koji se s trajanjem igre sve više smanjuje, sužavajući igraču prostor kretanja sve dok s nekoliko kilometara ne stane u jedan mali krug jedva 10m radijusa. Kada se igrači bore jedni protiv drugih, njihov je glavni cilj da smanje životne bodove (engl.: *health points* ili HP skraćeno) do to mjere da drugi igrač bude onesposobljen (u igri se to naziv “down but not out” stanje) i puzi po podu, ali nije mrtav te ga takvoga neprijatelj može dokrajčiti ili prijatelj može spasiti. To stanje gdje igrač ne umre odmah nego samo bude onesposobljen je jedino prisutno u igrama gdje igrači igraju u timu. Ako igraju sami ili kako se to često naziva u igri

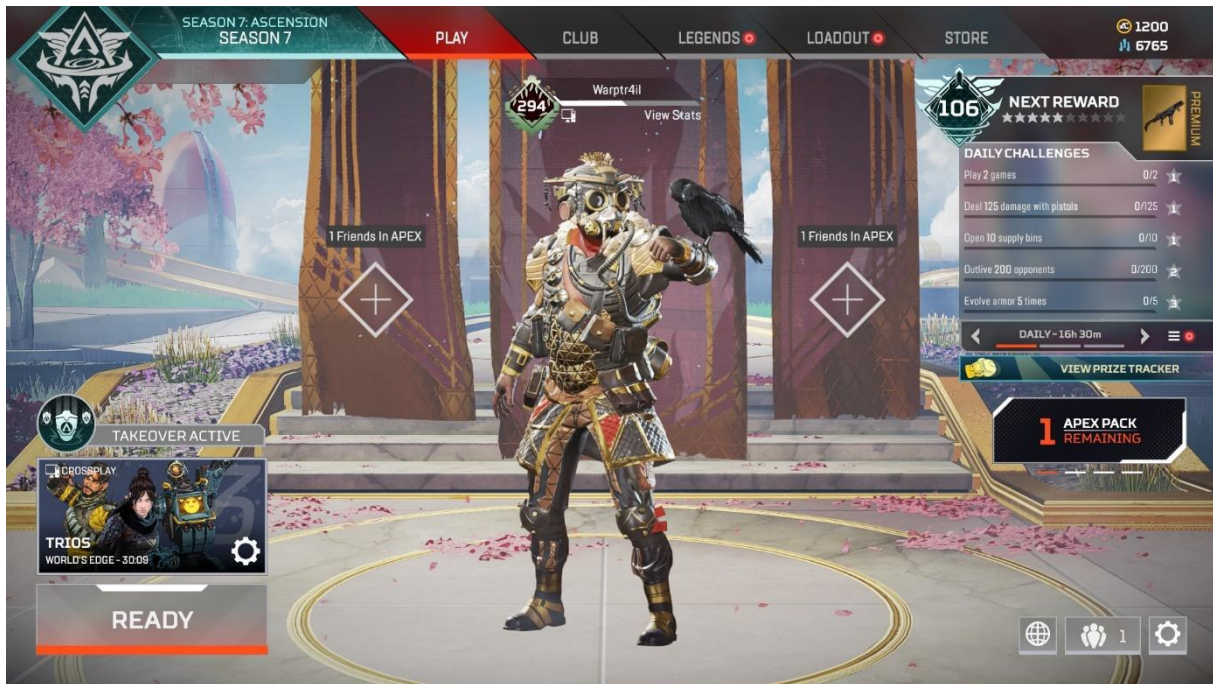
“solo”, igrači koji ostanu bez životnih bodova ne budu onesposobljeni već odmah umiru i napuštaju igru.

Apex Legends se razlikuje od drugih battle royale igara po tome da igrač bira jednu legendu (što je jedan određeni lik sa specifičnim sposobnostima) i uvijek ima suborce sa kojima se zajedno bori. Svaka legenda ima dvije sposobnosti koje može aktivirati i jednu pasivnu sposobnost. U jednoj igri sudjeluje dvadeset timova od tri igrača. Igrač može igrati sa prijateljima, no ukoliko ne zna nikoga, igra će mu se dati suborce koji su isto pravi igrači no ono su bili odabrani nasumično. Igra stavlja veliki fokus na zajednički rad i suborce i to se najbolje vidi u sposobnostima legenda koje često mogu na neki način pomoći svojim suborcima u borbi. To se najbolje vidi kod legende pod nazivom “lifeline”. Ona ima dvije specijalne sposobnosti koje se mogu aktivirati i jednu pasivnu. Pasivna sposobnost je nešto što je konstantno aktivno tijekom trajanja igre. Aktivna sposobnost joj je da izbací malog robota koji puni životne bodove igračima, a druga sposobnost (koja se isto igri naziva kao *ultimate ability*) joj omogućava da pozove jedan paket koji će imati objekte podrške koje mogu pomoći njoj i igračima na njezinom timu. Njezina pasivna sposobnost je da brzo oživljava prijatelje koji su onesposobljeni.

Što je *update* u kontekstu video igara?

Update je engleska riječ za ažuriranje ili dopunu i kada za video igru izađe *update* uvijek se nešto promijeni. *Update* se razvrstavaju u *balancing updates*, *patches* i *hotfixes*. *Balancing update* je kada se igra ažurira na takav način da se mijenjaju postojeće mehanike u igri. *Patches* su popravci mehanika koje ne rade i generalnih poteškoća koji se mogu događati tijekom igranja igre ali ti popravci nisu toliko brzi kao hotfixovi. *Hotfixes* su brzi update kojima je primarni cilj da brzo poprave pokvarene sustave/mehanike u igri .

3.1 Izgled igre Apex Legends:



Slika 3. (glavni meni igre Apex Legends)

Kada igrač pokrene igru prvo će se na ekranu pojaviti zahtjev da započne pritiskom na bilo koji gumb da bi nakon toga vidio scenarij poput prikaza u slici 3. Slijedi generalni opis važnijih sredstava iz prikaza:

U donjem lijevom kutu igrač može odabrati sliku triju legenda pod čijim će pravilima igrati igru. Na engleskom se to zove *mode*, a označava istu igru s promjenama u pravilima tijekom igranja igre. Igrač može igrati rangirane igre, gdje se nastoji da igrač igra protiv ljudi koji su slični njegovim sposobnostima u igri (što si bolji to ćeš igrati protiv boljih igrača, odnosno što si lošiji će igrati protiv lošijih igrača). Sposobnost nekog igrača u igri se označava sa *rank*, ili razred. O razredu ovisi i nagrada za postignuće: neki ukras kojim igrač može dekorirati svoje oružje ili portret svoje legende. Drugi *mode* koji igrač može igrati je „Duos“ gdje će igrač zajedno sa nekim drugim igračem se boriti protiv svih ostalih igrača u timovima od dvoje igrača. Glavni i najpopularniji mode je ujedno i onaj kome je igra namijenjena: „Trios“. Igrač bude stavljen u tročlani tim koji se bori protiv drugih timova od tri člana. Zupčanik u donjem desnom kutu omogućava igraču da podesi postavke za igru makar će iste utjecati samo na njega i način na koji on vidi igru. Lijevo od zupčanika je slika tri male osobe koje omogućavaju igraču da pozove prijatelje da igraju sa njime, a brojka označava koliko njegovih prijatelja je trenutno u igri. Igrač isto može stisnuti na pluseve lijevo od legende

koja je u sredini ekrana ako hoće pozvati prijatelje da mu se pridruže. Legenda u sredini prikazuje legendu koja će biti odabrana tijekom igranje igre, makar to mogu promijeniti i netom prije početka. Na gornjoj radnoj traci je opcije Club koja omogućava igraču da se pridruži onom klubu koji odgovara njegovom stilu igranja. Odabir kluba ne utječe na igru osim što olakšava igraču da možda nađe suigrače. Legends, loudout i Store omogućava igraču da modificira kozmetike koje njegova legenda ima na sebi ili na svojem oružju. Store omogućava kupovanje tih dodataka makar se oni mogu dobiti i samim igranjem igre. Toliko o glavnim elementima prikazanim na ekranu.



Slika 4. (što igrač vidi kada uđe u samu igru i krene igrati)

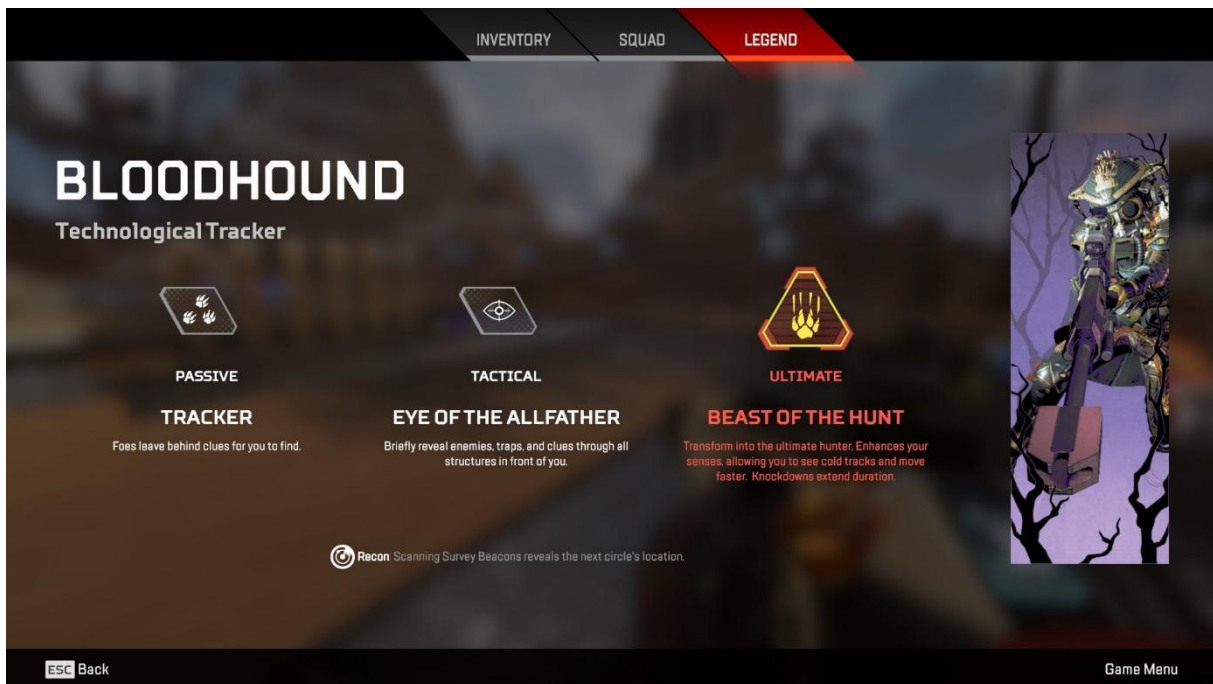
Kada igrač uđe u samu igru, on kontrolira svoju odabranu legendu i upravlja njome. U slici 4 u nižem lijevom kutu su prikazani životni bodovi igrača i kojom legendom igra. Do legende u bijelim slovima je prikazano ime igrača, te oklop igrača koji daje dodatne životne bodove (prikazan u ljubičastoj boji, ali mogu biti prikazane i u drugim bojama). Boja kacige označava stupanj smanjenja štete od metaka u glavu (boje od lošije prema boljoj idu bijela -> plava -> ljubičasto/žuta). Pod rednim brojem „4“ (ali tu se može staviti i neka druga tipka na tipkovnici u postavkama i to vrijedi i za ostala slova/brojke na ekranu) označava resurse koje igrač može koristiti iz svojeg inventara da si napuni štitove ili životne bodove. Pod slovom „Q“ je označena manja sposobnost legende, dok ikona u sredini ekrana u postotcima označava koliko

dugo do otključane jače sposobnosti legende. Pod slovom „G“ su označene granate koje služe da bi se obranio neki prostor ili da se natjera druge legende da se maknu od nekog prostora. I na kraju, u desnom uglu su dva oružja koje igrač može nositi i tip municije (tipovi municije su označeni bojom). Male ljubičaste ikone kod oružja (makar mogu biti i druge boje) označavaju raspoložive dodatke oružju.



Slika 5. (oprema/inventar od legende kojom igrač kontrolira)

Igrač može vidjeti svoj inventar kada stisne određenu tipku, može vidjeti što ima na sebi...kretanjem u prostoru igrač to nalazi na karti, a najčešće u kućama/zgradama ili u specijalnim kutijama. Uglavnom, resursi se mogu kategorizirati u 4 skupine: metci, sredstva za liječenje, granate i dodaci za oružja (ali to većinom puta se automatski dodaje oružju ako to oružje može primiti taj dodatak).



Slika 6. (Opis sposobnosti legende kojom igrač igra)

3.2 Primjer jedne runde/igre



Slika 7. (Karta s prikazanim prstenom)

Igra počinje tako da igrač leti letjelicom iznad karte zajedno sa svim ostalim igračima i moraju odabrati točku slijetanja (pogledajte sliku 1). Nakon što je igrač sletio, njegov lik i likovi njegovih suboraca vidljivi su kao male strelice na mapi (slika 7: u nižem lijevom kutu). Igra je fokusirana na timsko igranje, stoga je poželjno da se tim drži zajedno tijekom trajanja igre. Bijeli krug na slici pokazuje granice smanjenja karte, čemu je svrha natjerati igrače da se bore jedni protiv drugih. Narančasta traka prikazuje smjer kojim igrač mora ići da bi došao do zone. Nakon nekoliko minuta zona tj. mjesto gdje igrač može biti bez da mu smanjenje prstena nanosi štetu, se opetovano počinje smanjivati i to ide tako sve dok zona gdje igrač može stajati na otprilike par metara. Pobjeđuje tim koji preživi. Ne moraju čak ni preživjeti svi suborci jednog tima - dovoljno da samo jedna osoba iz tog tima preživi i pobijedi preostale timove s karte.

3.3 Promjena meta na primjeru jednog oružja u igri



Slika 8. (slika pokazuje različite tipova oružja u igri Apex Legends)

Nakon kratkog opisa funkcioniranja igre, slijedi odgovor na pitanje je sljedeće što najviše utječe na metu? Na metu najviše utječu igrači i proizvođači igre. Promjene koje se postepeno uvode u proizvod igre ranije sam opisao kao jedan krug gdje igrači odabiru mehanike u igri koje im se čine najboljima, zatim koriste samo odabrane mehanike i ignoriraju druge jer im se ne sviđaju ili nisu jednako efikasne u njihovim očima. Primjerice uzmimo dva oružja iz igre. Jedno oružje se zove „Havoc“ a drugo „R-301 Carbine“. R-301 je bio popularan od kada je igra izašla i u meti je bio uvijek do neke mjere prisutan. Nikada nije bio na vrhu gdje se samo

to oružje koristilo, ali nikada nije palo u popularnosti do te mjere da ljudi ne bi birali to oružje. Sa druge strane, kada je izašao Havoc ljudi uopće nisu igrali tim oružjem jer je imao preveliki „recoil“ to jest odskakanje. Kada bi igrač krenuo njime pucati, igrač bi jako teško mogao kontrolirati to odskakanje i zadržati metu na nišanu. Vidjevši da nitko ne koristi Havoc, proizvođači su ga odlučili *buff*-at tako da su mu smanjili odskakanje što je dovelo do nove promjene i Havoc je u meti postao glavno oružje u jednoj sezoni (jedna sezona traje oko 3 mjeseca, i na početku svake sezone proizvođači značajno promjene postojeće i dodavaju nove mehanike u igru). Svi su ga počeli koristiti jer je micalo značajni broj neprijateljskih životnih bodova u kratkom vremenu. Ipak, dominacija jednog oružja je smanjila popularnost i korištenje drugih oružja što se pak nije svidjelo proizvođačima pa su na početku sljedeće sezone opet pojačali odskakivanje oružja. Takav je potez smanjio popularnost Havoca, ali ne kao u sezoni kada je oružje tek bilo stavljeno u igru. Ovo je samo jedan primjer kako promjena u jednoj karakteristici oružja može utjecati na njegovu prisutnost u meti.

3.4 Generalna meta u Apex Legends

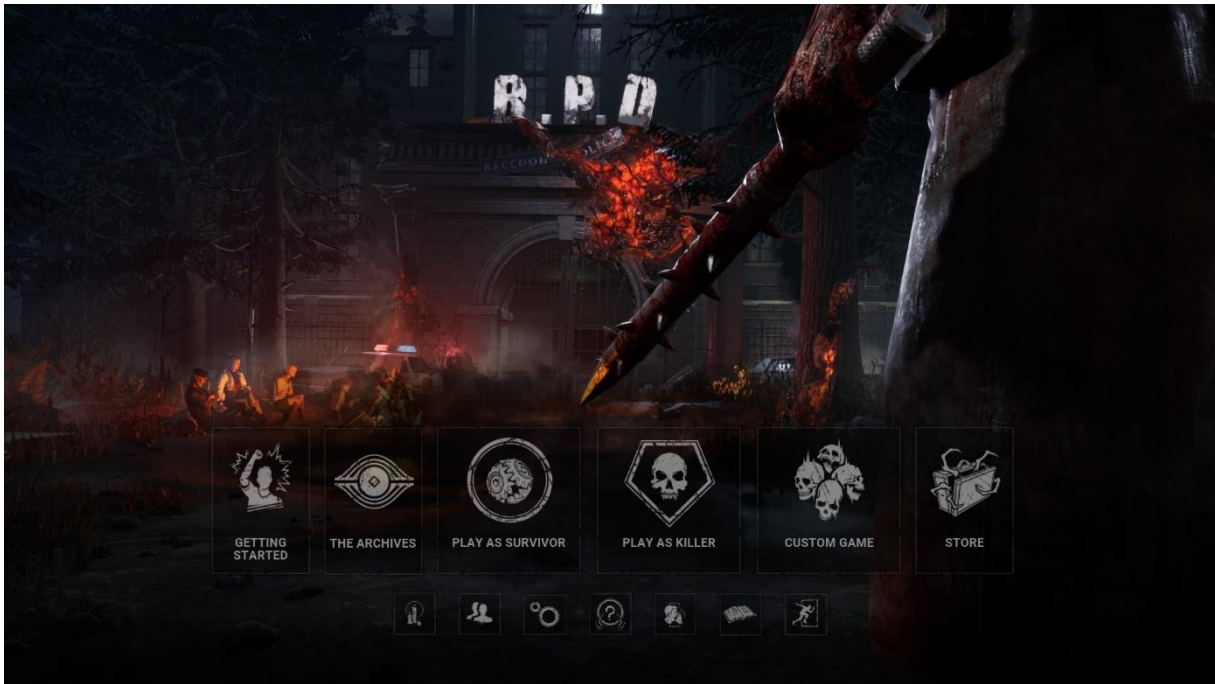
Dok se meta u igri stalno mijenja, neke karakteristike ostaju konstantne. Nepromijenjeno je u meti su najpopularnijima legenda za igranje i klasa oružja. Klase oružja koje postoje u igri su: *SMG* (oružja koja ne skidaju veliki broj životnih bodova, ali pucaju prosječno brže od i jedne druge klase oružja) i *Shotgun* (to su sačme koje se mogu koristiti samo izbliza, ali skidaju veliki broj životnih bodova po metku) *Assault rifles* (automatske ili poluautomatske puške koje su najbolje za sukobe na srednjoj udaljenosti od mete) *LMG* (mitraljez koji puca sporo ali ima veliki magazin i skida jednako životnih bodova kao prosječna automatska puška) *pistols* (pištolji koji su često slabiji od drugih oružja ali kada igra tek počinje mogu biti ključni u pobjeđivanju ranih sukoba, makar je izuzetak jedan revolver „wingman“ koji je stalno prisutan u meti) *sniper* (snajperi su oružja namijenjena za daleku udaljenost i pucaju sporo ali skidaju veliki broj životnih bodova, kao sačme samo za veliku udaljenost) i na kraju *marksman* (marksman oružja su kao hibrid između *assault rifles* i *snipera*). Stalna prisutno klase oružja u meti su *SMG* i *shotgun* (točnije dva tipa sačme: *peacekeeper* i *mastiff* koji skidaju najviše životnih bodova po metku od ijednog druge sačme) i pištolj *wingman* što je revolver koji skida veliki broj životnih bodova po metku ali zato puca znatno sporije od i jednog drugog pištolja. Najpopularnija legenda je „Wraith“ koja ima sposobnost da postane nedodirljiva, i makar se kao takva ne može boriti ima sposobnost da pobjegne iz potencijalno

opasnih situacija, mogućnost stvaranja portala i tako provodi ljude iz jedne destinacije u drugu, a na kraju ta legenda ima najmanji *hitbox* (veličina njenog lika pogođenog mecima smanjuje i njene životne bodove) i time je najmanja legenda što otežava neprijateljskim igračima da je pogode. Prije navedene klase oružja i heroji su stalno popularni, a u svakoj igri će biti prisutni u osjetnom broju. Način na koji igrači trenutno igraju igru i kako igra teče gdje se većina borbe odvija na bližim udaljenosti, navedena oružja će ostati popularna. Promjena mete je malo vjerojatna osim ako se ne dogodi značajna promjena u mehanikama igre.

4. Opis Dead by Daylight



Slika 9. (Slika koju igrač vidi kada pokrene igru)



Slika 10. (Prikaz glavnog menija; igrač može raditi različite aktivnosti)

Dead by Daylight je video igra izašla 2016. Napravljena od „Behaviour interactive“, svrstava se u kategoriju asimetrične igre preživljavanje horora. Igra omogućava igraču da igra kao ubojica ili kao jedan od preživjelih. U jednoj igri sudjeluje pet igrača. Igra ugrubo funkcionira kao kombinacija stvarnih igara skrivača i lovice, gdje je jedan igrač u ulozi ubojice-lovca i traži četvero preživjelih koji bježe od njega. Cilj tog lova je da ubojica mora onesposobiti preživjeloga. Ubojica to može učiniti tako da (većinom puta) dva puta u igri lupi lovinu svojim oružjem. Nakon toga preživjeli padne na pod, onesposobljen za daljnji bijeg. Potom ih ubojica stavi na određene “pikove” (u igri su to mesarske kuke); ukoliko nitko ne spasi preživjeloga s ‘pika’, nakon određenog vremena on bude ubijen i izbačen iz igre. Dok je cilj ubojice da ulovi sve igrači i stavi ih na pik gdje će biti ubijeni, preživjeli dotle imaju cilj da poprave pet od mogućih sedam generatora u areni kojoj se nalaze. Nakon što su preživjeli popravili sve generatore, njihov sljedeći cilj je da nađu vrata koja vode izvan arena što će im omogućiti da pobjegnu i time pobjede. Naravno ovo je kratki opis kako igra funkcionira. Postoji još puno manjih elementa kao primjerice strategije koje preživjeli mogu koristiti tijekom igre u areni; specijalnih sposobnosti koje se dobiju putem *perkova* (perkovi su modifikacije pasivnih sposobnosti igrača ili u nekim slučajevima potpuno nove aktivne sposobnosti dodane igraču), različite moći koji svaki ubojica ima, alata koji preživjeli mogu ponijeti sa sobom u areni itd.

4.1 Opis *hook struggle* mehanike



Slika 11. (Preživjeli na mesarskoj kuki)

Kada ubojica preživjeloga stavi na pik koji je u igri prikazana kao kuka, on ne umre odmah nego prvo samo visi na piku, a njegove sposobnosti su ograničene na pokušaje da sam sebe oslobodi sa kuke. Šanse da uspije su oko 5% ali taj postotak se može povećavati i smanjivati sa određenim perkovima i objektima. Preživjeli na piku ima određeni broj pokušaja da se oslobodi. Normalno ima tri pokušaja prije nego što pređe u sljedeću fazu naziva “struggle phase”. Isto je važno napomenuti da preživjelima na kuki/piku ističe vrijeme prije nego što pređe u tu sljedeću fazu, a svaki pokušaj da se oslobodi smanjuje trajnost prve faze za 1/3. Preživjeli može imati više pokušaja ako koristi određene perkove (zasad je u igri samo jedan perk koji se zove “slippery meat”; povećava broj pokušaja za 100% ako se igrač odmah nakon što bude stavljen na pik pokuša osloboditi). Nakon te prvi faze slijedi druga faza, gdje se preživjeli mora “boriti” da bi ostao na životu. U igri je to prikazano tako da preživjeloga napada nešto nalik oštrim paukovim nogama koje pripadaju “pojavi” (u igri se zove Entity) i donedavno se igrač održavao na životu stalnim pritiskom na određenu tipku sve dok ga netko ne spasi ili mu vrijeme istekne pa se više ne može boriti. Druga faza također ima vremensko ograničenje. Kada vrijeme drugoj fazi istekne preživjeli bude ubijen od strane pojave te izbačen iz arene. Igrač može nastaviti gledati kako drugi preživjeli igraju ako ga to zanima, ili mogu izaći iz igre i krenuti tražiti novu igru.

4.2 Sistem rangiranja u Dead by Daylight



Slika 12. (Rangovi preživjelih su krugovi dok dijamant prikazuje rang ubojice, „pipovi“ se mogu vidjeti u gornjem desnom kutu ispod ranga igrača)

Jedna runda u areni može imati četiri moguća službena ishoda i jedan ishod koji je vrijedan spomenuti.

1. Gubitak
2. Neriješeno
3. Pobjeda
4. Odlučna pobjeda
5. Izbačen

Sistem rangiranja je napravljen po brojevima. Rangovi idu od 1 do 20 gdje je 1 najveći rang a 20 najniži. Nema brojnog ograničenja koliko ljudi može biti prisutno na jednom rang. Svaki rang ima određen broj crtica koje se u igri nazivaju *pip*. Gubici u igri se nazivaju *depipovi*, neriješeno se zove *safe*, pobjeda se zove *pip*, a odlična pobjeda se naziva double pip u sleng jeziku Dead by Daylight zajednice. Gubitak je kada igrač ne zadovolji uvjete za pobjedu i njegov rang se spusti za jedan pip. Neriješeno je kada igrač nije igrao dobro ali je igrao

dovoljno da mu rang ostane stabilan, to jest da mu se rang ne poveća za jedan pip i da mu se ne spusti za jedan pip. Pobjeda je kada je igrač igrao dobro i dobije jedan pip. Odlična pobjeda je kada igrač igrao izvrsno i dobije 2 pipa umjesto jednog. Izbačen se događi kada igraču pukne Internet ili on sam izađe. To se tretira kao gubitak za igrača koji je izašao i ako se dogodi nekoliko puta zaredom, igrač dobiva kaznu gdje mora čekati određeno vrijeme prije što može opet igrati.

4.3 Meta u Dead by Daylight

Meta u Dead by Daylight se izražava putem meta ubojica, meta preživjelih i meta perkova za ubojice i preživjele. Još postoje meta sredstva za preživjele i meta dodataka za moći ubojice. U ovom radu planiram dati primjer samo mete perkova, ubojica i preživjelih. Meta preživjelih je ona koja ima najmanje mogućih opcija za razvitak (po mojem mišljenju) pošto razlika između preživjelih nije na jednakoj razini kao razlika među ubojicama. Točnije razlika između preživjelih je minimalna.

4.4 Meta preživjelih

Meta preživjelih je jedinstvena u tom smislu da svi preživjeli u igri Dead by Daylight sami po sebi nemaju nikakve sposobnosti i da jedini moći i sposobnosti koji oni dobivaju je od perkova. Unatoč tome preživjeli se razlikuju jedni od drugih po izgledu, glasu i malo po visini. Znači makar nisu dobili nikakve sposobnosti od strane proizvođača, dobili su sposobnosti od strane igrača koji igraju sa njime na jedan način. Primjerice igrači su primijetili da preživjeli tamnije puti kože su bolji od preživjelih svijetli puti kože u arenama koje se odvijaju po noći. Svaki preživjeli isto tako može imati svoju odjeću zamazanu sa krvi koja ih čini tamnijima (makar to nije odmah dostupno igraču već se mora otključati). Likovi koji su tamniji mogu postati još tamniji što im bolje nego svjetlijim likovima može omogućiti da se vrlo dobro skrivaju od ubojice u različitom okolišu. Po pitanju glasa, neki preživjeli dišu glasnije ili specifičnije. Pod specifičnom načinu disanjem mislim da je to jedan zvuk koji je toliko jedinstven da ga ubojica neće zamijeniti sa nekim drugim zvukom. Primjerice, ako su ozlijeđeni uvijek ispuštaju zvukove boli, svaki preživjeli pušta drugačije zvukove kada diše u boli. Ženski likovi primjerice proizvode zvukove koji zvuče kao cviljenje dok zvukovi muškaraca podsjećaju na otežano disanje sa stenjanjem. Također svaki preživjeli ima jedinstveni urlik koje se isto tako može koristiti da se otkrije gdje je taj specifičan preživjeli

nalazi (preživjeli neće vrištati osim ako: ih ne natjera neka moć ili perk od ubojice ili ih ubojica lupi svojim oružjem). Naravno, dana je moja subjektivna percepcija pošto je lako moguće da će drugi igrači na drugačiji način razumjeti te zvukove.

Prepoznavanje tih zvukova isto ovisi o nekoliko faktora. Jedan od glavnih je koliko glasno igrač sluša igru, koju kvalitetu slušalica ima i koliko se fokusira na obraćanje pozornosti takvim zvukovima. Važno je istaknuti da se na taj aspekt ubojice najmanje osvrću osim kada igraju sa specifičnim ubojicama ili ako su ih izgubili tijekom potjere. Zadnja razlika je po pitanju visine. Makar razlika po pitanju visine nije toliko velika između preživjelih generalno su neki muški likovi nešto viši od ženskih pa se teže skrivaju iza određenih objekata u areni.

Nakon što su opisani faktori koji utječu na metu sa strane preživjelih možemo opisati koja je meta preživjelih. Trenutna meta preživjelih je koristiti krvavu odjeću jer ona uvijek čini pojavu tamnijom što je korisno. Po pitanju visine se ne uzima lik Adam zato što je natprosječno visok. Ne pridaje se važnost glasovima i disanju jer postoji perk za preživjele koji sprečava da preživjeli proizvode ikakve zvukove dok su u boli (makar se disanje i dalje čuje, velika većina ubojica na to se ne obazire. Zvuk je pretih da bi se čuo u normalnim uvjetima). Po pitanju koji su preživjeli meta su Claudette - osoba koja ima najtamniju boju kože i nosi odjeću koja joj omogućava da se dobro kamuflira u zidovima i ruševinama koji su često prisutne u arenama. Ako se još doda krvava odjeća (dodatno tamna), može se skrivati u malo višoj travi. Toliko je taj preživjeli bio često korišten i toliko dugo prisutan u meti da je dobio i svoj nadimak "prestige 3 Claudette". Drugi preživjeli koji se često koriste su Meg, Dwight, Bill. Razlog zašto je zato što imaju tamniju odjeću ili odjeća ima boju koja se dobro stapu s okolišem, prosječne su visine te nemaju otežanu sposobnost za skrivanje.



Slika 13. (Slika prikazuje različite preživjele koje igrač može odabrati. Potamnjeni portreti pokazuju preživjele koje nisu otključali)

4.5 Meta ubojica

Meta ubojica je drugačija obzirom da svaki od ubojica ima svoje jedinstvene sposobnosti. Neke sposobnosti ili „powers“ (prevedeno moći) kako se nazivaju u igri, olakšavaju lov na preživjele, druge pomažu da preživjeli ne pobjegnu sa pika dok neke olakšavaju nalaženje preživjelih. Lov je aktivnost gdje ubojica trči/hoda/leti za preživjelim kroz arenu i pokušava ga onesposobiti od daljnjeg bježanje/trčanja korištenjem svoje moći ili oružja koje drži u ruci. Pod nalaženjem mislim na radnju gdje ubojica traži preživjelog u areni i kada ga nađe onda započinje proces lova. Ubojica Wraith u Dead by Daylight (lik nije povezan sa herojem Wraith u igri Apex Legends) ima sposobnost da bude nevidljiv i nečujan pa vrlo lako nađe preživjele u areni pošto ga ne čuju u nailasku. To daje prednost u lovu ubojici Wraith. Vrlo vjerojatno će moći preživjelog jednom udariti što će skratiti ukupno vrijeme koje bude bilo potrebno da ga onesposobi. Primjerice ubojica Hillbilly ima moć korištenja motorne pile kojom samo jednom mora udariti preživjelog da bi ga onesposobio. Znači Wraith lako nalazi nove preživjele dok ih Hillbilly nakon pronalaska lako onesposobi. Ubojice isto kao i preživjeli imaju opciju perkova i kako postoje meta ubojice tako postoje i meta perkove za ubojice. Važno je istaknuti da ubojice i preživjeli nemaju iste perkove. Preživjeli ne mogu koristiti perkove koje ubojice koriste i to isto vrijedi u suprotnom smislu. Dok postoje generalni meta perkovi za ubojice, postoje i meta perkovi za određene ubojice. Generalni

meta perkovi su uvijek korisni neovisno kojim ubojicom igrač igra. Meta perkovi za određene ubojice često su u simbiozi sa specijalnom moći ubojice.

Primjeri kombiniranja moći i perk-ova su kombinacije “impossible skill check doctor build” (prevedeno: nemoguća provjera sposobnosti za kombinaciju doktora). Build je naziv za specifičnu kombinaciju mehanika u igri koju igrač može koristiti tijekom svojeg igranja. Za ubojice, build u Dead by Daylight se sastoji od ubojice i njegove moći, perkova i dodataka za moći ubojice ili objekte koji preživjeli mogu koristiti, a koje ubojica može koristiti. Dodaci (Naziv u igri Addons) su sredstva koje su raspoloživa ubojicama i koja mu omogućavaju da donekle mijenja svoju moć. Promjene mogu ići od toga da se ubojica brzo kreće dok koristi svoju moć sve do toga da ubojica može odmah ubiti preživjeloga svojim vlastitim rukama bez da ga onesposobi. Build se fokusira na optimalno iskorištavanje doktora drugačijeg stanja gdje ne bi mogao nanijeti štetu neprijateljima ali bi ih mogao natjerati da počnu periodično vrištati što je korisno da bi se saznala njihova pozicija. Razlog zašto preživjeli počnu vrištati je zbog načina na koji doktorova moć funkcionira: pogodi li preživjeloga strujom ili preživjeli bude dugo u blizini doktora dok je u „treatment“ fazi ili fazi liječenja (prva faza se zove „punishment“ to jest „kazna“), preživjeli će doseći prvu od tri razine ludila. Svaka razina ludila drugačije utječe na preživjelog. Na prvoj razini preživjeli ima 33% šanse da dok radi neku aktivnost koja u sebi ima „skillcheck“ (prevedeno provjera sposobnosti) . Primjer aktivnosti koje imaju skillcheck su medicinsko njegovanje sebe ili drugog igrača i popravljjanje generatora, da se taj skillcheck stvori negdje nasumično na ekranu umjesto u standardnoj poziciji (standardna pozicija za „skill checkove“ je sredina ekrana) i da idu suprotno od kazaljke na satu. Na drugoj razini ludila događaju se iste stvari kao i na prvoj osim što šanse su se povećale na 66%, a preživjeli periodično vidi halucinacije doktora koje ga gledaju. Na trećoj i najvišoj razini ludila igrač ne može manipulirati nikakvim objektima osim vratima i otvorom u zemlji za izlaz iz arene sve dok se ne sabere tako da stisne gumb za interakciju s objektima i obavi tu aktivnost do kraja. Tijekom tog procesa preživjeli će dobivati skill-checkove sa 100% šansom da bude nasumičnog položaja i nasumičnog smjera. Nakon što sam objasnio kako funkcionira moć doktora, opisati ću koji se dodaci ili perkovi koriste u ovom build-u. Najčešće su to oni povećavaju radijus užasa djelotvornosti ubojice, tzv. teror radijus koji produciraju ubojice: preživjeli u tom radijusu će čuti otkucaj srca što ga upozorava da je ubojica blizu njega. Što je otkucaj srca brži i glasniji, ubojica je bliže. Inače perkovi koji povećavaju teror radijus nisu popularni jer omogućavaju preživjelima da lakše

odgonetnu poziciju ubojice ali u ovom slučaju taj perk koji se inače ne koristi postaje koliko dobar, toliko i važan za ovaj build.

Ovo bi se moglo smatrati meta buildom za ubojicu Doktora u igri. Dakle, ako naletite na doktora mogli biste unaprijed predvidjeti koje perkove koristi i koju taktiku će koristiti da bi se domogao pobjede.

Važno je za napomenuti da doktor u trenutnoj verziji Dead by Daylight više ne funkcionira na taj način. U jednom update su ga znatno promijenili i maknuli su postojanje drugog stanje gdje može samo koristiti struju kao bacati struju ispred sebe i u veličini svog teror radijusa.

4.6 Meta perkovi za preživjele

Dok za ubojice možete pogoditi kada vidite kojim ubojicom igrač igra, to ne vrijedi za preživjele. Preživjeli sami po sebi nemaju nikakvu specijalnu moć pa su svi po pitanju sposobnosti isti. Postoji ranije spomenuta mala razlika u izgledu i zvuku koji produciraju ali osim toga su identični. Meta perkovi za preživjele su trenutačno:

- „Decisive strike“ (perk koji omogućava preživjelom da pobjegne iz ruku ubojice dok ga nosi)
- „Borrowed time“ (perk koji omogućava da nakon što se preživjelog spasi sa pika može primiti dodat udarac bez da padne na tlo pod uvjetom da se taj udarac dogodi u određenom i ograničenom vremenu)
- „dead hard“ (omogućava preživjelom da se zaleti kratku udaljenost naprijed i tijekom te sekunde je nedodirljiv)
- „iron will“ (dok je igrač ozlijeđen neće proizvoditi nikakve zvukove ni stenjanje)
- „unbreakable“ (omogućava preživjelom onesposobljenom na podu, da se oporavi i ustane)
- „Sprint burst“ (kada igrač krene sprintat micati će se brzinom 150% i to traje 3 sekunde nakon čega mora proći 60 sekundi prije nego što može opet iskoristiti tu moć)
- „Adrenaline“ (kada se završi zadnji generator preživjeli se izliječi do maksimuma ako je bio ozlijeđen ili se digne sa poda ako je bio onesviješten krećući se brzinom 150% u trajanju od 5 sekundi)

5. Različiti Akteri i njihov utjecaj na metu

5.1 Utjecaj *gaming* zajednice i turnira na metu



Slika 14. (Poster za turnir koji će se održati u igri Apex Legends)

Postoji nekoliko tipova igrača.

Imamo prosječne igrače koji igraju igru radi zabave, profesionalne igrače kojima je igranje posao sa specijalizacijom i nastoje biti najbolji u toj specifičnoj igri.

Na kraju možemo reći da imamo popularne igrače i Stremere (ljudi koji uživo prenose svoju igru) koji imaju puno pratitelja/gledaoca na Twitch-u ili YouTube. YouTube je medijska platforma koja nudi video materijal raznih tema. Korisnici YouTube isto tako mogu svoje vlastite video uratke objavljivati na YouTube stranici. Twitch je platforma koja omogućava da korisnik prenosi uživo sadržaj sa ekrana. YouTube je nedavno omogućio svojim korisnicima da prenose svoj sadržaj uživo na isti način na koji je to moguće na platformi Twitch. Prijenos sadržaja uživo se naziva „streaming“, a tijekom prijenosa gledatelji mogu uživo pratiti kako osoba igra neku određenu video igru. Drugi naziv za osobu koja prenose svoj sadržaj uživo na Twitch-u ili Youtube-u je „Streamer“. Postoje vrlo popularni streameri koji često mogu imati publiku od nekoliko tisuća ljudi pa kada oni komentiraju na igru koju trenutno igraju, vjerujem da će utjecati na metu te igre.

Profesionalni igrači utječu na metu svojim znanjem o igri pošto oni vrlo često igraju više od osam sati dnevno. Imaju izvrsno razumijevanje koja oružja funkcioniraju, a koja ne u

određenim situacijama i znaju koje legende su najfleksibilnije i najbolje, kada ciljati za pobjedu. U turnirima postoje samo određena oružja i legende koja su prisutna tijekom igre, a ta su oružja i legende također prisutne u meti. *Streamer-i* su ljudi koja čini kombinaciju profesionalnih i amaterskih igrača koje ljudi mogu gledati kako igraju. Isto valja za spomenuti da ako neku osobu ikada zanima što je meta trenutačno u nekoj igri on može pogledati turnir te igre i vrlo vjerojatno će znati metu za to vremensko razdoblje (pošto kako sam već spomenuo meta se s vremenom mijena pa način na koji se sredstva u igri koriste u turnirima se isto znatno razlikuje ovisno gledamo li video ovogodišnjeg ili prošlogodišnjeg turnira). Na spomenutoj platformi Twitch, broj ljudi koji gleda je dnevno od 70 tisuća do 100 tisuća - a taj se broj odnosi samo na igru Apex Legends, ovisno o vremenu tijekom sezone. Na početku sezone ima najviše ljudi dok sredinom i pred kraj ima najmanje. Kada na tisuće ljudi gleda te *streamer-e* koji skoro pa svi imaju cilj da pobjede, promatrači mogu vidjeti kako oni igraju te koja oružja i legende koristi što dodatno utječe na formiranje mete. Meta je nešto što sama zajednica izgrađuje pa kada svi *streamer-i* koriste neko određeno oružje i njime pobjeđuju, sigurno postoji neki dobar razlog za to koji onda oni igrači iz gledateljstva sami počnu koristiti u igri i time utječu na metu. Profesionalni igrači su vrlo često vještiji/bolji u samoj igri nego drugi igrači te si mogu sebi dopustiti da kombiniraju drugačija sredstva u igri i time zapravo eksperimentiraju, pokušavaju naći novu kombinaciju koja bi bila uspješnija od postojeće mete. U slučaju da nađu nešto što je uspješnije, a dovoljno ljudi to vidi i počne koristiti, sama meta će se promijeniti. Znači, dok profesionalni igrači mogu otkriti novu metu, regularni igrači su oni koji održavaju metu na životu pošto oni sami čine znatno veći broj ljudi koji igraju.

5.2 Influencer/streameri/youtuberi

U cilju pojašnjenja što točno rade popularni igrači, poslužiti ću se primjerom dva popularna youtubera od kojih se svaki specijalizirao za jednu igru.

Prvi youtuber je „not Otzdrava“, ljubitelj i *streamer* igre Dead by Daylight već je par godina dio zajednice. Poznato je da skoro svaki dan igra po nekoliko sati, maksimalizirao je sve moguće aspekte i ukrase koji se dodatno ne naplaćuju, ostvario najviši rang u igri što sve zajedno njegovo mišljenje čini vrijednima. Često argumentira svoje stavove vezane uz igru. Drugi youtuber je iTemp plays. Prvenstveno je usredotočen na igru Apex Legends koju igra od početne nulte sezone (igra je sada u devetoj sezoni, a svaka sezona traje oko tri mjeseca).

Baš kao i Otz, iTemp je uspio maksimizirati svoj rang u igri (otkada su isti uvedeni, jer ih na početku nije bilo), dijeli svoje mišljenje o trenutnoj meti, a u nekoliko je navrata zagovarao određena oružja kao daleko bolja no što bi prosječan igrač mislio kada bi pogledao njihovu tadašnju poziciju u meti. Za razliku od Otza, iTemp je sponzoriran od strane izdavača Apex Legends kako je on i sam naglasio na samom početku videa, dok Otz nije direktno sponzoriran od proizvođača ili izdavača iz Dead by Daylight. I bez toga, Otz pripada skupini „Fog Whisperers“ koja je u kontaktu s proizvođačima i okuplja popularne youtubere i Twitch streamere iz Dead by Daylight. Što točno dobivaju zauzvrat, nije potpuno sigurno no saputalo se da unaprijed dobivaju informacije o mogućim promjenama u igri. To nikada nije bilo potvrđeno od strane članove grupe „Fog Whisperers“. Zasad jedine dostupne informacije koje se mogu naći vezano uz organizaciju „Fog Whisperers“ je objava iz 2016. na službenoj stranici Dead by Daylight koja opisuje tko su oni i koja je njihova funkcija. Ne znamo je li u proteklih šest godina došlo do promjena u funkciji.

5.3 Otz

Otz je streamer i youtuber koji snima sebe kako igra igru Dead by Daylight, a ponekad kako čita recentni update igre u svrhu diskusije i razmjene mišljenja o novim promjenama, utjecaja koje bi nove funkcije mogle imati na trenutačno stanje igre. Kada su *tier* liste postale popularne, on je prvi napravio tier liste za ubojice i za mape. Tier lista je kada imate slova S-A-B-C-D-E-F gdje je prvo slovo S najbolja pozicija u listi, a F najlošija pozicija. Isto tako je rangirao sve perkove ubojice i preživjelih, dijeli svoje mišljenje o njima i argumentira osobno stajalište za taj specifičan perk.¹¹

5.4 iTemp plays

iTemp plays je streamer i youtuber kao i Otz. On primarno igra igru Apex Legends i tijekom igre daje svoje mišljenje o različitim aspektima i mehanikama u igri. Pokazuje određena oružja i govori zašto preferira neka oružja koja nisu bila dio trenutne mete. Daje svoje mišljenje o meti, balance updates ali ne radi svaki puta novi zasebni video kako to radi Otz. Pokušava popularizirati određena oružja/legende no čini mi se upitnim koliko je pritom uspješan: ako je imao utjecaja u povećanju broja igrača koji odabiru pojedino oružje/legendu, ta će promjena biti vidljiva isključivo na sjeverno-američkim serverima otkuda je i on sam, a

¹¹ Otz youtube kanal https://www.youtube.com/channel/UCDO_Z-tZD4bfG9m4AkK_uA (zadnji pristup 05.07.2021.)

vjerojatno i većina njegovih pratitelja. Ono što mogu reći sa sigurnošću je da nisam primjećivao promjene u europskim serverima na temelju njegovih videa.¹²

5.5 Što im je zajedničko?

Oba influencera imaju oko 100 tisuća gledatelja ili više po izdanom video, fokusiraju se na jednu jedinu igru, sudjeluju u toj igri više od 2 godine, imaju kontakt sa proizvođačima, komentiraju mehanike i promjene u mehanikama od strane proizvođača.

5.6 Kako influenceri utječu na metu?

Oba spomenuta igrača imaju značajan broj gledatelja koji ih prate dok igraju. Gledajući ih, moguće je da će netko iz publike preuzeti određene elemente iz njihove igre smatrajući ih boljima od trenutne mete pa ih možda počnu i sami koristiti. Također, oboje daju argumente za manje popularna oružja/ubojice (ovisno o igri) te dobro obrazlažu zašto smatraju da ih valja upotrijebiti jer nisu toliko beskorisne opcije koliko ih se prikazuje u meti čime utječu na trendove u razvoju mete. Upitno je do kuda seže njihov utjecaj, no zbog njihove brojne publike, rekao bih da je vrlo zanimljivo proizvođačima igara.

5.7 Meta kao simbol gaming kulture

Meta je toliko prisutna u gaming zajednici da samo spominjanje te riječi odmah budi ideju o mogućim igračima, proširenju zajednice. Meta je čvrsto ukorijenjena u gaming kulturu i jedno ne ide bez drugoga. Ne može se pričati o nekoj igri sa više igrača bez da se spomene meta, a tada se odmah pokušava se odgonetnuti o kojoj igri je riječ. U radu „Symbolism in Anthropology“ (Hoskins:2015), simbolizam je opisan kao nešto prihvaćeno od strane zajednice i relevantno za pojedinu kulturu. Simboli su opisani kao sredstva koja potiču socijalnu i osobnu interakciju u javnoj sferi.¹³ Iz toga možemo vidjeti kako meta odgovara opisu autorice, razložiti simbolizam pošto je meta općeprihvaćeni pojam u gaming zajednici/kulturi na čiji se spomen zna se što sama riječ meta obuhvaća. Vrlo je vjerojatno da bi se moglo polemizirati oko točne definicije pojma, ali ljudi se uglavnom slažu oko jednog grubog značenja te riječi. Ako biste pitali igrača da vam objasni trenutačnu metu u nekoj igri koju igra, on će vam uvijek biti u stanju dati neki opći opis trenutne mete. U slučaju da nije

¹² iTemp plays kanal <https://www.youtube.com/user/iTemp2> (zadnji pristup 19.07.2021.)

¹³ Hoskins. Janet. „Symbolism in Anthropology“ 12.2015. International encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2nd edition, Vol 23, Oxford. 860-865

siguran za trenutnu metu, opisati će onu zadnju za koju je siguran. Vrijednost mete je to što se ista poštuje na svojevrsan način. Što je bila meta u igri Apex Legends kad je igra izašla je nešto što je bilo određeno. Može se diskutirati o popularnosti određenih oružja i legendi ali ne i o tome što je meta. Meta iz prošlosti se rijetko propituje pošto se u tome usaglasila sama zajednica pojedine igre - točnije, većina zajednice se slaže oko toga kako je meta izgledala u određenom momentu života igre.

Meta također odgovara ideji simbola jer potiče određenu interakciju u javnoj sferi, premda je ta javna sfera digitalna umjesto određenog mjesta u stvarnom svijetu. Primjerice, igrači jedne igre će diskutirati kako je meta za tu igru izgledala u prošlosti, kako izgleda sada i kako će se razviti u budućnosti. Pokušati će predvidjeti metu služeći se primjerima iz trenutne mete za određivanje buduće. Usuglašavanje oko budućeg izgleda mete ne znači da će se ona takvom razviti jer proces ovisi o zajednici i njihovim odlukama te širenju i zauzimanju stavova koji se čine najboljima iz perspektive prisutnih igrača dotične igre. Kako se ne može predvidjeti smjer razvoja kulture, tako se ne može ni predvidjeti razvoj mete. Meta je tek periodično stabilna ali to vrijeme stabilnosti se tijekom trajanje jedne mete može bilo kada promijeniti premda je znatno je vjerojatnije da će se meta promijeniti kada izađe novi update.

Dakle, moglo bi se reći da je meta kao pojam jedan od simbola gaming kulture pošto se termin koristi u videoigrama, važan je za gaming zajednicu i u stalnoj upotrebi u svijetu videoigara zbog prepoznatljivosti unutar kulture, razumijevanja što predstavlja i prisutnosti u svakoj video igri.

6. Politika i meta

6.1 Značke pokreta i Apex Legends

2020. smrt Afroamerikanca George Floyda iz SAD glasno je odjeknula u različitim zapadnim medijima do te mjere da se utjecaj osjetio i u određenim video igrama. Apex Legends je primjer igre koja je stavila poruku podrške pokretu BLM što je engleska skraćenica od slogana “black lives matter”, što bi u prijevodu značilo “crni životi su važni”. Poruka je bila prisutna otprilike nekoliko tjedna u igri, vidljiva ulaskom u igru u malom dijelu ekrana dok igrač traži sljedeću borbu u kojoj će sudjelovati. Ove godine su dodali medalju/značku s

prikazom crne stisnute šake podignute u zrak (što se često koristi kao simbol za BLM). Medalje su ukrasi, objekti koji se mogu staviti uz igračev portret u igri vidljiv igraču i njegovim suborcima prije samog početka borbe. U slučaju da je u prošloj igri taj igrač bio najbolji, svi ostali igrači vidjeti će njegov portret i potrebe njegovih suborca. Time se na jedan način osvješčuje igrače o prisutnosti i postojanosti pokreta BLM bez utjecaja na mehanike. Zapravo su medalje BLM uz portret nekih igrača jedino što se promijenilo u sferi Apex Legends. Igrači su i dalje mogli pucati po ljudima svih rasa, u samoj igri postoje legende koje imaju tamniju kožu i na njima nije bilo nikakve promjene niti su one bile korištene na način koji bi ih povezivao s pokretom BLM.



Slika 15. (Prikaz medalje „Black Lives Matter“ u igri Apex Legends)

Od travnja 2021. godine i porasta napada na Azijate u Americi, sve je popularniji pokret “Stop Asian Hate” kojim se žele osvijestiti ti napadi u pokušaju smanjenja istih. Apex Legends se također izjavom uključio u promicanje vrijednosti ovog pokreta no ovaj put s manje akcija od učinjenog za pokret BLM. Igrač bi vidio poruku u istom stilu kao i za BLM, tj. zabljesnula bi poruka Stop Asian Hate, što je taj pokret i potpora tom pokretu. Nije se išlo dalje od same poruke i bila je prikazana kraće od one za BLM. Poruka podrške BLM zadržala se nekoliko tjedana, dok je poruka za „Stop asian hate“ ostala oko tjedan dana. Ne znajući točno što je stvarni razlog, možemo samo spekulirati o mogućim razlozima takve odluke, tipa BLM bio puno veći i glasniji (pogotovo u SAD odakle je i proizvođač igre), medijska pozornost ogromna, a podrška masovna.

Od 04.05.2021. je počela nova sezona u Apex Legends. Sada, igrač uključivanjem u igru dobiva medalju za „stop asian hate“ na isti način na koji je dobio medalju za BLM par mjeseci iste godine.



Slika 16. (Prikaz medalje „Stop Asian Hate“ u igri Apex Legends)

Medalja nema nikakav simbol na sebi, već samo slogan „stop asian hate“ što jasno daje do znanja s kojim se pokretom povezuje medalja. Interesantna je to situacija: medalja za pokret „Stop Asian Hate“ je vrlo jasna jer na samoj medalji piše naziv pokreta, dok na medalji BLM ne pišu riječi pokreta već simbol - crna stisnuta šaka podignuta u zrak. Ukoliko igrači ne prate situaciju u Americi/zapadnom svijetu, možda uopće ne bi ni znali da ta šaka simbolizira snažan pokret u SAD. Osoba koja ne prati politiku niti gleda vijesti, vjerojatno ne zna što je uopće BLM i koji je njihov simbol. Kada bi takva osoba krenula igrati Apex Legends i vidjela medalju koja je napravljena da simbolizira pokret BLM on/ona bi vjerojatno ili ignorirao tu sliku ili bi je pogledao i zaključio njenu ulogu na temelju dizajna slike. Ovim primjerom želim prikazati kako je donekle promašen primarni cilj te medalje da osvijesti postojanje pokreta BLM jer se iz same slike medalje ne zna o čemu se radi. Medalja prikazuje samo stisnutu crnu šaku u zraku i to se može interpretirati na drugačije načine. Ako igrač stisne na medalju, bez ikakvih dodatnih informacija iskoči tekst da je medalja postavljena povodom obljetnice „black history month“. U Americi je populacija možda i dobro upoznata sa njegovim značenjem, ali izvan Amerike vjerojatnije ne znaju što se točno smatra pod „black history month“. Nasuprot tome, medalja „Stop Asian Hate“ donosi riječi koju poruku medalje čine vrlo očitom jer piše u samoj medalji. Ako igrač stisne na medalju piše da je medalja stavljena u čast „asian heritage month“ gdje opet nije opisano što je to „asian heritage month“. Zbunjujuće je kako se točno taj izraz „Stop Asian Hate“ povezuje sa mjesecom slavljenja azijske kulture. Dodatno mi se kao etnologu u proizvodnji čini malo čudno sve azijske ili „black“ kulture svrstati pod jednu riječ ili pojam. Jedini način da saznam više o toj temi je da

koristim Internet i proučim što taj pojam znači. Krenem li uspoređivati dvije medalje prema estetskim kriterijima, mislim da bi se malobrojni složili s tvrdnjom da su same riječi ljepše od slikovnog prikaza. Ipak, estetska privlačnost medalje može uvelike utjecati na vjerojatnost njenog korištenja. Drugim riječima, dizajn utječe na stupanj podizanja svijesti o nekom pokretu u samoj igri premda možemo debatirati osvještuje li se time pokret ili sama medalja. Oba pokreta su bila promovirana u igri i dobila su medalju koju mogu staviti uz svoj portret u samoj igri, ali niti jedna medalja zasada nije bila toliko utjecajna (barem u europskoj sferi igranja igre) da bi ušla u metu po pitanju korištenja. Ljudi vole stavljati medalje uz svoj profil da označe neki oblik postignuća ili one dodaju medalje koje imaju kolekcionarsku vrijednost jer su rijetke (npr. bile su dostupne samo u jednom momentu tijekom postojanja igre).

Tijekom lipnja, za trajanja *pride-a* igra je izbacila medalju koja reprezentira LGBTQ+ skupinu. Medalja je bila praćena porukom potpore LGBTQ+ zajednici, a bila jednako dugo prisutna kao i poruka potpore „Stop Asian Hate“. Opet osim tih dviju poruka nije bilo nikakve promjene u igri.



Slika 17. (Prikaz medalje „Pride“ u igri Apex Legends)

Sljedeći element politike koji se može vidjeti u igri je prisutnost različitih demografskih i manjinskih skupina u igri. Primjerice, u igri postoji Bloodhound - ženu koja se ne identificira ni kao muško ni kao žensko. Imate Octane, Meksikanca koji je invalid i ima robotske noge jer je prave izgubio u eksploziji. Sljedeći lik je Gibraltar, koji dolazi s neimenovanog otoka na Tihog oceana uz kojeg stoji pojašnjenje da je *gay*. Za druge likove nema objašnjenja o njihovoj seksualnoj orijentaciji, ali postoje naznake, mogući „migovi“ ovisno o interpretaciji osobe koja proučava priču iza lika i njihovo ponašanje. Upitno je koliko to ima utjecaja na samu igru. Ja bih se čak usudio reći da po pitanju *gameplay* i iskustva igrača tijekom igranja

igre, sve to nema apsolutno nikakvog utjecaja. Za Bloodhound je objašnjeno da nije ni on ni ona, ali igrači se u samoj igri se prema njemu odnose kao da je muško jer u samoj igri zvuči kao muško premda je osoba koja daje glas Bloodhoundu žensko. Obzirom da su joj modificirali glas tako da zvuči više kao muško, što donekle ovisi o subjektivnoj percepciji slušatelja, potez je to koji bi mogao otvoriti debatu koliko su ovakve stvari stvarno političke konotacije ili nisu uopće. Neki bi mogli tvrditi da jesu jer se u igri pojavljuju termini i izrazi za ljude i njihova samoodređenja, percepcije i stavove koji nisu postojale prije nekoliko godina ili nisu bile često korišteni u popularnim medijima. S druge strane, moglo bi se reći da tu nema politike jer su tu samo digitalni likovi koji van igre ne postoje i nemaju pravog utjecaja na stvarni svijet. Moglo bi se spekulirati da proizvođači promiču ili nameću svoju ideologiju i svjetonazor igračima, pokušavajući normalizirati određene pojmove/teme ali da bismo provjerili takvu tvrdnju trebalo bi provesti masovno istraživanje igrača i ispitivati ih pitanja u stilu 'da li vjeruju da je igra Apex Legends promijenila njihov način gledanja na svijet?'. Po mom subjektivnom mišljenju, prosječan igrač na igre gleda kao na zabavnu fikciju - a dok je igra igraču zabavna, sve ostalo mu nije važno.

7. Usporedba odnosa između igrača i proizvođača sa stvarnim odnosima između politike ljudi i nadležnih tijela

Zbog načina na koji utječe na odnos između igrača i proizvođača, meta je usporediva s odnosom između građana i ustanova koje njima upravljaju: oba sustava imaju krovno, nadležno tijelo koje daje smjernice i diktira ponašanje igrača/gr građana. U oba slučaja postoje pravila koja, ako budu prekršena, uzrokuju isključenje iz sustava. Rijetko (ali nije nemoguće) može nastati meta sasvim neregulirane slobode - proizvođači određuju pravila ponašanja igrača koji zlorabe mehaniku baziranu na eksploataciji sistema. Drugim riječima, ako igrač eksploatira sustav - biva kažnjen. Kazne slijede i zbog drugih nepoželjnih oblika ponašanja kao što su vrijeđanje, sabotiranje, nepoštivanje pravila ili dogovora, varanja itd. Kako sam spomenuo, u igrama baš kao i u građanskom poretku imate tijelo koje diktira kako bi nešto trebalo biti i usmjerava ljude koji sudjeluju u tome.

Ljudi doduše mijenjaju i/ili koriste zakone na način na koji krovno tijelo to nije predvidjelo. Primjerice, u video igrama proizvođači naprave igru, mehanike i sredstva koje igrači mogu

koristiti tijekom igranja no igrači potom koriste igru na način na koji proizvođači to nisu predvidjeli. Moguće je povući paralelu sa stvarnim svijetom gdje država usvoji zakon ili niz pravila izrađenih s određenim u ciljem i propisanim načinima primjene, ali to ne garantira njihovo poštivanje i savršenu provedbu. Ovisno o stupnju opresivnosti vladajućeg tijela, slijede i kazne za prekršitelje. Igrači ipak ne trpe novčane ili materijalne kazne, jer ih jednostavno nema dovoljno za razliku od količine novca koja se oporezivanjem građana slijeva u državne blagajne regulatornih institucija. Obzirom da se novac vrlo često izjednačuje sa moći, potencijalno otvaramo debatu tko ima više utjecaja na pojedine teme: država ili kompanija/proizvođač igara ? Ostavimo to za neki budući rad.

Vratimo se na prijašnju točku vezanu uz temu kažnjavanja.

Sloboda izbora ponuđena u igrama je vrlo jasna: igrači mogu napustiti igru ako nisu zadovoljni načinom na koji proizvođači reguliraju odnose i ponašanja prema igračima/igri. Ova je opcija tek uvjetno alternativa građanskom izboru u ne-digitalnom svijetu koji mnogi i nemaju, odnosno imaju pod upitnom cijenom. Industrija videoigara još se uvijek vodi dobro poznatom idejom da je kupac glavni. Odluči li kupac da neće kupiti vašu igru, vi kao proizvođač igara baš i nemate puno drugih načina da ostvarite prihod. Za razliku od drugih industrija, iz kontroverze oko igre NBA2K naučili smo da videoigrama ne možete zarađivati novac od reklama jer ih igrači mrze. To je recept za propast igre. Izuzetak je igra pod nazivom „Fortnite“ koja je na pametan način uključila reklame te one dolaze iz određenih fiktivnih univerzuma poput „Marvel“ super heroja. Dakle, Marvel studio plati Fortnite-u da naprave događaj u igri koji je povezan s njihovim univerzumom. Marvel studio time dobiva veću izloženost, a Fortnite financije i više aktivnih igrača. Tvrtke i dalje mogu sponzorirati igre, što je najčešće vidljivo tijekom turnira u studiju komentatora ili igrača s plakata oglašavaju razni proizvodi. Tako je barem bilo prije nego što su se turniri uživo prekinuti zbog Covid-19.

7.1 Nejednakost glasova

Kako u stvarnoj politici, tako i u digitalnom svijetu postoje neki glasovi koji imaju više utjecaja u određivanju mete nego drugi. Koliko znam, ne postoji iskaz da neki ljudi imaju veći utjecaj u određivanju buduće mete. Prisutno je to da se predviđa o mogućoj meti ali ne i to da oni određuje kako će meta izgledat (barem službeno). Igrači ne mogu znati koga proizvođači

gledaju/slušaju kada određuju o tome kako će se meta promijeniti. Ja mogu dati svoju subjektivnu misao i razloge zašto mislim na način koji mislim.

Vjerujem da popularni igrači sa puno gledatelja imaju više utjecaja jer njihova popularnost jamči nove igrače. Opet, više igrača znači i rastuću popularnost igre, a time i bolje izgleda da će ljudi investirati svoj novac u igru. Dodatni razlog zašto imam takvo mišljenje je primjer promjene koje su dogodile sa legendom Causticom koji je bio vrlo znatno nerfan u sedmoj sezoni. Odluka o promjeni definitivno nije bila prihvaćena s oduševljenjem u zajednici - ili je to barem utisak s platformi reddit i specifičnom subredditu namijenjenom za diskusiju o svemu vezanom uz igru Apex Legends. Bilo je svakakvih komentara, ali ukupni dojam je da se ova odluka smatra opravdanom. Pojavila se i diskusija koja je ismijavala mišljenje jednog streamera vezano uz zadnji update igre koji je netom bio izašao. U njemu je rekao što misli, ali ono što se ismijavalo je njegova tvrdnja da je Caustic i nakon velikog nerfa još uvijek prejak. Neki su komentirali kako je sada Caustic možda čak slabiji nego u početku kada je tek postao dostupan. Caustic je bio dio mete jer je bio vrlo dobar u situaciji kada se mora braniti neko područje; imao je dimne bombe koje bi naudile neprijatelju ako bi ostali u dimu. Isto je imao zamke koje bi ispuštale opasni dim ako bi neprijatelj došao preblizu zamci. Takve moći i specifična šteta životnim bodovima koje su radili dimna bomba i zamke, osigurali su Causticu dobru poziciju u meti. Bio je među popularnijim odabirima, ali ne tolikoj mjeri kao što su primjerice heroji poput: wraith, horizon, gibraltar i bloodhound. Drugim riječima, nije bio ni među tri najjače legende u toj sezoni no ipak je bio toliko oslabljen kao da je bio na prvoj poziciji. Jedan od glavnih razloga zbog kojeg se čini da se ne mari za prosječnog igrača je iskaz jednog proizvođača u diskusiji vezanoj za update osme sezone gdje u komentarima ljudi pitaju zašto nisu vratili legendu Caustica kakav je bio pošto je u osmoj sezoni ispao iz mete. Proizvođač je tvrdio kako je Caustic bio vrlo čest odabir prije i nakon nerfa jer je i dalje ostao među top 5. To je bila lažna izjava. Ako bi igrač odlučio otići na Internet i pogledati „Apex Legend pick rate“ za različite legende po rangovima, vidjeli bi da Caustic ni u jednom ranku nije bio među top 5, a nakon nerfova je skoro u svakom ranku bio među 5 najmanje korištenih legendi. To je meni osobno dokaz da proizvođači imaju ili drugačije statističke podatke od onih dostupnih na internetu ili su odlučili objaviti netočnu tvrdnju. O razlozima se može diskutirati, ali osobno smatram da je najvjerojatnije u pitanju nečiji ponos. Netko od igrača blizak proizvođaču naložio je promjenu legende koja se njemu ne sviđa, ili je tako naredio poslodavac.

Prvu teoriju po kojoj je u pitanju ponos shvaćam iz perspektive da osoba čiji je posao održavati ravnotežu igre vjeruje u sebe, svoje procjene i da toj osobi nije važno što zajednica dotične igre smatra najboljim. U tom slučaju, problem je osobnog ega odnosno uvjerenja da je jedno mišljenje važnije od svih drugih. Moguće je i da ta osoba ima neke informacije koje ostatku zajednice nisu dostupne - proizvođači imaju preciznije i aktualnije podatke nego zajednica, no zajednica također dolazi do svojih podataka s internetskih stranica napravljenih sa svrhom prikupljanja statistički obradivih podataka.

Druga teorija je da netko od igrača ima vezu među proizvođačima. Pod time mislim da je određeni igrač je u direktnom kontaktu putem emaila ili neke socijalne mreže povezan s proizvođačima, pa uspijeva ishoditi da se određeni likovi ili oružja promjene na način na koji on/ona to želi. Teorija mi se čini mogućom jer vjerujem u spregu proizvođača i popularnih igrača, ali je upitno koliko njihovo mišljenje utječe na finalnu odluku osobe koja je zadužena za održavanje ravnoteže u igri.

Zadnja teorija znači da se postupa po naredbi nadležne osobe; premda već postoji osoba zadužena za održavanje ravnoteže u igri, nadređeni te osobe vjeruje da je njegovo mišljenje bolje ili ima određenu viziju koju želi vidjeti ispunjenu. Naravno, ovo su sve samo moje osobne teorije - jedina osoba s pravim odgovorom je samo ona koja je napravila promjenu.

7.2 Promjena mete tijekom izgradnje igre

Tko odlučuje kako će izgledati meta dok je igra još u razvoju, to jest kada se još uvijek radi na igri koja nije puštena u javnosti? Tijekom te točke u razvoju video igre oni koji testiraju i igraju igru su sami proizvođači ili ljudi kojima je to posao.

Posao igranja i testiranje igre se zove QA što je skraćeno za „quality assurance“ (u prijevodu osiguravanje kvalitete). Kako će mehanike u igri biti postavljene ovisi o proizvođačima to jest developerima i programerima koji će te mehanike morati napraviti. Programeri procjenjuju jesu li ideje proizvođača izvedive ili nisu. U slučaju da nisu, mora se napraviti nešto novo.

Kada se naprave mehanike (i *leveli* gdje se te mehanike mogu testirati), slijedi testna faza pri čemu se proučava i koliko zabave mehanike donose samom igranju, tzv. *gameplay*.

Kada su utvrdili da su mehanike zabavne i funkcionalne, sljedeći postupak je nastavljajanje igranje igre i testiranje različitih *levela*. Tijekom testiranja tih *levela*, igrač može kombinirati različita oružja, sredstva i taktike ne bi li pronašao optimalnu kombinaciju. Ta optimalna

kombinacija će vjerojatno postati meta u timu koji radi na igri, dakle 'na poslu', ali to ne znači da će to biti meta i za igrače kada igra bude dostupna javnosti.

QA testerima su u igri od samog početka i drugačije gledaju na igru nego vanjski igrači. Takva uključenost je donekle ograničavajuća samom QA odjelu kao na primjer ako je neko oružje bilo slabo na početku, a nije se napravilo ništa što bi ga ojačalo, ili neka taktika nije bila valjana no nije napravljen niti jedan update da se doda novu mehaniku koja bi možda omogućavala igraču novu strategiju s oružjem koje se dotad smatralo beskorisnim. Dok QA može testirati puno mehanika i kombinacija oni često nisu u stanju provjeriti sve moguće kombinacije i taktike koje su raspoložive igraču u igri.

Želim istaknuti da meta postoji i prije nego što je igra izdana, ali ta meta će se najvjerojatnije razlikovati od one nakon izlaska igre. Ovime želim poduprijeti svoju tvrdnju da proizvođači ne mogu odrediti metu nego je samo predvidjeti.

Kako sam uspoređivao odnose između stvarnih političkih tijela s odnosima između proizvođača i igrača, sada možemo vidjeti gdje tijekom proizvodnje igre postoje osobe koje imaju ulogu igrača. Usporedbom država koje oblikuju zakone, te njihovim izjednačenjem sa mehanikama u videoigrama htio sam istaknuti kako nadležna tijela daju odredbe unutar kojih se igrači mogu ponašati i određivati svoj način ponašanja do određene mjere. U oba slučaja, ako stanovnici/igrači pokušaju promijeniti zakone/mehanike igre, biti će kažnjeni isključenjem iz sustava: u stvarnom svijetu završiti će u zatvoru, dok u slučaju video igre postoji zabrana pristupa u igru koja može trajati nekoliko dana pa sve do trajne zabrane igraču. Tu proizvođači u ulozi igrača sami pokušavaju predvidjeti kako će se meta koristiti odnosno na koji način će igrači koristiti mehanike prisutne u igri ne bi li si osigurali maksimalnu korist. U oba slučaja imate vladajuće tijelo koje dopušta korisnicima da interpretiraju ponuđena sredstva do određene mjere. Kada se ta mjera prekrši, bude korištena previše/premalo ili bude korištena za svrhe/način na koji nije namijenjena, onda dolazi do promjene u njihovom statusu odnosno ustanova pokušava regulirati način korištenja mehanika/zakona. Obje institucije imaju mjeru kojom provjeravaju da se zakoni/mehanike neće zlorabiti i pokušavaju predvidjeti razne načine na koji će korisnici raspolagati tim sredstvima. Način na koji se to regulira u svijetu videoigara je putem QA odjela koji testiraju mehanike i pokušavaju otkriti na koje sve načine ih se može koristiti prije nego što igra bude dostupna igračima. U slučaju da se nađe nešto što se smatra nepoželjnim, slijede izmjene i opetovano testiranje tih novih, promijenjenih mehanika.

Slično tome, ako postoji neki zakon koji se koristi na neki način koji nije namijenjen, provode se izmjene i dopune istoga kroz nadležne institucije.

Zakoni se mijenjaju s vremenom kao i videoigre koje će se isto mehanički promijeniti sa vremenom. Ovisno o tome tko je na vlasti, zakoni se mogu mijenjati da bi se usuglasili s trenutnom ideologijom vladajućih. U videoigrama toga nema. Može se dogoditi da se promijeni vlasnik kompanije, ali to neće znatno utjecati na same mehanike u igri. Pod znatnim promjenama smatram promjenu žanra igre gdje recimo od 'pucačine iz prvog lica' prelazimo u strategiju gdje igrač radi ili se pokušava potpuno promijeniti način na koji funkcioniraju puške ili neprijateljska umjetna inteligencija. Programiranje igara ne dozvoljava takav pristup, odnosno teoretski bi se to moglo napraviti ali uz znatno vremensko ulaganje i svekolike resurse. Dakle, isplativije je napraviti potpuno novu igru ako trenutačna igra ne daje željnu viziju proizvođača jer bi tijekom velikih modifikacija moglo doći do nestabilnosti same igre ili u najgorim slučajevima dovesti igru u stanje u kojem se više ne može igrati. Utoliko bih istaknuo da je u mom pogledu način na koji građani koriste zakone donekle jedan oblik mete.

Imam osobno iskustvo rada u industriji videoigara na poziciji QA tester i *level designer*. Mogu dati osobni primjer gdje sam igrao određeni *level* na određenoj težini i povodom mojih akcija se promijenio način na koji funkcionira najteža težina na kojoj igrač može igrati. Povodom toga se promijenila meta za igranje na najtežoj razini pošto se sama najteža težina promijenila u igri u čijoj izgradnji sam sudjelovao. Time želim istaknuti da kada je igra u procesu izgradnje i mali broj (ispod 50) ljudi sudjeluje u njezinom testiranju, jedna osoba može znatno utjecati na izgled mehanike u igri. Pogotovo je tako dok igru igraju ljudi koji su sudjelovali u njezinoj proizvodnji i sama igra je još u procesu izgradnje.

8. Meta i njezin utjecaj na odnose u gaming zajednici

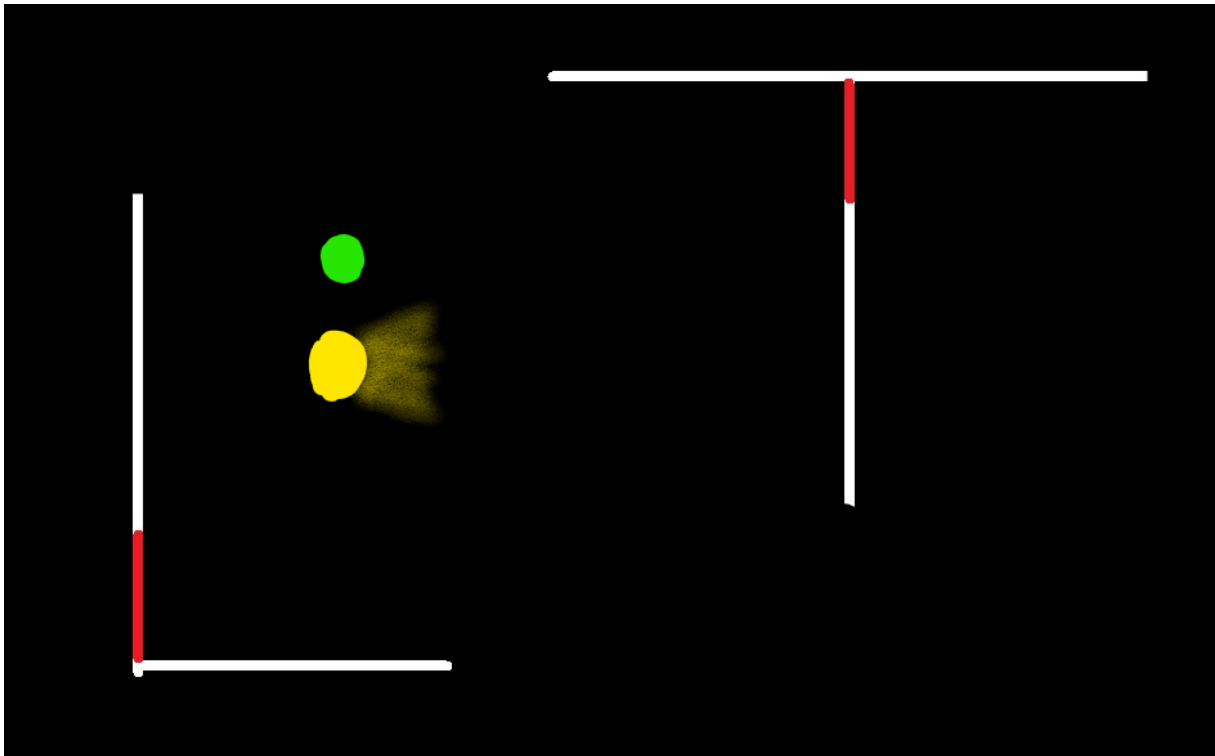
8.1 Prosječna meta i profesionalna meta

Obje igre, Apex Legends i Dead by Daylight imaju sistem rangiranja igrača. Način igre između ljudi u visokom i niskom rangu se znatno razlikuje. Činjenica da profesionalni igrači igraju drugačije od prosječnih igrača nije ništa novo u svijetu sporta i video igara. U raznim različitim igrama gdje igrači igraju jedan protiv drugog možete lako uočiti razliku u strategijama, taktikama i mehaničkim sposobnostima igrača koji su visoko rangirani i onih nisko rangiranih.

Kako postoji razlika u načinu igranja, tako postoji i razlika u meti između igrača koji su visoko rangiranih i onih nisko rangiranih. Razlog za to je što u meti postoje mehanike koje nisu lako izvedive novom igraču. Primjer takvih popularnih ali zahtjevnih mehanika su “bunny hopping” u Apex Legends i “looping” u DBD.

Bunny hopping se izvodi tako da bi igrač, dok je njegov karakter u sprintu, stisnuo tipku za čučanj kako bi se njegov karakter klizao po podu. Dok se njegov karakter kliže, igrač se naizmjenično miče lijevo desno, istovremeno skače i opet čučne, čime se održava u momentu od malog povećanja u brzini koje je dobio kada je ušao u proces klizanja. Bunny hopping je bila mehanika koja je omogućavala igraču da se kreće i koristi sredstva za oporavljanje. Preciznije, bunny hopping je omogućavao igraču da se brže kreće i oporavlja istovremeno. Kada se doznalo za tu metodu, ona je postala vrlo popularna kod profesionalnih igrača koji bi je izvodili s lakoćom jer su igrali igru znatno više nego drugi igrači, pa su bili bolje upoznati sa kontrolama i mehanikama u igri. Kada je bunny hopping počeo ulaziti u metu za prosječne igrače, proizvođači su odlučili promijeniti način na koji klizanje funkcionira tako da je onemogućeno zadržavanje povećane brzine koji se dobije kada se igračev avatar počne klizati. Unatoč toj promjeni bunny hopping je još uvijek moguć ali znatno teže izvediv pa su ga tada samo malobrojni koristili.

Looping u DBD označava proces u kojem preživjeli “vrte” ubojicu oko nekog specifičnog mjesta ili većeg objekta poput male kućice. Ovaj proces nije toliko težak za izvesti mehanički već puno više ovisi o iskustvu preživjelog i procjeni reakcija ubojice na poteze koje će preživjeli učiniti. Primjerice, zamislimo okoliš u obliku slova L i T koji su prisutni u igri.



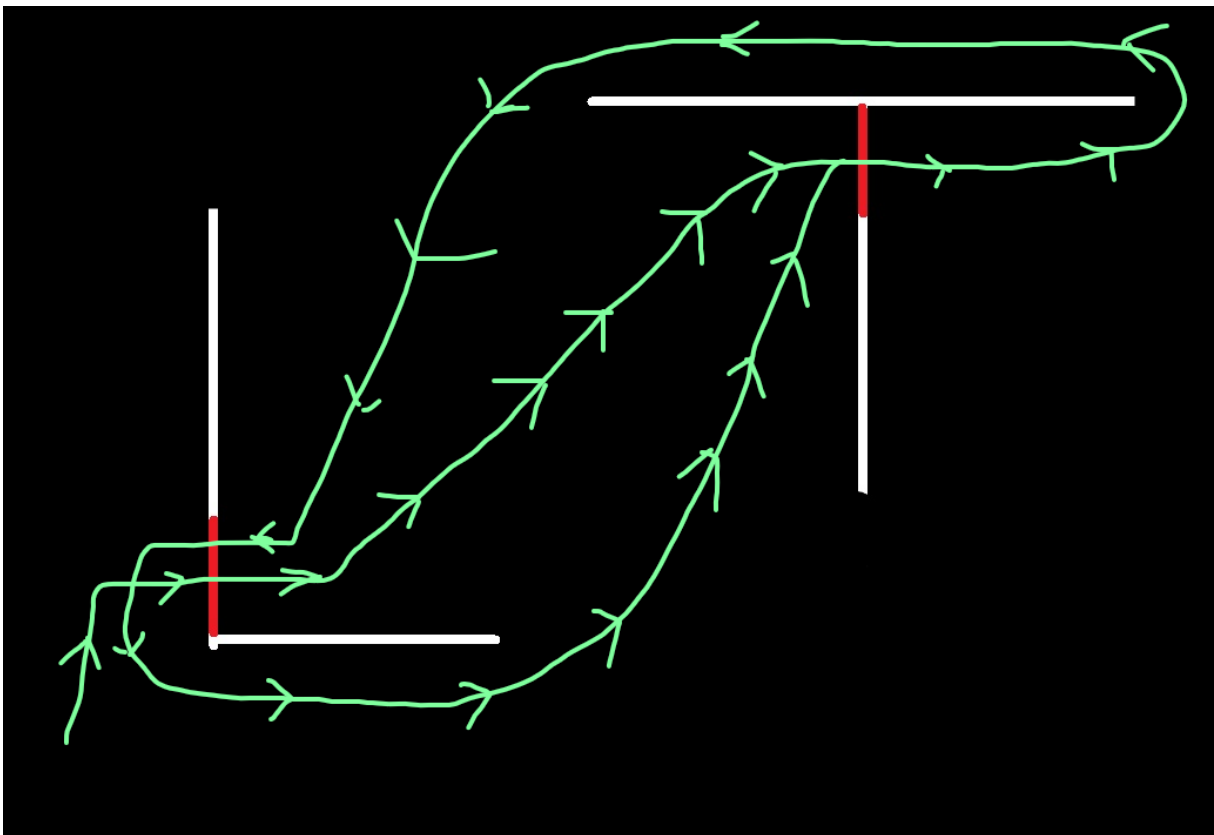
Slika 18. (Primjer loopa „L T“ u Dead by Daylight, bijela boja označava zidove, a crvena prozore kroz koje preživjeli i ubojice mogu proći. Zelena točka je preživjeli, a žuta točka je ubojica.)

Na slici 18. možemo vidjeti primjer okoliša koji se često koristi za looping. Zelena točka predstavlja preživjelog dok žuta točka predstavlja ubojicu. Žuto svjetlo ispred žute točke označava vidno polje ubojice u igri (slika 19).



Slika 19. („Red stain“ to jest svjetlo ispred vidnog polja ubojice. Na podu ispred ubojice može se vidjeti lagano crveno svjetlo koje se koristi u igri kao vodilja preživjelima u kojem smjeru gleda ubojica).

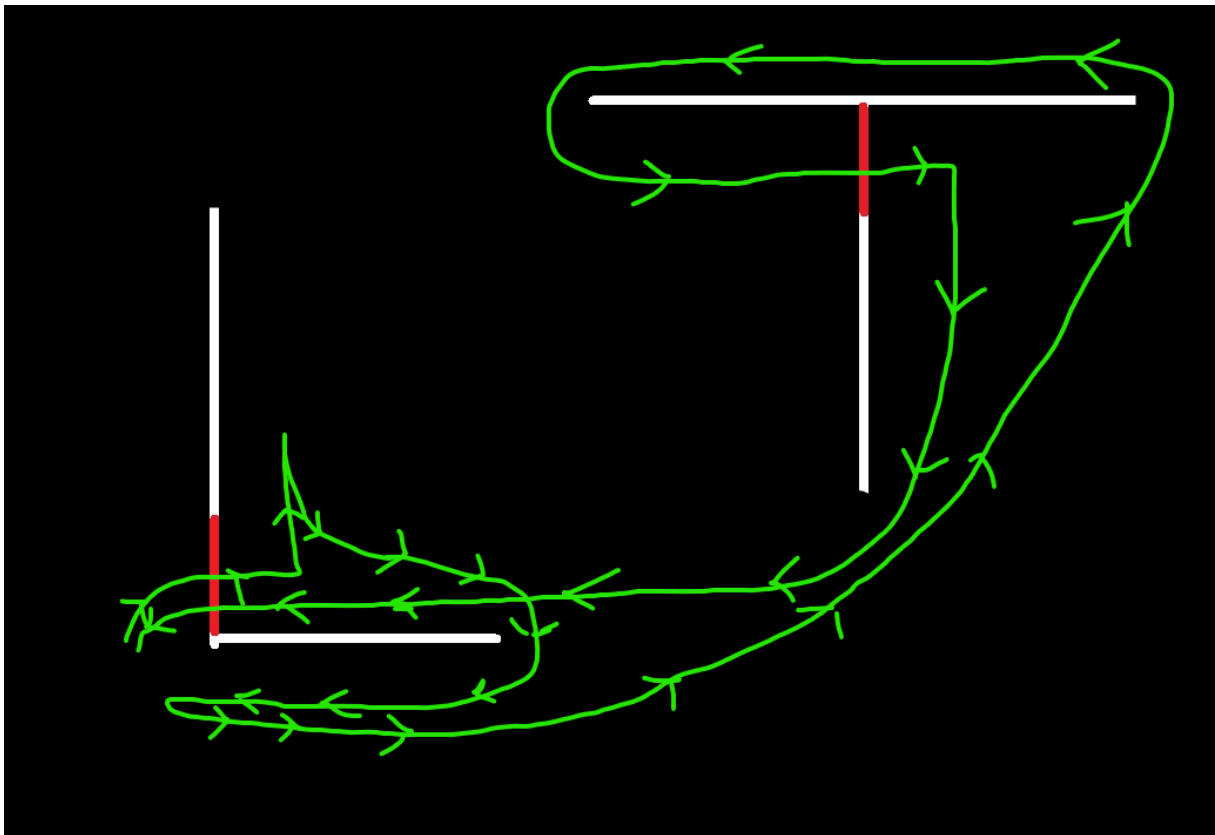
Slijedi opis najosnovnijeg oblika *looping-a*. Zamislimo da preživjeli dolazi iz donjeg lijevog kuta. Prvo što će preživjeli učiniti je proći kroz prozor (označen crveno) jer preživjeli brže prolaze kroz prozore nego ubojice. Nakon što je prošao kroz prozor u slovu L, preživjeli će proći kroz prozor u slovu T. Nakon toga će preživjeli ići ili oko zida slova T na gornjoj strani ili će proći zid ispod prozora kod slova T ovisno o poziciji ubojice. Kada je odlučio gdje će ići, onda je preživjelom cilj opet doći do prozora i nastaviti potjeru. Ubojica koji lovi preživjelog skoro pa nikada neće prolaziti kroz prozore (osim ako nema određene perkove) jer će tim činom samo gubiti na vremenu, a preživjeli će dobiti na udaljenosti između sebe i ubojice.



Slika 20. (primjer osnovnog loopa. Zelena boja prezentira put koji bi preživjeli koristio tijekom loopinga).

Postoje i kompliciranije metode loopinga koji se bazira na igranju mentalnih igara sa ubojicom. Možemo se praviti da idemo u jednom smjeru zahvaljujući zidovima koji blokiraju pogled ubojice. Zbunivši time ubojicu, preživjeli će ga duže zaokupiti ili ga možda čak i izgubiti. Naravno, tu istu strategiju mogu koristiti i ubojice kako bi uhvatili preživjelog.

Slika 21. pokazuje preživjeloga kako čim je prošao kroz prozor, glumi da će ići na jednu stranu no odmah se preusmjeri. Nakon toga se opet pokaže i odglumi da će opet krenuti u drugom smjeru. Ovaj proces se zasniva na tome da se lažira put bijega.



Slika 21. (Primjer kompliciranog loopinga. Zelena boja predstavlja put preživjelog tijekom loopinga)

Looping je važna taktika u igri u Dead by Daylight, popularna i korištena od većine igrača. Pritom možemo vidjeti znatne razlike između ljudi koji je često koriste od onih koji za loopingom posežu povremeno. Primjer loopinga: dok ubojica lovi preživjeloga, preživjeli prolazi kroz prozore te u bijegu baca palete za sobom. Postoji još puno malih elemenata koji su dio loopinga poput igranja mentalnih igara gdje svaka strana predviđa gdje je druga dok je ne mogu vidjeti, praviti se da idu u jednom smjeru pa promijeniti smjer, prijetnje da će baciti paletu pa će ubojica paziti da ga ista ne pogodi što bi preživjelome moglo dati vremensku prednost da se dodatno udalji od ubojice itd. Koliko je looping dio mete, najbolje ćemo vidjeti ako pogledamo listu najpopularnijih ubojice tijekom jedne ere. Time želim reći da postoje ubojice protiv kojih se ne može koristiti ta strategija (ako igrač koji igra sa njima dobro razumije njegove/njezine mehanike). Primjerice, ubojica „Nurse“ (prevedeno medicinska sestra, čiji izgled možete vidjeti na slici 25) je ubojica koja ima moć teleportacije. Na prvi pogled se to može činiti kao prejaka moć za ubojicu, ali proizvođači su balansirali njezinu

moć na određeni način tako da što dulje ubojica drži svoju moć, to će se dalje teleportirati. Teleportacija nije trenutna, nego je proces čija duljina trajanja ovisi o tome koliko dugo igrač drži tipku za teleportaciju prije nego je pusti. Ovo je vrlo zahtjevno pošto jedini način da se nauči koliko dugo držati moć u odnosu na prevaljenu udaljenost je putem iskustva igranja. U hipotetskom slučaju da proizvođači odluče olakšati igranje s njom, cijela meta bi se promijenila. Preživjeli bi prestali koristiti looping kao strategiju protiv ubojice pošto nema koristi bježati od ubojice koji se može teleportirati i time prolaziti kroz zidove i druge objekte, dok oni kao preživjeli moraju ići oko njih ili kroz njih ako je to moguće. Znači, looping se sigurno može smatrati taktikom koja je dio mete u Dead by Daylight.

Looping je, kao i ostale mehanike, pod utjecajem proizvođača. Način na koji su proizvođači modificirali looping je izmjenama izgleda mape i povećanjem udaljenosti od objekata koji se koriste u loopingu.

Mijenjanje izgleda mape i lokacije objekta koji se koriste u loopingu otežavaju korištenje te taktike. Točnije, cilj je maknuti sve „infinite loops“ što je naziv za taktike koje preživjeli mogu koristiti u beskonačnost, bez da ih ubojice uhvate. U sadašnjem stanju igre nema puno takvih loopova pa se promjene u mapi ne događaju toliko često.

Drugi način na koji bi proizvođači mijenjali looping je tako da bi mijenjali način na koji određene moći ubojica funkcioniraju, čime bi indirektno promijenili način na koji looping funkcionira.

Zadnja opcija koja mijenja način na koji looping funkcionira je putem dodavanja ili mijenjanja perkova ubojicama i preživjelima. Primjerice, za preživjeloga postoji perk gdje mu se prolaskom kroz prozor brzina trčanja povećava za 50%, ali traje samo 3 sekunde. To će omogućiti preživjelom da se udalji od ubojice.

Igra je izašla 2016, tako da uz balansiranje raznih mehanika, dizajneri sada rade na modernizaciji i kozmetici mehanika i levela.

8.2 Odnos između ubojica i preživjelih u Dead by Daylight

Aspekt koji utječe na metu je sam odnos između ubojica i preživjelih. Točnije, meta ubojica ima utjecaja na metu preživjelih i suprotno. Mete suprotstavljenih strana reagiraju jedna na drugu. Ako je neki perk popularan za ubojice, onda će kod preživjelih popularni perk biti onaj koji „countera“ (odbija) taj perk. Primjerice, ako je meta perk koji omogućava preživjelima da se brže zacjeljuju, onda će perk koji produljuje vrijeme koje je potrebno da se preživjeli

zacijeli biti meta za ubojice. Bilo kakva promjena u meti jedne strane će uzrokovati promjenu u meti za drugu stranu.

Pošto smo opisali kako se mijenja meta između preživjelih i ubojica, sljedeće je odnos između preživjelih i ubojica. Riječ je o odnosu između igrača koji preživjele i onih koji igraju ubojice. Ako biste sada otišli na forume - mjesta gdje ljudi mogu diskutirati, debatirati i komentirati razne aspekte igre na određenoj stranici vezanu uz igru - i pitali kojoj strani (ubojice ili preživjeli) igra više pomaže, to jest koja strana dobiva preferirani tretman od proizvođača, svaka od strana bi okrivila onu drugu jer dobiva specijalni tretman. Takav se utisak dobiva iz čitanja diskusija i gledanja videa vezanih uz igru.

Koja je strana jača, predmet je stalnih debata kojima svatko pridonosi svojim argumentima. S jedne strane ubojice imaju sposobnost eliminirati igrače i izbaciti ih iz igre. Isto tako, mogu kampirati uz pik na kojem se preživjeli žrtvuju i time spriječiti da ih itko spasi. Na taj način osiguraju da barem jedan preživjeli umre. Dok ova taktika može osigurati da barem jedan igrač umre u areni, s druge je strane vrlo vjerojatno da će ostali igrači svi ići na generatore i dok ubojica kampa uz pik, preživjeli će riješiti sve generatore i pobjeći. Naravno, postoji šansa da neće završiti sa svim generatorima prije nego što prvi preživjeli umre na piku (preživjeli par minuta visi na piku) pa će, u slučaju da je prvi preživjeli umro, ubojica uloviti još jednog preživjelog i njega isto ostaviti na piku. Vrijedno je istaknuti da je ova taktika jako demoralizirajuća za igrače koji igraju kao preživjeli jer skoro sigurno vodi u smrt. Ako preživjeli odluče da im se ne da čekati na piku i polako umirati, mogu ubrzati proces odnosno brže umrijeti. Naravno, ako to učine onda će netko drugi zauzeti njihovu poziciju na piku kao mamac koji odvlači pažnju ubojici koji koristi taktiku kampiranja. Dok je ova taktika efikasna da se ubije jednog preživjelog, ne znači da je nužno dio popularne mete. Ako bi se povuklo pitanje koja je meta za kampiranje, onda bi se moglo debatirati koji su perkovi i ubojice najbolji. Općenito, meta se slaže da kampiranje nije popularna strategija pošto ona jedino osigurava ubojstva, a ne i pobjedu. Kampiranjem se može pobijediti samo u slučajevima da se preživjeli odmah ubiju na piku ili u slučaju da ga preživjeli pokušavaju spasiti pa ih ubojica sve onesposobi dok je još uvijek kod pika. Popularna meta nema u sebi elemente kampiranja.

S druge strane, ostaju četiri preživjela koji se kao tim zajedno bore protiv ubojice. Dok u samoj igri preživjeli ne mogu komunicirati jedan sa drugim (osim korištenje pantomime i neverbalne komunikacije) to ih ne sprječava da koriste druge programe tijekom igre koji će im omogućiti međusobnu komunikaciju i tako ostvariti znatnu prednost. Ako jedan preživjeli

vidi ubojicu, može reći svom timu da ubojica lovi njega pa za to vrijeme ostali mogu popravljati generatore. Također mogu dijeliti druge dodatne informacije poput protiv kojeg se ubojice bore i kako igra. Znači kada preživjeli imaju međusobnu komunikaciju i suradnju, lako je moguće da će svi uspjeti pobjeći. Premda su to idealni uvjeti za preživjele, oni se u praksi ne ostvaruju. Većinom puta kada igrač u ulozi ubojice igra protiv preživjelih, oni su se nasumično stavljeni u zajednički tim, s nepoznatim ljudima, i jedini oblik komunikacije tijekom igre je neverbalna komunikacija to jest pantomima koju preživjeli može koristiti. Službeno, preživjeli ima samo dvije opcije pantomime: upiranje prstom u jednom smjeru te mahanje rukom prema sebi. Uz to je zajednica razvila svoj vlastiti jezik gdje određene akcije u određenom trenutku označava što preživjeli ili ubojica želi reći drugom igraču.

8.3 Percepcija pobjede

Što znači pobjeda sa strane preživjelog? Iako su četvero u timu preživjelih, smrt jednoga je gubitak pošto je izbačen iz igre. U situaciji gdje je samo jedan preživjeli umro, a troje je uspelo pobjeći ubojici, govorimo o pobjedi za preživjele. Pošto su četvero u timu preživjelih, pobjedu mogu doživjeti sva četiri igrača ili samo jedan.

Što je to je pobjeda za ubojicu? Koliko preživjelih mora biti ubijeno da bi ubojica imao osjećaj da je pobijedio? Igra definira pobjedu ovisno o tome koliko je igrač dobro igrao u određenoj kategoriji, što je iskazano sistemom rangiranja.

U samoj igri je bilo nekoliko sustava za određivanje pobjede. Prvi sustav se bazirao na bodovima i koliko je igrač zaradio bodova u jednoj igri. Drugi sustav se odnosio samo na ubojice i gledalo se koliko je preživjelih umrlo. Treći sustav je se bazirao na četiri kategorije od kojih je svaka ocjenjivala igrača i njegovu efikasnost u toj kategoriji. Što je bolja medalja u određenoj kategoriji, to više bodova dobiva da povisi svoj rang.

Trenutačno u igri postoje četiri kategorije; za svaku kategoriju igrač može dobiti medalju koja ide od ništa preko bronca-srebro-zlato do iridescento. Svaka medalje puni rang traku i što bolju medalju igrač dobije to se više traka napuni.

Traka ima označene segmente koji moraju biti popunjeni. Kada se prijede određena točka, igra to tretira kao neriješeno, pobjeda do odlična pobjeda. Znači moguće je pobijediti, ali to ne znači da će i igrač imati osjećaj da je pobijedio. Ako igrate kao preživjeli i budete ubijeni no igra odluči da se igrali dovoljno dobro pa kaže da ste pobijedili - to nije baš neki osjećaj pobjede. Igra može odlučiti da to što je preživjeli uspio pobjeći, nije dovoljno da bi se moglo

smatrati pobjedom pa će dati rezultat neriješeno ili u rijetkim slučajevima gubitak. Na jedan način, igra određuje kako bi se igrač trebao osjećati nakon što završi sa igranjem jedne runde.

8.4 Meta ponašanja (bonton)

U igri Dead by Daylight, makar se radi o ubojicama i preživjelima, postoji bonton ponašanja. Bonton nije nigdje službeno zapisan, ali je generalno prisutan i poznat zajednici koja igra ovu igru. Ono što je interesantno je da taj bonton najviše se odnosi na ubojice i od njih se najviše očekuje da ga prate. Dok ne znam zašto se samo od ubojica očekuje da prate bonton mogu spekulirati da je jedan od razloga zato što oni kao ubojice imaju tu (na prvi pogled) poziciju nadmoći nad preživjelima pošto ubojice mogu ubiti preživjele, ali preživjeli ne mogu ubiti ubojice. Najviše štete ubojici možete nanijeti da ga ošamutite na nekoliko sekundi.

Ukratko želim prikazati kako se na bonton za ubojice može gledati kao na metu. Ponašanje ubojice po bontonu ne možemo potpuno svrstati pod meta ponašanja za ubojice pošto se bonton znatno sporije mijena nego meta. Primjerice, jedna od rijetkih promjena u bontonu koje sam uspio zabilježiti je da prije ako je preživjeli imao lampu onda je igraču koji igra kao ubojica bilo dopušteno da ga prvog ubije ili da ga prioritizira nad drugim preživjelima. To se sada promijenilo jer lampu nije objekt koji dozvoljava ubojici ponašanje izvan bontona, već ključ koji se koristi za otvaranje dodatnog izlaza iz arena. Sada, ako ubojica vidi preživjelog sa ključem njemu je onda dopušteno da ga prioritizira. Osim te promjene ne mogu reći da znam za druge promjene koje su dogodile u posljednjih godinu ili dvije.

Par primjera pravila iz bontona za ubojice: ubojica u većinu slučajeva ne smije kampirati, ubojica ne smije prioritizirati jednog preživjelog (u igri se kada ubojica samo lovi jednog igrača i ignorira druge se naziva “tunneling” u smislu da ubojica ima “tunnel vision”), ubojica bi trebao pustiti zadnjeg preživjelog da pobjegne i ubojica treba kažnjavati izdajice. Dok ova pravila nisu praćena od strane svih ubojica (pogotovo novih igrača) može se očekivati da će više puta biti praćena nego ignorirana. Upitno je koliko je bonton popularan da bi ga se moglo smatrati metom za ubojice. S jedne strane, nije nešto što se lako nauči, u smislu da nemate nigdje službenu stranicu koja će vam opisati bonton. Nećete moći znati kako ga i vi sami možete pratiti. Isto tako nije uvijek lako pratiti bonton pogotovo kada se preživjeli ponašaju bezobrazno pa ideja da se ubojica ponaša prema njima sa poštovanjem nije najatraktivnija. S druge strane, bonton ponašanja se može smatrati metom iz perspektive da se tijekom igre

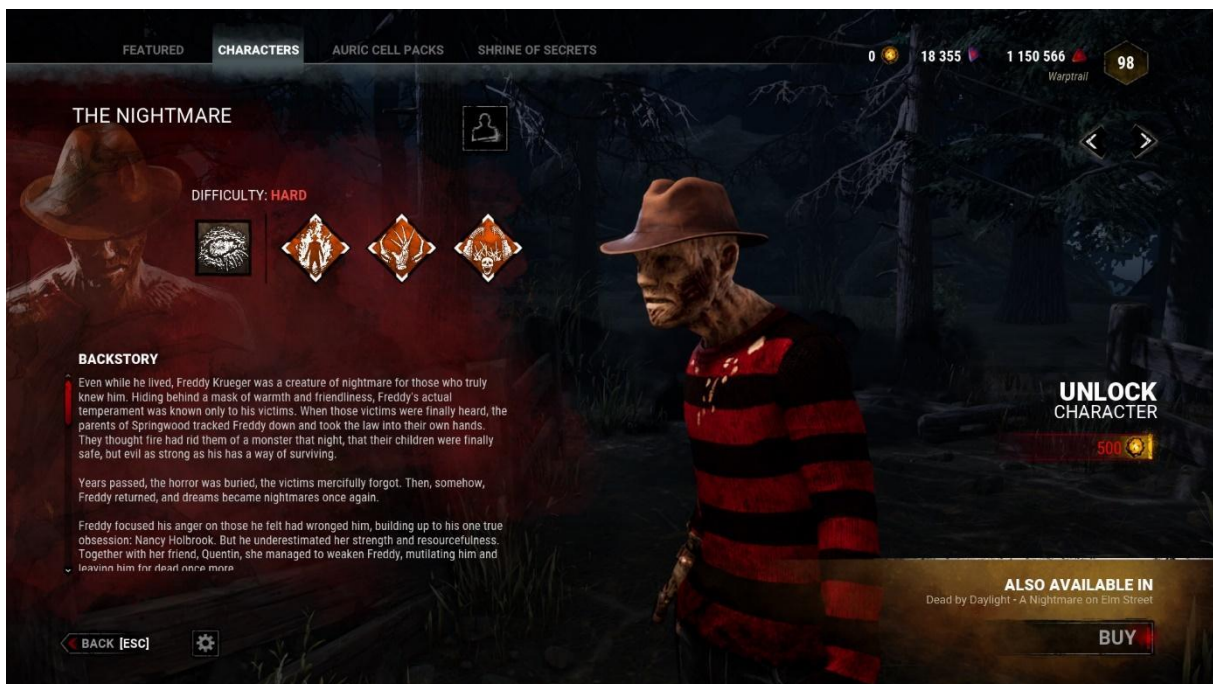
moгу vidjeti elementi u ponašanju ubojice. Imat ćete slućajeve gdje bi bilo korisno za ubojicu da prioritizira određenog spašenog preživjelog te ga time što prije izbaci iz igre, a sebi lakše osigura pobjedu, no ubojica će ipak odlučiti to ne učiniti i ići loviti novog preživjelog te time oduljiti igru. Sada, za trenutačno stanje igre bi se isto moglo argumentirati da razlog zašto ubojice ne ganjanju preživjele nije iz poštovanja prema bontonu već ne bi li izbjegli određene perkove/strategije protiv situacija gdje ubojica prioritizira određene preživjele. Dalje, moglo bi se debatirati do kuda bi ubojica mogao „progurati“ (pod time mislim da ignorira perkove koji su napravljeni protiv prioritiziranja) kroz te perkove i još uvijek ostati u prednosti jer jedan igrač manje je velika prednost za ubojicu. Ukratko, zašto ubojice ne prioritiziraju preživjele je komplicirana situacija s više odgovora, ali na kraju ne možemo biti potpuno sigurni koji je pravi i postoji li samo jedan toćan odgovor. Moje osobno mišljenje je da se bonton može smatrati dijelom mete za ubojice pošto ga ubojice generalno prate pogotovo na višim rangovima. Iako se bonton ne mijena toliko često kao meta, ipak se mora uzeti u obzir da proizvođaći ne mijenjaju mehanike koje su direktno povezane sa bantom što može objasniti njegovu postojanost.

9. Utjecaj mete na ekonomiju

U igri Dead by Daylight svakih nekoliko mjeseci izađe novi DLC što je skraćenica za *downloadable content* (sadržaj koji se može preuzeti sa određenih stranica) koji se skoro pa uvijek naplaćuje i traži od igrača stvaran novac. Sadržaj DLC za ovu igru najčešće izgleda tako da je dodan novi ubojica sa jedinstvenim moćima to jest mehanikama koje se razlikuju od ostalih ubojica, te jedan novi preživjeli. Isto tako, dodaju se 3 nova perka za ubojicu i 3 nova perka za preživjeloga. DLC uvijek utjeću na metu u Dead by Daylight. Izlazak novog ubojice i perkova mijenja izgled mete. U ovakvim je situacijama nezgodno što igrač koji odlući ne kupiti DLC više neće moći sudjelovati u meti. Kako će koristiti meta perkove/preživjele/ubojice koje nema? To igrača stavlja u poziciju gdje on sam nije toliko jak kao ostali igraći koji koriste stvari koji su trenutno meta. U slućaju da igrač odlući kupiti DLC i dobiti novog ubojicu i preživjelog i njihove perkove, vrlo vjerojatno će njihovo stanje (stanje sadržaja koji je bio u DLC) biti promijenjeno unutar jednog mjeseca nakon što je ubojica izašao putem update-a.



Slika 22. (Ubojica Legion kako je prikazan u dućanu koji se nalazi u igri)



Slika 23. (Ubojica „The Nightmare“ (Freddy Krueger) kako je prikazan u dućanu koji se nalazi u igri)

Opisao bi način kako se meta promijeni kada izađe novi DLC i kako se sadržaj tog DLC kasnije promijeni. Za primjer bi uzeo ubojice Freddy Krugera i Legiona, te preživjelog Lorrie

iz Haloweena te perk decisive strike. Legion je primjer ubojice koji je bio toliko jak kada je 'izašao' (pod toj riječi mislim na to da je postao dostupan za igranje samim igračima) da bi odabir ove uloge gotovo garantirao pobjedu. Ubojica Legion je poremetio metu svih ubojica do te mjere da su svi počeli igrati njime jer su ostali ubojice bili slabi spram njega. Isto tako bi se dogodilo da kada igrači, koji igraju preživjele, vide da je Legion ubojica, izašli bi iz igre ili bi se namjerno ubili da što brže odu u neku novu arenu. Zanimljivo je da su se i sami ubojice počeli žaliti na njega jer nije bilo izazova: pobjeđivali su koristeći uvijek istu strategiju pa je prestalo biti zabavno igrati sa njime i njegovim moćima. Proizvođači su postupno *nerfali* Legiona sve dok nije pao s vrha mete za ubojice. Ukratko, Legion služi kao primjer ubojice koji je odmah po izlasku uzdrmao metu do te mjere da se jedino njega koristilo.

Sa druge strane imamo primjer ubojice Freddyja Kruegera. Kada je njegov lik bio uveden u igru bio je slabiji od svih ostalih ubojica, ali super jak u svojoj sposobnosti da nađe preživjele jer je bio potpuno nevidljiv. Igrači bi samo čuli jednu pjesmicu koja bi bila sve glasnjija što je ubojica bliži preživjelom. Ubojica bi onda mogao prenijeti preživjele u svijet sna gdje bih ih mogao napadati. Dok se na prvi pogled to čini kao dosta jaka moć (sposobnost ubojice da bude nevidljiv sve dok igrači ne padnu u san), mora se uzeti u obzir da ubojici treba 8 sekundi da prenese preživjelog u svijet sna. Preživjeli bude obaviješteni zvukom kada počinje proces prijelaza u san i on/ona tijekom tih 8 sekundi stigne krenuti u bijeg od ubojice, čime započinje potjera po areni. Ovaj ubojica nije imao skoro nikakvog utjecaja na metu jer nakon što su ga isprobali, igrači su vidjeli da je preslab da bi ga se uopće moglo koristiti. Znači, njegov utjecaj na metu za ubojice u Dead by Daylight je bio minimalan. Kako je vrijeme prolazilo pokušavali su ga ojačati, ali se nije micao s dna. Taj proces se nastavlja sve dok se proizvođači na kraju nisu odlučili da će ga napraviti od nule. "Novi" Freddy Krueger je sada imao suprotni učinak: gdje je prva verzija bila na dnu, ova druga verzija je bila solidan dio mete, ali ne kao Legion kada je tek izašao. Pobjeda nije bila garantirana unatoč njegovoj jačini što je u prijevodu značilo da je mogao ostati takav kakav je. Bio je na visokoj poziciji na meti ali nedovoljno visokoj da bi uzdrmao cijelu metu.



Slika 24. (Preživjeli „Laurie Strode“ i nezin meta perk „Decisive Strike“)

DLC Halloween je ponudio perk koji je otkako je izašao, bio prisutan u meti za preživjele. Taj perk se zvao „decisive strike“. Perk omogućava preživjelom jednokratnu sposobnost da dok ga ubojica nosi, pobjegne iz njegovih ruku te ga ošamuti. Nakon što ju je iskoristio, ova moć nestaje do kraja arene u kojoj se trenutno nalaze. Moć se opet jednokratno vraća s prelaskom u drugu arenu. Iz ovoga je vidljivo da su snažnije moći odnosno perkovi raspoloživi igračima koji su voljni nadoplatiti za dva određena DLC-a koja će im olakšati da pobjeđuju u svojoj igri. Možemo reći da proizvođači olakšavaju igračima koji su voljni u igru više investirati.

DLC se fokusiraju na igre za više igrača, gdje se igrači natječu jedan protiv drugog (multiplayer). Događa se da će igrač koji je voljan platiti pravim novcem za najnovije ubojice i preživjele kupiti svoju prednost nad ostalim igračima, dok je jedina nagrada u igri ovisno o poziciji igrača u ranku valuta u igri koju igrači mogu koristiti da bi unaprijedili svog odabranog ubojicu/preživjelog. Kada se igra u takvim “opuštenijim” uvjetima, onda stoji argument da nije potrebno da svi igrači imaju iste mogućnosti za igranje sa svim ubojicama i preživjelima. Dakle, nema prave nagrade koju će igrač dobiti u slučaju pobjede niti prave kazne u slučaju gubitka. Jedini argument u prilog ideji da bi svaki igrač trebao imati jednake mogućnosti kao i svi ostali igrači je taj da igrači koji nemaju najnovije ubojice i preživjele (i njihove perkove) nisu u stanju sudjelovati u meti kao ostali igrači jer nemaju sva sredstva na raspolaganju kao oni koji su investirali pravi novac u igru. Sada se može raspravljati o tome

koliko je važno za svakog igrača da bude dio i sudjeluje u meti. Pošto smo već ustanovili da nemaju svi igrači jednaki utjecaj u stvaranju mete i dalje se mora uzeti u obzir da samo zato što jedan igrač nije popularan ili nije influencer ne znači da ne postoji mogućnost da će svojim načinom igranja igre utjecati na influencera ili poznatu osobu koja će potom utjecati na metu. Primjer je to iz kojeg vidimo da iako prosječna osoba nema popularnost ili pažnju zajednice, i dalje je u mogućnosti znatno utjecati na razvoj mete u jednog igri.

U igri Apex Legends postoji samo jedna meta koja se cijelo vrijeme mijenja tokom igre dok u igri Dead by Daylight postoje dvije mete: za igrače koji igraju sa ubojicama i za igrače koji igraju sa preživjelima. Meta u obje igre raste na jednaki način, ali pošto postoje dvije mete u Dead by Daylight one utječu jedna na drugu. Svaka meta, u toj istoj igri, utječe na rast druge i sama meta ovisi o drugoj meti jer ako je nešto jako za preživjele, traži se nešto kod ubojice što bi moglo suprotstaviti njihovoj trenutačnoj meti. Postoji taj tijek gdje je meta ono što se protivi meti druge strane. Primjerice, postoji perk za preživjele koji se zove „iron will“ a omogućava preživjelom da ne stene dok je u boli i ranjen. To je bilo popularno jer je omogućavalo preživjelima da se lakše skrivaju od ubojica, preživjeli su počeli često koristiti taj perk, prešlo je u metu. Na tu promjenu u meti za preživjele došlo je do promjene u meti za ubojice. Ubojice su počeli koristiti perk „Stridor“ koji je omogućavao ubojicama da lakše čuju stenanje ranjenog preživjelog i isto tako je osigurao da kada je god preživjeli ranjen on bude stenjao ne važno o tome da li preživjeli ima perk „iron will“. U jednom momentu se češće koristio perk Stridor, ali bi se moglo debatirati da li se dovoljno koristio od strane ubojica da bi se mogao smatrati kao jaki perk za metu ubojica. Ipak se moglo reći da je postao popularan u meti ubojica nakon što su preživjeli počeli koristiti perk „iron will“. Promjenom u meti preživjelih, promijenila se i meta i ubojica kao reakcija.



Slika 25. (Ubojica „Nurse“ i perk Stridor)

9.1 Meta i njezin utjecaj na financije proizvođača

Spomenuo sam primjer kako proizvođači nastoje dodatno zaraditi igrama putem DLC i organiziranja turnira. Ako igrač želi sudjelovati, mora imati sva moguća sredstva na raspolaganju ne bi li se osigurao pobjedu. Iza mete stoje poslovni i financijski prihodi za tvrtku. Testiranje i odgonetanje moguće mete pada na određeni odjel u industriji videoigara (QA). Dok njihova primarna funkcija nije testiranja mete, jedna od stvari koje će morati odgonetnuti je moguća meta u igri u kojoj rade. Ako meta ne bi postojala, onda bi se smanjila važnost QA odjela u industriji videoigara. Ako je igra popularna i ako se meta redovito mijena, znači da igra ima aktivan „playerbase“. Igra koja je tako aktivna je i popularna, a popularnost dovodi dodatne kupce u tu igru koji ulažu svoj novac i tako povećavaju sveukupne financije raspoložive toj određenoj tvrtki. Postoje li profitabilne igre koje nemaju metu? Naravno, makar to bi trebala biti igra u koju se ne može uvesti nikakva strategija to jest taktika pošto se i taktike mogu smatrati dijelom mete. Primjer takve igre bi možda bio „Super Mario Bros“ pošto ne postoji neka generalno popularna strategija. Opet, ako bismo išli u određeni krug Super Mario zajednice, točnije speed-runner zajednica koja ima cilj da pređe igru na najbrži mogući način i u što kraćem vremenskom roku, i pitali postoji li meta u Super Mario kao da se na metu gleda kao na taktiku - oni bi vjerojatno rekli da postoji. Znači, iako

je meta fiktivni pojam u digitalnoj sferi ona i dalje ima stvarnog utjecaja na naš svijet pošto utječe na profit firme koja je iza proizvodnje jedne određene igre.

10. Rasprava

Postavljam pitanje kako istraživanje pojma *meta* može doprinijeti struci antropologije? Dok je većina kultura u stvarnom svijetu istražena ili ih se istražuje, dotle virtualna sfera stvara svoju vlastitu kulturu. Uzimajući u obzir da je broj igrača video igara u prošloj godini procijenjen na tri milijarde ljudi¹⁴, nije iznenađujuće da se pojavljuju kulturni fenomeni od interesa antropolozima i etnolozima. U prijašnjem poglavlju sam opisao kako se u Apex Legends i Dead by Daylight stvorila vlastita kultura koja se može proučavati u metama tih igara. Mete Dead by Daylight i Apex Legends su znatno drugačije, ali procesi njihovog nastanka su i dalje slični. Meta nastaje tako da igrači koji igraju igru pokušavaju naći optimalnu strategiju ili način igranja koji će im povećati šanse da pobjede (isto tako da ta strategija bude izvediva od strane prosječnog igrača). U toj potrazi za optimalnom strategijom ne budu uvijek dio mete do one koje su najpopularnije u toj zajednici. Pod time mislim na to da može postojati jedna optimalna strategija za, recimo, način igranja s jednim ubojicom u Dead by Daylight ali to ne znači da će ta najbolja strategija isto tako biti dio mete. Razlog za to može biti što je ta strategija teška za izvesti u praksi ili premda učinkovita - nije zabavna. Meta je tek jedan pojam koji bi struka mogla proučavati. Da je pojam promjenjiv, najbolje se može vidjeti kada se prati o kojoj video igri se radi (različite videoigre imaju različite kulture). Svaka igra ima populaciju igrača koji na svoj način koriste mehanike u igri i koje stvaraju određeni odnos sa proizvođačima te videoigre. Primjer toga smo mogli vidjeti u Apex Legends gdje igrači traže balansiranje različitih heroja i oružja raspoloživih u igri. Dotle u igri Dead by Daylight možemo vidjeti kako se traži promjena perkova i moći ubojica.

U slučaju da se u igru stavi nešto što se igračima ne sviđa, bila to igra Apex Legends ili Dead by Daylight, igrači će to dati do znanja prenijevši svoje nezadovoljstvo proizvođačima. Najčešći način kojim izražavaju svoje nezadovoljstvo je putem socijalnih medija (forumi za diskusiju, reddit, facebook komentari itd.) ili korištenjem taktike koje se zove „review bombing“. Taktika se sastoji od toga da se ode na digitalnu trgovinu gdje se može kupiti ili preuzeti igra i tamo ostavi lošu recenziju za igru kao oblik izražavanja nezadovoljstva na neku

¹⁴ Wijman, Tom. „The Games Market and Beyond in 2021: The Year in Numbers“. 2021. NEWZOO.
<https://newzoo.com/insights/articles/the-games-market-in-2021-the-year-in-numbers-esports-cloud-gaming/>

učinjenu akciju od strane proizvođača. Ova taktika se koristi samo kada proizvođači učine nešto što većina zajednice smatra lošom odlukom.

Virtualni svijet kao i stvarni ima svoju kulturu i neki elementi se miješaju između ta dva svijeta. Primjerice, način na koji se uzimaju inspiracije iz načina izrade i funkcije oružja. Pojedino se oružje simulira u igri te kroz igru imate preobražen element iz stvarnog života. Oružje će drugačije funkcionirati u igri jer ovisi o mehanikama koje su stavljene u igru od strane proizvođača. Ljudi će ulaziti u interakciju s tim oružjem ovisno o tome koliko je korisno igraču. Ono što želim istaknuti je da postoje termini u virtualnom svijetu koji bi se mogli istraživati u okviru antropologije i etnologije budući da u tom svijetu isto postoje kulture koje se stalno mijenjaju i drugačije su od igre do igre makar, kao i u stvarnom svijetu, postoje neka zajednička obilježja među kulturama to jest igrama. Ovaj rad može pomoći struci na način da posluži kao temelj za dublja istraživanja vezana uz metu ili moguća istraživanja predmetnih video igara ovog rada (Apex Legends i Dead by Daylight). Na primjeru tih dviju igara, opisuje se kako izgleda njihova virtualna sfera i kulturni fenomen meta, te kako se isti razvijao kroz vrijeme. Indirektno se pokazuju razlike između zajednica dviju različitih igara. Ono što može biti od dodatnog interesa je razlika između dvije zajednice koje obje sebe smatraju „gamers“ to jest pripadnicima „gaming“ kulture. Moguće je napraviti upitnik s fokusom na identitet gamera i kakav je njihov odnos spram tog termina kada igrači igraju svoju/određenu igru. Primjera radi, uzmimo da jedna grupa igra Apex Legends, a druga Dead by Daylight. Pitanja su što misle o svojoj zajednici te kako gledaju na zajednicu drugih igara, ali i kako gledaju na metu - misle li da je meta važan pojam kada se priča o odnosu između igrača i proizvođača?

Postoji nekoliko definicija etnologije. Branimir Bratanić tako definira etnologiju kao „znanost o kulturi i o ljudima kao kulturnim bićima. Kako kulture nema izvan zajednice ljudi, to se ona uvijek proučava u okvirima neke zajednice, nekoga ljudskog društva.“¹⁵. Jedna od enciklopedija definira etnologiju kao „znanost koja proučava ljudska društva i kulture; pritom kulturu definira kao naučeni način života povijesno određenih društava, koji tim zajednicama daje njihov specifični značaj“¹⁶ Video igre u sebi također razvijaju jedan oblik kulture s elementima tradicije. Kulturu videoigara razvijaju zajednice ljudi (u ovom slučaju gamera) koji ju igraju. Moglo bi se možda za primjer uzeti kako simbol ili tradicija smijanja u svim

¹⁵ Čapo, Jasna. „HRVATSKA ETNOLOGIJA, ZNANOST O NARODU ILI O KULTURI?“. 1991. Institut za etnologiju i folkloristiku. <https://hrcak.srce.hr/file/112512>

¹⁶ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=18532>

etnijskim i nacionalnim označava nešto pozitivno. Drugim riječima, na smijeh se univerzalno gleda kao na oblik izražavanja sreće, neovisno u kojoj je kulturi prisutan.

Tako i u video igrama imamo univerzalne oblike komunikacije koje će ljudi u gamerskom subkulturi (tj. gameri) razumjeti. Primjer jedne takve radnje u gaming kulturi bi bilo nasumično pucanje nakon pobjede kao način izražavanja sreće. Igrač ili igrači su pobijedili svoje neprijatelje, igra je završila, ali igrači imaju još malo vremena prije nego što budu izbačeni s mape i izgube kontrolu nad svojim avатарom. Vrlo često ćete vidjeti igrače da to vrijeme iskorištavaju za pucanje u zrak, zidove ili čak svoje suigrače samo da bi izrazili sreću nakon izvojevane pobjede. Jasan primjer se može vidjeti u igri „Apex Legends“ gdje nakon što igrači pobijede, iskoči poruka koja označava pobjedu (u slučaju ove igre poruka će glasiti „You are the champion“) i igrači mogu kontrolirati svoje avatare još nekoliko sekundi prije nego što budu izbačeni. To vrijeme se često koristi za nasumičnu pucnjavu makar najčešća meta metaka tada bivaju suigrači iz istog tima jer sada igrači više ne mogu naštetiti suborcima. Postoji virtualni/digitalni svijet koji se na jednak način razvija i mijenja kao i stvarni svijet. Iza određenih igara, stvaraju se nove kulture i nove tradicije koje etnolozi mogu proučavati.

Možemo se zapitati kakva je korist od proučavanja načina na koji se kultura razvija u različitim video igrama, ali moje je vjerovanje da će nam istraživanje digitalnog pomoći u razumijevanju razvoja kulture i tradicije u stvarnom svijetu. Tradicije i kulture u digitalnoj sferi su još uvijek osmišljene od zajednice ljudi koji su se udružili u igranje jedne igre i razvoja zajednice koja se bavi igranjem te igre. Također se može proučavati postoji li razlika u formiranju kulture u jednoj igri ovisno u kojoj se naciji radi. Je li meta ista u Japanu i Njemačkoj ili postoje razlike? Postoje li i neke druge razlike koje se mogu uočiti u kulturi jedne igre ovisno koju zajednicu igrača proučavate? Osobno sam sudjelovao samo u serverima u prostoru Europe, ali sam analizirao internacionalno dostupne forume i javne mreže (Facebook, Steam, Reddit itd).

Doprinos mog rada etnološkoj struci je prikaz kultura u igrama Apex Legends i Dead by Daylight u vremenu kada je ovo istraživanje bilo napisano. Premda nisam opisivao kulturu tih igara u detalje (nisam opisao generalnu kulturu tih dviju igara), opisao sam pojam koji je generalno važan za kulturu video igara. Opisani je pojam meta i njen utjecaj na zajednicu igrača te kako sama zajednica utječe na taj pojam. Za antropološku struku, moje bi istraživanje moglo poslužiti kao temelj ili referenca za neko drugo istraživanje te teme.

Po mom mišljenju, veliki je plus u istraživanju video igara iz antropološke i etnološke perspektive što se istraživanje digitalne sfere najviše provodi s računala. Drugim riječima, to je oživljeni termin „armchair anthropologist“ koji opisuje antropologa koji nije išao na teren da bi proveo istraživanje nego je svoje znanje dobio većinom iz različite literature i na temelju toga napravio svoj rad. Istraživanje digitalne sfere je sada stvarno moguće iz nečije fotelje pod pretpostavkom da istraživač raspolaže uređajem koji će mu omogućavati spajanje s tom sferom. Istraživač može cijelo svoje istraživanje (makar opet ovisi o točnom fokusu istraživanja i teme) provesti bez da izađe iz svoje kuće. Primjerice, moje istraživanje ovih dviju igara je bilo provedeno skoro pa isključivo iz mog doma. Kako je nastalo tijekom pandemije Covid19, nisam morao brinuti da neću moći doći do informacije pošto pandemija nema utjecaja na dostupnost igranja igre. U bilo kojem trenutku ako posjedujem igru i internet vezu, mogu ući u digitalnu sferu i proučavati kako se razvija. Ako nemam igru, onda se mogu fokusirati na način na koji zajednica komentira igru na javnim forumima i time dobiti uvid u njihovu percepciju određene igre.

Meta je kako smo ustanovili pojam koji se mijenja kako vrijeme teče. Na isti način se kultura i tradicija mijenjaju sa protokom vremena, samo što je meta (zasad) prisutna tek u digitalnoj sferi i možemo vidjeti da se sa vremenom mijenja. Ona se mijenja kao pojam i mijenja svoje značenje, ali unutar određenih granica ovisno u kojoj igri se radi. Na metu se može gledati kao jedan manji kulturološki pojam koji se mijenja sa vremenom. Meta je pojam u *gaming* kulturi na isti način na koji postoji pojmovi u stvarnim kulturama koji se isto mijenjaju sa vremenom.

11. Istraživanja antropologa i etnologa

11.1 Video igre i demografije

Rad „Gaming Anthropology: „A sourcebook from #Anthropology Con“ bavi se problemom koliko je lakše za razumjeti svijet i kulturu gaminga nakon samo nekoliko različitih vježbi. Nije isto dizajnirati igricu za jedan razred i za svjetsko tržište. Nije toliko lako biti dizajner videoigre kao što oni ističu; ima više aspekata u tom poslu.

Studenti su govorili kako su htjeli promovirati određeni način razmišljanja (što meni, moje subjektivno mišljenje naravno, zvuči kao da žele izmanipulirati igrača da misli na određeni

način) što kada se generalno gleda na svijet video igara nije pretežito popularno. Dodatno je bilo govora o konceptu „igre od manjina za manjine“ što je vrlo loša praksa jer smanjuje broj mogućih igrača koji može igrati tu igru. Ne preporuča se postupak izrade igre koju može igrati samo određena demografska skupina.

Također druga dva koncepta - etični 'game design' i politika kulturne reprezentacije - su koncepti koji se mijenjaju ovisno u koje zemlji/kulturi se te igre rade. Istraživači to nisu istaknuli.

Oni gledaju na igre kao na još jedno sredstvo poučavanja publike određenim temama. Nije nemoguće, ali teško je izvedivo tada pratiti što igrači žele ili što bi im se moglo činiti interesantno. Uzmimo kao primjer igru „Kingdom Come Deliverance“.

Igra je bila smještena u srednjovjekovnu Češku i fokusirala se na to da ponudi dosta precizan prikaz srednjovjekovnog života u toj zemlji i načina funkcioniranja tadašnjeg društva. Određena zajednica igrača se žalila jer igra nije imala zastupljene manjinske skupine, a svi su likovi u igri bili bijelci. S druge strane, većinu igrača to nije smetalo jer je takva situacija bila smisljena u kontekstu ciljeva igre.¹⁷

Ovaj rad nudi poruku da bi igre trebalo koristiti kao dodatni komunikacijski medij za promoviranje određenih ideologija, misli i načina razmišljanja. Ne gleda se na igre kao nešto što ima za primarni cilj zabaviti igrače i pomoći im zaboraviti problema u svijetu. Izgleda kao da tvorcima igre (u ovom slučaju istraživači i članovi koji su sudjelovali u vježbama) ne shvaćaju i ne pokušavaju shvatiti mentalitet prosječnog igrača već imaju svoje vlastito shvaćanje na temelju kojega baziraju svoj daljnji rad i predviđanje.

11.2 Predrasude istraživača i tema video igara

Kao i druga istraživanja, postoji mogućnost da će tijekom pisanja knjige, članka ili istraživanja na vidjelo izaći predrasude autora rada.

Primjerice, u znanstvenom radu „Intercultural impact of video games on players“ istraživač dijeli igre na „ozbiljne“ i „neozbiljne“, to jest „rekreacijske“ igre te ih definira isključivo po njihovoj sposobnosti da budu edukacijske. Istraživač je stavio AAA igre (ukratko AAA igre su jedne od najpopularnijih i najigranijih igra trenutno na tržištu koje najčešće dolaze od velikih proizvođača. Primjer takvih igara su: Call of Duty, Battlefield, Mass Effect, Fallout

¹⁷ Harper Krista, Matthew Durlington „Gaming Anthropology: „A sourcebook from #Anthropology Con“ 11.2017. str: 10.-13., 22.-24., Anthropology Con

itd.) samo pod rekreacijske svrhe što je, po mojem skromnom mišljenju, greška. Igrao sam te igre i mogu istaknuti edukacijske elemente tih igara. Druga greška koju je istraživač napravio je da stavljanje svih VR (virtualna realnost) igara pod edukacijske. Pratite li igre koje izlaze i već postoje na tržištu, naići ćete na igre koje oni sami vrlo vjerojatno ne bi smatrali edukacijskima da nisu u VR. Istraživač je rekao kako su video igre eurocentrične, rasističke prema manjinama i pune stereotipa, a sve je navedeno bez i jednog konkretnog primjera. Osobno znam igre gdje se pojavljuje takvi elementi, ali opet se ne bi usudio tvrditi da su video igre generalno gledajući takve kakvima ih je ovaj istraživač opisao. Video igre mogu biti eurocentrične ako ignoriraju sve igre koje su napravljene izvan Europe i igre koje su došle iz Europe. Veliki dio žanre igra koja se naziva JRPG „Japanese Role Playing Game“ potječe iz Azije (najpoznatiji primjer Final Fantasy), dok isto tako postoje i drugi žanrovi koji su popularni. Imate i primjer tvrtke Nintendo koja proizvodi igre u Japanu i većina njihove radne snage je ono što bi istraživači ovog rada smatrali manjinom, a Nintendo je svjetski poznata tvrtka. Primjer igre iz Europe i Amerike koje nisu eurocentrične su Assassins creed 1, Darkest Dungeon, Unreal tournament, Starcraft itd. Po pitanju rasizma, bilo bi korisno znati koja je njihova definicija rasizma te kako definiraju rasizam u svijetu videoigara.

Istraživači su također kritizirali što je većina istraživača koja se bavi temom video igara muška pa dominira muška perspektiva. Razlog zašto dominira muška perspektiva je što većina popularnih igara ima primarno mušku populaciju. Vjerojatno ste čuli da su danas 50% svih *gamera* žene. To je istina ako definiramo izraz *gamer* na jedan specifičan način: *gamer* gdje je demografija 50% muška, a 50% ženska bi bila u situaciju da sve što je potrebno da se bude *gamer* je da se samo u nekom određenom momentu igra neka digitalna igra neovisno o vremenu provedenom igrajući igru i neovisno o kojem tipu video igre se radi. Tu mobilne igre povećavaju statistiku ženskih igrača znatno više nego što ona u stvarnosti jest. Mobilne igre često izgledaju kao nešto što se samo u tehničkom smislu može smatrati digitalnim igrama zbog načina na koji većina igara funkcionira na mobitelu. Utoliko imate jednu igru koju možete igrati besplatno, ali je možete samo igrati nekoliko puta prije nego što budete zaključani i onemogućeni da nastavite igrati osim ako ne biste bili voljni uplatiti pravi novac da možete nastaviti igrati. Ovakve postupke u svijetu igara igrači preziru zbog očitih razloga koji su zasad prisutni samo u mobilnim igrama. Po pitanju reprezentacije ženske demografije u video igrama postoje bolja istraživanja koja su pokazala da broj ženskih igrača raste iz godinu u godinu, ali isto tako se ispostavilo da postoje određeni žanrovi igara gdje žena ima više nego muškaraca, kao na primjer u *puzzle* igrama. Igre poput pucačina su i dalje

popularnije kod muških igrača. Znači, postoje određeni žanrovi igara koji su popularniji kod određene demografije. Ima još nekoliko nedostataka koji se mogu kritizirati no uvjeren sam bi kritika tog istraživanja mogla ispuniti zasebni rad.¹⁸

11.3 Razlika u perspektivi između osobe koja je proučavala kulturu video igara i osobe koja je odrasla u kulturi video igara

Ovom kritikom sam htio istaknuti da osoba koja je dio *gaming* kulture i koja je odrastala u toj kulturi, lako uočava netočnosti u radu što može dovesti u upitnost valjanost jednog takvog istraživanja. Moram također istaknuti da je sve što se odvija u videoigrama fiktivno i da znanstvenici nisu mogli pokazati korelaciju između nasilja i povećanja nasilja kod ljudi koji igraju video igre (izuzetak je slučaj video igara koje su napravljene s namjerom da budu iritantne gdje onda postoji korelacija između igranja takvih igra i rasta agresivnosti kod igrača). Nemamo razloga vjerovati kako će drugačiji prikazi određenog ponašanja povećati ili uspješno promovirati takvo ponašanje. Razlog zašto uopće vidim sve te greške je zato što se bavim i sudjelujem u kulturi video igara u većoj mjeri nego istraživači. Gledao sam na njihova istraživanja ne samo iz antropološke perspektive, nego i iz insajderske perspektive, kao *gamer*. Iz gamerske perspektive je lako uočiti netočne tvrdnje i greške koje su učinjene. I nemam nikakvih određenih ciljeva osim da se istakne stanje onakvo kakvo jest i da se ne daju lažne tvrdnje koje se onda maskiraju kao znanstvene činjenice. Ovo po meni služi kao dobar primjer kako jedan znanstveni rad koji je publiciran na internetu ili se nalazi u jednom zborniku radova ne znači nužno da je točan.

Istraživač će moći bolje povući paralele sa događajima i terminima u zajednici koja se nalazi u digitalnoj sferi i zajednice u svijetu. Znanstvenici možda mogu otkriti nešto u zajednici što sama zajednica nije mogla primijetiti. Oni mogu analizirati situaciju iz znanstvene perspektive dok igrači mogu davati svoje mišljenje vezano uz zajednicu u kojoj pripadaju i insajderske informacije. Isto se može na igrače može gledati (možda je malo preočito) kao članove in-grupe pa se može analizirati njihov odnos prema drugim ljudima/zajednicama koje ne pripadaju *gaming* kulturi. Sigurno bi bilo korisno da, kada se rade istraživanja na temu video igara i njihove zajednice, istraživači ispituju same članove (osobe koji se identificiraju kao članovi te kulture) o njihovim mišljenjima i percepcijama određenih događaja vezanih uz njihovu kulturu.

¹⁸ Shliakhovchuk Elena, Munoz Adolfo. „Intercultural Perspective on Impact of Video Games on Players: Insights from a Systematic Review of Recent Literature“ 01.2020. Str 42-52. ResearchGate

Uzmimo za primjer temu vrijeđanja u video igrama. Vrijeđanje protivnika tijekom igre nije novi pojam, ali dok neki sportovi ne dozvoljavaju da se protivnici međusobno vrijeđaju, kod video igara je to dozvoljeno do određene razine. To vrijeđanje više ide u smjeru provokacija s ciljem da se neprijatelja destabilizira ne bi li se poremetila koncentracija u suparničkim redovima i povećale šanse da naprave nekakvu grešku tijekom igranja koju bi onda njihovi protivnici mogli iskoristiti za dobivanje prednosti. Iz vanjske perspektive takvo ponašanje izgleda kao djetinjasto vrijeđanje i čini se vrlo nesportskim (u smislu pristojnosti prema protivniku), ali ako bi se dublje proučilo doznalo bi se još neke razloge za vrijeđanje ili kada je to ponašanje postalo prihvatljivim za tu specifičnu igru. Nakon tog istraživanja možda bismo mogli povući paralele sa stvarnim sportovima gdje se protivnici mogu vrijeđati ili izražavati nepoštovanje prema svome neprijatelju.

Ova tema, termini i procesi u videoigrama je nešto što bi se moglo nastaviti istraživati od strane antropologa/etnologa jer postoji još takvih termina koji se mijenjaju s vremenom. Tako postoji termin koji označava zabavan način igranja, ali vrlo često ne dovodi do pobjede. Ime tog termina je *meme-ing*. Također postoji i termin toksičnosti, to jest igranje na toksičan način. To ukratko označava igranje na način da što više „dižete živce“ drugim igračima i natjerate ih da se naljute i time igraju lošije. Ti termini se isto mijenjaju iz igre u igru, ali uvijek zadržavaju jedno generalno značenje. Značenje i utjecaj tih termina bi se isto moglo proučavati od strane etnologa i antropologa.

12. Zaključak

Ovo istraživanje sam započeo sa ciljem da upoznam čitača s pojmom meta i da osvijestim postojanje pojmova u kulturi video igara koji bi bili interesantne teme za proučavanje od strane antropologa i etnologa. Pokazao sam kako je meta, kao pojam u kulturi video igara zasad većinskim dijelom neistražen i da je samo jedan od mogućih pojmova u toj kulturi koji nisu često ili nisu uopće istraživani. Moje početni ciljevi i saznanja su bila sljedeća:

Ciljevi:

- Početni cilj ovog istraživanja je objasniti što je *meta* i kako je taj pojam nastao te kako se mijenjao sa vremenom te upoznati čitača sa kulturom video igara.

Prije nego što sam započeo ovo istraživanje mislio sam da je meta kao pojam jedinstven u kulturi video igara, ali nakon dubljeg istraživanja sam utvrdio da to nije bila istina. Meta se spominje i u drugim sferama istraživanja: postoji meta analysis, meta gaming i o nedavno je i Facebook promijenio ime u Meta da se više istakne njihova ideja meta-verse-a točnije meta-svijeta. Premda sam vidio razne nazive i drugačija značenja pojma meta, još uvijek nisam našao istraživanje koje je opisivalo metu na jednaki način na koji ona postoji u svijetu gaming-a. Znači, unatoč tomu što postoje istraživanja koja se bave temom meta i temom kulturom video igara, nema istraživanja koja opisuju značenje pojma meta u kulturi video igara.

Što je onda meta u kulturi video igara? Meta je pojam u kulturi video igara koji se najčešće koristi da bi se opisao trenutno popularni način igranja u jednoj igri. Na izgradnju mete utječu igrači i proizvođači, ali ni jedna ni druga strana ne može predvidjeti kako će se meta razviti s vremenom. Može se samo spekulirati o mogućim ishodima. Dubljim pristupom se može vidjeti da je meta jedan pojam koji se mijenja s vremenom i da ima znatnog utjecaja na način na koji se video igra razvija te utječe na odnos između igrača i proizvođača.

- Drugi cilj je analizirati kako pojam meta svojim nastankom, postojanjem i mijenjanjem utječe na odnos između videoigre, igrača videoigara i proizvođača videoigara

Meta određuje najčešći/najpopularniji oblik igranja što će dovesti do toga da su određene mehanike i sredstva u igri više korištena dok su druga zanemarena. One mehanike/sredstva koja su dio mete budu najčešće korištena od strane igrača. Mehanike i sredstva koja su dio mete vjerojatno neće biti promijenjene tijekom sljedećeg ažuriranja igre (update). Bit će promijenjene putem nerfanja što je termin koji se koristi kada se neka mehanika u igri oslabi. Dok će mehanike koje su dio mete biti nerfane, one mehanike koje nisu dio mete i najmanje se koriste dobiti će buff, to jest proizvođači će ih ojačati ne bi li time motivirali igrače da ih isprobaju. Primjer toga možemo vidjeti u igrama Apex Legends i Dead by Daylight. U Apex Legends se mijenja jačina oružja i sposobnosti legenda dok u Dead by Daylight mijenjaju perkove i moći ubojice.

Meta utječe na igre tako što diktira najčešći način igranja. Na igrače utječe tako da im nudi metodu koja izgleda najefikasnije i daje najveće izgleda za pobjedu. Na proizvođače utječe tako da ako meta bude predugo stalna ili loša (u smislu da je meta neka mehanika s kojom

nije zabavno pobjeđivati ili nije zabavno boriti se protiv nje u slučaju da je igrač ne želi koristiti), onda će se broj igrača smanjiti što će smanjiti popularnost igre i može dovesti do toga da igra propadne, a proizvođači izgube izvor financiranja. To se najbolje moglo vidjeti u Dead by Daylight na primjeru ubojice Freddyja Krugera. Započeo je kao loš ubojica (kada bi se njegove moći i sposobnosti uspoređivale sa moćima drugih ubojica) kojeg igrači nisu htjeli igrati. Igrači su ga ismijavali koliko je slab ubojica i smatrali su da ako bi igrač koji igra ubojicu odlučio igrati njime to bi bilo kao da daje besplatnu pobjedu preživjelima. Proizvođači su onda odlučili potpuno promijeniti moći ubojice ne bi li bio bolji i pomakne se sa dna meta. Dodatni razlog za njegovo ojačanje je vjerojatno bilo to što je Freddy ubojica kojeg se može dobiti samo ako ga se kupi pravim novcem. Ako bi Freddy bio jaki član u trenutnoj meti, to bi motiviralo igrače koji igraju ubojicu da ga kupe jer imaju bolje šanse za pobjedu. Znači ako je ubojica na iznadprosječnoj poziciji u trenutnoj meti, onda je vjerojatnije da će ga igrači kupiti što će isto povećati zaradu proizvođaču. Moraju doduše paziti da ga ne učine prejakim kakav je bio ubojica Legion, toliko jak da preživjeli nisu htjeli igrati protiv njega već bi samo otišli iz igre. Premda vodi do lake pobjede (kada jedna strana izađe iz igre druga strana automatski pobjeđuje) za ubojice, oni sada zapravo uopće ne igraju igre već se samo pomažu dok svi preživjeli ne napuste igru. To dovodi do toga da ni ubojice ne žele igrati sa njime jer ako ga odaberu, znaju da ga neće moći uopće koristiti i lišili su se zabavnog aspekta igranja. Dok je zabavno pobjeđivati, nije zabavno pobijediti kroz par klikova (u smislu da igrač koji igra ubojicu odabere Legion, uđe u jednu rundu, pokaže se da je Legion i onda svi preživjeli otiđu) već kada se pobjeđuje putem korištenje boljih strategija i nadmašuju preživjeli.

Ako ubojica nije zabavan niti preživjelima da se bore protiv njega niti ubojicama da igraju sa njime (pošto znaju kako će reagirati preživjeli), onda im se ni ne isplati da ga kupuju. Ubojica je toliko ojačan, i toliko je bio nepopularan od strane zajednice da ga se nije ni isplatilo kupovati jer ga ne biste ni mogli koristiti u samoj igri duže od nekoliko minuta. Tu pak vidimo suprotnu situaciju od Freddyja koji je bio preslabi ubojica pa je to moglo smanjiti financijski prihod. Legion je bio prejak za tadašnju metu što je opet dovelo do smanjenja zarade. Na ovom primjeru možemo vidjeti kako meta utječe na odnos između proizvođača i igrača. Ako izađe ubojica koji je prejak ili preslab, zajednica koja igra igru se žali proizvođaču i traži od njega odgovore, opravdanja da se izbací takav karakter u trenutnom stanju mete. Primjer neslaganja zajednice i proizvođača na početku možemo vidjeti i na primjer Apex Legends. U točki pod nazivom „Nejednakost Glasova“ sam opisivao situaciju gdje su proizvođači odlučili smanjiti jačinu zamki legende „Caustic“ što zajednica nije

razumjela pa su se pitali igraju li proizvođači uopće igru i prate li trenutačno stanje mete. Žaljenje igrača je bilo učinkovito jer su kasnije (točnije update za 10. sezonu u igri) ojačali zamku tako je da bila sličnija stanju prije promjene. Može se vidjeti kako reakcija zajednice koja igra igru motivira proizvođače na izmjenu trenutačne mehanike, čime mijenjaju metu.

- Treći cilj rada je istražiti do koje mjere meta utječe na stvarni svijet i suprotno kako događaji u stvarnom svijetu utječu na metu.

Ovisno o tome kako definiramo stvarnost, jedan od najočiglednijih primjera je kako meta utječe na poslovanje proizvođača i profesionalnih igrača koji mogu zarađivati turnirima. Ako je meta loša, broj igrača će pasti i time će se smanjiti prihodi što će onda uzrokovati smanjenje broja ljudi zaposlenih kod proizvođača i smanjiti učestalost turnira, a što demotivira profesionalne igrače da se nastave baviti tom igrom koja nema budućnosti - više im se isplati specijalizirati u nekoj drugačijoj igri gdje je meta bolje napravljena. Meta često direktno utječe na akcije igrača u jednoj igri, a te akcije će utjecati na druge igrače ako igrač igra u jednoj areni gdje ima više drugih igrača. Utjecati će i na osjećaje igrača (najviše na osjećaj zadovoljstva i nezadovoljstva), može ih oraspoložiti ili rastužiti. Kako je bilo spomenuto u prijašnjoj točki, možemo vidjeti primjere gdje meta u Dead by Daylight direktno utječe na financijski prihod proizvođača. Ako dodaju ubojicu koji je loš (pod time mislim ima moći i perkove koji su ispod prosjeka kada ga se uspoređuje sa trenutnom metom), onda igrači neće biti voljni kupiti taj DLC koji sadrži tog ubojicu i njegove perkove, što će direktno uzrokovati smanjenje zarade. Čak ako bi se išlo sa misli da igrači ne mogu znati je li ubojica dobar ili loš prije no što ga kupe, igra nudi Betu prije izlaska svakog ubojice gdje igrači mogu testirati novog ubojicu besplatno te vidjeti kako je igrati sa njime. Ako su nezadovoljni ili im se čini da neće biti koristan u trenutnoj meti, onda ga neće naručiti.

Dotle u Apex Legends možemo vidjeti da su proizvođači stavili elemente politike koje oni podržavaju u igru. Prije no što sam taj fenomen krenuo dublje istražiti, očekivao sam da će meta do neke mjere biti utjecajna od strane politika. Točnije, kako su bile dodane značke koje na sebi imaju znak podrške političkim pokretima očekivao sam da će biti češće korištene od strane igrača Apex Legends, što se nije dogodilo. Moguće je da ne vidim toliku prisutnost značka tih političkih pokreta zbog toga što igram u centralno europskim serverima gdje ti pokreti nisu popularni. Dva, po mom mišljenju veća pokreta prisutna u igri Apex Legends koja su dobila svoju vlastitu značku su pokret „Black Lives Matter“ i značka koja je bila stavljena u podršci za Pride month koja podržava LGBTQ+ zajednicu. Dok su značke bile regularno korištene kada su izašle, par mjeseci nakon njihovog izlaska rijetko bi tijekom svog

igranja vidio neku osobu koja pokraj svog portreta ima jednu od tih znački. Moja pretpostavka je da su značke za BLM i LGBTQ+ češće korištene u serverima u Sjevernoj Americi gdje su te teme aktualnije nego u Europi. Uglavnom povezanost političkih poruka i mete je puno manja nego što su bila moja početna očekivanja.

Još jedan utjecaj mete na stvarnost je da ako je meta u DBD sklonija jednoj strani da bude jače od druge to će donijeti do promjene u odnosima između preživjelih i ubojica na socijalnim platformama. Ako ubojice imaju prednost u igri nakon jednog specifičnog update, preživjeli će kritizirati proizvođače za tu odluku i istovremeno negativno gledati na igrače koji igraju s ubojicama tijekom tog razdoblja. Još bolji primjer bi bio kada se promijeni meta u igri i jedna strana dobije nešto što ju čini prejakom. U poglavlju „Odnos između ubojica i preživjelih u Dead by Daylight“ sam nakratko spomenuo i opisao strategiju kampiranja koje ubojice nekad znaju koristiti protiv preživjelih. Ubojica „Leatherface“ (serijski ubojica iz filma „Teksaški masakr motornom pilom“) ima negativni publicitet kao ubojica koji kampira zbog razloga što je njegova moć u skladu sa strategijom stajanja na mjestu i čekanja da preživjeli budu žrtvovani na piku. Preživjeli često znaju gledati negativno na ljude koji igraju s tim ubojicom jer pretpostavljaju da igrači koriste strategiju kampiranja. Unatoč tome treba istaknuti da postoje oni igrači koje igraju bez da koriste strategiju kampiranja, a igraju s tim ubojicom. Pošto postoji meta za kampiranje i „Leatherface“ je najjači za tu metu dolazi do stvarne diskriminacije (najčešći oblik je tako da se igrače vrijeđa što igraju sa njime) igrača koji vole igrati s tim ubojicom. Vrijeđa ih se nakon što igra završi ili na društveni mrežama vezanima uz igru Dead by Daylight. Slično tako vrijeđanje i diskriminacija se događaju ovisno o tome koji perk ubojica ili preživjeli koristi. Ako koriste sve trenutne meta perkove, onda postoji dobra šansa da ih se vrijeđa, iako češće vrijeđaju ubojice budući da je generalna percepcija da ubojice imaju prednost nad preživjelima. Pogotovo ih se vrijeđa ako ubojica ubije sva 4 igrača i još uz to na kraju igre preživjeli vide da je koristio sve meta perkove. Ovim želim istaknuti da ponašanje u digitalnoj sferi i igranje na određeni način dovodi do stvarnog vrijeđanja igrača.

- Na kraju želim pokazati kako istraživanje i analiziranje pojma mete korisno za struku antropologije i etnologije.

Dead by daylight može još jednom dobro poslužiti u tom da se demonstrira mentalitet „mi i oni“ gdje na jednoj strani imate ubojice, a na drugoj preživjele. To bi se moglo uzeti kao još jedna karakteristika po kojoj se ljudi odvajaju od jedne grupe i vežu za druge. Igrači koji često igraju ubojice se počnu identificirati sa zajednicom ubojica, dok igrači koji igraju većinom

preživjele se počnu identificirati sa preživjelima. Tu uočavamo fenomen da makar se osoba ne identificira kao dio grupe ubojice/preživjeli i dalje će se osjećati napadnuto. Taj fenomen sam i osobno iskusio kada sam aktivno igrao igru i čuo da se događa neka promjena koja će oslabiti sposobnosti ubojica. Kada bih išao na reddit, vidio bih kako preživjeli pričaju da ovo nije dovoljno i da su još dodatno trebali oslabiti ubojice. Makar nisu direktno o meni pričali i nisam se tada svjesno identificirao s grupom ubojica, i dalje sam imao osjećaj kao da mene na neki način vrijeđaju i da žele da mi bude teže igrati protiv njih. To je bilo dosta iracionalno od mene, ali kada gledam na svoje ponašanje retrospektivno mogu vidjeti da sam se vezao uz jednu skupinu. Samim igranjem igre, sudjelovanjem i praćenjem obavijesti vezanim uz Dead by Daylight automatski sam se počeo vezivati uz jednu zajednicu unutar igre. Ako biste primjerice otišli na reddit i pratili jednu diskusiju često će se vidjeti ta podjela na preživjele i ubojice gdje svatko daje argumente za svoju stranu. Postoje i neutralni komentari (oni koji možda komentiraju izgled ubojice/preživjelog, koliko se vesele tome itd.) ali ćete uvijek negdje u komentarima moći naći segment gdje se vodi debata kakvog utjecaja će to imati na trenutačno metu i hoće li to učiniti jednu stranu prejakom. Uglavnom, stvaraju se osjećaji pripadnosti nekoj grupi. To su interesantne i važne teme za istraživanje: može se analizirati kako promjene u meti gdje postoje dvije zajednice utječu na odnose između tih dviju grupa. Ljudi ulaze u grupe preživjelih ili ubojica i kada se pridruže toj grupi imaju određene predrasude prema drugoj grupi.

Uzevši u obzir kako je to digitalni pojam koji se cijelo vrijeme razvija i kako je lako (ako uspoređujemo sa primjerice stvarnim terenom gdje bismo morali ići na neko određeno mjesto, platiti smještaj, namirnice, dopuštenje da se promatra određena zajednica itd.) za jednog antropologa/etnologa da proučava igru putem promatranja sa sudjelovanjem. Sve što se traži je da ima kompjuter (ili odgovarajuću konzolu ako je igra samo dostupna na određenim konzolama.) i da kupi igru. Ako žele samo promatrati igru i vidjeti što igrači govore to mogu napraviti potpuno besplatno i ne trebaju tražiti dozvolu da bi to činili. Igru mogu promatrati na platformama poput YouTube ili Twitch. U slučaju da ih zanima što igrači generalno misle, to mogu doznati tako da se uključe u forume i stranice gdje igrači dijele svoje mišljenje (primjerice sub-reddit ili forum za tu određenu igru). Isto tako nudim novi pojam i područje koje se može istraživati od strane etnologa i antropologa te kako bi on možda mogao utjecati na stvarni svijet ili kako bi mogao biti koristan za predviđanje kako će se nešto tako slično razviti u stvarnom svijetu.

Bibliografija:

Respawn Entertainment, Apex legends, 2019.

Behaviour Interactive, Dead by Daylight, 2016.

[1] Hoskins. Janet. „Symbolism in Anthropology“ 12.2015. International encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2nd edition, Vol 23, Oxford. 860-865

https://www.researchgate.net/publication/304189030_Symbolism_in_Anthropology (zadnji pristup 05.07.2021)

[2] Harper Krista, Matthew Durlington „Gaming Anthropology: „A sourcebook from #Anthropology Con“ 11.2017. str: 10.-13., 22.-24., Anthropology Con

<https://anthropologyconorg.files.wordpress.com/2017/12/gaming-anthropology.pdf> (zadnji pristup 04.12.2021.)

[3] Muriel Daniel, Crawford Garry. „Video Games As Culture: Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society“ 03.2018. Str 3-12, ResearchGate

https://www.researchgate.net/publication/323881060_Video_Games_As_Culture_Considering_the_Role_and_Importance_of_Video_Games_in_Contemporary_Society (zadnji pristup 04.12.2021.)

[4] Shliakhovchuk Elena, Munoz Adolfo. „Intercultural Perspective on Impact of Video Games on Players: Insights from a Systematic Review of Recent Literature“ 01.2020. Str 42-52. ResearchGate

https://www.researchgate.net/publication/338892013_Intercultural_Perspective_on_Impact_of_Video_Games_on_Players_Insights_from_a_Systematic_Review_of_Recent_Literature (zadnji pristup 05.07.2021.)

[5] Chee M. Florence, M.A. Simon Fraser university 2006, B.A. (Hons) Simon Fraser university 2003. „Online Games as a medium of cultural communication: An ethnographic study of socio-technical transformation“ 2012. Simon Fraser University str. 19-23, str 123-128, str 153-164. <https://core.ac.uk/download/pdf/56376569.pdf> (zadnji pristup 06.12.2021.)

[6] Otz youtube kanal https://www.youtube.com/channel/UCDO_Z-tZD4bfG9m4AkK_uA (zadnji pristup 05.07.2021.)

[7] iTemp plays kanal <https://www.youtube.com/user/iTemp2> (zadnji pristup 06.12.2021.)

- [8] Wijman, Tom. „The Games Market and Beyond in 2021: The Year in Numbers“. 2021. NEWZOO. <https://newzoo.com/insights/articles/the-games-market-in-2021-the-year-in-numbers-esports-cloud-gaming/> (zadnji pristup 01.05.2022.)
- [9] Čapo, Jasna. „HRVATSKA ETNOLOGIJA, ZNANOST O NARODU ILI O KULTURI?“. 1991. Institut za etnologiju i folkloristiku. <https://hrcak.srce.hr/file/112512> (Zadnji pristup 30.04.2022.)
- [10] <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=18532> (Zadnji pristup 01.05.2022.)
- [11] <https://deadbydaylight.fandom.com/wiki/Patches> (Zadnji pristup 07.12.2021.)
- [12] Bonnie A. Nardi. „My life as a Night Elf Priest“ 2010. University of Michigan <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/24011/1006122.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- [13] John von Neumann, Morgenstern, Oskar. „Theory of Games and Economic Behavior“. 1953. Princeton University press <https://jmvidal.cse.sc.edu/library/neumann44a.pdf> (Zadnji pristup 05.12.2021.)
- [14] Howard, Nigel. „Prisoner's Dilemma: The Solution by General Metagames“. 1976. University of Ottawa.
- [15] J, Clement. 2021. <https://www.statista.com/statistics/189582/age-of-us-video-game-players/> 2021. (Zadnji pristup 05.12.2021.)
- [16] Wellings H. Elizabeth. „Negative Stereotypes of Online Gamers and their Communication Consequences“ 2010. Texas State University-San Marcos <https://digital.library.txstate.edu/bitstream/handle/10877/3284/fulltext.pdf> (Zadnji Pristup 06.12.2021)
- [17] Strangelove, Michael „Virtual Video Ethnography: Towards a New Field of Internet Cultural Studies“ 2007. University of Ottawa <https://www.redalyc.org/pdf/5044/504450756006.pdf> (Zadnji pristup 06.12.2021.)

Slike:

Slika 1. = <https://image-cdn.essentialysports.com/wp-content/uploads/20201001212953/apex-legends-5.jpg> (apex legends legende)

slika 2. = <https://i.redd.it/btrfy1jqpup31.png> (mapa s crtom od leteljice)

Slika 7. = <https://d.newsweek.com/en/full/1534612/apex-legends-vault-locations.jpg?w=1600&h=1200&q=88&f=c9225b104087316d5d7b3b241c249c76> (mapa s prstenom)

Slika 8. = <https://bestplayersettings.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/Arme-Apex-Legends.jpg> (oružja)

slika 14. = <https://media.contentapi.ea.com/content/dam/apex-legends/images/2020/03/apex-gs-featured-image-stay-and-play.png.adapt.crop191x100.628p.png> (turnir poster)

*slike 3,4,5,6,9,10-13,15-25 su slike koje sam osobno preuzeo iz igara