

Refleksija osobina ličnosti gamera i gameraica na primjeru videoigre The Sims 4

Ivković, Emilija

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:293391>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International/Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-24**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

Emilija Ivković

REFLEKSIJA OSOBINA LIČNOSTI GAMERA
I GAMERICA NA PRIMJERU VIDEOIGRE
THE SIMS 4

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2018

Sveučilište u Zagrebu

Fakultet političkih znanosti

Diplomski studij novinarstva

REFLEKSIJA OSOBINA LIČNOSTI GAMERA I GAMERICA NA PRIMJERU VIDEOIGRE THE SIMS 4

DIPLOMSKI RAD

Mentor: dr. sc. Dina Vozab

Studentica: Emilija Ivković

Zagreb

Lipanj, 2018

Izjavljujem da sam diplomski rad Refleksija osobina ličnosti gamera i gameraica na primjeru videoigre The Sims 4, koji sam predala na ocjenu mentorici dr. sc. Dini Vozab, napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekla ECTS-bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkog kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Emilija Ivković

SADRŽAJ

UVOD.....	6
TEORIJSKE POSTAVKE I METODOLOGIJA.....	8
Predmet istraživanja.....	8
Teorija korištenja medija za zadovoljenje potreba u kontekstu teme istraživanja	9
Model „velikih pet“ dimenzija ličnosti	10
Studija vrijednosti (Value Survey)	12
Ciljevi i hipoteze istraživanja	14
Varijable	15
Dizajn istraživanja	16
Metoda prikupljanja podataka – online anketa.....	16
Struktura ankete	17
Metoda analize podataka	19
Uzorak.....	20
Problemi, ograničenja i etički aspekti istraživanja	25
INTERPRETACIJA REZULTATA.....	26
Provjera hipoteza	26
Ostali značajni rezultati korelacije između osobina ličnosti i elemenata igre	30
Najzastupljenije vrijednosti elemenata igre	38
ZAKLJUČAK	40
LITERATURA.....	42
PRILOZI	44
SAŽETAK	53
SUMMARY	54

POPIS ILUSTRACIJA

Tablice

Tablica 1: Struktura uzorka prema sociodemografskim pokazateljima	21
Tablica 2: Zastupljenost država	24
Tablica 3: Korelacija između varijabli	26
Tablica 4: Ostale značajne korelacije između varijabli	30
Tablica 5: Najzastupljenije vrijednosti elemenata igre.....	38

UVOD

Razvoj tehnologije danas se odvija paralelno s razvojem modernih videoigara koje tako virtualni svijet sve više približavaju stvarnom okruženju *gamera*. Videoigre se mogu definirati kao „narativni tekstovi s multidimenzionalnim osobama“ (Berger, 2002 : 9). One tako postaju sve kompleksnije i „realnije“, čak i do te mjere da „potiskuju film i televiziju“ (Bilić i dr., 2009 : 195). To se posebno odnosi na žanr simulacijskih videoigara u koje spada i serijal videoigara simulacije života *The Sims*. Igru je prvi put izdao Electronic Arts Maxis u veljači 2000. godine, a ideja za istu nastala je još 1991. godine kada je dizajner videoigara Will Wright htio napraviti „virtualnu kuću za lutke“ nakon što je izgubio vlastiti dom u požaru. Ova igra temelji se na kontroliranju svakodnevnih aktivnosti virtualnih ljudi u njihovom virtualnom gradu, pri čemu zapravo nije moguće izgubiti, već je jedini cilj učiniti živote svojih *Simljana*¹ što uspješnijim. No, treba imati na umu da svakog *gamera* odlikuju različiti individualni karakteri koji u velikoj mjeri mogu utjecati na prakse koje oni najčešće upotrebljavaju tijekom igre, pri čemu uspješan život *Simljana* ne treba nužno biti njihov glavni cilj.

Tema ovog diplomskog rada jest refleksija osobina ličnosti *gamera* na primjeru posljednjeg, četvrtog nastavka serijala videoigara simulacije života *The Sims*. Fokus rada bit će veza između stvarne osobnosti *gamera* i virtualnog svijeta, odnosno svih specifičnih praksi koje on koristi tijekom igranja te videoigre. S obzirom da je četvrti nastavak ovog serijala u odnosu na svoje prethodnike daleko detaljniji i precizniji u mnogim segmentima izrade *Simljana*, kao i kontroliranja njihovih života, spektar praksi koje se nude igraču tijekom igre je vrlo širok, što istraživanju daje dodatno kompleksan karakter.

Ovo istraživanje imat će prije svega društvenu vrijednost, a posebno će pridonijeti budućim psihološkim istraživanjima videoigara i njihovih učinaka na igrače. Postoje istraživanja koja se bave odnosom osobina ličnosti, no jedini autor koji se bavio igrom *The Sims*, bio je Thaddeus Griebel čiji je članak *Self-Portrayal in a Simulated Life: Projecting Personality and Values in The Sims 2* objavljen još 2006. godine u znanstvenom časopisu *Game Studies*.

¹ Simljani, mn. od Sim (jd.); stanovnici virtualnog grada u videoigri *The Sims*

Teorijski dio rada obuhvatit će detaljan prikaz glavnih aspekata teme te dizajn istraživanja. Na temelju proučene literature bit će izneseni definicija i okvir *Big Five* modela koji se u psihologiji koristi prilikom određivanja nekih osobina ličnosti i koji ovdje ima važnu ulogu u procesu prikupljanja podataka i njihove analize. „Pet faktora koji su uključeni u ovakve testove označeni su ekstraverzijom, neuroticizmom, pristojnošću, savjesnošću i otvorennošću prema iskustvu“ (Weiner i dr., 2003 : 86). Metodološki dio rada također detaljno opisuje uzorak, ciljeve istraživanja te varijable, kao i precizno definirane hipoteze koje će se potvrditi ili opovrgnuti kasnijom interpretacijom rezultata. Interpretacija rezultata bit će podijeljena na tri dijela, prvi dio koji analizira i provjerava hipoteze, drugi koji analizira ostale značajne korelacije dobivene istraživanjem te posljednji dio koji obuhvaća najzastupljenije prakse ove videoigre. Naposljetku, zaključak donosi sintezu čitavog rada navodeći najvažnije nalaze o temi istraživanja.

Ovim radom želi se potaknuti svijest stručnjaka, ali i samih *gamera* o nekontroliranom razvoju tehnologije u suvremenom svijetu, koji je glavni povod za češće provođenje istraživanja ovog područja. Osim navedenog, jedan od razloga jest i sam utjecaj videoigara na *gamere*, ali i *gamera* na samu videoigru, koji paralelno s naglim razvojem tehnologije postaje sve intenzivniji.

TEORIJSKE POSTAVKE I METODOLOGIJA

Predmet istraživanja

Naslov rada prije svega obuhvaća psihološke karakteristike *gamera* koje se želi povezati s različitim načinima igranja jedne simulacijske igre kao što je *The Sims*. Ta veza u tom smislu je potencijalna, a njezino postojanje i intenzitet bit će tek provjereni ovim istraživanjem. Dakle, definicija glavnog problema istraživanja zapravo je ukorijenjena u odnosu koji jedan moderan igrač videoigre ima s virtualnim svijetom u koji ulazi prilikom pokretanja igre. Također je važno spomenuti potpuno novi i suprotan pristup istraživanju u odnosu na prijašnja istraživanja slične tematike. Ovdje je fokus na utjecaju publike na videoigru, odnosno utjecaju nekih osobina ličnosti igrača na prakse koje koristi u videoigri, a ne utjecaju videoigre na psihološke karakteristike i ponašanja igrača. „Ranija istraživanja osobnosti i igranja videoigara bila su usredotočena na razumijevanje novog fenomena videoigara i mogućih efekata na njihovu publiku“ (Zammito, 2010 : 34). Takva se istraživanja temelje većinom na negativnim učincima videoigara na *gamere*, poput poticanja nasilja ili agresivnog ponašanja. Većina istraživača tako najčešće želi dokazati postojanje isključivo negativnog utjecaja videoigara na igrače. Istraživanja pokazuju da „djeca koja duže od dva sata dnevno igraju videoigre, kada im se vrijeme ograniči, pokazuju krajnje negativne reakcije“ (Funk, citirano prema Valković, 2008 : 499). Prema tome, i razvoj same ovisnosti o videoigramama može izazvati devijantno ponašanje kod igrača, ukoliko mu se ograniči pristup videoigri. Također, „očekivanje sve intenzivnijeg i brutalnijeg nasilja (kao rezultat učestale izloženosti nasilnim sadržajima) ima kao posljedicu umanjenje suosjećajnosti sa žrtvama, a samo se nasilje počinje sve više prihvaćati kao svakodnevna, uobičajena pojava“ (Valković, 2008 : 493). Uz nasilje, postoje i drugi negativni učinci igranja videoigara poput „ubijanja kao cilja, socijalne izolacije te problematične uporabe i stvaranja ovisnosti“ (Bilić i dr., 2010 : 201). S druge strane, neke studije dokazuju i postojanje pozitivnih učinaka igranja videoigara. „Neke računalne igrice mogu služiti korisnom učenju – primjerice, igre simulacije i sl.“ (Laniado i Pietra, citirano prema Bilić i dr., 2010 : 200). Prema tome, i videoigra simulacije života *The Sims*, o kojoj je riječ u ovome istraživanju, uz samo učenje igraču pruža i razvoj kreativnosti kroz samostalno osmišljavanje i gradnju virtualnih gradova i ljudi. Videoigre uz to „poboljšavaju brzinu, koncentraciju, usredotočenost, potiču misaone procese, asocijativno i hipotetičko mišljenje, pospješuju koordinaciju pokreta“ (Laniado i Pietra, citirano prema Bilić

i dr., 2010 : 200). Još jedan pozitivan efekt videoigara na gamere jest „poboljšavanje sposobnosti rješavanja problema i to brzim raspoznavanjem uzroka, upravljanjem resursima, brzim razmišljanjem i donošenjem odluka“ (Bilić i dr., 2010 : 200). Može se reći da uz stereotipizirano mišljenje da igranje videoigara loše utječe na igrača, još uvijek postoje studije koje dokazuju upravo suprotno.

Will Wright, koji je ranije spomenut kao kreator *Simsa*, jednom je prilikom ispričao priču koja je dokaz kako igrači *Simsa* često koriste za uspješnu samoekspresiju. Jednom prilikom primio je pismo obitelji koja je u to vrijeme usvojila dječaka iz Rumunjske koji nije htio govoriti o svojoj prošloj obitelji; samo kada je dječak kreirao svoju bivšu obitelj na *Simsima*, tek tada su njegovi tadašnji usvojitelji mogli razumjeti kako je njegova prošla obitelj funkcionirala (Thompson, citirano prema Griebel, 2006). Priroda *Simsa* kao videoigre je takva da „svi imaju prilike kreirati likove koji reflektiraju tko mi jesmo, čemu se nadamo i što sanjamo, čega se bojimo“ (Suler, citirano prema Griebel, 2006). Sve su ovo riječi autora citiranih u članku Thaddeusa Griebela o kojem je riječi bilo ranije. Ovaj autor proveo je istraživanje vrlo sličnih karakteristika, ali na primjeru *Simsa 2*. Svojim istraživanjem on je htio „znanstveno izmjeriti osobnosti i vrijednosti igrača te pronaći kako su te karakteristike povezane s igranjem *Simsa 2*“ (Griebel, 2006). Rezultati istraživanja pokazali su da su osobine ličnosti, koje su bile zastupljene, povezane s različitim načinima na koje igrači igraju *Sims 2*. Primjerice, najzanimljiviji nalaz Griebelovog istraživanja govori o neurotičnim igračima koji su skloni zadirkivanju drugih *Simsa*, zaboravljaju platiti račune te često mijenjaju karijere. Važno je napomenuti da je struktura upitnika, o kojem će više riječi biti kasnije, a koji je korišten u svrhu ovog istraživanja, preuzeta upravo iz Griebelovog istraživanja, ali je ista prilagođena videoigri *The Sims 4*. Interpretacijom rezultata ovog istraživanja doznat će se reflektiraju li igrači *Simsa* još uvijek svoju osobnost na načine igranja te videoigre.

Teorija korištenja medija za zadovoljenje potreba u kontekstu teme istraživanja

Tema ovog rada, kao što je prethodno navedeno, polazi od teze da postoji određena korelacija između osobina ličnosti *gamera* i načina na koji on odlučuje igrati igru *The Sims 4*. Sama činjenica da je to igra simulacije života upućuje na mnoštvo mogućnosti i širok spektar praksi koje su ponuđene igraču kako bi sama simulacija djelovala što stvarnije. Teorija korištenja medija za zadovoljenje potreba ovdje ima važnu ulogu jer upućuje na načine na

koje publika koristi medije, u ovome slučaju videoigru, kako bi zadovoljila neke svoje potrebe. „Ranije u povijesti komunikacije, pristup je bio razvijen kako bi se proučavale nagrade koje privlače i zadržavaju publiku za one vrste medija i tipove sadržaja koji zadovoljavaju njihove socijalne i psihološke potrebe“ (Cantril, citirano prema Ruggiero, 2000 : 3). Početna točka u ovoj teoriji je aktivna publika. „Pojam aktivnosti daje sliku publike koja je superracionalna, i vrlo selektivna, te ima tendenciju biti kritična“ (Windahl, citirano prema Ruggiero, 2000 : 8). Sukladno tome, postoje različite psihološke i socijalne potrebe koje aktivna publika nastoji zadovoljiti kada konzumira medije. Primjerice, na konzumaciju masovnih medija često se gleda kao na bijeg od stvarnosti (Katz i Folkies, citirano prema Ruggiero, 2000 : 5). Uz to, još neke potrebe koje publika želi zadovoljiti korištenjem medija su želja za druženjem, odnosno bijeg od osamljenosti, promjena raspoloženja, izbjegavanje dosade, potreba za korisnim vijestima i informacijama itd. (Mendelsohn, citirano prema Ruggiero, 2000 : 5). Također, određeni pojedinci pod određenim okolnostima, kao što su niski prihodi ili stres, pokazuju visoku ovisnost i vezu s medijima, u što ulaze televizija, tisak i različite komunikacijske tehnologije (Ruggiero, 2000 : 8). Kada o *Simsima*² govorimo u kontekstu teorije korištenja medija za zadovoljenje potreba, *gameri* pripisuju točno određene osobine (*personality traits*³) svojim *Simljanima* i kontroliraju njihove živote na točno određen način kako bi zadovoljili neku viziju života u svojim glavama i na taj način pobjegli od stvarnosti. Međutim, ta vizija ne mora nužno biti rezultat podražaja iz njihovog stvarnog okruženja, već njezin izvor može biti sama mašta igrača.

Važno je napomenuti da su simulacijske igre posebna kategorija koja još uvijek nije potpuno razvijena i koja samim time ipak ograničava *gamera* u nekim segmentima igranja. To se posebice odnosi na igre simulacije života kao što je *The Sims*. „Usavršavanjem sklopovskih komponenti računala, ponajprije grafike i memorije, one (igre simulacije) pred akcijskim igrama padaju u sjenu“ (Kovačević, 2007 : 53). *Simsi*, unatoč širokom spektru mogućnosti i trudu razvijачa igre da što više prilagode igru stvarnom životu, još uvijek ne nude velik broj praksi koje su također tipične za ljudsku svakodnevicu. No, to bi se svakako u bliskoj budućnosti s razvojem softverskih i hardverskih karakteristika moglo promijeniti.

Model „velikih pet“ dimenzija ličnosti

² *Simsi*, sinonim za *Simljani*, mn od *Sim* (jd.); stanovnici virtualnog grada u videoigri *The Sims*

³ *Personality Traits* – osobine ličnosti za virtualne ljude, *Simse*

Mnogi psiholozi se slažu da postoji pet glavnih dimenzija ličnosti koje se koriste za opisivanje osobnosti, te koje čine tzv. *Big Five* model. Prije nego što je ovaj model utemeljen, mnogi istraživači predlagali su različite teorije i opcije koje su uključivale ili prevelik ili premali broj dimenzija ličnosti da bi predstavljale glavne „zidove“ osobnosti pojedinca. Istraživanja o dimenzijama ličnosti započela su još 1949. Fiskeovim istraživanjem, a zatim su uslijedila istraživanja Normana (1967), Smitha (1967), Goldberga (1981) i dr., sve dok se istraživači nisu složili oko akronima OCEAN u kojem svako slovo predstavlja po jednu od pet osobina ličnosti *Big Five* modela (Cherry, 2018). One uključuju otvorenost (*Openness*), savjesnost (*Conscientiousness*), ekstraverziju (*Extraversion*), pristojnost (*Agreeableness*) i neuroticizam (*Neuroticism*). „Riječ je o modelu koji je nastao na temelju leksičkog pristupa u psihologiji ličnosti“ (Bratko i dr., 2007 : 418). Ljudi se međusobno individualno karakterno razlikuju, pa prema tome ovaj model polazi od pretpostavke da će pojedinac nastojati verbalno izraziti te razlike kako bi postigao kvalitetniju komunikaciju s okolinom. „One individualne razlike koje su najvažnije u svakodnevnim transakcijama ljudi bit će kodirane u njihovom jeziku“ (Bratko i dr., 2007 : 418). „*Big Five* se pokazao iznimno korisnim kod osiguravanja zajedničkog jezika za istraživače i istraživanje osobnosti“ (DeYoung, 2007 : 880). Unatoč širokoj i dugogodišnjoj uporabi ovog modela u različitim istraživanjima, postoje mnoge kritike upućene modelu od strane skeptika. „Entuzijasti *Big Five* modela inzistiraju da je on definitivna i finalna riječ strukture osobnosti“ (Costa i McCrae, citirano prema Weiner i dr., 2003 : 86). S druge strane, u 1990-ima su postojali i „kritičari koji su takvu tvrdnju smatrali preuranjenom“ (Block, Eysenck i Zuckerman, citirano prema Weiner i dr., 2003 : 86). Potrebno je napomenuti da „svaki od pet faktora osobnosti predstavlja opseg između dva ekstrema. Primjerice, ekstraverzija predstavlja kontinuum između ekstremne ekstraverzije i ekstremne introverzije“ (Cherry, 2018). „Psiholog David Buss predložio je evolucijsko objašnjenje ovih pet osnovnih osobina ličnosti, sugerirajući da su ove osobine ličnosti najvažnije osobine koje oblikuju naš društveni krajolik“ (Cherry, 2018).

Visoka otvorenost kod osobe znači da je sklona širokom spektru različitih aktivnosti. „Ljudi koji su izrazito otvoreni obično su kreativni i skloni avanturama. Ljudi koji imaju nisku otvorenost često su više tradicionalni i vjerojatno se bore s apstraktnim razmišljanjem“ (Cherry, 2018). Prema tome, osobe koje odlikuje jaka otvorenost nisu ograničeni kada se radi o isprobavanju novih stvari. Istovremeno, oni koji imaju slabu otvorenost ograničavaju se prilikom maštanja i razmišljanja o stvarima koje nisu imali prilike ranije vidjeti ili isprobati. Figurativno, dok otvorene osobe s lakoćom izlaze iz svojih „kutija“ i zona udobnosti,

zatvorenije osobe se osjećaju najsigurnije na svojem poznatom teritoriju, te nemaju tendenciju da u svoj život uvedu neku novost.

Visoko savjesna osoba izrazito je fokusirana na svoje ciljeve te je pritom pažljiva i precizna. Visoka savjesnost također znači da je osoba organizirana i pazi na detalje. Takve se osobe uvijek pripremaju, brzo i redovito rješavaju važne zadatke bez odgode te su skloni izrađivanju planova. Osobe koje ne odlikuje visoka savjesnost nisu skloni planovima i organizaciji, neuredne su i gube stvari te ne rješavaju zadatke u zadanom roku (Cherry, 2018).

„Ekstraverziju karakterizira uzbuđenost, društvenost, pričljivost, samopouzdanje i visoka količina emocionalne ekspresije“ (Cherry, 2018). Prema tome, osobe koje odlikuje jaka ekstraverzija sklone su prisustvovati na različitim društvenim događanjima te uvijek nastoje biti među ljudima razgovarajući, sklapajući nova prijateljstva i razvijajući vlastitu zajednicu poznanstava. Istovremeno često ne razmišljaju što govore, već žele biti najglasniji i usmjeriti pažnju na sebe. Za razliku od njih, osobe jake introverzije više preferiraju samoću, teško uspostavljaju komunikaciju s drugim ljudima te zbog previše razmišljanja o onome što će reći zapravo ne dolaze do izražaja u većem društvu.

Nesebičnost, povjerenje, ljubaznost i privrženost karakteristike su osobe koju odlikuje visoka pristojnost, odnosno ugodnost. „Ljudi koji su ugodni su ujedno i kooperativni, dok oni koji nisu ugodni su kompetitivni, čak i manipulativni“ (Cherry, 2018). Ugodne osobe brinu za druge te osjećaju određenu empatiju, dok oni suprotnih karakteristika zapravo ne suosjećaju s drugima, ne razmišljaju o posljedicama svojeg ponašanja te često zadirkuju druge ljude.

Sinonim za neuroticizam je emocionalna nestabilnost. „Individualci koje odlikuje jaka neurotičnost skloni su promjenama raspoloženja, anksioznosti, iritaciji i tugovanju. Oni koji pokazuju nizak stupanj neuroticizma smatraju se emocionalno stabilnijima“ (Cherry, 2018). Osobe koje su neurotične teže se snalaze u stresnim situacijama, često se osjećaju anksiozno i proživljavaju velike promjene u raspoloženju. Sve to naposljetku rezultira izrazito brzim i negativnim reakcijama na stresore iz okoline. Osobe koje pokazuju nizak stupanj neurotičnosti lakše podnose stres, opuštenije su i nisu anksiozne.

Studija vrijednosti (Value Survey)

Kao što je ranije spomenuto, struktura upitnika za ovo istraživanje preuzeta je iz istraživanja Thaddeusa Griebela. Prema tome, u ovome slučaju pojam *Value Survey* odnosi se

na popis osobina ličnosti igrača *Simsa 4* koje nisu zastupljene modelom *Big Five* pa su tako u istraživanje uz otvorenost, savjesnost, ekstraverziju, ugodnost i neuroticizam uključene i neke druge osobine ličnosti koje mogu utjecati na načine igranja igre. To su: društvena, osobna, odnosno emocionalna inteligencija; samoregulacija, odnosno samokontrola; originalnost, odnosno kreativnost; ljubav za učenjem; ljubaznost, odnosno velikodušnost; humor, odnosno razigranost i liderstvo, odnosno rukovodstvo.

Osobe visoke emocionalne inteligencije obično imaju dobru intuiciju zahvaljujući kojoj mogu s lakoćom prepoznati što osjećaju ljudi oko njih. Takvi ljudi dobri su komunikatori i slušatelji te znaju što trebaju reći u određenom trenutku, posebno u trenutku kada sugovornik treba savjet ili riječ podrške. Istovremeno, oni koji imaju niži stupanj emocionalne inteligencije teže se snalaze u novim socijalnim situacijama.

Visoka razina samokontrole, odnosno samoregulacije kod individualca, znači da posjeduje sposobnost discipline i kontrole kada se radi, primjerice, o lošoj prehrani. S druge pak strane, oni koji imaju nisku razinu samokontrole, teško se odlučuju za zdrav život i redovitu tjelovježbu, a i teško se odriču loših prehrambenih navika.

Originalnost, odnosno kreativnost, odlikuje one pojedince koji su skloni kontinuiranoj inovaciji. Oni neprestano razmišljaju u originalnom smjeru, drugačijem od načina na koji razmišljaju njihovi prijatelji, dok osobe koje se ne smatraju kreativnim vrlo teško dolaze do novih ideja.

Pojedinac kojeg odlikuje ljubav za učenjem često postavlja pitanja, a zatim traži odgovore na njih u različitim izvorima. Takva osoba radije će pročitati knjigu, nego tritati vrijeme, a kada želi doznati neku specifičnu informaciju često je traži u knjižnici ili na Internetu. Oni koji ne posjeduju želju za učenjem novih stvari ujedno nemaju niti motivacije za posjećivanjem lokacija koje pružaju dodatnu edukaciju, poput muzeja.

Ljubazne i velikodušne osobe vole pomagati drugima i zapravo nikada nisu toliko zauzete da nemaju vremena za prijatelje. Njima je važno da su ljudi oko njih zadovoljni i sretni. Osobe koje nisu ljubazne najčešće gledaju vlastitu korist te pomažu drugima samo onda kada i oni njima pomognu u određenim situacijama.

Humorističnost i razigranost su odlike onih individualaca koji na svijet gledaju kroz „ružičaste naočale“, što znači da u svakoj, pa i u onoj negativnoj situaciji, vide nešto pozitivno. Takvim osobama je također, kao i onim ljubaznim i velikodušnim, važno da su

ljudi oko njih sretni i nasmijani, te zbog toga često pričaju šale kojima nastoje oraspoložiti pesimiste i one lošeg raspoloženja. Osobe koje nemaju dobar smisao za humor i pesimistične su, obično nisu najpoželjniji članovi nekog društva zbog negativne energije koju donose sa sobom.

Posljednja osobina ličnosti koja čini *Value Survey* je liderstvo, odnosno rukovodstvo. Osoba koja posjeduje sposobnost rukovođenja, u stanju je okupiti oko sebe tim i učiniti njegove članove sretnima, produktivnima i zadovoljnima. Suprotno tome, pojedinac koji ne posjeduje osobine dobrog lidera, neće znati voditi svoj tim i ne smatra se sposobnim planirati grupne aktivnosti.

Ciljevi i hipoteze istraživanja

Temeljni cilj ovog istraživanja jest testirati tvrdnju da su osobine ličnosti *gamera* u korelaciji s praksama koje kontrolira i upotrebljava u videoigri *The Sims 4*. Prema tome, potrebno je pronaći i utvrditi korelacije između varijabli koje će kasnije biti definirane. Pritom je važno donijeti zaključke o tome koje osobine ličnosti igrača jesu u korelaciji s kojim elementima i praksama igre, jer se pretpostavlja da neće svi dobiveni rezultati korelacija biti statistički značajni.

Za istraživanje je postavljeno deset hipoteza koje su u skladu s početnim očekivanjima. „Hipotezama označavamo kako, prema našim očekivanjima, neka pojava, osobina ili proces utječe na neku drugu pojavu, osobinu ili proces odnosno u kakvoj su oni međusobnoj vezi“ (Lamza Posavec, 2004 : 39). Potrebno je napomenuti da korelacijska analiza ukazuje na povezanost dviju varijabli, ali na temelju korelacijske analize se ne može tvrditi da postoji uzročno-posljedični odnos. Zbog toga se u korelacijskoj analizi izbjegavaju pojmovi nezavisne i zavisne varijable. Hipoteze su sljedeće:

1. Ekstrovertiranost igrača pozitivno je povezana s upotrebom ekstrovertiranih osobina ličnosti za *Simse*.
2. Neurotičnost igrača pozitivno je povezana s upotrebom negativnih *modova*⁴ u igri.
3. Otvorenost igrača pozitivno je povezana s upotrebom kreativnih osobina ličnosti za *Simse*.
4. Kreativnost igrača pozitivno je povezana s odabirom karijere slikara za *Simse*.

⁴ *Modovi* (eng. *Custom Content*) – dodaci za originalnu igru; negativni *modovi* – dodaci za igru koji se odnose na sadržaje negativnih konotacija, npr. ubojstvo kao cilj, maloljetnička trudnoća i sl.

5. Ljubaznost i velikodušnost igrača pozitivno su povezani s odabirom osobine veselja i raspoloživosti za *Simse*.
6. Liderstvo igrača pozitivno je povezano s odabirom ambicioznih osobina ličnosti za *Simse*.
7. Humorističnost i razigranost igrača pozitivno su povezani s odabirom karijere zabavljača – glazbenika ili komičara, za *Simse*.
8. Neurotičnost igrača pozitivno je povezana s odabirom osobine ludosti za *Simse*.
9. Humorističnost i razigranost igrača pozitivno su povezani s odabirom šaljivih osobina za *Simse*.
10. Kreativnost igrača pozitivno je povezana s odabirom raznolikog i šarenog stila za *Simse*.

Varijable

S obzirom da se ovaj rad primarno bavi refleksijom osobina ličnosti *gamera* na primjeru igre *The Sims 4*, u skladu s tim su postavljene i varijable istraživanja. Prema definiciji nezavisne varijable, to je „pojava ili osobina za koju se pretpostavlja da utječe na neku drugu pojavu ili osobinu tj. onu varijablu koja je predmet mjerenja ili opažanja, odnosno da se njezinom promjenom, u određenom smjeru, mijenja i neka druga pojava ili karakteristika“ (Lamza Posavec, 2004 : 40). Ovdje se različite osobine ličnosti *gamera* definiraju kao nezavisna varijabla. U kontekstu istraživanja, zavisne varijable su sve prakse i ponašanja koja se *gamerima* nude u videoigri i koja oni kao takve upotrebljavaju. „Zavisna varijabla je pojava ili osobina koja se mijenja u zavisnosti od promjena neke druge pojave ili osobine tj. nezavisne varijable⁵“ (Lamza Posavec, 2004 : 40). Istraživanjem će se kasnije utvrditi ili opovrgnuti prisutnost i intenzitet korelacija između navedenih zavisnih i nezavisnih varijabli.

Ranije je bilo spomenuto kako mnoga druga istraživanja slične tematike fokus drže na traženju efekata i posljedica koje će videoigra ostaviti na *gameru*. Novost u ovome istraživanju jest novi pristup koji djeluje u suprotnom smjeru od navedenog, odnosno koje će načine igranja igre *gamer* koristiti kao posljedicu utjecaja njegovih osobina ličnosti. „Ista osobina, pojava ili proces može u određenom istraživanju imati funkciju nezavisne, a u nekom drugom istraživanju funkciju zavisne varijable“ (Lamza Posavec, 2004 : 40). Prema tome, u većini sličnih istraživanja, osobine ličnosti koje su ovdje nezavisne varijable, bi tamo bile

⁵ Korelacijskom analizom ne utvrđuju se uzrok i posljedica, ali s obzirom da logika ovog istraživanja najprije polazi od igrača i njegovih osobina ličnosti, govori se o nezavisnim varijablama

zavisne, a elementi i načini igre koji su ovdje zavisne varijable, bi tamo imali funkciju nezavisne varijable.

Dizajn istraživanja

„Kvantitativno istraživanje je empirijsko istraživanje u kojem su podaci u formi brojeva“ (Punch, 2014 : 3). Kvantitativna istraživanja također za cilj imaju postavljanje i testiranje određenih teorija i hipoteza koje su vezane za neki društveni fenomen. S obzirom da je to ovdje i slučaj, može se reći da je ovo kvantitativan tip istraživanja. Ovo istraživanje stoga zahtijeva i upotrebu kvantitativne metode prikupljanja podataka, a kao najbolji odabir za ovakav tip istraživanja pokazala se anketa o kojoj će više riječi biti u sljedećem podnaslovu. „Kvantitativno prikupljanje podataka govori o tome kako treba izmjeriti varijable, a kvantitativna analiza podataka o tome kako se mjerenja varijabli trebaju analizirati“ (Punch, 2014 : 86). Prema tome, kvantitativni pristup prikupljanju podataka i kvantitativna analiza podataka zajedno čine način na koji se odvija kvantitativno istraživanje poput ovog. Najčešća metoda analize anketnih podataka jest upravo kvantitativna analiza podataka jer ona za razliku od kvalitativne metode ne govori samo „što se u svezi s nekim pitanjem pojavljuje, nego i koliko se to učestalo pojavljuje“ (Lamza Posavec, 2004 : 70). Također, jedna od najvažnijih karakteristika kvantitativnog istraživanja jest mogućnost generaliziranja, odnosno poopćavanja dobivenih rezultata na zadanu populaciju. Više o procesu analize podataka prikupljenih u ovom istraživanju bit će rečeno kasnije.

Metoda prikupljanja podataka – online anketa

Za ovo istraživanje provedena je online anketa, odnosno anketa putem Interneta „koja se provodi instaliranjem anketnih pitanja na web-stranice ili njihovom distribucijom putem elektroničke pošte“ (Lamza Posavec, 2004 : 79). Pretpostavka da serijal videoigara *The Sims* na hrvatskom području nije dovoljno popularan da bi se rezultati ankete mogli poopćavati na populaciju isključivo domaćeg teritorija, utjecala je na vrstu i način provođenja ankete. Anketa je napravljena pomoću Google Forms alata te je provedena na engleskom jeziku kako bi u istraživanju sudjelovalo što više ljudi različitih osobnosti koji dolaze iz različitih kultura i zemalja. Online anketa je tip upitnika koji danas predstavlja sve rašireniju metodu istraživanja na području društvenih znanosti zahvaljujući „niskim troškovima provedbe i mogućoj primjeni relativno opsežnih anketnih upitnika“ (Lamza Posavec, 2004 : 79). Unatoč tome,

treba imati na umu da su „alati za online upitnike jednostavan i djelotvoran način provođenja mnogih vrsta ankete, upitnika istraživačkih projekata, sve dok se metodološki izbor temelji na zdravim odlukama, a ne samo praktičnosti i jednostavnosti“ (Buchanan i Hvizdak, 2009 : 37). U odnosu na anketu koja se provodi na terenu, ovakav tip ankete pristupačniji je većem broju ispitanika i to u isto vrijeme. To znači da netko iz Australije anketu može rješavati u isto vrijeme kao i netko iz Hrvatske, što je također jedna od glavnih prednosti online anketa. Online anketom korištenom za ovo istraživanje prikupljeno je ukupno 299 odgovora od strane igrača *Simsa* iz ukupno 31 zemlje iz cijelog svijeta. Anketa je bila objavljena na društvenoj mreži Facebook unutar službenih zatvorenih grupa čija je tematika serijal videoigara *The Sims*, s naglaskom na posljednji nastavak *The Sims 4*. To su The Sims Global Community, The Sims 4 Gaming Community i The Sims (PS4). Sudjelovanje u istraživanju je bilo dobrovoljno i potpuno anonimno, a sama anketa je zbog velikog odaziva i dovoljnog broja prikupljenih odgovora za ispitanike bila otvorena samo jedan dan, od 20. do 21. ožujka 2018. godine.

Struktura ankete

Upitnik ovog istraživanja sastoji se od četiri dijela. Potrebno je ovdje ponovo naglasiti globalni karakter istraživanja, jer sama videoigra na hrvatskom teritoriju, kao što je već navedeno, nije dovoljno zastupljena. Pretpostavlja se da bi, da je istraživanje provedeno na nacionalnoj razini, uzorak bio premalen. Stoga se pitanja prvog dijela upitnika, kojima se žele prikupiti sociodemografske karakteristike ispitanika, odnose na sve zemlje svijeta u kojima je videoigra *The Sims 4* dostupna. Također, upitnik obuhvaća i pitanja koja se odnose na *Big Five* model, a kojim se dobivaju informacije o faktorima koji određuju strukturu osobnosti *gamera*. To je u ovome istraživanju vrlo važno zbog provjere hipoteza i donošenja konačnog zaključka vezanog uz korelaciju između osobnosti *gamera* i praksi koje oni koriste u videoigri. Anketa sadrži i pitanja o onim osobinama ličnosti igrača koje nisu obuhvaćene *Big Five* modelom, te ona koja daju okviran uvid u prakse i načine korištenja igre.

Prvi dio upitnika donosi pitanja sociodemografskog karaktera kako bi se dobili podaci o spolu, dobi, zemlji stanovanja, rasi, radnom i bračnom statusu te razini obrazovanja ispitanika, odnosno *gamera*. Dakle, ova pitanja daju okvirnu sliku i osnovne informacije o uzorku istraživanja, o kojem će više riječi biti kasnije.

Drugi dio upitnika obuhvaća *Big Five* model, odnosno pet osnovnih osobina ličnosti opisanih ranije u uvodnom dijelu: otvorenost, savjesnost, ekstraverziju, ugodnost te neuroticizam, kojima se želi opisati osobnost igrača *Simsa*. Svaka od dimenzija sadrži po šest varijabli od kojih tri određuju pozitivan ishod s obzirom na zadanu dimenziju, i preostale tri koje označuju negativan ishod. Kao što je ranije navedeno, osobine ličnosti koje čine ovaj model, predstavljaju opseg između dva različita ekstrema. Primjerice, osobina otvorenosti obuhvaća opseg između ekstremne otvorenosti i ekstremne zatvorenosti. Istovremeno, ugodnost obuhvaća opseg između ekstremne ugodnosti i ekstremne neugodnosti, odnosno nepristojnosti. U skladu sa zakonitostima ovog modela, na pitanja u ovome dijelu ispitanici odgovaraju označavanjem odgovora na skali od *uopće se ne slažem* do *slažem se u potpunosti*, ovisno o stupnju slaganja sa svakom pojedinom izjavom. Te izjave ujedno predstavljaju varijable koje su podijeljene prema pripadajućim dimenzijama ličnosti. Princip odgovaranja na ova pitanja prati metodu Likertove skale, odnosno ljestvice. „Likertova skala je psihometrijska skala kojom pokušavamo doznati stupanj slaganja, odnosno neslaganja ispitanika s nekom tvrdnjom na kontinuumu od apsolutno pozitivnog prema apsolutno negativnom stavu prema predmetu istraživačkog interesa“ (Perković, 2014). Dakle, ispitanici imaju ponuđenih pet odgovora: *uopće se ne slažem*, *ne slažem se*, *niti se slažem niti ne slažem*, *slažem se* i *slažem se u potpunosti*, te u ovisnosti o njihovim preferencijama, a u skladu s vlastitim osobinama ličnosti, biraju svoj odgovor.

Pitanja koja čine treći dio upitnika nose naziv *Value Survey*⁶, a postavljena su na isti način kao i pitanja *Big Five* modela. Ispitanici također imaju mogućnost označavanja odgovora od *uopće se ne slažem* do *slažem se u potpunosti* po principu Likertove ljestvice. Međutim, temeljna razlika je u osobinama koje se istražuju. Dok prethodna skupina pitanja daje informacije o intenzitetu neurotičnosti, ekstraverzije, pristojnosti, savjesnosti i otvorenosti, koje ujedno čine temelj osobnosti svakog pojedinca, ova pitanja istražuju i definiraju one karakteristike igrača koje nisu obuhvaćene prethodnim dijelom upitnika, a koje čine važan dio videoigre i mogu u velikoj mjeri utjecati na rezultate. To uključuje socijalnu, osobnu i emocionalnu inteligenciju, samoregulaciju i samokontrolu, originalnost i kreativnost, ljubav za učenjem, ljubaznost i velikodušnost, humor i zaigranost te liderstvo. Također, u odnosu na prethodnu skupinu pitanja, ovdje su navedena po dva faktora za pozitivan ili negativan ishod osobina, osim za osobinu socijalne, osobne i emocionalne inteligencije, kod

⁶ Values in Action [VIA]: Peterson & Seligman, 2004. Dostupno na: <https://ipip.ori.org/>. Posjećeno 20. ožujka 2018.

koje su zbog autorove koncepcije i originalnih skala, navedena po tri faktora za pozitivan ishod, a samo jedan za negativan.

Posljednja skupina anketnih pitanja, odnosi se na konkretna ponašanja, načine i prakse koji su obuhvaćeni unutar videoigre *The Sims 4*, a koje *gamer*, odnosno ispitanik, najčešće upotrebljava tijekom igre. Ovaj dio upitnika posebno je zbog lakšeg snalaženja podijeljen na tri zasebna dijela. Prvi dio se odnosi na tzv. *traitove*, odnosno osobine ličnosti *Simljana*. Drugi dio obuhvaća karijere i vrste ponuđenih poslova za *Simse*. Posljednji dio četvrtog dijela upitnika sadrži sve ostale prakse koje je moguće upotrebljavati unutar igre, što uključuje odabir fizičkog izgleda i stila *Simljana*, socijalni život *Simljana*, stil uređenja njihovog stambenog prostora, *modove*, odnosno tzv. *custom content* koji je moguće „ugraditi“ u originalnu igru, preferencije s obzirom na ruralni ili urbani način života, sklonost sportu, preferencije s obzirom na određeni glazbeni žanr, sklonost mračnom svijetu vampira, izlascima u kafiće i klubove te naposljetku, sklonost različitim rasama *Simljana* ili samo vlastitoj rasi. Treba napomenuti da se sve navedene prakse odnose isključivo na virtualne ljude koje stvarni igrači izrađuju unutar videoigre.

Metoda analize podataka

Prvi dio upitnika, koji sadrži sociodemografske podatke o ispitanicima, analiziran je grafičkim prikazima na temelju kojih su dobiveni podaci uneseni u Tablicu 1 koja će biti prikazana u sljedećem podnaslovu. Zbog jednostavnije analize i prevelikog broja dobivenih odgovora, pitanje koje sadrži popis zastupljenih država iznimno je analizirano pomoću programa SPSS Statistics 23.0 kako bi se dobio točan postotak prisutnih zemalja. Također, zbog kvantitativnog tipa istraživanja prije same analize bilo je potrebno dobivene tekstualne podatke drugog i trećeg dijela upitnika pretvoriti u brojeve jer kao što i Punch smatra, „kvantitativni podaci su podaci u formi brojeva“ (2014 : 11). To se uglavnom odnosi na pitanja o Pet velikih ličnosti te pitanja o ostalim ličnostima koje nisu zastupljene modelom Pet velikih. Nakon dobivenih brojčanih podataka isti su analizirani u programu SPSS Statistics 23.0. Pritom je najprije korišten Cronbachov alfa, mjera koja pokazuje mjere li svi zadani faktori doista istu dimenziju. Kao što je ranije opisano, ti dijelovi upitnika obuhvaćaju određen broj faktora za svaku pojedinu ličnost (dimenziju), a koje je prije provjere korelacija

bilo potrebno sažeti u zasebne nove varijable koje nose nazive tih ličnosti⁷. Zatim se provjerava intenzitet korelacije između varijabli u skladu s prethodno postavljenim hipotezama. Treba napomenuti da zbog preniske vrijednosti Cronbachovog alfa program nije bio u mogućnosti izraditi nove varijable za osobinu samoregulacije i samokontrole te ljubavi prema učenju, zbog čega rezultati za njih neće biti interpretirani.

Uzorak

Za ovo istraživanje korišten je pogodni uzorak kojim se ispituju pojedinci koji su dostupni istraživaču u nekom trenutku. U ovome slučaju to su bili pojedinci koji su članovi grupa u koje je bio poslan upitnik i koji su se dobrovoljno odazvali istraživanju. Iako ne za poopćavanje, dovoljan je za uvid u dinamiku odnosa osobina ličnosti igrača i njihovih navika igranja igre. Važno je napomenuti da ovdje dob ispitanika nije bila strogo određena jer dozna granica za igranje videoigara zapravo i ne postoji, iako je prisutna pretpostavka da će većinu ispitanika činiti mlađa populacija. Pitanja sociodemografskog tipa, koja čine prvi dio anketnog upitnika, ujedno daju okvirnu sliku i karakteristike zadanog uzorka. Rezultati dobiveni ovim dijelom ankete prikazani su u Tablici 1.

⁷ Varijable koje u istraživanju čine dimenzije ličnosti u **Big Five - Neuroticizam**: Lako se razljutim. / Lako se uznemirim. / Često mijenjam raspoloženja. / Rijetko se uznemirim. / Držim emocije pod kontrolom. / Nije me lako iznervirati. /

Ugodnost: Suosjećam s tuđim emocijama. / Volim činiti stvari za druge. / Zanima me što se događa u životima drugih. / Ne zanimaju me tuđi problemi. / Nemam vremena za druge. / Nemam emotivnu stranu. /

Savjesnost: Završim ono što započnem. / Brzo izvršavam obaveze. / Uvijek znam što radim. / Tratim svoje vrijeme. / Često pokvarim stvari. / Lako mi se odvlači pažnja. /

Ekstraverzija: Lako sklapam prijateljstva. / Dobro se zabavljam. / Mnogo se smijem. / Teško me upoznati. / Držim druge ljude na distanci. / Otkrivam malo toga o sebi. /

Otvorenost: Uživam u prirodi. / Vjerujem u važnost umjetnosti. / Volim se reflektirati na stvari. / Ne volim poeziju. / Rijetko se izgubim u mislima. / Rijetko sanjarim. /

Varijable koje u istraživanju čine dimenzije ličnosti u **Value Survey – Socijalna/Osobna/Emocionalna inteligencija**: Dobro se slažem s ljudima koje tek upoznam. / Lako mogu osjetiti što drugi osjećaju. / Znam što trebam reći da bi se drugi osjećali dobro. / Ne znam se snaći u novoj socijalnoj situaciji. /

Samoregulacija/Samokontrola: Rado jedem zdravu hranu. / Visoko sam disciplinirana osoba. / Ne vježbam na dnevnoj bazi. / Ne mogu se suzdržati ako u blizini vidim slatkiše ili kolače. /

Originalnost/Kreativnost: Sposoban sam iznositi svoje nove i drugačije ideje. / Imam veću maštu od svojih prijatelja. / Ne odlikuje me originalnost. / Mislim da nemam novih i drugačijih ideja. /

Ljubav za učenjem: Stalno čitam. / Ako nešto želim znati, odmah konzultiram knjižnicu ili Internet. / Ne volim učiti nove stvari. / Ne volim posjećivati muzeje. /

Ljubaznost/Velikodušnost: Nikad nisam prezauset da ne bih pomogao prijatelju. / Volim činiti druge ljude sretnima. / Ne radim drugima usluge. / Ljubazan sam prema drugima samo ako su i oni prema meni. /

Humor/Razigranost: Uvijek se smijem kako bih uljepšao drugima dan. / Pokušavam se zabaviti u svim situacijama. / Nisam poznat po svojem humoru. / Nije zabavno družiti se sa mnom. /

Liderstvo/Rukovodstvo: Pomažem drugima da dobro rade zajedno. / Pokušavam učiniti članove svoje grupe sretnima. / Teško okupljam ljude da rade zajedno. / Nisam dobar u planiranju grupnih aktivnosti. /

Tablica 1: Struktura uzorka prema sociodemografskim pokazateljima

		N	%	
Spol	Muško	24	8	
	Žensko	268	89,6	
	Drugo	7	2,3	
Dob	Ispod 18	42	14	
	18-24	129	43,1	
	25-34	87	29,1	
	35-44	27	9	
	45-54	10	3,3	
	55-64	3	1	
	65+	1	0,3	
	Etnicitet	Bijelac	217	72,8
		Latino	13	4,4
Crnac ili Afroamerikanac		19	6,4	
Izvorni Amerikanac ili Amerikanac Indijac		5	1,7	
Azijat ili pacifski otočar		15	5	
Drugo		29	9,7	
Radni status		Zaposlen	117	39,3
	Samozaposlen	15	5	
	Nezaposlen	20	6,7	
	Kućanica	30	10,1	
	Student	90	30,2	
	Vojska	1	0,3	
	Umirovljen	2	0,7	
	Radno nesposoban	17	5,7	
	Drugo	6	2	
	Bračni status	Samac/nikad u braku	120	40,3
U braku		61	20,5	
U vezi		106	35,6	
Udovac/ica		0	0	
Rastavljen/a		5	1,7	

Razina obrazovanja

Odvojeni partneri	5	1,7
Drugo	1	0,3
Nezavršeno školovanje	18	6
Od vrtića do 8. razreda	6	2
Nešto srednje škole (nezavršeno)	35	11,7
Završena srednja škola, diploma ili ekvivalent (npr. GED)	74	24,7
Nešto fakulteta (nezavršeno)	67	22,4
Trgovačka, tehnička, strukovna obuka	24	8
Školska sprema (<i>Associate degree</i>)	22	7,4
Prvostupnička razina	40	13,4
Magistarska razina	10	3,3
Profesionalna razina (<i>Professional degree</i>)	3	1
Doktorska razina	0	0

Prema rezultatima iz Tablice 1, postoji velik interes žena za videoigru *The Sims 4*. Čak 89,6 % ispitanika čine žene, dok se anketi odazvalo svega 8 % muškaraca. Ovim rezultatom potvrđuju se rodni stereotipi vezani uz podjelu računalnih igara i videoigara na one muške i ženske. „Suvremena istraživanja *gamerske* populacije naslonjena na mapiranje njezinih sociodemografskih karakteristika ukazuju na konzistentne trendove, odnosno razlike u intenzitetu i žanrovskim preferencijama s obzirom na spol i dob“ (Krolo, 2015 : 28). Prema tome, općeprihvaćen je stereotip da je videoigrama simulacije života poput videoigre *The Sims 4* uvijek skloniji ženski spol, što je također potvrđeno i u radu autorice Hanne Eline Wirman. „Računalna igra *The Sims 2* predstavlja jedinstven slučaj za istraživanja ženskih *gamerskih* identiteta, jer je i iznimno popularan među ženama te individualiziran temom i strukturom koje se shvaćaju „ženskim“ (Wirman, 2011 : 3). Međutim, ovdje u obzir treba uzeti moguć manjak motivacije kod muške populacije prilikom popunjavanja ovakvih anketa jer najveći postotak upitnika korištenog u ovom istraživanju čine pitanja koja daju informacije o osjećajima i dubljim razmišljanjima ispitanika koja su vezana za njihovu osobnost.

Muškarce se u društvenom kontekstu više veže uz grubost i čvrst karakter, nego uz pokazivanje osjećaja, što može biti razlog ovakvom rezultatu.

Tablica 1 također pokazuje da najviše ispitanika, njih 43,1 %, ima između 18 i 24 godine. Druga po redu je dobna skupina između 25 i 34 godine. Zanimljiv je, ali i očekivan rezultat, da je samo jedan ispitanik označio 65+ kao svoju dobnu skupinu. U kontekstu videoigara općenito postoje stereotipi o društveno prihvatljivoj dobi *gamera* koji nisu nužno točni, jer se dobna granica u tom smislu posljednjih godina sve više povećava, pa se može pretpostaviti da bi ovaj rezultat za nekoliko godina pokazao drugačiju situaciju, odnosno veći broj osoba 65+ dobi.

Na pitanje o rasi čak 72,8 % ispitanika je odgovorilo da pripada bjelačkoj rasi. Na drugome mjestu nalaze se ispitanici koji su označili *Other* kao svoj odgovor, po čemu se može zaključiti da se radi o osobama miješane rase, dok su na trećem mjestu pripadnici crne rase ili Afroamerikanci.

Već je ranije navedeno da većina ispitanika ima između 18 i 24 godine, dok se na drugom mjestu nalaze ispitanici koji imaju između 25 i 34 godine. Prema tome, očekivan je rezultat prikazan u Tablici 1 da je 39,3 % ispitanika zaposleno, a 30,2 % njih studira jer te dvije skupine najbolje odgovaraju najzastupljenijim dobnim granicama. Moglo bi se reći da zaposlenim osobama, jednako kao i studentima, *Simsi* služe kao metoda za opuštanje između svih obaveza koje imaju.

Tablica 1 prikazuje da većina igrača videoigre *The Sims 4* nije u braku niti ima partnera. Moglo bi se reći da ti ispitanici nemaju sve one obaveze koje imaju zauzeti ispitanici te tako imaju više slobodnog vremena koje mogu provesti za računalom. Unatoč tome čak 35,6 % ispitanika koji igraju *Simse* su u vezi. Dobiveni podatak može biti rezultat zajedničkih interesa između partnera kada se radi o *Simsima*. Obostran interes za virtualni svijet, neovisno o kojoj videoigri se radilo, općenito pozitivno utječe na uspješan odnos s partnerom, ali i na vlastitu slobodu kada se radi o hobijima i slobodnom vremenu.

Što se tiče obrazovnog statusa, odnosno razine završenog školovanja, dva rezultata su značajna. Najviše ispitanika, njih 24,7 % je završilo srednju školu, a 22,4 % je prekinulo studij. Ovi podaci se tako poklapaju s dobi ispitanika što znači da populaciju *gamera* videoigre *The Sims 4* čine uglavnom mlađe generacije u rasponu od 18 do 24 godine, što je i očekivan rezultat. Pretpostavimo da se u toj skupini nalaze oni koji su završili srednju školu,

oni koji su nastavili školovanje na fakultetskoj razini, oni koji su napustili fakultet i zaposlili se te oni koji su započeli karijeru odmah po završetku srednjoškolskog obrazovanja. Treba napomenuti da ovi podaci mogu varirati od države do države, ovisno o političkom, ekonomskom i društvenom uređenju države, s obzirom da svaka zemlja pruža drugačije mogućnosti i životne uvjete svojim građanima.

Tablica 2: Zastupljenost država

DRŽAVA	POSTOTAK %	N
SAD	55,50	166
Australija	8,40	25
Ujedinjeno Kraljevstvo	8	24
Kanada	3,70	11
Novi Zeland	2	6
Hrvatska	0,70	2
Bosna i Hercegovina	0,30	1
Slovenija	0,30	1

Tablica 2 prikazuje najrelevantnije rezultate vezane za sudjelovanje država u anketnom dijelu istraživanja. Prikazani su postoci sudjelovanja pet najzastupljenijih zemalja. Ispod toga se nalaze podaci o zemljama naše regije. S obzirom da je videoigra razvijena u Sjedinjenim Američkim Državama prije gotovo 18 godina, očekivano je bilo da će najveći interes za ovakvu temu istraživanja i ankete pokazati upravo američki dio populacije. Čak 55,5 % ispitanika, njih 166, su državljani SAD-a i ujedno najaktivniji i najzastupljeniji *gameri* u službenim Facebook grupama videoigre *The Sims* u kojima je anketa bila i objavljena. Prema tome, ova videoigra ujedno je i najraširenija upravo u SAD-u. U Tablici 2 može se vidjeti veliko odstupanje od SAD-a gdje Australija i zemlje Ujedinjenog Kraljevstva zauzimaju svega 8,4 i 8 % od ukupnog broja ispitanika. Slijede ih Kanada s 3,7 % i Novi Zeland sa samo 2 % ispitanika. S obzirom da je anketa provedena na engleskom, to može biti razlog zašto rezultati pokazuju najveću zastupljenost država s engleskog govornog područja. Također, s obzirom da u Facebook grupama, u kojima je anketa bila objavljena, prevladava komunikacija na engleskom jeziku, ovakav rezultat je očekivan.

Što se tiče regije u kojoj se nalazi Hrvatska, radi se o zanemarivoj zastupljenosti, kao što je bilo i očekivano. Svega dvoje ispitanika bilo je iz Hrvatske te po jedan iz Bosne i

Hercegovine i Slovenije. Ovaj nalaz potvrđuje opasnost od nevjerodostojnih rezultata koji bi se dogodili da je istraživanje provedeno samo na nacionalnoj razini. Hrvatska zaostaje za američkim tržištem pa se na temelju ovog rezultata može reći da je zaostala i kada se govori o svijetu videoigara jer mnoštvo istih u Hrvatskoj je teško dostupno. Što se tiče videoigre *The Sims*, ona je još uvijek najdostupnija u SAD-u, a zbog činjenice da je SAD zemlja porijekla ove igre, ista u nekim djelovima svijeta vjerojatno nije još dovoljno promovirana.

Problemi, ograničenja i etički aspekti istraživanja

Iako je objektivnost jedna od glavnih karakteristika kvantitativnih istraživanja, pristranost i subjektivan stav istraživača mogu ovdje predstavljati problem. Uz to, prilikom provedbe ankete uvijek postoji opasnost od slabog odaziva ispitanika, što može biti posljedica nedostatka interesa za temu, predugačkog upitnika ili nekih tehničkih poteškoća, posebno jer se anketa provodi internetskim putem, pri čemu dostupnost i internetska veza ne moraju nužno biti jednaki u svim zemljama svijeta. Osim toga, uspješnoj provedbi online ankete prijete i „potpuna nemogućnost kontroliranja anketne situacije“ (Lamza Posavec, 2004 : 79). Također, kod kvantitativnog tipa istraživanja uvijek se može javiti problem prevelikog broja podataka s kojima je teže raditi i pravilno ih analizirati, a samim time i rezultati postaju nevjerodostojni čime se otežava generaliziranje, tj. poopćavanje na određenu društvenu skupinu.

INTERPRETACIJA REZULTATA

Provjera hipoteza

Tablica 3 prikazuje vrijednosti Pearsonovog koeficijenta za svaku kombinaciju osobine ličnosti i prakse iz videoigre koja se nalazi u prethodno postavljenim hipotezama. U redovima se nalaze osobine ličnosti, a u stupcima elementi videoigre. Ispod tablice nalazi se bilješka s podatkom o veličini uzorka. Uz to, navedena su i pravila za provjeru hipoteza: ukoliko je program pokazao p vrijednost manju od 0,05, odnosno od 0,01, veza je bila statistički značajna.

Tablica 3: Korelacija između varijabli

		1	2	3	4	5	6	7
		Ekstraverzija	Neuroticizam	Otvorenost	Kreativnost	Ljubaznost	Liderstvo	Humor
1	Kreativan			0,30**				
2	Veseo					0,05		
3	Ambiciozan						0,19**	
4	Društven	0,21**						
5	Šaljiv							0,12*
6	Lud		0,04					
7	Slikar				0,1			
8	Zabavljač							0,01
9	Negativni modovi		0,19**					
10	Šarolik stil				0,11			

Note. $N=299$. * $p < .05$; ** $p < .01$

Prva postavljena hipoteza odnosi se na *gamere* ekstroverte. Pritom se pretpostavlja da će se njihova takva osobnost reflektirati na karakter njihovih Simsa, te da će oni tako imati jednu od najekstrovertiranijih osobina ličnosti u igri – društvenost. Istraživanje je pokazalo da su rezultati korelacije ekstrovertiranosti kod *gamera* i osobine društvenosti kod *Simsa* statistički značajni. Pritom je Pearsonov koeficijent pozitivan (0,21), što znači da je i veza između navedenih varijabli također pozitivna, ali i slaba. Na temelju navedenog, može se reći da postoji određena mogućnost da će igrač ekstrovert odabrati osobinu društvenosti za svojeg *Sima*⁸. Ovim rezultatom potvrđena je prva hipoteza. Dakle, što je igrač ekstrovertiranija osoba, to postoji veća mogućnost da će *Simu* dati osobinu društvenosti. Vrijedi i obrnuto, što je igrač veći introvert, to je veća vjerojatnost da neće *Simsima* davati društvene osobine.

Ranije je navedeno da negativni *modovi* u ovome istraživanju označavaju prakse koje igračima nude različite negativne opcije poput ubojstva, maloljetničke trudnoće i sl. što u originalnoj igri nije mogućnost. Pretpostavlja se da će neurotične, emocionalno nezrele osobe sklone ljutnji, svađama i zlim namjerama rado ubacivati negativne *modove* u svoju igru jer takve prakse potencijalno reflektiraju njihovu vlastitu osobnost. Rezultati korelacije neurotičnosti i negativnih *modova* su statistički značajni. U Tablici 3 nalazi se Pearsonov koeficijent koji je pozitivan (0,19) što znači da je veza između neurotičnosti i negativnih *modova* također pozitivna, ali i vrlo slaba. Navedenim rezultatom je potvrđena i druga hipoteza. Prema tome, s emocionalnom nezrelošću *gamera* raste i mogućnost da će on svoju *Sims* igru pretvoriti u „leglo kriminala“. Istovremeno, rastom emocionalne zrelosti kod igrača raste i vjerojatnost da on neće u svoju igru ubacivati negativne *modove*.

Otvorenost u kontekstu ovog istraživanja predstavlja osobinu ličnosti koja je jednaka otvorenosti uma i pojačanom intelektu. To znači da je umjetnost velik dio života osobe koja se smatra i prikazuje otvorenom. U skladu s time, *gamer* koji ima navedenu osobinu ličnosti će prema trećoj hipotezi često činiti svojeg *Sima* kreativnim. Istraživanje pokazuje statistički značajan rezultat korelacije između otvorenosti igrača i kreativnog *Sima*. Pearsonov koeficijent za ovu kombinaciju pokazuje pozitivnu vrijednost (0,30) te se može reći da je i veza pozitivna. Između otvorenosti *gamera* i kreativnosti *Sima* postoji slaba do srednje jaka veza. Navedenim rezultatom potvrđena je treća hipoteza te se stoga može reći da rastom otvorenosti, odnosno intelekta kod igrača, raste i vjerojatnost da će takav igrač *Simse* često

⁸ *Sim*, jd.; stanovnik virtualnog grada u videoigri *The Sims*

činiti kreativnim. Istovremeno, padom otvorenosti igrača pada i vjerojatnost da će *Simsima* udijeliti kreativnu osobinu ličnosti.

Sljedeća hipoteza govori o tome da će kreativan igrač najradije birati karijeru slikara za svojeg *Sima*. Pretpostavimo da će igrač vlastitu sklonost umjetnosti i glazbi reflektirati u igri u obliku karijere koju će odabrati za *Sima* te će tako od njega napraviti poznatog slikara. Međutim, rezultati korelacije između kreativnosti koja je osobina ličnosti igrača i *Sima* slikara nisu statistički značajni prema dobivenim vrijednostima, te stoga ne možemo ništa zaključiti o povezanosti tih dviju varijabli. Ovakav nalaz bio je neočekivan, jer jednako kao što igrači otvorenog uma žele učiniti svoje *Simse* kreativnim, tako se može očekivati i da će kreativni igrači htjeti kontrolirati virtualnog slikara u igri. Četvrta hipoteza je tako opovrgnuta.

Trait veseo, odnosno raspoložen, u igri odlikuje onog *Sima* koji je uvijek dobre volje i teško pada u depresiju ili se predaje negativnoj energiji. Pretpostavka je da će tu osobinu *Simu* udijeliti onaj igrač koji je velikodušan i ljubazan prema svojoj okolini. Pritom rezultati korelacije osobine veseo kod *Simsa* i velikodušnosti i ljubaznosti *gamera* također nisu statistički značajni te ne možemo ništa zbog toga zaključiti o njihovoj povezanosti. Ponovo se događa situacija kao i s prethodnom hipotezom te je i ova hipoteza poništena jer ne daje nikakvu informaciju o povezanosti ove dvije varijable. Očekivano bi bilo da osoba koja neprestano zrači pozitivnom energijom želi *Sima* učiniti jednako takvim.

U stvarnom svijetu liderstvo je osobina koja krase velike biznismene koji posjeduju veliko materijalno bogatstvo. Može se reći da je ta karakteristika sinonim za ambicioznost, bez koje ti isti biznismeni nikada ne bi bili na poziciji na kojoj se nalaze. Pretpostavimo da će *gamer* kojeg odlikuje osobina liderstva i osjećaja za predvođenje bilo kakvih grupnih projekata često birati ambicioznost kao jedan od glavnih *traitova* za *Simse*. Analizom podataka dobili smo rezultate korelacije između liderstva kod igrača i ambicioznosti kod *Simsa* koji su statistički značajni pri čemu je Pearsonov koeficijent pozitivan (0,19) kao i veza između navedenih varijabli. Veza je slaba, ali hipoteza je potvrđena. U skladu s tim, rastom osobine liderstva kod *gamera* raste i vjerojatnost da će on *Simse* u igri učiniti jednako ambicioznima kako bi imali dovoljno motivacije da izgrade velik dom, uspješnu karijeru te steknu veliko bogatstvo. Također, padom liderstva kod igrača pada i vjerojatnost da će *Sima* učiniti ambicioznim.

Očekivano je da će *gameri* koji imaju dobar smisao za humor te su skloni šalama i neozbiljnim razgovorima, za svojeg *Sima* birati karijeru zabavljača koji u igri nakon određenog broja promocija ima mogućnost odabira između karijere komičara i glazbenika.

Rezultati korelacije između humorističnih igrača i karijere zabavljača, odnosno komičara ili glazbenika nisu statistički značajni te zbog toga ne možemo ništa zaključiti o povezanosti te dvije varijable. Ovaj nalaz je neočekivan jer osobe sklone prepričavanju šala i u stvarnosti obično završavaju kao javne osobe koje se bave stand-up komedijom, glazbom i sličnim zanimanjima. Ova hipoteza je u ovom istraživanju također opovrgnuta.

Sljedeća hipoteza pretpostavlja da neurotični igrači, osim negativnih *modova*, žele u igru ubaciti i „lude“ *Simse*. Ludost je osobina ličnosti koja odlikuje onog *Sima* koji ima određeni psihički poremećaj, ne osjeća sram i sklon je radnjama koje *Simsima* u njegovoj okolini nisu uobičajene. Međutim, rezultati korelacije između emocionalne nezrelosti i *trajta* ludosti zbog dobivenih vrijednosti nisu statistički značajni te se niti ovdje ne može ništa zaključiti o njihovoj vezi. Ponovo dobivamo iznenađujuć nalaz o odnosu odabranih varijabli te još jednu poništenu hipotezu.

Šaljivost se odnosi na osobe koje su smiješne, naivne i sklone pričanju šala te zadirkivanju drugih. Ta osobina, kao u virtualnom svijetu, tako i u stvarnom, nije nužno poželjna jer često puta u obje situacije odlikuje iritantnu osobu. Pretposljednja hipoteza pretpostavlja da će humoristični i šaljivi igrači rado činiti svoje *Simse* jednako takvim. Rezultati korelacije između osobine šaljivosti za *Sima* i razigranog karaktera igrača su statistički značajni. Za ovu kombinaciju Pearsonov koeficijent je pozitivan (0,12) pa je stoga pozitivna i veza između varijabli, ali je i slaba. Može se reći da je deveta hipoteza potvrđena i da rastom humora kod igrača raste i mogućnost da će on *Simu* udijeliti osobinu šaljivosti kao sastavni dio njegovog karaktera.

Posljednja hipoteza ovog istraživanja pretpostavlja da kreativni igrači u stvarnosti imaju stil odijevanja i fizički izgled koji temelje na širokom spektru boja koji zatim žele reflektirati na svoje *Simse*. Međutim, rezultati korelacije tih dviju varijabli nisu statistički značajni te se stoga ne može ništa zaključiti o njihovoj povezanosti. Ovo je još jedan neočekivan rezultat jer je veza između kreativnosti, koju općenito karakterizira šarolikost, i jednako šarolikog stila *Sima*, itekako očekivana. Ova hipoteza također je opovrgnuta.

Nakon temeljite provjere hipoteza, primjetan je izjednačen broj potvrđenih i opovrgnutih hipoteza. Većina poništenih hipoteza iznenađuje jer većina tih kombinacija direktno asocira na reflektiranje zadanih osobina ličnosti igrača na igru *The Sims 4*. Iako pet potvrđenih hipoteza ukazuje na postojanje određene povezanosti između varijabli, ta veza nije snažna već uglavnom vrlo slaba.

Ostali značajni rezultati korelacije između osobina ličnosti i elemenata igre

U Tablici 4 nalaze se preostale značajne korelacije između osobina ličnosti igrača i praksi iz videoigre *The Sims 4*, a koje pridonose rezultatima ovog istraživanja te nisu zastupljene u prethodno analiziranim hipotezama. U redovima se nalazi šesnaest elemenata videoigre *The Sims 4*, a u stupcima određene osobine ličnosti. Prikazane vrijednosti, jednako kao i u Tablici 3 predstavljaju Pearsonov koeficijent koji određuje snagu veze između varijabli, pod uvjetom da je p vrijednost manja od 0,05, odnosno 0,01. Uz to je naveden i uzorak od 299 ispitanika. Čelije u kojima se nalazi točka znače da rezultati korelacije za tu kombinaciju nisu bili statistički značajni, te zbog toga oni neće biti interpretirani u nastavku rada.

Tablica 4: Ostale značajne korelacije između varijabli

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		Ugodnost	Savjesnost	Neuroticizam	Ekstraverzija	Otvorenost	Kreativnost	Ljubaznost	Humor	Liderstvo	Emocionalna inteligencija
1	Zao	-0,15*	-0,14*
2	Suzdržan	.	-0,13*	0,13*
3	Osamljenik	.	-0,17**	.	-0,25**	.	.	.	-0,17**	-0,21**	-0,17**
4	Liječnik	.	0,15**
5	Znanstvenik	0,14*
6	Tradicionalni domovi	0,25**	.	-0,15**	0,16**	0,24**	.	.	.	0,14*	-0,15**
7	Romantične veze	0,19**	.	.	0,17**	0,12*	.	0,12*	.	.	0,13*
8	Uspješne karijere	0,17**	0,16**	0,16**
9	Različiti etniciteti	.	-0,13*	.	.	0,24**	0,17**
10	Mračni stil	.	-0,15**	0,16**	.	0,14*
11	Pozitivni modovi	.	.	0,15*
12	Alternativna glazba	0,20**	0,13*
13	Pop glazba	0,15**	.	0,13*	0,12*	0,14*	.
14	Male obitelji	0,17**
15	Moderni domovi	0,15*	.
16	Gradski život	0,22**	.

Note. $N=299$. * $p < .05$; ** $p < .01$

Ugodnost je jedna od pet dimenzija obuhvaćenih modelom Pet velikih ličnosti. Analiza korelacije pokazala je četiri statistički značajna rezultata za ovu osobinu. Rezultati korelacije između ove dimenzije i osobine zao koja se može dodjeljivati *Simsima* su statistički značajni. Pearsonov koeficijent za ovu kombinaciju je negativan (-0,15) pa je stoga i veza između navedenih varijabli negativna, a s obzirom na vrijednost u Tablici 4 ona je i vrlo slaba. To bi značilo da se rastom ugodnosti kod igrača smanjuju mogućnosti da će on *Simse* činiti zlima. Jednako tako, porastom učestalosti korištenja *traita* zao u igri ukazuje na smanjenje ugodnosti kod igrača. Također, i rezultati korelacije ugodnosti i gradnje tradicionalnih obiteljskih domova u igri su statistički značajni. Ovdje je Pearsonov koeficijent pozitivan (0,25) pa je i veza između varijabli pozitivna i slaba. Prema tome, može se reći da rastom ugodnosti kod igrača raste i vjerojatnost da će on u igri graditi tradicionalno uređene domove. Sljedeći element igre koji pokazuje povezanost s ugodnošću igrača jesu uspješne romantične veze. I ovdje su rezultati korelacije bili statistički značajni. Koeficijent je ponovo pozitivan (0,19) zbog čega je i veza pozitivna, ali i slaba. U skladu s time, veći intenzitet ugodnosti kod igrača znači i porast pažnje koju igrač pridodaje romantičnim vezama u igri. Posljednji element igre koji je pokazao određenu vezu s ugodnošću jest uspješna karijera. Kao što prikazuje Tablica 4, Pearsonov koeficijent za ovu kombinaciju je pozitivan (0,17), kao i veza koja je ujedno i vrlo slaba. Kako raste intenzitet ugodnosti kod igrača, tako raste i intenzitet pažnje koju taj isti igrač pridodaje izgradnji što uspješnije karijere za *Simse*. Ova situacija ukazuje na blagu kontradiktornost i zanimljiv nalaz. Naime, obično u stvarnosti, ali i unutar same videoigre, *Simsi* koji su usmjereni na svoju karijeru najčešće nemaju sreće u ljubavnim vezama, kao niti u društvenim odnosima općenito. Nasilno i namjerno poticanje igrača da njegov *Sim* mora imati i uspješnu karijeru i uspješan socijalni život obično rezultira njegovim umorom i napetošću, što može biti i jedan od uzroka smrti u ovoj videoigri.

Rezultati su za osobinu savjesnosti, također jedne od pet glavnih dimenzija modela Pet velikih ličnosti, pokazali vezu s čak šest praksi iz videoigre *The Sims 4*. Naime, rezultat korelacije između savjesnosti i osobine zao pokazuje statističku značajnost. Koeficijent je negativan (-0,14) kao i veza između tih varijabli. Veza je slaba, ali unatoč tome ukazuje da se porastom savjesnosti kod igrača očekivano smanjuje vjerojatnost da će on *Sima* učiniti zlim. Vrijedi i obrnuto, čestim korištenjem osobine zao smanjuje se intenzitet savjesnosti kod igrača. Sljedeća praksa koja pokazuje vezu s navedenom osobinom jest osobina ličnosti suzdržan koja se također može dodijeliti *Simsima*. Suzdržanost opisuje one *Simse* koji nisu u stanju ili ne žele biti u ljubavnim vezama ili braku te se ne izlažu takvim situacijama.

Rezultati korelacije ovih dviju varijabli statistički su značajni. Koeficijent za ovu kombinaciju je negativan (-0,13), a veza negativna i slaba. S obzirom na navedeno, može se reći da porast savjesnosti kod igrača ujedno znači i smanjenu vjerojatnost da će igrač oduzeti svojem *Simu* mogućnost da se veže. Istovremeno učestalo korištenje te osobine u igri upućuje na nesavjesnog igrača. Osamljenik je osobina koja također pokazuje određenu vezu sa savjesnošću. Rezultati korelacije i ovdje su statistički značajni. Pritom Pearsonov koeficijent ima ponovo negativan iznos (-0,17) zbog čega je i veza negativna te izrazito slaba. Kako osamljenik opisuje onog *Sima* koji izbjegava interakciju s drugim *Simsima* i nastoji vrijeme provoditi uglavnom sam, može se reći da što češće igrač koristi ovu osobinu to je manje savjestan. Isto tako, porast savjesnosti kod igrača označava rijetku upotrebu ove osobine kod izrade osobnosti *Simsa*. Karijera liječnika jedini je element igre koji pokazuje pozitivnu, ali slabu vezu sa savjesnošću igrača. Dakle, rezultati korelacije tih varijabli statistički su značajni, te je koeficijent pozitivan (0,15) kao i veza. Ovaj nalaz je posebno očekivan jer savjesnost kao u stvarnosti, tako i u videoigri treba biti odlika svakog kvalitetnog liječnika. Ono što iznenađuje jest negativna i slaba veza između različitih etniciteta prilikom izrade *Simsa* i osobine savjesnosti. Rezultat korelacije tih varijabli je također statistički značajan, a koeficijent negativan (-0,13) kao i veza. Prema tome, igrač koji je savjestan odabrat će svoj prioritetan etnicitet za *Sima*. Istovremeno igrač koji izrađuje *Simse* različitih etniciteta, ili uopće ne razmišlja o tome tijekom igre, će vjerojatno biti manje savjestan. Logičniji i očekivaniji rezultat bila bi pozitivna veza između ovih varijabli. Posljednji element igre koji pokazuje određenu vezu sa savjesnošću jest mračni stil. Rezultati korelacije između savjesnosti igrača i mračnog stila *Simsa* su statistički značajni. Pearsonov koeficijent ovdje ima negativnu vrijednost (-0,15), pa je stoga veza negativna i slaba. Iz toga proizlazi da će savjesni igrači rjeđe svoje *Simse* uređivati u mračnom stilu, te također oni igrači koji često to čine vjerojatno nisu savjesni.

Neuroticizam, koji također pripada Pet velikih ličnosti, je već bio zastupljen prilikom provjere hipoteza, kada se istraživala njegova veza s *traitom* ludosti te s negativnim *modovima*. Tada su rezultati korelacije s negativnim *modovima* pokazali statističku značajnost, dok veza između neuroticizma i osobine ludosti nije postojala. Ovdje rezultati korelacije pokazuju statističku značajnost između neuroticizma i još četiri prakse unutar videoigre. Tablica pokazuje pozitivan (0,13) koeficijent te pozitivnu i izrazito slabu vezu između neurotičnosti i *traita* suzdržan. Prema tome, izražena neurotičnost kod igrača, odnosno emocionalna nezrelost istovremeno znači i porast vjerojatnosti da će takve osobe

češće upotrebljavati navedeni *trait*. Uz to, rezultati korelacije između neurotičnosti i gradnje tradicionalnih domova u igri također su bili statistički značajni. Naime, Pearsonov koeficijent u Tablici je negativan (-0,15) što znači da je i veza negativna i vrlo slaba. *Gameri* koji su neurotični lošije reagiraju na stresore iz okoline te će prema tome osobe izraženih takvih osobina manje pokazivati interes za izgradnju virtualnih domova tradicionalnog stila. Istovremeno oni *gameri* koji često to čine vjerojatno bolje reagiraju na stres i nisu toliko neurotični. Zanimljiv rezultat je korelacija između neurotičnosti i mračnog stila na *Simsima*. Tablica 4 pokazuje pozitivnu (0,16) vrijednost koeficijenta, zbog čega je veza slaba i pozitivna. Može se reći da izražena neurotičnost kod igrača znači da će on češće svojim virtualnim ljudima davati mračniji stil odijevanja. Pretpostavimo da te osobe kriju emocionalnu nezrelost, sklonost devijantnom ponašanju i mogućim psihičkim poremećajima poput depresije ili anksioznosti. Ovaj rezultat potvrđuje stereotipe vezane za ljude mračnog fizičkog stila koji najčešće slušaju ekstremnu glazbu, pohode isto takve koncerte, druže se s osobama sličnih karakteristika te u očima okoline ne predstavljaju ono „normalno“. Naravno, navedeni stereotip nije nužno istinit. Potpuno drugačiji rezultat korelacije od očekivanog jest rezultat koji govori o povezanosti neuroticizma i pozitivnih *modova*⁹. Naime, ovaj rezultat pokazuje statističku značajnost. Koeficijent je pozitivan (0,15), a veza pozitivna i slaba. Prema tome, porast intenziteta neurotičnosti kod igrača znači ujedno i porast interesa za pozitivne *modove*. S obzirom da su prethodni rezultati provjere hipoteza također pokazali pozitivnu vezu između neuroticizma i negativnih *modova*, ovaj rezultat iznenađuje. Može se reći da *gameri* neovisno o svojoj emocionalnoj zrelosti žele isprobavati *modove* različitih karakteristika jer je njihova igra tako realnija, kompleksnija, a samim time i zanimljivija.

Provjerom hipoteza došlo se do statistički značajnog rezultata korelacije između ekstrovertiranosti igrača i *traita* društvenosti koji se dodjeljuje *Simu*. Između te dvije varijable postoji pozitivna slaba veza. Rezultati pokazuju vezu ekstrovertiranosti s još tri elementa igre. Kao što je ranije definirano, osamljenik je osobina koja *Simse* čini izoliranima od društvenog života, pa prema tome ne iznenađuju negativan Pearsonov koeficijent (-0,25) te negativna i slaba veza između te osobine i ekstrovertiranosti igrača. To bi značilo da pojačanom ekstrovertiranošću igrača on vrlo rijetko ili nikada ne koristi *trait* osamljenik kao dio osobnosti svojih virtualnih ljudi. Isto tako, igrači koji češće koriste navedenu osobinu, pokazivat će introvertiranu osobnost. Rezultati korelacije između ekstraverzije i

⁹ *Modovi* (eng. *Custom Content*) – dodaci za originalnu igru; pozitivni *modovi* – dodaci za igru koji se odnose na sadržaje pozitivnih konotacija, npr. namještaj, odjeća, kuće i dr.

tradicionalnog načina gradnje također su statistički značajni. Vrijednost koeficijenta je pozitivna (0,16), a veza pozitivna i vrlo slaba. Zaključno s tim, može se reći da porastom ekstrovertiranosti igrača raste i vjerojatnost da će on u igri graditi većinom tradicionalno uređene domove. Naposljetku, ekstraverzija očekivano pokazuje i vezu s romantičnim vezama. Pearsonov koeficijent za ovu kombinaciju je također pozitivan (0,17), a veza pozitivna i slaba. U ovome slučaju, porastom ekstrovertiranosti kod igrača raste i stupanj pažnje koju igrač pridodaje uspješnim romantičnim vezama u videoigri.

Od šesnaest elemenata igre koji su zastupljeni u Tablici 4, osobina otvorenosti *gamera* pokazuje određenu povezanost s čak osam elemenata. Rezultati korelacije između otvorenosti i karijere znanstvenika pokazuju statističku značajnost. Pearsonov koeficijent je pozitivan (0,14), a veza također pozitivna i slaba. Prema tome, rastom otvorenosti igrača raste i interes igrača za karijeru znanstvenika u igri te će tako on *Simse* često zapošljavati u tom području. Ovaj nalaz očekivan je iz razloga što otvorenost ne podrazumijeva samo otvorenost uma za različite pojave, već i istaknutiji intelekt koji je potreban za uspješnu karijeru znanstvenika. Rezultat korelacije otvorenosti i tradicionalnih domova također je statistički značajan. Koeficijent je pozitivan (0,24) kao i veza između varijabli koja je slaba. Intenzivnija otvorenost igrača povećava mogućnost za izgradnju tradicionalnih građevina u igri. Uz to, i uspješne romantične veze pokazuju određenu vezu s otvorenosću igrača. Koeficijent za ovu kombinaciju je pozitivan (0,12), a veza pozitivna i slaba. Otvoreni igrači pojačanog intelekta više će pažnje pridodavati uspješnim romantičnim vezama u igri od onih igrača koji su zatvorenijeg uma. Ovaj nalaz upućuje na mogućnost refleksije stvarnih stavova igrača prema romantičnim vezama na one unutar igre. Otvorenost uma prema različitim stajalištima i pojavama najčešće zbog lakše prilagodbe i tolerancije ima pozitivan rezultat kada se radi o partnerskim odnosima. Također je zanimljiv rezultat korelacije između otvorenosti i različitih etniciteta u igri. Taj rezultat korelacije također pokazuje statističku značajnost. Pearsonov koeficijent je pozitivan (0,24), a veza pozitivna i slaba. Navedeni rezultat povezan je s prethodnim jer sama otvorenost osobe podrazumijeva i toleranciju naspram različitih etniciteta. Takvi igrači u pravilu nisu skloni rasističkim i sličnim stavovima mržnje prema etnicitetu različitom od vlastitog. Dakle, dobiveni rezultat pokazuje da porastom osobine otvorenosti kod igrača raste i vjerojatnost da će on u igri izrađivati *Simse* različitih etniciteta neovisno o vlastitom. Otvorenost igrača je povezana i s mračnim stilom *Sima*. Koeficijent je pozitivan (0,14), dok je veza pozitivna i slaba. Rezultat podrazumijeva da porastom otvorenosti kod igrača raste i vjerojatnost da će u igri izrađivati *Simse* mračnog stila. Ono što

je vrlo zanimljivo jest da rezultati pokazuju pozitivnu vezu između otvorenosti igrača te alternativne i pop glazbe. Koeficijent za kombinaciju otvorenosti i alternativne glazbe je pozitivan (0,20), a veza kao što je navedeno pozitivna i slaba. Za kombinaciju otvorenosti i pop glazbe koeficijent je također pozitivan (0,15), dok je veza također pozitivna i slaba. Prema tome, ovdje se javlja logičnost u obliku očekivane otvorenosti igrača prema različitim žanrovima glazbe u igri jer se pretpostavlja da i u stvarnosti nemaju glazbenih preferencija. Dakle, s porastom otvorenosti igrača *Simsa* raste i vjerojatnost da jednaku pažnju u igri posvećuje i alternativnoj i pop glazbi. Male obitelji su posljednji element koji pokazuje povezanost s otvorenošću igrača. Pearsonov koeficijent je pozitivan (0,17), a veza pozitivna i slaba. Može se zaključiti da porastom otvorenosti kod igrača raste vjerojatnost da će preferirati male obitelji u igri. Takav rezultat može proizlaziti iz interesa igrača koji je s obzirom na njegov otvoren um više usmjeren na istraživanje svijeta i karijeru, nego na obiteljski život.

Kreativnost kod igrača pokazuje vezu s različitim etnicitetima u igri. Rezultati korelacije tih varijabli pokazali su statističku značajnost. Pearsonov koeficijent je pozitivan (0,17), a veza pozitivna i vrlo slaba. Prema tome, izražena kreativnost igrača upućuje na porast vjerojatnosti da je igraču važno da u njegovom virtualnom gradu žive različite rase ljudi, neovisno o njegovoj stvarnoj. Također, i rezultati korelacije između igračeve kreativnosti i alternativne glazbe pokazali su statističku značajnost. Pearsonov koeficijent i ovdje je pozitivan (0,13), a veza pozitivna i slaba. U skladu s time, može se reći da će kreativniji igrači biti skloniji alternativnoj glazbi unutar igre.

Rezultati korelacije između ljubaznosti, odnosno velikodušnosti igrača i uspješnih romantičnih veza pokazuje statističku značajnost jednako kao i rezultat korelacije između ljubaznosti i pop glazbe. Pearsonov koeficijent za prvu kombinaciju je pozitivan (0,12), a veza pozitivna i slaba. Slijedi objašnjenje da porastom ljubaznosti kod *gamera* raste i vjerojatnost da će takvom igraču u igri biti važno da je njegov *Sim* u sretnoj ljubavnoj vezi. Koeficijent za drugu kombinaciju je također pozitivan (0,13), a veza pozitivna i slaba. To bi značilo da porastom ljubaznosti kod igrača rastu i njegove preferencije prema pop glazbi unutar igre. To znači da će njegovi *Simsi* više slušati pop, nego primjerice alternativnu glazbu, što je zapravo stereotip, jer ljubazne osobe ne moraju nužno biti više sklone pop glazbi, nego nekom drugom žanru.

Humoristični i razigrani igrači vežu se uz veselu i šaljivu okolinu te isto takvo društvo. Prema tome, ne iznenađuje rezultat korelacije između navedene osobine i *traita* osamljenik. Pearsonov koeficijent za kombinaciju tih dviju varijabli je negativan (-0,17), a veza je negativna i slaba. Prema tome, porastom humorističnosti kod igrača smanjuje se vjerojatnost da će on svojeg *Sima* učiniti asocijalnim i bez potrebe za ljudskom interakcijom. Jednako tako, igrači koji često *Simsima* dodjeljuju osobinu osamljenik, najvjerojatnije nisu društveni i nemaju izražen smisao za humor. Humorističnost također pokazuje određenu vezu s pop glazbom. Pearsonov koeficijent je pozitivan (0,12), a veza pozitivna i slaba. Može se zaključiti da porastom humorističnosti kod igrača raste i vjerojatnost da će njegovi *Simsi* radije slušati pop glazbu koja je često pozitivnija i zabavnija od, primjerice alternativnog glazbenog žanra.

Liderstvo je osobina koja je već ranije definirana kao važan dio karaktera onih koji posjeduju sposobnost predvođenja različitih grupnih zadataka i projekata te koji kao takvi najčešće završavaju kao uspješni i ambiciozni karijeristi. Provjerom hipoteza došlo se do statistički značajnog rezultata korelacije između liderstva i ambicioznih *traitova* u igri. Ta je veza bila pozitivna i slaba. Uz ambicioznost *Simsa* liderstvo u ovome istraživanju pokazuje vezu i s još šest ostalih elemenata igre. Prvi je *trait* osamljenik. Rezultat korelacije između navedenog *traita* i liderstva kod igrača jest statistički značajan. U Tablici 4 nalazi se Pearsonov koeficijent koji je negativan (-0,21), što znači da je i veza između tih varijabli negativna i slaba. Izraženim liderstvom kod igrača pada vjerojatnost da će on *Simu* udijeliti *trait* osamljenik, i obrnuto. Ovaj rezultat je očekivan te se može pretpostaviti da osoba izraženih liderskih sposobnosti ne može istovremeno biti asocijalna i bez potrebe za društvenom interakcijom. Prema tome, ne može se niti očekivati da će tijekom igranja *Simsa 4* za svoje virtualne ljude birati takvu osobinu. Liderstvo je također povezano s tradicionalnim stilom domova u igri. Pearsonov koeficijent za ovu korelaciju je pozitivan (0,14), a veza pozitivna i slaba. Može se reći da izražene liderske sposobnosti kod igrača *Simsa* povećavaju vjerojatnost da će on graditi tradicionalne domove. Međutim, liderstvo je pokazalo i statistički značajan rezultat korelacije s modernim stilom gradnje. Koeficijent je ovdje također pozitivan (0,15), a veza pozitivna i slaba, iako nešto jača od veze s tradicionalnim stilom. Izraženo liderstvo tako povećava vjerojatnost i za gradnju modernih građevina u igri. Ovdje je važno spomenuti i rezultat korelacije vodstva s urbanim načinom života. Naime, i taj rezultat pokazuje statističku značajnost. Koeficijent za ovu kombinaciju je pozitivan (0,22), a veza također pozitivna i slaba. Na temelju prethodna tri rezultata korelacije liderstva kod igrača i

elemenata igre može se zaključiti da će igrači izraženih liderskih sposobnosti očekivano pokazivati pojačanu sklonost gradskom načinu života te gradnji i modernih i tradicionalnih građevina. Pritom se, primjerice, može dogoditi situacija gradnje moderne građevine koju igrač koristi kao privatnu veterinarsku ordinaciju, dok svoju drugu građevinu gradi u tradicionalnom obiteljskom stilu i upotrebljava je u privatne obiteljske svrhe. S obzirom na prethodno dokazanu vezu između *gamera* lidera i ambicioznih *Simsa*, takav će se igrač nedvojbeno pobrinuti da njegov *Sim* zaradi dovoljnu količinu materijalnih sredstava kako bi sve to mogao priuštiti. *Gamerima* liderima u igri je važna i uspješna karijera njihovih *Simsa*, pa tako rezultat korelacije i za ovu kombinaciju varijabli pokazuje statističku značajnost. Pearsonov koeficijent u Tablici 4 je pozitivan (0,16), a veza također pozitivna i slaba. Sukladno tome, izražene liderske sposobnosti kod igrača *Simsa* povećat će vjerojatnost da će im u igri biti važna uspješna karijera virtualnih ljudi. Naposljetku, igrači lideri preferiraju pop glazbu. Rezultat korelacije tih varijabli je statistički značajan, a Pearsonov koeficijent pozitivan (0,14) kao i veza koja je ujedno i vrlo slaba. Porastom osobine vodstva kod igrača rast će i njegova sklonost popu.

Emocionalna inteligencija je osobina ličnosti koja je u ovom istraživanju pokazala određenu povezanost s ukupno četiri elementa igre. Rezultat korelacije emocionalne zrelosti i *traita* osamljenik pokazao je statističku značajnost. Koeficijent je ovdje negativan (-0,17), a veza negativna i slaba. Iz navedenog se može reći da porastom emocionalne inteligencije kod igrača *Simsa* pada vjerojatnost da će on *Simse* činiti nezainteresiranim za društvenu interakciju. Vrijedi i obrnuto, igrač koji često koristi navedenu osobinu za *Simse* vjerojatno posjeduje slabiju emocionalnu inteligenciju. I ova osobina ličnosti pokazuje statistički značajan rezultat korelacije s tradicionalnim stilom gradnje. Koeficijent je negativan (-0,15), a veza negativna i slaba. Prema tome, emocionalno inteligentniji igrač vjerojatno u igri neće graditi tradicionalne građevine, već moderne, i suprotno – igrače koji češće grade tradicionalne građevine vjerojatno ne odlikuje izražena emocionalna inteligencija. Emocionalno inteligentni *gameri* istovremeno pridodaju važnost i uspješnim romantičnim vezama i uspješnim karijerama. Za obje kombinacije varijabli rezultati korelacije pokazali su statističku značajnost. Pearsonov koeficijent za korelaciju između emocionalne inteligencije igrača i romantičnih veza u igri je pozitivan (0,13), a veza je pozitivna i slaba, dok je koeficijent za istu osobinu ličnosti i uspješne karijere također pozitivan (0,16), a veza također pozitivna i slaba. Na temelju toga može se reći da porastom emocionalne inteligencije kod igrača raste i vjerojatnost da će mu u igri biti jednako važan uspjeh i romantičnih veza i

karijera njegovih *Simsa*. Razlog ovakvom rezultatu vjerojatno leži u sposobnosti igrača da zahvaljujući svojoj emocionalnoj inteligenciji posjeduje sposobnost postizanja ravnoteže u privatnom i poslovnom životu kao i u vlastitom, tako i u životu *Simsa*.

Najzastupljenije vrijednosti elemenata igre

Tablica 5: Najzastupljenije vrijednosti elemenata igre

		N	%	Najzastupljenija vrijednost ¹⁰ (1- 5)
Osobine ličnosti za Simse (<i>traits</i>)	Veseo	107	35,8	5
	Kreativan	147	49,2	5
	Genij	107	35,8	5
	Zao	203	67,9	1
	Suzdržan	209	69,9	1
Karijere za Simse	Kriminalac	150	50,2	1
	Atletičar	93	31,1	1
	Pisac	92	30,8	5
	Slikar	99	33,1	5
	Kuhar	104	34,8	5
Ostale prakse u igri	Uspješne romantične veze	191	63,9	5
	Pozitivni modovi	182	60,9	5
	Uspješna karijera	161	53,8	5
	Negativni modovi	178	59,5	1
	Vampiri	112	37,5	1

¹⁰ Vrijednost 1 = najmanji interes za element igre; vrijednost 5 = najveći interes za element igre

Kao što je ranije navedeno, četvrti dio ankete sastoji se od zasebna tri dijela. Prvi dio obuhvaća tzv. *traitove* koji predstavljaju osobine ličnosti *Simsa*. Tablica 5 prikazuje dva *traita* koja igrači najmanje dodjeljuju svojim *Simljanima*. To su zao i suzdržan, osobine koje *Simsa* čine zlim i bez sposobnosti da bude u vezi ili braku. Nasuprot tome, većina ispitanika navela je kreativnost kao osobinu koju najradije dodjeljuje *Simsima*, dok veseo i genij dijele drugo mjesto. Oba nalaza su očekivana jer jednako kao što u stvarnosti osobe negativnih osobina nisu poželjno društvo, tako su kreativne osobe idealno društvo jer su neiscrpan izvor inspiracije u svojem okruženju. Situacija je jednaka i unutar virtualnog svijeta. Drugi *Simsi* će radije provoditi vrijeme s vama ako im nešto odsvirate, otpjevate ili napišete kvalitetnu knjigu koju će rado pročitati. Također, uz kreativnost, ispitanici vole da su njihovi *Simsi* veseli i rođeni genijalci koji će najvjerojatnije briljirati u karijerama znanstvenika ili liječnika. To je također očekivani rezultat jer se djeca *Simsi*, koja imaju osobinu genijalca, puno lakše prilagođavaju školskim obavezama i odrastu u vrlo inteligentnog odraslog *Sima*. Jednako tako uvijek dobro raspoloženi *Simsi* pozitivno utječu na druge *Simse* u njihovoj blizini i čine ih sretnijima, a i sami uvijek gledaju na pozitivnu stranu života. Može se reći da *gameri traitove* biraju na temelju društveno prihvaćenog obrasca gdje osobe negativnog i zlog karaktera najčešće nisu poželjno društvo, za razliku od onih inteligentnih, pozitivnih i dobro raspoloženih.

Drugi dio obuhvaćao je karijere i različite vrste poslova koje se nude *Simsima*. Najmanje zastupljena karijera je karijera kriminalca, čemu može biti razlog premala zarada u samoj igri, ali i osobnost igrača među kojima prevladavaju oni visokog morala, što je vrlo pozitivno. Posao atletičara također nije zastupljen, što može upućivati na sjedilački način života *gamera*, odnosno da niti sami nisu ljubitelji sporta niti se bave istim. S obzirom na osobinu kreativnosti koja je najzastupljenija, očekivan je podatak da većina igrača najčešće bira karijere pisca, slikara ili kuhara, što je također posao u kojem kreativnost ima značajnu ulogu.

U trećem dijelu, od ostalih različitih praksi koje *Simsi* nude igraču, većina ispitanika smatra romantične veze najvažnijim faktorom razvoja svoje igre, a uz to smatraju i tzv. pozitivne *modove* najzanimljivijima. Velik broj ispitanika naveo je i uspješnu karijeru kao važan segment igranja *Simsa*, a nasuprot tome, najmanje su zastupljeni negativni *modovi* i vampiri, također očekivano. Razlog čestoj uporabi pozitivnih *modova* jest vjerojatno mnoštvo različitih opcija „skidanja“ svih dizajna namještaja, kuća, frizura, ukrasa i sl. iz realnog života, što svakom *Sims gameru* daje poseban, još stvarniji doživljaj igre. *Modove*

samoinicijativno izrađuju igrači u posebno dizajniranom programu i uglavnom ih prilagođavaju nekom primjerku iz stvarnosti. Primjerice, *mod* za neku dječju sobu može biti inspiriran namještajem iz IKEE ili nekog drugog trgovačkog lanca namještaja. Baš iz tog razloga igrači mogu još više biti vezani za svoju igru. Zanimljiv je podatak da bez obzira na negativne konotacije koje se vežu uz negativne *modove*, 35 ispitanika ih je označilo kao važan faktor za svoju igru. Takvi *modovi* obuhvaćaju ubojstva, razne prekršaje, a neki od njih su i seksualizirani, što zapravo apelira na negativnu osobnost igrača koji su možda skloni takvom ponašanju i u stvarnom životu.

ZAKLJUČAK

Kada se radi o videoigri *The Sims 4*, američko tržište očekivano prednjači u odnosu na ostatak svijeta. Također, s obzirom na ostale sociodemografske karakteristike ispitanika, većina *gamera* ove igre jesu mlađe generacije studenata bez partnera i s puno slobodnog vremena. Usprkos tome, kroz nekoliko godina predviđa se nagli porast dominantne dobne granice za *gamere*.

S obzirom na cilj ovog istraživanja, kojim se htjelo provjeriti postojanje veza između osobina ličnosti *gamera* te različitih praksi i ponašanja koja mu se nude u igri *Sims 4*, metodom online ankete dobiveno je nekoliko statistički značajnih rezultata korelacije između varijabli. Rezultati su potvrdili pet hipoteza, dok su preostale hipoteze bile nulte te nisu dale nikakve značajne informacije o korelaciji između varijabli koje su u njima sadržane. Općenito, rezultati ovog istraživanja upućuju na činjenicu da su gotovo sve dobivene statistički značajne veze između varijabli slabe. Razlog tome može biti prezasićenost praksama koje se nude u videoigri i sama neodlučnost ispitanika da procijene važnost koju pridaju svakoj od njih. Igrači *Simsa 4* skloni su reflektiranju vlastite osobnosti u videoigri, ali u vrlo maloj mjeri. Na temelju dobivenih rezultata može se reći da igrači ipak ne preferiraju kontroliranje svojih dvojnika videoigri. Oni zapravo žele kontrolirati potpuno drugačiju virtualnu osobu. Razlog tome može biti manjak samopouzdanja ili jednostavno želju za stvaranjem i kontroliranjem života kakvog nemaju prilike živjeti u stvarnosti. Istovremeno žele i izgraditi karakter virtualnih ljudi kakav ne odlikuje njih same. Oni uzbuđenje igre vide u stvaranju okruženja kakvom nemaju pristup u stvarnosti. S psihološkog gledišta, igrači *Simsa 4* žele pobjeći od zbilje pritom uglavnom nesvjesno reflektirajući dio sebe na igru.

Big Five model svojim je zakonitostima uvelike pomogao donošenju glavnih zaključaka o temi ovog istraživanja. „Novo znanje o njegovoj substrukтури može imati važne posljedice za psihologiju osobnosti u njegovim nastojanjima da se identificiraju izvori ličnosti i razumiju asocijacije između Pet velikih ličnosti i raznih drugih pojava“ (DeYoung i dr., 2007 : 895). Rezultati ovog istraživanja ne mogu se generalizirati na zadanu populaciju, te je potrebno provesti još mnogo sličnih istraživanja kako bi se dublje ušlo u samu srž problema i kako bi se proširio opseg literature o tematici videoigara simulacije života.

LITERATURA

Knjige

1. Berger, A. Arthur (2002) *Video Games: A Popular Culture Phenomenon*. New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers.
2. Lamza Posavec, Vesna (2004) *Metode društvenih istraživanja*. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
3. Punch F. Keith (2014) *Introduction to Social Research: Quantitative and Qualitative Approaches*. SAGE.
4. Weiner, I. B., Millon, T. i Lerner, M. J. (2003) *Handbook of Psychology*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Članci

1. Bilić, V., Gjukić, D. i Kirinić, G. (2010) Mogući učinci igranja računalnih igrica i videoigara na djecu i adolescente. *Napredak* 151(2): 195-213.
2. Buchanan A. Elizabeth i Hvizdak E. Erin (2009) Online Survey Tools: Ethical and Methodological Concerns of Human Research Ethics Committees. *Journal of Empirical Research on Human Research Ethics*, str. 37-48.
3. DeYoung, C. G., Quilty, L. C. i Peterson, J. B. (2007) Between Facets and Domains: 10 Aspects of the Big Five. *Journal of Personality and Social Psychology* 93(5): 880-896.
4. Kovačević, Stjepan (2007) Slobodno vrijeme i računalne igre. *Školski vjesnik* 56(1-2): 49-63.
5. Krolo, K., Zdravković, Ž. i Puzek, I. (2015) Tipologija gamera i gamera u Hrvatskoj – neke sociokulturne karakteristike. *Medijske studije* 7(13): 25-42.
6. Ruggiero, E. Thomas (2000) Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society* 3(1): 3-37.
7. Valković, Jerko (2008) Karakteristike i djelovanje nasilja u videoigrama. *Riječki teološki časopis* 16(2): 483-502.

Zbornici:

8. Bratko, D., Bandl, A. i Bosnjak, H. M. (2007) Impulzivno kupovanje i model „Velikih pet“ faktora ličnosti. U: Grbac, Bruno (ur) *Marketing u društvu znanja i suvremenoj poslovnoj stvarnosti* (str. 414-425). Rijeka: CROMAR.

Članci na internetskim stranicama

1. Cherry, Kendra (2018) The Big Five Personality Traits: 5 Major Factors of Personality. <https://www.verywellmind.com/the-big-five-personality-dimensions-2795422>. Pristupljeno: 04. srpnja 2018.
2. Griebel, Thaddeus (2006) Self-Portrayal in a Simulated Life: Projecting Personality and Values in The Sims 2. *Game Studies* 6(1). <http://gamestudies.org/0601/articles/griebel>. Pristupljeno: 04. srpnja 2018.
3. Perković, Tomislav (2014) Uvod i definicija Likertove skale. <https://www.scribd.com/doc/210936532/likertova-skalaLikertova-skala>. Pristupljeno 14. lipnja 2018.
4. Wirman, Elina Hanna (2011) Playing The Sims 2: Constructing and negotiating woman computer game player identities through the practice of skinning. https://www.academia.edu/734923/Playing_The_Sims_2_Constructing_and_negotiating_woman_computer_game_player_identities_through_the_practice_of_skinning. Pristupljeno 14. lipnja 2018.
5. Zammito, Veronica Lorena (2010) Gamers' Personality and Their Gaming Preferences. <http://www.veronicazammitto.com/thesis/Zammitto-Veronica-MSc-thesis.pdf>. Pristupljeno: 04. srpnja 2018.

PRILOZI

Prilog 1: Anketa

- a. Skale *Background Informations* dijela upitnika: Demografija Omnibus.
- b. Skale *Big Five* dijela upitnika: DeYoung, G. Colin i dr. (2007) Between facets and domains: 10 aspects of the Big Five. *Journal of Personality and Social Psychology* 93(5): 880-896. Također dostupno na: <https://ipip.ori.org/>. Posjećeno: 20. ožujka 2018.
- c. Skale *Value Survey* dijela upitnika: Values in Action [VIA]: Peterson & Seligman, 2004. Dostupno na: <https://ipip.ori.org/>. Posjećeno 20. ožujka 2018.

ANKETA

- **Background informations:**

1. Gender:
 - a. Male
 - b. Female
2. What is your age?
 - a. 13-17 years old
 - b. 18-24 years old
 - c. 25-34 years old
 - d. 35-44 years old
 - e. 45-54 years old
 - f. 55-64 years old
 - g. 65-74 years old
 - h. 75 years or older
3. Where are you from (which country)?

4. Please specify your ethnicity.
 - a. Caucasian
 - b. Hispanic or Latin
 - c. Black or African American

- d. Native American or American Indian
 - e. Asian / Pacific Islander
 - f. Other
5. What is your current employment status?
- a. Employed
 - b. Self-employed
 - c. Unemployed
 - d. A housewife
 - e. A student
 - f. Military
 - g. Retired
 - h. Unable to work
 - i. Other
6. What is your marital status?
- a. Single, never married
 - b. Married or domestic partnership
 - c. In a relationship
 - d. Widowed
 - e. Divorced
 - f. Separated
 - g. Other
7. What is the highest degree or level of school you have completed? *If currently enrolled, highest degree received.*
- a. No schooling completed
 - b. Nursery school to 8th grade
 - c. Some high school, no diploma
 - d. High school graduate, diploma or the equivalent (for example: GED)
 - e. Some college credit, no degree
 - f. Trade/technical/vocational training
 - g. Associate degree
 - h. Bachelor's degree
 - i. Master's degree
 - j. Professional degree
 - k. Doctorate degree

- **Big Five Survey**

The following question contains answers in a row from "strongly disagree" to "strongly agree". Mark the answer that describes you best.

Strongly disagree Disagree Neither agree nor disagree Agree Strongly agree

(NEUROTICISM)

1. I get angry easily. +
2. I get upset easily. +
3. I change my mood a lot. +
4. I rarely get irritated. -
5. I keep my emotions under control. -
6. I am not easily annoyed. -

(AGREEABLENESS)

7. I feel others' emotions. +
8. I like to do things for others. +
9. I take an interest in other people's lives. +
10. I am not interested in other people's problems. -

11. I take no time for others. -

12. I don't have a soft side. -

(CONSCIENTIOUSNESS)

13. I finish what I start. +

14. I get things done quickly. +

15. I always know what I am doing. +

16. I waste my time. -

17. I mess things up. -

18. I am easily distracted. -

(EXTRAVERSION)

19. I make friends easily. +

20. I have a lot of fun. +

21. I laugh a lot. +

22. I am hard to get to know. –

23. I keep others at a distance. –

24. I reveal little about myself. –

(OPENNES)

25. I enjoy the beauty of nature. +

26. I believe in the importance of art. +

27. I love to reflect on things. +

28. I do not like poetry. –

29. I seldom get lost in thought. –

30. I seldom daydream.

• **The Value Survey**

The following questions contain answers in a row from „strongly disagree“ to „strongly agree“. Mark the answer that describes you best.

Strongly disagree

Disagree

Neither agree nor disagree

Agree

Strongly agree

(SOCIAL/PERSONAL/EMOTIONAL INTELLIGENCE)

1. I get along well with people I have just met. +

2. I am good at sensing what others are feeling. +

3. I know what to say to make people feel good. +

4. I don't know how to handle myself in a new social situation. -

(SELF-REGULATION/SELF-CONTROL)

5. I have no trouble eating healthy foods. +

6. I am highly disciplined person. +
7. I do not exercise on a regular basis. -
8. I can't resist eating candy or cookies if they are around. -

(ORIGINALITY/CREATIVITY)

9. I am able to come up with new and different ideas. +
10. I have an imagination that stretches beyond that of my friends. +
11. I don't pride myself on being original. -
12. I am not considered to have new and different ideas. -

(LOVE OF LEARNING)

13. I read all the time. +
14. I consult the library or the Internet immediately if I want to know something. +
15. I don't like to learn new things. -
16. I do not like to visit museums. -

(KINDNESS/GENEROSITY)

17. I am never too busy to help a friend. +
18. I love to make other people happy. +
19. I try not to do favors for others. -
20. I am only kind to others if they have been kind to me. -

(HUMOR/PLAYFULNESS)

- 21. I use laughter to brighten the days of others. +
- 22. I try to have fun in all kinds of situations. +
- 23. I am not known for my sense of humor. -
- 24. I am not fun to be with. -

(LEADERSHIP – rukovodstvo)

- 25. I am good at helping people work well together. +
- 26. I try to make my group members happy. +
- 27. I have difficulty getting others to work together. –
- 28. I am not good at planning group activities.

- **The Sims 4 Survey**

The following question contains answers in a row from 1 to 5. Mark the answer that is the most appealing to your Sims. For example, if you often make your Sim active, you will mark 5 as your answer.

1 2 3 4 5

29. Active

30. Cheerful

31. Creative

32. Genius

33. Goofball

34. Clumsy

35. Evil

36. Romantic

37. Insider

38. Insane

39. Noncommittal

40. Ambitious

41. Outgoing

42. Loner

The following question contains answers in a row from 1 to 5. Mark the answer that is the most appealing to your Sims. For example, if you often make your Sim a doctor, you will mark 5 as your answer.

1 2 3 4 5

- 43. Doctor Career
- 44. Criminal Career
- 45. Writer Career
- 46. Culinary Career
- 47. Scientist Career
- 48. Athlete Career
- 49. Bussines Career
- 50. Painter Career
- 51. Entertainer Career

The following question contains answers in a row from 1 to 5. Mark the answer that is the most appealing to your Sims. For example, if you like and often build traditional homes in TS4 Game, you will mark 5 as your answer.

1 2 3 4 5

- 52. Traditional Homes
- 53. Modern Homes
- 54. Sports (Gym, Basketball...)
- 55. Alternative Music
- 56. Pop Music
- 57. Successful Career
- 58. Clubs
- 59. Big Families (many children)
- 60. Successful Romantic Relationships
- 61. Small Families
- 62. Different ethnicities when making Sims
- 63. City Living
- 64. Negative Mods (for example: killing or torturing Sims)
- 65. Positive Mods (clothes, furniture, lots, Sims)
- 66. Dark Clothes and Style
- 67. Colorful Clothes and Style
- 68. Vampir

SAŽETAK

Glavni cilj rada jest utvrditi vezu između zadanih osobina ličnosti kod igrača videoigre *The Sims 4* i nekih elemenata te igre, te se ujedno želi procijeniti jačina te veze. Istraživanje fokus stavlja na *Big Five* model i pet osobina ličnosti koje su njime zastupljene. Na početku istraživanja se postavlja pitanje o procesu refleksije određenih osobina ličnosti gamera na načine igranja igre. Online anketom, kao metodom prikupljanja podataka, dolazi se do odgovora 299 ispitanika iz 31 zemlje, čijom se kvantitativnom analizom u programu naposljetku dolazi do rezultata. Detaljnim uvidom u rezultate donosi se zaključak o postojanju statistički značajnih, uglavnom pozitivnih, ali vrlo slabih veza između zadanih varijabli. Pritom od deset postavljenih hipoteza, pet je potvrđeno, a ostalih pet ne daje nikakve značajne informacije o korelaciji između varijabli. Povezanost između negativnih osobina ličnosti igrača i negativnih elemenata igre postoji, kao i pozitivnih osobina ličnosti i pozitivnih praksi igre. Međutim, rezultati donose zaključak o potencijalnoj prezasićenosti elementima u igri, što dovodi do otežanog odabira načina igre. Uz to, igrači mogu biti pod utjecajem vlastitog manjka samopoštovanja ili nezadovoljstva okolinom što naposljetku u psihološkom smislu rezultira zatvaranjem u okvire virtualnog svijeta i stvaranjem vlastitog idealnog okruženja.

Ključne riječi: *The Sims 4*, *Big Five*, osobnost, online anketa, kvantitativno istraživanje

SUMMARY

The main aim of the paper is to establish the link between the personality traits of the player's video game The Sims 4 and some elements of the game, as well as to evaluate the strength of that connection. The focus of this research puts on the Big Five model and the five personality features it represents. At the beginning of the research, the question about the process of reflecting certain features of gamer's personality on game play modes is raised. Online survey was used as a data collection method with answers that were collected from 299 respondents from 31 countries, with whose quantitative analysis the program ultimately came to these results. A detailed insight into the results leads to the conclusion about the existence of statistically significant, mostly positive but very weak, links between the given variables. Ten of the hypotheses were set out from which five were confirmed, and the other five did not give any significant correlation information between the variables. The link between the negative personality traits of the player and the negative elements of the game exists, as well as the positive personality traits and the positive practices of the game. However, the results make a conclusion about the potential overcrowding of the elements in the game, which leads to difficult game selection. In addition, players may be affected by their own lack of self-esteem or discontent with the environment, which ultimately results psychologically by closing in the virtual world and creating their own ideal environment.

Keywords: The Sims 4, Big Five, personality, online survey, quantitative research