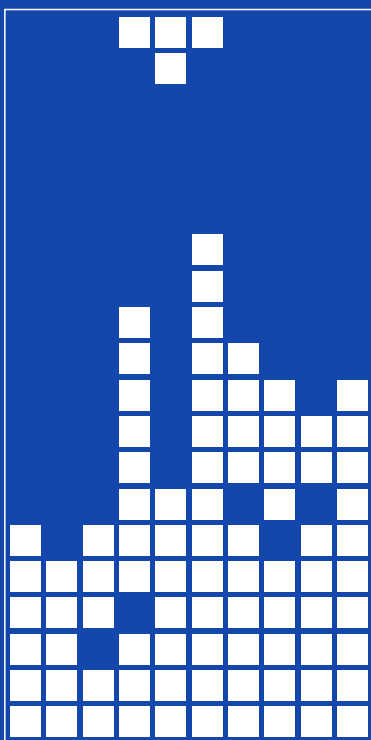


**Ian Bogost**

Kako činiti  
stvari  
videoigrama



NASLOV IZVORNIKA:

Ian Bogost: How to Do Things with Videogames

Licensed by the University of Minnesota Press, Minneapolis,  
Minnesota, U.S.A.

Copyright © 2011 by Ian Bogost

PREVELA S ENGLESKOG: Tihana Bertek

ISBN 978-953-7372-21-7 (Multimedijalni institut)

ISSN 1331-9868 (Libra Libera: Autonomna tvornica kulture)

CIP zapis dostupan u računalnom katalogu Nacionalne i  
sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem 879315

Zagreb, svibanj 2014.

Ian Bogost

---

# Kako činiti stvari videoigrama

PREVELA Tihana Bertek

Multimedijalni institut & Autonomna tvornica kulture

## *Sadržaj*

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| UVOD: Mikroekologija medija — | 9   |
| 1. Umjetnost —                | 16  |
| 2. Empatija —                 | 25  |
| 3. Poštovanje —               | 31  |
| 4. Glazba —                   | 37  |
| 5. Podvale —                  | 43  |
| 6. Putovanje —                | 50  |
| 7. Brendiranje —              | 56  |
| 8. Izborne aktivnosti —       | 62  |
| 9. Promocija —                | 67  |
| 10. Brzi snimci —             | 72  |
| 11. Tekstura —                | 78  |
| 12. Kič —                     | 84  |
| 13. Opuštanje —               | 89  |
| 14. Ležernost —               | 96  |
| 15. Uzbuđenje —               | 103 |
| 16. Tjelovježba —             | 109 |
| 17. Rad —                     | 115 |
| 18. Navikavanje —             | 123 |
| 19. Nezainteresiranost —      | 132 |
| 20. Uvježbavanje —            | 138 |
| ZAKLJUČAK: Kraj gejmera —     | 144 |
| Igrografija —                 | 153 |

---

# Kako činiti stvori videoigrama

Danas ne možete otvoriti mrežnu stranicu ili ući u knjižaru bez da naidete na nečiji gorljiv komentar o obećanjima novih tehnologija o promjeni života na bolje – ili na gore. Na svaki hvalospjev Wikipediji, blogiranju ili mobilnom računarstvu naići ćete na jednako žestoku kritiku.

S jedne strane jednog od takvih nadmetanja, novinar Nicholas Carr tvrdi da je Internet pridonio propadanju pažljivog, racionalnog, maštovitog uma iz razdoblja između renesanse i industrijske revolucije.<sup>01</sup> Iako možda smatramo da “postajemo pametniji” prelijećući nad mnoštvom komadića znanja, Carr smatra kako je taj osjećaj prolazan, poput naleta energije dobivenog iz šećerne table umjesto dugotrajne hranjivosti cjelovitog obroka.

Carrova knjiga o dotičnom problemu, naslovljena *Plitko* (*The Shallows*), pojavila se u knjižarama otprilike u isto vrijeme kada i knjiga Claya Shirkyja *Kognitivni višak* (*Cognitive Surplus*), koja zagovara upravo suprotan stav: društvenu moć onih sićušnih fragmenata koje Carr proklinje. U karakterističnom primjeru, Shirky opisuje južnokorejske proteste protiv ponovnog uvoza govedine uzgojene u SAD-u nakon panike uzrokovane pojavom kravljeg ludila ranih 2000-ih. Iznenađujuće, bunt nisu poticali radikalni agitatori ili medijski stručnjaci, već fanovi korejskog boy banda Dong Ban Shin Ki, čiji su mrežni forumi postali, Shirkyjevim riječima, “mjesta koordinacije.”<sup>02</sup>

Knjige Carra i Shirkyja nude dva suprotstavljena pogleda na vrijednost čitanja i pisanja isječaka na Internetu. Tko je u pravu? To pitanje svakako pali blogere, voditelje talk showova i potiče prodaju knjiga. No, stvari nisu tako jednostavne, jer razmišljajući o obje pozicije osjećamo da je svaka za sebe nepotpuna.

01 Nicholas Carr, *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains* (New York: Norton, 2010.), 10. [prijevod: Nicholas Carr, *Plitko: što Internet čini našem mozgu*, prev. Ognjen Strpić (Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2011.)]

02 Clay Shirky, *Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age* (New York: Penguin, 2010.), 37.

Kao što Matthew Battles upozorava, čini se da Carr pretpostavlja da je čitanje monolitna aktivnost. “Uranjanje u tekst i listanje,” podsjeća nas Battles, “čitateljima su već odavno dostupni modeli. Carr jedan način čitanja – književno čitanje – pretvara u jedini bitan način. No takvi i drugi modeli već dugo koegzistiraju, međusobno se potičući, trebajući jedan drugoga.”<sup>03</sup> Listanje nije nešto što radimo samo s književnim tekstovima: također prelazimo pogledom preko jelovnika, znakova, časopisa i brojnih drugih tekstualnih objekata. Ne bi trebalo čuditi da je čitanje raznolika aktivnost. Osim toga, izolirani, jednoznačni, hierarhijski, navodno istinom natovareni proces čitanja u dobu nakon Johannesena Gutenberga također je upravo onaj aspekt tiskane kulture za kojom je Marshall McLuhan žalovao tri desetljeća prije pojave World Wide Weba.<sup>04</sup>

S druge strane, kada slavi forumašku pobunu korejskog boy benda, Shirky stvara svoje vlastite pretpostavke. Konkretno, uzima zdravo za gotovo ideju da je volja naroda iznad svega ostaloga. Ne zanima ga osobito je li kraj petogodišnje zabrane na uvoz govedine iz SAD-a zaista predstavljao prijatnu populaciji ili ne; njegov interes leži u pojavi neočekivanog, suradničkog diskursa. Shirky zauzima stav da potencijalni kolektivni utjecaj on-line komunikacije opravdava banalne i, kako bi Carr rekao, besmislene upotrebe medija – poput slinjenja za boy bendovima.

Carrova zabrinutost oko tendencije Weba ka poticanju površnog razmišljanja o trivijalnim temama ne čini se potpuno neopravdana. No, ne možemo odbaciti ni Shirkyjev pogled na iznenađujuće politički amalgam svih tih naizgled beskorisnih, površnih komentara. Kao što je slučaj s većinom popularnih knjiga na temu kulture, i Carr i Shirky zauzimaju stajališta koja izriču dalekosežne tvrdnje: Internet ili uništava društvo ili ga spašava.

Evo drugačijeg, manje razmetljivog odgovora: tehnologija nas niti spašava niti nas proklinje. Ona utječe na nas, mijenjajući način na koji percipiramo, zamišljamo i su-djelujemo u svijetu.

McLuhan medije naziva *produžetkom nas samih* upravo iz tog razloga: oni strukturiraju i oblikuju naše razumijevanje i ponašanje.<sup>05</sup> Ali Internet nas produžuje i na iznimne i na manje iznimne načine. Od pisanja dnevnika i plaćanja računa do prisjećanja na staru televizijsku reklamu, Internet nam nudi jednako toliko banalnih upotreba kao i iznimnih. Vjerojatno i više.

Ovo nije popularan stav u današnje vrijeme tehnološke spektakularizacije. Ne bi dobro prošao na TED-u ili na naslovnici časopisa *Wired*. No ja ću inzistirati na njemu kao medijskoj filozofiji: relevantnost pojedinog medija možemo razumjeti promatrajući mnoštvo stvari koje on čini.

Ta činjenica vrijedi za sve medije, ne samo računala i njima posredovanu komunikaciju. Razmislite samo što sve možete učiniti s fotografijom. Možete zabilježiti svireposti ili veličanje rata, kao što su to činili fotoreporter i poput Eddiea Adamsa i Alfreda Eisenstaedta. Možete zabilježiti prolazne trenutke u vremenu, kao što su to činili Henri Cartier-Bresson i Robert Frank. Možete ovjekovječiti obične trenutke iz obiteljskog života, kao što to svi činimo na rođendanskim proslavama ili ljetovanjima za album ili privatni arhiv u kutiji od cipela. Možete napraviti podsjetnik fotografirajući projekt obnove doma kako biste lakše kupili odgovarajući dio u željezariji. Automatizirana kamera na raskršću može zabilježiti registarske tablice vozila koje je prošlo kroz crveno, a pornograf zabilježiti golo tijelo radi uzbuđenja. Fotografija kao medij ima jedinstveno svojstvo – kroz otvor blende ona savija svjetlo kako bi eksponirala emulziju ili digitalni senzor. No njene se upotrebe prilično razlikuju, i upravo je ta širina upotrebe ono što fotografiju čini zrelim medijem.

Istražene upotrebe medija možemo zamisliti kao spektar, prostor mogućnosti koji se proteže od isključivo umjetničke upotrebe (fotografija odlučnog trenutka) do isključivo utilitarne upotrebe (fotografija kao pomoć pri kupnji alata). U danom mediju, mnoge od tih upotreba su poznate i dobro istražene, dok su druge nove i tek u nastanku. Jedan od načina za razumijevanje kulturalnog utjecaja medija jest ispitati do koje mjere je istraženo polje njegovih upotreba. Takav pristup predstavlja pomak u nači-

05 Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man* (New York: McGraw Hill, 1964.), 7. [prijevod: Marshall McLuhan, *Razumijevanje medija: mediji kao čovjekovi produžeci*, prev. David Prpa (Zagreb: Golden marketing - Tehnička knjiga, 2008.)]

03 Matthew Battles, “Reading Isn’t Just a Monkish Pursuit,” *Nieman Journalism Lab*, 29. lipnja 2010., <http://www.niemanlab.org/2010/06/reading-isnt-just-a-monkishpursuit-matthew-battles-on-the-shallows>.

04 Marshall McLuhan, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* (Toronto: University of Toronto Press, 1962.), 120–26. [prijevod: Maršal Mekluan: *Gutenbergova galaksija: nastajanje tipografskog čovjeka*, prev. Branko Vučićević (Beograd: Nolit, 1973.)]

nu na koji kao autori, korisnici i kritičari doživljavamo medijske artefakte.

Knjige Carra i Shirkyja pokazuju nam koliko daleko je dogurao ekološkomedijski pristup nakon što ga je McLuhan popularizirao 1960-ih. On je predložio da proučavamo *svojstva* medija, a ne pojedinačne *poruke* koje mediji proizvode; otud i njegov slavni aforizam “medij je poruka.”<sup>06</sup> Time je želio reći da su stvari koje medij čini kulturi važnije od sadržaja koje prenosi. Na primjer, McLuhan tvrdi da je tisak uveo eru vizualne kulture te da je masovno proizvedena knjiga homogenizirala iskustvo i znanje. Fotografija omogućuje bilježenje svjetla na fotosenzitivnom filmu. Brzjavi omogućuju prenošenje riječi na velike udaljenosti. Slike omogućuju pigmentiranim tvarima da prekriju površine. Dok je naše razumijevanje medija nekoć bilo ograničeno na njegove reprezentacijske aspekte (značenje fotografije, filma ili romana), zahvaljujući McLuhanovu utjecaju interes stručnjaka, novinara i javnosti usmjerio se na društvene posljedice medija (način na koji World Wide Web mijenja naše razmišljanje, socijalizaciju, rad i zabavu). I u *Plitko* i u *Kognitivnom višku* nalazimo ekološkomedijski pristup te snažne stavove o pozitivnim i negativnim utjecajima Interneta na ljudsku kulturu.

Razumijevanje svojstava medija *pomaže nam* da bolje shvatimo njihovu prirodu i implikacije. Videoigre – tema ove knjige – također imaju svojstva koja prethode njihovoj sadržaju: one su modeli iskustva, a ne tekstualni opisi ili njihovi vizualni prikazi. Kad igramo igre, mi rukujemo tim modelima, i ograničeni smo njihovim pravilima: urbana dinamika *SimCityja*; feudalna *stealth*<sup>07</sup> strategija *Ninja Gaidena*; trkaće taktike *Gran Turismo*. Povrh toga, u videoigri preuzimamo ulogu, stavljajući se u poziciju urbanista, nindže, vozača trkaćeg automobila. Videoigre su medij koji nam dopušta da igramo ulogu unutar pravila pojedinog modela svijeta. Za razliku od igara na otvorenom ili igara na ploči, videoigre su računalne, stoga modeli svijetova i njihova pravila mogu biti znatno složeniji. Ta svojstva – računalni modeli i uloge – pomažu nam razumjeti kako videoigre funkcioniraju i čime se razlikuju od drugih medija.

06 Ibid., 24, 26.

07 *Stealth* (eng. kradomičnost, potajnost) je žanr videoigara u kojem igrač mora kriomice i sa što manje privlačenja pozornosti obavljati zadatke ili savladati neprijatelje. (op. prev.)

Ipak, ekološkomedijski pristup nema odgovore na sva pitanja. Primjerice, o videoigramama postoji mnogo pogrešnih predodžbi. To su, između ostalog, svima poznata pitanja o tome promiču li videoigre nasilje ili nas čine debljima zbog poticanja neaktivnosti. Takve optužbe djelomično proizlaze iz previše općenitih pretpostavki o sadržaju i recepciji medija (u slučaju igara, pretpostavlja se da sadržaj čine nasilni scenariji koji potiču agresiju). No proizlaze i iz preopćenitih pretpostavki o svojstvima medija i kontekstima u kojima se ta svojstva razvijaju.

Sadržaj i kontekst medijskog artefakta nisu toliko nebitni koliko McLuhan tvrdi. Medij je poruka, ali poruka je također poruka. Umjesto da je ignoriramo, trebamo istražiti vezu između općih svojstava medija i konkretnih situacija u kojima se koristi.

Noviji trend u videoigramama ide u korist tom argumentu. U nadi da će pobiti ideju da su igre isključivo zabava, *ozbiljne igre* navodno nude alternativu: igre koje se mogu koristiti u obrazovanju, zdravstvenoj skrbi ili korporativnoj obuci.<sup>08</sup> Prema pobornicima ozbiljnih igara, sposobnost videoigara da stvaraju svjetove u kojima igrači preuzimaju uloge određene pravilima nudi izvrsne mogućnosti za nove oblike učenja. Iako vrijedna, ova ekološkomedijska perspektiva u opasnosti je da postane zrcalna slika optužbi da videoigre samo potiču nasilje i lijenost. Ozbiljne igre igraju ulogu Claya Shirkyja, a protivnici videoigara ulogu Nicholasa Carra. Ponovno, tehnologija nas ili spašava ili zavodi na krivi put.

Igre – poput fotografije, tekstualnog zapisa ili bilo kojeg medija – ne bi trebalo pokušavati nagurati u jednu od dvije kategorije, ozbiljnu ili površnu, visoku ili popularnu, korisnu ili beskorisnu. Ni zabava ni ozbiljnost, niti oboje skupa, ne daju zadovoljavajući iskaz o tome što sve videoigre mogu. Konačno, ne razlikujemo samo dvije vrste knjiga, ili glazbe, ili fotografije, ili filma, već intuitivno znamo da se napisano, zvuk, slike i pokretne slike mogu koristiti u različite svrhe. Glas može došapnuti ljubavni osjećaj ili održati politički govor. Knjiga nas može odvesti u svijet mašte ili nam pomoći da odlučimo gdje otići na večeru. Televizijski program nas može šokirati pričom o genocidu ili nam pomoći pri vježbanju aerobika.

Takav stav traži od nas da proširimo razumijevanje ekologije

08 Za više o ozbiljnim igrama, vidi <http://www.seriousgames.org>. Moj pristup takvim igrama, koje ne nazivam ozbiljnim već *igramama uvjeravanja*, možete pronaći u: Ian Bogost, *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames* (Cambridge, Mass.: MIT Press, 2007.).

medija. McLuhanovim riječima, medijski ekosustav podrazumijeva “organiziranje različitih medija tako da se potpomažu, kako se ne bi međusobno poništili, podupiranje jednog medija drugim.”<sup>09</sup> Drugim riječima, ekologija medija općeniti je, medijsko-agnostički pristup razumijevanju toga kako mnoštvo različitih tehnologija funkcionira pojedinačno i zajedno u stvaranju okoliša za komunikaciju i percepciju. Tradicionalno, ekolozi medija istražili su svoj predmet na razini mjerljivoj s globalnim ekosustavom, razmišljajući kako određene tehnologije mijenjaju sveukupni stil i kvalitetu života. Evo što Neil Postman kaže na tu temu:

Ako odstranite gusjenicu iz određenog staništa, ne ostaje vam isto stanište minus gusjenica: imate novo stanište, i morate rekonstruirati uvjete preživljavanja u njemu... Godine 1500., pedeset godina nakon izuma tiska, nismo imali staru Europu plus tisak. Imali smo drugačiju Europu. Nakon televizije, SAD nisu bile Amerika plus televizija; televizija je dala novi element svakog političkog kampanji, svakom domu, školi, crkvi, industriji.<sup>10</sup>

Zadržavajući biološku metaforu, *individualni* opseg funkcija datih svojstvima određenog medija može se usporediti s *mikro-staništem*, malenim, specijaliziranim okolišem unutar većeg ekosustava. Postmanova gusjenica nije samo jedan aspekt šume, već aktivni čimbenik koji je u odnosu s lišćem, kladama i peludi. Uistinu, posvećeni ekolog medija mora brinuti ne samo o *sveukupnom* ekosustavu, već i o različitim funkcijama njegovih komponenti. *Mikroekologija medija*, možemo reći. Takav pristup ponekad zahtijeva specijaliziraniju i možda manje glamuroznu metodu: kao što ekolog otkriva nepoznate funkcije klade koja truli, ekolog medija mora isto činiti s pojedinim formama medija.

Vođena idejama ekologa medija poput McLuhana i Postmana mikroekologija medija teži razotkriti utjecaj svojstava medija na društvo, no čini to specijaliziranije, usmjeravajući pozornost na pojedini medij, kopajući dublje u mračni, neistraženi kutak medijskog ekosustava, baš kao što tradicionalni ekolog kopa u prirodnome. I kao što entomolog može napraviti kolekciju koja

detaljno karakterizira tipove, uloge i utjecaje insekata na okoliš, mikroekolog medija može učiniti isto za medij. Pritom je vriednost medija (tip pitanja koje autori poput Carra i Shirkyja postavljaju) manje bitna od dokumentiranja njegove raznovrsnosti i upotreba. Tek nakon provođenja takvog istraživanja možemo se smatrati kvalificiranima za razmatranje različitih varijanti medija kao obećavajućih ili prijetećih za određeni način života. I također, nakon što smo to učinili, možemo biti manje sigurni u definitivne moralne pozicije.

Ova knjiga predstavlja moj pokušaj takvog pristupa videoigrama. Njen je cilj otkriti maleni dio brojnih upotreba videoigara te kako one zajedno čine medij širim, bogatijim i relevantnijim. Uzimam zdravo za gotovo činjenicu da shvaćanje videoigara kao isključivo medija dokolice ili produktivnosti jednostavno nije dostatno. Umjesto toga, predlažem da zamislimo videoigre kao medij s valjanim upotrebama diljem spektra, od umjetnosti do zanata uključujući sve između. Neću pretpostaviti da najbolji ili najlegitimniji primjerci tek dolaze, ili da će postavljanje temelja za dizajnere, tržište, igrače ili kritičare pridonijeti njihovom uviđanju potencijala videoigara za neko prosvjetljujuće remek-djelo. Umjesto toga, uzeti ću zdravo za gotovo činjenicu da videoigre već sada postaju sveprisutni medij, isprepleten s kulturom poput teksta i slika. Videoigre nisu supkulturna forma namijenjena adolescentima, već tek jedan u nizu medija upisanih u tkanje svakodnevice.

Većina ipak još nije počela razmišljati o igrama na taj način, kao o mediju s puno upotreba koje zajedno prožimaju suvremeni život, a posljedično, zanimljive prilagodbe te forme proglašavaju se nelegitimnima ili su jednostavno ignorirane. U kratkim esejima koji slijede bavim se mnoštvom primjera primjena za videoigre, osjećaja videoigara i iskustava s videoigrama. Nadam se da ću u svakom eseju uspjeti pokazati kako su igre “procurile” iz naših računala i postale neodvojiv dio naših života. Nisu zamišljeni kao potpuni katalog sadašnjeg ili budućeg potencijala videoigara, već kao početna točka za razmišljanje o tome kako činiti stvari videoigrama.

09 Marshall McLuhan, *Understanding Me: Lectures and Interviews*, ur. Stephanie McLuhan i David Staines (Cambridge, Mass.: MIT Press, 2004.), 271.

10 Neil Postman, *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology* (New York: Vintage, 1993.), 18.



Jesu li videoigre umjetnost? To pitanje izazvalo je žustru raspravu, prvenstveno zahvaljujući izvaji filmskog kritičara Roberta Eberta: “priroda medija sprječava ga da nađi obrt i postane umjetnost.”<sup>11</sup> Za filozofa i dizajnera igara Jima Prestona to pitanje je apsurdno i beskorisno:

Smatrati da postoji jedan općeprihvaćen koncept umjetnosti potpuno je promašeno. Stav Amerikanaca prema umjetnosti duboko je podijeljen, iščašen i zbunjujuć; moja poruka gejmerima je da jednostavno ignoriraju čitavu raspravu o tome “je li to umjetnost.”<sup>12</sup>

Preston rasvjetljuje fatalni problem debate “igre kao umjetnost.” Pustite videoigre na miru, *umjetnost* u suvremenoj kulturi nema ikakvog stabilnog značenja.

Postoji puno razloga za takvo stanje, od kojih je možda najvažnija činjenica da je avangarda 20. stoljeća zauvijek promijenila umjetnost. U turbulentnim vremenima prva dva desetljeća prošlog stoljeća, lokalizirani pokreti u Europi privukli su pozornost odbacivanjem tradicionalizma. Začetnik futurizma Filippo Mari-

netti okrenuo je leđa svemu starome i prigrlio mladost, stroj, nasilje. Kad je nasilje postalo stvarnost u Prvom svjetskom ratu, skupina umjetnika u Zürichu zaključila je da ako je napredak, započet u prosvjetiteljstvu, doveo do ratnog uništavanja, tada treba odbaciti takav napredak. Svoje djelovanje nazvali su Dada. Futuristi su tražili potpunu reinvinciju kulturnog i političkog života. Dadaisti su prezreli umjetničke i društvene konvencije u korist apsurdizma i rekontekstualizacije. Tristan Tzara izvodio je poeziju uživo izvlačeći nasumce riječi iz šešira. Marcel Duchamp pretvorio je pisoar u umjetnost postavivši ga u galeriju umjesto u kupaonicu.

Pokreti poput ovih, kolektivno nazvani *avant-garde*, narušili su tradicionalne ideje o ulozi i kontekstu umjetnosti. Kako je stoljeće odmicalo, postajalo je sve teže razlikovati umjetnost samo prema formi ili funkciji; kontekst je postao dominantni faktor čiju je arbitrarnost zauvijek raskrinkao Duchampov pisoar.

No, povijest umjetnosti je i prije avangarde bila progonjena duhovima pokreta koji su željeli nanovo osmisliti i interpretirati vlastite pretke, čak i ako su to činili puno sporije. Gotički stil od 12. do 14. stoljeća preferirao je izduženost, ornament i kutove u skulpturi, arhitekturi i slikarstvu. Renesansa je usavršila perspektivu. Realizam kasnog 19. i ranog 20. stoljeća fokusirao se na prikaz svakodnevnog života te je sâm iznjedrio brojne pokrete, primjerice postimpresionizam ili preraphaelite. Kao što Preston upozorava, iz duge perspektive povijesti, sama ideja da “umjetnost” označava nešto monolitno sigurno je apsurdna.

Što videoigre mogu naučiti, čak i iz rudimentarnog shvaćanja povijesti umjetnosti? Za početak, ne postoji jedinstvena teorija umjetnosti. Potraga za čistom, univerzalnom definicijom umjetnosti u bilo kojem mediju unaprijed je izgubljena bitka. Dapače, povijest umjetnosti obilježena je prekidima i ponovnim počecima, sukobljenim tendencijama i idejama u svakom povijesnom razdoblju, a osobito od 19. stoljeća nadalje.

Naposljetku, u 20. stoljeću sljedeće su stvari bile slavljene kao visoka umjetnost: pisoar na postamentu; slika obojenog kvadrata; poezija sastavljena od riječi nasumce izvučenih iz šešira; publika koja reže odjeću s umjetnika; industrijska boja nabacana na platno; reprodukcije reklama; brzoglasnik poslan primaocu kojeg navodno prikazuje; barikada bačvi ulja na pariškoj ulici; neprekinuta televizijska slika skulpture Bude. Prije nego što zaključimo da su takvi primjeri neobični rubni slučajevi, sjetimo se tko su im

<sup>11</sup> Roger Ebert, “Answer Man,” *Chicago Sun-Times*, 27. studenoga 2005., <http://rogerebert.suntimes.com/apps/pbcs.dll/section?category=ANSWERMEN&date=20051127>. Povijest Ebertovih izvjava o videoigramama je složena, većinom zato što su se originalno pojavljivale kao usputni komentari u različitim člancima a tek su se kasnije razvili u formalnije tekstove. Najbolji zapis o ranim fazama rasprave nalazi se na blogu IndyGamer (<http://indygamer.blogspot.com/2007/07/debate-art-house-gamesvs-ebert.html>), u kojem je objašnjeno kako se Ebertov prvi formalni stav o videoigramama (citiran gore) nalazi u pismu čitatelja koje se referira na njegovu kritiku filmske adaptacije igre Doom (<http://rogerebert.suntimes.com/apps/pbcs.dll/article?AID=/20051020/REVIEWS/51012003/1023>).

<sup>12</sup> Jim Preston, “The Arty Party,” *Gamasutra*, 11. veljače 2008., [http://www.gamasutra.com/view/feature/3536/the\\_arty\\_party.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/3536/the_arty_party.php).

autori: Duchamp, Piet Mondrian, Tzara, Yoko Ono, Jackson Pollock, Andy Warhol, Robert Rauschenberg, Christo i Jeanne-Claude, Nam June Paik. Sve njih smatramo velikim umjetnicima čiji se status ne dovodi u pitanje. Oni dokazuju da “umjetnost” nije fiksna i nekontroverzna tema. Umjetnost je činila mnogo stvari u ljudskoj povijesti, no osobito u prošlom stoljeću provocirala je i kršila pravila. Tjerala nas da promijenimo način gledanja. Umjetnost mijenja. Njena svrha je, možemo reći, da se mijenja te da pritom mijenja i nas.

Kako onda možemo razumjeti ulogu igara u umjetnosti? Prihvaćanje Ebertovog izazova da se videoigre jednostavno trebaju pokrenuti sa svojih poslovičnih kaučeva i doseći autorski status književnosti ili filma nije korak unaprijed.<sup>13</sup> A nije ni strastvena zaljubljenost apela za legalnim statusom videoigara kao izražajnog sredstva, što je česti protuargument zagovornika videoigara. Niti je to prenamjena poznatih scena iz videoigara kao *homage* narodnoj umjetnosti u obliku rukotvorina na Etsy.com ili pak u izradi kolača koji se mogu vidjeti na blogovima. Ali niti davanje galerijskog statusa slikama iz igara i konceptualnim projektima izlažući ih na sajmovima, kao što se to niz godina činilo na najvećem sajmu industrije videoigara, Electronic Entertainment Expou.

Unatoč manjku određenosti, ideja “videoigara kao umjetnosti” ili *art-igara*, da upotrijebim izraz dizajnera Jasona Rohrera, ipak nudi neki uvid: sugerira da će igre prije biti *izvorno* osmišljene kao umjetnost unutar zajednica korisnika i čak industrije igara, nego prisežući na odanost kraljevstvu visoke umjetnosti. Njima se bave prvenstveno programeri, a umjetnici manje, ako uopće. S druge strane, termin *igra kao umjetnost (game art)* odnosi se na djelo pripremljeno za izlaganje u galeriji ili muzeju, dakle, “tradicionalnom” mjestu za umjetnost, Duchampu usprkos. *Super Mario Clouds* Coryja Arcangela, hakirana verzija Nintendove igre *Super Mario Bros.*, koji odstranjuje sve osim plutajućih oblaka, dobar je primjer igre kao umjetnosti.<sup>14</sup> To su igre za izložbu, a ne za igranje.

Međutim, onkraj takve distinkcije i usprkos njenoj retoričkoj moći, art-igra je nedostatan izraz, bilo za igrače, programere ili

kritičare. On je nadomjestak za još neimenovani niz pokreta ili stilova nalik na realizam ili futurizam. Moramo gledati dublje, promotriti specifičnosti određenih estetskih tendencija u samom razvoju igara, u nadi da ćemo identificirati njihov položaj u odnosu i na videoigre i na umjetnost. Drugim riječima, nedostaju nam diskusije o konvencijama stvaranja i razvijanja videoigara, o stilovima i pokretima kroz koje, lokalno i povijesno, videoigre sudjeluju u širem konceptu umjetnosti. Postoji mnogo stilova koje možemo promišljati, stoga odaberimo jedan na koji ćemo se fokusirati.

Uzmimo Rohrera, Jonathana Blowa i Roda Humblea, tri imena koja često iskaču u diskusijama o igrama i umjetnosti te u čije radove spadaju igre o prirodi međuljudskih odnosa. Njihov rad prigrbljuje jednostavnost prikaza koji ne naginje niti pikseliziranom oštrom bolu nostalgije niti formalnoj čistoći apstrakcije. Predlažem termin *proceduralizam* za karakterizaciju stila kojeg djelomično predstavljaju ova trojica autora i nekolicina drugih. To nije naziv za sve igre niti za sve art-igre, čak niti za sve igre navedenih autora, već naziv za stil koji su namjerno i uspješno usvojili.

Blowova igra *Braid* gradi se na poznatom žanru platformske igre i pretvara ga u alegorijsko istraživanje tema vremena i žaljenja. Na početku igre imamo naizgled poznatu situaciju u kojoj glavni lik Tim treba spasiti princezu od čudovišta. No, odnos između njih dvoje ubrzo se otkriva složenijim nego što bi se to očekivalo od standardnog tropa videoigara. Igra nudi mogućnost vraćanja u vremenu, dozvoljavajući brisanje pogrešaka (u *Braidu* nema smrti) i stvarajući nove implikacije za platformske slagalice na različitim nivoima. U jednom od svjetova, na određene objekte ne utječe manipulacija vremenom. U drugom pak kretanje lika u desno pomiče vrijeme unaprijed, a kretanje u lijevo unatrag.

Rohrerova igra *Passage* je apstraktni *memento mori*. Igrač kontrolira čovjeka koji se kreće kroz apstraktni, pikselizirani svijet. Na početku može odabrati želi li prolaziti igru zajedno sa ženskim likom, pri čemu se njih dvoje ostatak igre kreću kao jedno, ili joj se vratiti kasnije nakon istraživanja labirinskog okruženja. Tijekom igre otvaraju se škrinje s blagom od kojih neke sadrže zvijezde, a neke prašinu. Hvatanjem zvijezda iz škrinja stvaraju se sjećanja koja se kasnije mogu gledati. Likovi s vremenom stare i mijenja im se izgled, boja kose, odjeća, držanje, brzina kretanja,

13 Roger Ebert, “Games vs. Art: Ebert vs. Barker,” *Chicago Sun-Times*, 21. srpnja 2007., <http://rogerebert.suntimes.com/apps/pbcs.dll/article?AID=/20070721/COMMENTARY/70721001>.

14 Vidi <http://www.medienkunstnetz.de/works/super-mariocloud/>.

odražavajući napredovanje kroz život. Konačno, likovi umru, najprije žena, a nakon nje muškarac. Čitav proces traje malo više od pet minuta.

Humbleova igra *The Marriage* donosi još apstraktniji pogled na romantičnu ljubav, pri čemu je jedini konkretni prikaz u samom naslovu. U igri se dva velika kvadrata, plavi i ružičasti (simbolizirajući muškarca i ženu) kreću u dvodimenzionalnom prostoru. Krugovi različitih boja naizmjenice ulaze i izlaze iz prostora. Interakcije između kvadrata, krugova i igračeva miša imaju različite posljedice za plavi i ružičasti kvadrat. Primjerice, pomicanjem miša preko bilo kojeg od kvadrata smanjuje se veličina plavoga i kvadrati se približavaju jedan drugome. Ružičasti kvadrat postaje s vremenom sve prozirniji, no povećava se kada dođe u kontakt s bilo kojim obojenim krugom osim crnim. Igra završava kada bilo plavi, bilo ružičasti kvadrat postane potpuno proziran ili se smanji do nestajanja. Igra je, Humbleovima riječima, “moj doživljaj braka.”<sup>15</sup>

Iako poprilično različite, igre *Braid*, *Passage* i *The Marriage* imaju nekoliko zajedničkih svojstava, od kojih su neka vezana uz željeni efekt, neke uz metodu stvaranja, a neke uz formu. Ja predlažem pet: proceduralna retorika, introspekcija, apstrakcija, subjektivna reprezentacija i snažno autorstvo.

Kao što im naziv implicira, proceduralne igre su procesualno intenzivne – pri stvaranju umjetničkog značenja oslanjaju se prvenstveno na računalna pravila. U tim igrama ekspresija proizlazi ponajviše iz interakcije igrača s mehanikom i dinamikom igre, a manje (ako uopće) iz njenih vizualnih, slušnih i tekstualnih aspekata. Takve igre ogoljuju formu, omogućujući značenju da proizađe iz modela.

Na drugom mjestu terminom *proceduralna retorika* imenovao sam argument izveden iz računalnog modela.<sup>16</sup> Proceduralna retorika pokušava objasniti kako nešto funkcionira modelirajući njegove procese u procesualno-izvornom okruženju računala umjesto da koristi opis (tekst) ili prikaz (slike). Kada se odnosi na igre namijenjene mijenjanju mišljenja, ovaj termin prilično je

15 U činu kojeg naziva „priznanjem neuspjeha,“ Humble je napisao opširnu izjavu o *The Marriageu*, koji uključuje potpuni opis pravila i njegovu interpretaciju njihovog značenja. Može se pronaći na: <http://www.rodvik.com/rodgames/marriage.html>.

16 Bogost, *Persuasive Games*, 28–29.

koherentan. No uveo je ponešto konfuzije u drugim kontekstima, vjerojatno zbog nepopularnosti termina *retorika* u suvremenoj kulturi – za mnoge, ona je tek sinonim za *laži*. Ali za retoričara taj termin značajno šire karakterizira proces ekspresije.

U art-igramama poput tri navedene, proceduralna retorika ne ističe stav, već karakterizira ideju. Te igre govore o tome kako doživljaj svijeta funkcionira, kakav je osjećaj iskusiti ili biti podvrgnut nekoj situaciji: braku, smrtnosti, žaljenju, konfuziji i tako dalje.

Proceduralističke videoigre orijentirane su istovremeno na introspekciju neposrednog zadovoljenja (kao što je obično slučaj sa zabavnim igrama) i vanjskoj akciji, bilo neposrednoj ili odgođenoj (kao što je obično slučaj s ozbiljnim igrama). Cilj proceduralističkog dizajnera je navesti igrača da promisli o jednoj ili više tema tijekom ili nakon igre, ne brinući pritom za razrješenje ili učinak. Korištenje prepoznatljivo ljudskih, no ipak apstraktnih uloga u tim igrama podcrtava poziv na projiciranje vlastitog iskustva i ideja.

Na primjer, *Passage* je igra o životnim izborima, lekcijama i neizbježnom kraju. Budući da donosi apstraktnu reprezentaciju partnerstva te odrastanja, starenja i smrti, ona sasvim razumljivo pobuđuje razmišljanje o tim procesima. *The Marriage* se bavi dinamikom održavanja veze, no značaj teme leži u ambigvitetu između naslova igre i ponašanja koja se u njoj primjenjuju. Te igre postavljaju pitanja o životu i simuliraju specifična iskustva kao reakcije, no ta iskustva rijetko upućuju igrača prema definitivnim odgovorima.

Usprkos njihovu fokusu na značenje mehanike, proceduralističke igre ne odbacuju u potpunosti grafiku, zvuk, tekst ili priču; ali kada ih uključuju, prednost je u pravilu dana apstrakciji, a ne vjerodostojnosti.

Dio razloga za to je praktične prirode, s obzirom da igre često imaju jednog ili dva autora. No još važniji je estetski razlog: reduciranje opsesije igrača dekoracijom naglašava doživljaj procesa, istovremeno dopuštajući slici, zvuku i tekstu da smisljeno razjasne fikciju teme igre.

Iako je jedna od uobičajenih metoda apstrahiranja 2-D renderiranje (kao što je slučaj u *Braidu*, *Passageu* i *The Marriageu*), ne upotrebljavaju je sve proceduralističke igre. *Reflect Mikea Treanora* primjer je 3-D proceduralističkog uratka na temu kretanja malih i velikih bića. Treanorov odabir naizgled retrogradnog stila

s malim brojem renderiranih poligona služi estetskoj, a ne nostalgичnoj svrsi: on prebacuje pozornost s vizualno vjernog prikaza na doživljaj pokreta. Što se tiče priče, proceduralističke igre često koriste metaforu ili vinjetu umjesto narativa. *Storyteller* Daniela Benmerguija predstavlja dobar primjer: igra priča priču kroz kauzalne odnose između različitih likova, u različito vrijeme, u skladu s njihovim položajem na pozornici koja je poput triptiha.

Bez obzira na razinu apstrakcije, proceduralističke igre ne izjednačuju veću apstraktnost s nižom produkcijskom vrijednošću. Ako su slika, zvuk ili tekst prisutni, pažljivo su odabrani i inkorporirani u sustav koji tvori ostatak igre – pozadinske čestice koje mogu vratiti vrijeme u *Braidu*; ekspresivne heksapikselne oči u Benmerguijevoj *I Wish I Were the Moon*; logaritmički stupnjavana distorzija vizije prošlosti i budućnosti u *Passageu*. Takva su sredstva uvijek usko povezana sa samim igranjem.

Igre poput goa ili *Tetrisa* su apstraktne; ako imaju iole sadržaja, on je ograničen na doživljaj samog sustava. O njima možemo donositi stavove o reprezentaciji (Janet Murray nazvala je *Tetris* “savršenim uprizorenjem života Amerikanaca preopterećenih obavezama”), ali samo na otvoreno metaforički način.<sup>17</sup> Suprotno tome, igre kao što su *SimCity* ili *Madden* su konkretne: bave se specifičnim temama i aktivnostima, u ovom slučaju urbanim planiranjem i američkim nogometom.

Proceduralističke igre nalaze se između ova dva pola. Njihovi sustavi ne karakteriziraju temu slučajnošću žanra ili konvencije, već kroz promišljenu selekciju – često inspiriranu osobnim iskustvom samog autora igre. Istovremeno, proceduralistička djela po pitanju reprezentacije nisu toliko jasna kao druge igre: prisutna je dvosmislenost i forme i označavanja. Još jedan primjer tog stila, *Where Is My Heart* Bernharda Schulenburga, demonstrira oba aspekta. Igra se bavi “zapletenošću obiteljskog života,” raspo- ređujući uspješnost trima apstraktnim likovima i razbacujući zamršeni platformerski svijet po ekranu.

Iz perspektive forme, proceduralističke art-igre teže spajaju konkretnih, prepoznatljivih situacija i apstraktnih simbola, predmeta, ciljeva ili poteza, poput apstraktnih znakova u Rohrerovim škrinjama s blagom. Iz perspektive označavanja, proceduralistička djela koriste više poetičan i manje izravan način za

izražavanje ideja ili scenarija koje njihovi procesi predstavljaju. *Braid* postavlja pitanja o sumnji, oprost, vremenu i žaljenju, nudeći igraču mogućnost da na različite načine slijedi pitanje “što da se mogu vratiti”. No, odgovori na ta pitanja nisu predstavljeni kao konačna rješenja koja se automatski otkrivaju svladavanjem sustava igre. U tom smislu, proceduralizam dijeli neke od vrijednosti ekspresionizma u umjetnosti, osobito oslanjanje na subjektivnu interpretaciju emocija.

Teško je promišljati subjektivne teme ljudskog iskustva u odnosu spram bezimene anonimnosti korporativnog proizvoda. Stoga snažna prisutnost ljudskog autora preovlađuje u ovakvim igrama, bilo da je riječ o pojedincu ili o pojedinačno navedenim članovima manje grupe.

Koncept autorstva uključuje još jednu karakteristiku umjetnosti: potragu za određenom istinom neovisno o potražnji, recepciji ili prodaji. Na djelu je ideja da artefakt ima nešto što želi prenijeti te neće stati dok to ne izrazi, a ne radi se o iskustvu koje treba optimizirati. Ipak, ne smijemo pogrešno protumačiti autorstvo kao namjeru. Intencionalna zabluda, koja odbacuje ideju da je značenje ili vrijednost djela u vezi s namjerom autora, još uvijek je prisutna u videoigramama. Djelovanje igrača u svim vrstama igara vodi ka jedinstvenim interpretacijama igračih iskustava; u proceduralističkim djelima stvaranje značenja je potaknuto znanjem da je određeno ljudsko biće pokrenulo sve procese.

Umjetnički stilovi, pokreti i tradicije ponekad se stvaraju proglašom grupe umjetnika, kao što je to bio slučaj s manifestima s početka 20. stoljeća. Belgijski umjetnički dvojac poznat pod imenom Tale of Tales objavio je “Realtime Art Manifesto” 2006. godine kako bi opisao i pobudio interes za svoj stil koji se značajno razlikuje od proceduralizma: oni odbacuju pravila i ciljeve u korist ispoliranih 3-D doživljaja i situacija s niskom razinom interakcije.<sup>18</sup> U drugim slučajevima, kritičari i povjesničari (umjetnosti) opisuju pojavu i evoluciju stila tijekom ili nakon njegova trajanja. Ostaje otvoreno pitanje bi li gore spomenuti autori prihvatili proceduralizam kao termin, no to ne treba potkopati korisnost opisivanja stila u procesu njegova sazrijevanja.

17 Janet Murray, *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace* (Cambridge, Mass.: MIT Press, 1997.), 144.

18 Auriea Harvey i Michaël Samyn, “Realtime Art Manifesto,” izlaganje na 7. Annual Mediaterra Festival of Art and Technology, Atena, Grčka, 4.-8. listopada 2006., <http://www.tale-of-tales.com/tales/RAM.html>.

Proceduralizam kao stil zauzima stav suprotan konvencionalnoj mudrosti u dizajnu igara. Dok se većina videoigara fokusira na doživljaje koji simuliraju realnost, proceduralizam nudi metaforički pogled na ideje. Dok se većina videoigara fokusira na zadovoljstvo igrača, proceduralizam priziva igračevu introspekciju. Dok se većina videoigara fokusira na facilitaciju kreativnosti korisnika, proceduralizam ogoljuje subjektivnu istinu individualnog autora. To nije jedini umjetnički pokret u mediju videoigara, ali s obzirom da posjeduje koherentni niz ciljeva i vlastitu estetiku, služi sličnoj svrsi kao futurizam ili dadaizam: zadati određeni izazov mediju unutar njega samoga. A to je bez sumnje obilježje umjetnosti.

Jedno od jedinstvenih svojstava videoigara je njihova moć da nas stave u tuđu kožu. No, većinu vremena ta je koža veća od naše. Dok igramo igre, nalik smo na djecu koja klopoću uokolo u mokasinkama i salonkama svojih roditelja, zamišljajući kako izgleda gledati iznad kuhinjskog stola. U mnogim slučajevima, te uloge ispunjavaju fantazije o moći. Videoigre nam omogućuju baratanje smrtonosnim oružjem ili vođenje intergalaktičkog rata. Omogućuju nam odlučujući udarac u finalu svjetskog nogometnog prvenstva. Omogućuju nam da gradimo gradove i da ih uništavamo. Ali uloge moći nisu jedine koje videoigre nude.

*Darfur Is Dying*, igra Susane Ruiz nastala u sklopu njenog magisterija na Sveučilištu Southern California, razbija tu tradiciju. U jednom dijelu igre, igrač preuzima ulogu darfurskog djeteta koje se upućuje izvan sela kako bi s izvora donijelo vodu za svoju obitelj. Kako bi ostvario taj zadatak, igrač mora trčati pustinjom u potrazi za izvorom i natrag u selo, čitavo vrijeme izbjegavajući džipove paravojne postrojbe Janjaweed koja lako može presresti sporije, ranjivije dijete. Igrač se može privremeno sakriti iza grmlja i pustinjskog smeća, ali ako predugo ostane nepomičan neizbježno će biti uhvaćen.

Na prvi pogled, *Darfur Is Dying* bi lako mogli kategorizirati kao *stealth* akcijsku igru. Ovaj česti podžanr akcijskih/pustolovnih igara nagrađuje kradomične, a ne očigledne poteze. U igri *Thief* igračev lik mora se skrivati u sjenama dok pljačka po kućama. U *Splinter Cell* i *Metal Gear Solid* igrač mora prikriti dokaze vlastitih djela, primjerice gušenjem čuvara i skrivanjem njihovih tijela. U *Deus Ex* igrač može odabrati želi li djelovati potajice ili ne, recimo hakiranjem računala kako bi otključao vrata ili ubijanjem čuvara kako bi si osigurao prolaz. *Darfur Is Dying* nudi sličan izazov: igrač mora izbjeci kontakt s paravojnom postrojbom, bilo bježanjem ili skrivanjem. No igri nedostaje karakteristika ključna za *stealth* akcijski žanr: u *stealth* igrama prikrivenost je vještina prožeta moći. Tajnovitost lopova i lukavstvo tajnog agenta izoštrene su sposob-



nosti koje ih razlikuju od zlikovaca protiv kojih se bore.

U svijetu igre *Darfur Is Dying*, potajnost je slabost. Igračev lik se skriva da bi preživio, a ne zato što mu to daje prednost pred moćnijim neprijateljem. Igrač se ne prikrada, već šćućureno čeka da opasnost prođe.

Slično iskustvo slabosti među suvremenim komercijalnim videoigrama može se pronaći u igri *The Legend of Zelda: Wind Waker*. U početnim fazama igre, protagonist putuje u Zabranjenu tvrđavu kako bi se suočio s otmičarom svoje sestre. No budući je preslab da bi se borio s neprijateljima koje tamo nalazi, igrač se umjesto toga mora skrivati u mraku i bačvama kako ne bi bio primijećen. Kasnije u igri, vraća se u tvrđavu mnogo moćniji i iskusniji, i tu se *Wind Waker* razlikuje od *Darfur Is Dying*. Potajnost uvjetovana slabošću u prvoj igri naglašava postepeni rast moći igrača: kasnije lako svlada neprijatelje s kojima se prije nije mogao nositi. U drugoj igri, igrač je osuđen na slabost: nema magije ni herojskog naslijeđa; snaga potrebna za preživljavanje jednostavno nije dostupna.

Ako igra o genocidu u Sudanu treba izazvati empatiju za stravične situacije iz stvarnog svijeta u kojem igrači kojima je u životu dovoljno dobro da mogu igrati videoigre mogu intervenirati, tada bi nas igre trebale pozvati da kročimo u tješnju, neudobniju kožu potlačenih, a ne u ugodnu kožu moćnih.

Takvu sam strategiju pokušao upotrijebiti u nekima od vlastitih igara, iako, doduše, u korist manje geopolitički obojenih tema od afričke politike južno od Sahare. Na primjer, u igri *Disaffected!* – parodiji na Kinko – igraču je oduzeta mogućnost da uspješno poslužuje mušterije (karakteristika koju dijele igre ispunjavanja narudžbi kao što su *Tapper* ili *Diner Dash*). Umjesto toga, igrač je prisiljen obavljati svoj posao u uvjetima nemoći otuđenog rada.

Ipak, takva operacionalizirana slabost nije nova pojava u videoigrama. Primjerice, u igri *Ico* igrač preuzima odgovornost za gotovo nemoćnog suputnika. No tu dinamiku možemo pronaći i puno ranije, u jednom od najozloglašnijih naslova u povijesti videoigara: *E.T. the Extra-Terrestrial* za igraču konzolu Atari (Atari Video Computer System - VCS).

Atari je 1982. platio 20 milijuna dolara Stevenu Spielbergu za dozvolu da napravi videoigru utemeljenu na slavnom filmu.<sup>19</sup> Kako bi iskoristio popularnost filma, Atari je nagovorio Howarda Scotta Warshawa, programera igre *Yars' Revenge*, da napravi igru u

roku od samo pet tjedana kako bi je mogli plasirati za Božić. Kao rezultat, proizvod je dobio očajne kritike zbog loše igrivosti i neintuitivnih komandi. Milijuni kasete koje je Atari proizveo nisu se uspjeli prodati, i tvrtka je kasnije morala razbiti i zakopati stotine tisuća *E.T.* kasete na deponiju u pustinji u Novom Meksiku.<sup>20</sup> *E.T.* je zajedno s lošom i jednako loše produciranom VCS-ovom adaptacijom *Pac-Mana* često optuživan za krah industrije videoigara 1983.

Bez obzira na učestalost, prigovori *E.T.-ju* pretpostavljaju da igre trebaju ispunjavati uloge moći, da nas trebaju staviti u kožu veću od naše, i da s tim ulogama moramo biti zadovoljni. No u Spielbergovom filmu nije se radilo o zastrašujućoj moći vanzemaljske invazije – treba se prisjetiti da je glavni lik bio svemirski botaničar, a ne svemirski osvajač. To je film o izolaciji vanzemaljca koji je ostao. U svijetu koji *E.T.-ja* percipira kao implicitnu prijetnju, nekolicina djece pokušava ga shvatiti onako kako bi on to želio. Riječ je o otuđenju, a ne tuđincu.

Warshawova igra je, namjerno ili ne, poštovala taj temeljni princip. U njoj igrač ne može lako predvidjeti topologiju virtualnog pejzaža, i stoga često upada u bunare. Jednom na dnu, igrač može koristiti *E.T.-jevu* moć levitacije kako bi se izvukao i nastavio dalje. Premda je ova odlika univerzalno kritizirana zbog izazivanja snažnih frustracija, ona također briljantno suprotstavlja *E.T.-jeve* navodne moći s njegovim stvarnim slabostima. Levitacija, vještina koju bi neka druga igra koristila za prednost u borbi, postaje malena pobjeda koja *E.T.-ju* (i igraču) pomaže ostvariti mogućnost da postane lovina. Agenti FBI-ja i znanstvenici proganjaju ga čim se izvuče iz bunara. I baš kao u filmu, vanzemaljac nema posebnih moći za borbu protiv neprijatelja. Poput šćućurenog djeteta u *Darfur Is Dying*, igranje uloga *E.T.-ja* izraz je slabosti, a ne moći.

19 Nema dovoljno dokaza koji bi potvrdili točan iznos, ali uvriježeno se smatra da riječ o iznosu između 20 i 25 milijuna američkih dolara. Vidi: Matt Barton i Bill Loguidice, "A History of Gaming Platforms: Atari 2600 Video Computer System/VCS," *Gamasutra*, 28. veljače 2008., [http://www.gamasutra.com/view/feature/3551/a\\_history\\_of\\_gaming\\_platforms\\_.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/3551/a_history_of_gaming_platforms_.php). Koliko god da je iznosila pristojba za licenciranje, očito je da je bila povećala.

20 Ovo je također apokrifna priča; doduše, čini se da je istinita. Za više informacija, vidi: Nick Montfort i Ian Bogost, *Racing the Beam: The Atari Video Computer System* (Cambridge, Mass.: MIT Press, 2009.), 127.

*Darfur Is Dying* je dijelom igranje uloge, a dijelom simulacija. Igrač najprije preuzima ulogu prognanog darfurskog djeteta koje pokušava nabaviti vodu i izbjeći ophodnje Janjaweedskih postrojbi. No ako u tome uspije, igra postaje igra upravljanja u kojoj igrač mora upotrijebiti vodu za uzgoj usjeva i pomoć graditeljima koliba. Usprkos tome što igra upravljanja izbjegličkim logorom ima više sličnosti s tradicionalnim naslovima – mudro korištenje resursa i vremena – dio igre s nabavljanjem vode doima se učinkovitijim kao igra o genocidu. Društveni realizam igre upravljanja iznevjerava emocionalnu povezanost iz dijela igre s donošenjem vode.

Jamie Antonisse i Devon Johnson, magistranti sa Sveučilišta Južne Karoline, usvojili su ovu lekciju od prethodnika. Njihova igra *Hush* također stvara osobni doživljaj kompleksnog povijesnog genocida; ovaj put, riječ je o pokoljima u građanskom ratu u Ruandi 1994.

Antonisse i Johnson prepoznali su da se *Darfur Is Dying* uspješno fokusira na jedinstveno, osobno iskustvo kao univerzalni pristup temi genocida. U njihovoj igri radi se o ruandskoj majci, pripadnici etničke skupine Tutsi, koja pokušava umiriti i utišati dijete kako ih ne bi pronašli vojnici, pripadnici suprotstavljene skupine Hutu. Kroz igru se pokušava simulirati strpljenje. To je igra ritma, ali zahtijeva sporu reakciju, za razliku od brze reakcije u igrama *Dance Dance Revolution* ili *Guitar Hero*. Slova koja korespondiraju s tekstom pjesme pojavljuju se i nestaju. Pritiskanje ispravne tipke na vrhuncu osvjetljenosti slova bilježi uspješni tajac. Preranim ili prekasnim pritiskanjem tipke igrač ne uspijeva smiriti dijete, već ono sve glasnije plače. *Hush* je kratka igra; traje otprilike pet minuta, možda nešto duže za igrače kojima treba neko vrijeme da ulove ritam. Ako dijete počne previše plakati, Hutu patrola će ga čuti, i zaslon postaje crven – ne naročito suptilna naznaka krvavog kraja majke i djeteta. Uspješno prelaženje svakog “nivoa” koji se podudaraju s riječima uspavanke, privodi igru kraju, a Hutu patrola prolazi dalje.

*Darfur Is Dying* i *E.T.* pružaju holističke doživljaje: igrač ima izravnu kontrolu nad likom, čak i ako su njegove mogućnosti ograničene. *Hush* funkcionira drugačije, koristeći ilustracije i grafike televizijskog tipa kao alat za postavljanje pozornice, stvaranje ambijenta. Kvalitetno izvedeni, stilizirani prikazi dokumentarnih vizuala i zvukova iz Ruande s početka 1990-ih stvaraju dobar

osjećaj vremena i prostora. Slike majke i djeteta u stilu drvoreza jedine su figure koje ostaju statične tijekom cijele igre.

Ako *Darfur Is Dying* i *E.T.* naglašavaju igranje uloga kao svojstvo videoigara, *Hush* naglašava izgradnju svijeta. No čini to na neuobičajeni način: ne ponovnim stvaranjem živopisnog realističnog okruženja, već njegovim nagovještajem. *Hush* je više vinjeta nego simulacija.

U književnosti, poeziji i filmu, vinjeta je kratki, neodređeni opis ili prikaz osobe ili situacije. Funkcija vinjeta je da stvore osjećaj lika, a ne da pridonesu priči. Kao u književnoj skici, vinjete su impresionističke i poetične te ugrubo, meko i suptilno dočaravaju doživljaj ili okruženje.

Vinjete kao estetičko sredstvo nisu česta pojava u videoigrama. Jedan od razloga je relativna rijetkost umanjenog oblika reprezentacije ljudskog ili prirodnog doživljaja u mediju. Mini-igre poput serijala *Wario Ware* nisu vinjete; one ne oslikavaju osjećaj za neki doživljaj ili lik, već otvoreno prikazuju mehaniku ogrnutu fiktivnom kožom. Mali doživljaji ležernih igara-slagalica poput *Zume* previše su apstraktni i neuvjerljivi da bi skicirali određeno iskustvo. Kada se veće, komercijalne igre uhvate u koštac sa sličnim ciljevima, obično to čine putem kinematičkih<sup>21</sup> narativnih metoda (događajne scene (*event scene*)<sup>22</sup> u *Final Fantasy VII*.) ili putem predmeta kao tragova (pronađene snimke i bilježnice u *Bioshocku*).

U književnosti i filmu vinjeta se često koristi za poticanje empatije. *The House on Mango Street*, zbirka pjesama i priča Sandre Cisneros o latinoameričkoj adolescentici, samo je jedan od primjera.<sup>23</sup> *Short Cuts* Roberta Altmana primjer je vinjete u filmu koja nam daje detaljne, neprijatne kratke poglede na živote stanovnika Los Angelesa.<sup>24</sup> Vinjeta nije ni esej ni dokumentarac, ona ne donosi zaključak, već prenosi doživljaj.

21 Umjetnost i principi pravljenja filmova. (op. prev.)

22 *Cutscene* ili *event scene* je filmska sekvenca u videoigrama nad kojom igrač nema ili ima vrlo malo kontrole. Cilj joj je pojasniti zaplet, pružiti detalje o karakteru lika, uvesti nove likove ili ponuditi dodatne informacije, dijaloge ili indicije. (op. prev.)

23 Sandra Cisneros, *The House on Mango Street* (New York: Vintage, 1991.). [prijevod: Sandra Cisneros, *Kuća u Ulici Mango*, prev. Jasna Karaula (Zagreb: Mozaik knjiga, 2005.)]

24 *Short Cuts*, režirao Robert Altman (Los Angeles: Fine Line Features, 1993.). [U nas se prikazuje pod naslovom *Kratki rezovi*]

*Hush* nudi letimičan uvid u to kako vinjete mogu pobuditi empatiju kroz videoigre. Kao istraživanje potencijala takvog stila, igra je uspješna. I kao vinjeta ratnog stanja u Ruandi sredinom 1990-ih igra uvjerljivo poziva na suosjećanje sa sudionikom tog geopolitičkog sustava bez isticanja njegova funkcioniranja. Strah od doslovne smrti proturječi zahtjevu temeljne mehanike za smirenošću na iznenađujući i zadovoljavajući način, poput čilija u čokoladi. Zvuk dječjeg plača, koji postaje sve glasniji ako je igrač neuspješan, ublažava igračevu tjeskobu i dodatno podcrtava napetost koja je na djelu u ovom mračnom scenariju.

Možda 1982. svijet nije bio spreman za videoigru u osamljenosti i ranjivosti vanzemaljca; ali, začudo, bili smo spremni za film o njemu. Uloga *E.T.-ja* u krah videoigara zasigurno je prenapuhana, no nema sumnje da su igrači i programeri iskoristili neuspjeh igre kao dio konstantne izlike za promoviranje isključivo uloga moći, a nikada uloga slabosti. Kritičari mogu tvrditi kako situacije u kojima smo ranjivi nisu zabavne. Nitko ne želi biti u koži nemoćnih likova. I to je možda istina. Ali kada govorimo o svijetu u kojem danas živimo, ranjivi i nemoćni – poput *E.T.-ja*, ili bolje, poput ljudi iz Darfura ili Ruande – oni su koji zaslužuju naše suosjećanje.

Videoigre često optužujemo za nepoštovanje, osobito za uzdizanje nasilja i poticanje prezira prema muškarcima, ženama i kulturi općenito. No mogu li igre činiti suprotno, prigrliti uljudenost, uvažavanje, ili čak poštovanje?

Godine 2007. Engleska crkva je zaprijetila tužbom protiv tvrtke Sony Computer Entertainment Europe zbog prikazivanja mančesterske katedrale u SF pučačini *Resistance: Fall of Man*. Crkva se požalila što se u igri pojavljuje katedrala koja je imenovana i izgrađena po uzoru na 700 godina staru crkvu u ovom industrijskom gradu na sjeverozapadu Engleske. Nakon znatnog pritiska i javne osude, Sony je objavio javnu ispriku u kojoj tvrtka izražava žaljenje što je uvrijedila Crkvu i/ili stanovnike Manchestera, ali ne i zbog uključivanje katedrale u igru.<sup>25</sup>

Nevjerojatno, ali možda ne i iznenađujuće, iz medijskog praćenja ove kontroverze sasvim je izostala rasprava o samoj igri. Ni iz Sonyja nisu komentirali u tome smjeru, osim samoporažavajuće izjave da je riječ o “fantastičnoj/SF igri koja nije utemeljena na stvarnosti.”<sup>26</sup> Time se implicira, no ne i izravno adresira, apsurdnost kritiziranja igre o hipotetskom postratnom 20. stoljeću u kojem je hibridna vanzemaljska rasa Chimera napala i asimilirala ljudsku vrstu. No ni Sony ni programeri igre – *Insomniac Games* – nikada nisu pokušali objasniti zašto su uopće odlučili staviti katedralu u igru. Ironično, katedrala je zaslužna za jedan od najvažnijih doživljaja u cijeloj igri koji je obilježen poštovanjem prema građevini i Crkvi, a nikako oskrnućem.

*Resistance* nije igra koja je duboko prožeta mudrošću. To je pučačina u prvom licu (FPS), i to prilično dobra. Prekrasno je izvedena te odlično koristi napredne grafičke mogućnosti PlayStationa 3. Igra je linearna, i u zapletu i stazama kroz svaki nivo, ali ta li-

25 “Sony Apologises over Violent Game” *BBC News*, 15. lipnja 2007., [http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk\\_news/england/manchester/6758381.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/england/manchester/6758381.stm).

26 “Cathedral row over video war game,” *BBC News*, 9. lipnja 2007., [http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk\\_news/england/manchester/6736809.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/england/manchester/6736809.stm).



nearnost joj omogućava da usredotoči igrača na manji, preciznije stvoren okoliš. *Resistance* se hvata u koštac s uobičajenom temom u znanstvenoj fantastici: ultimativnim testom čovječanstva protiv Drugog. To je ujedno i jedna od klasičnih tema u videoigrama još od *Space Invaders*.

Zbog svoje jednostavnosti, *Resistance* je također predvidljiva igra. Ubijate vanzemaljce. Puno njih, iznova i iznova. Vaš lik, narednik Nathan Hale, jednodimenzionalni je i brutalni tip s tajnovitom prošlošću i vječno namrštenom obrvom. Kao što je slučaj u većini igara ove vrste, on je sam na zadatku oslobađanja svijeta od osvajača iz svemira, misija opravdana slabašnim *deus ex machina* na početku igre, kada je čitava Haleova jedinica pobijena u nizu zasjeda.

Predstavnici mančesterske katedrale izrazili su ozlojeđenost u dva smjera.<sup>27</sup> Prvo su se pozvali na intelektualno vlasništvo. Tvrdili su da Sony nema pravo koristiti ime, sliku ili arhitekturu katedrale u igri.

Rasprave o intelektualnom vlasništvu su postale toliko uobičajene da će ubrzo zamijeniti čavrljanje o vremenu. Dok su prije samo odvjetnici bili opsjednuti pitanjima vlasništva, sada i organizacije i pojedinci podjednako zazivaju stvarno pravo kao društvenu valutu. Industrija videoigara je među najvećim krivcima za tu praksu. Javnost će možda podići pogled kada Disney lobira za proširenje autorskih prava kako bi obuhvatio proizvode koje je sám prilagodio iz bajki koje spadaju u javnu domenu, no nitko ni ne trepne kada izdavači videoigara objave priopćenje za medije o svom “novom intelektualnom vlasništvu” ili kada novinari govore o predstojećim naslovima kao “novom intelektualnom vlasništvu” umjesto “novom proizvodu.”

Da je filmski studio htio snimiti scenu za postapokaliptični akcijski film u mančesterskoj katedrali, također bi trebao dobiti dozvolu biskupije, no ne za pravo da prikaže katedralu – to se može izvesti snimanjem s ulice – već bi filmska ekipa trebala dobiti dozvolu da bude na toj lokaciji, uključujući pokrivanje odgovornosti za bilo kakvu potencijalnu materijalnu štetu ili ozljede tijekom snimanja. Što da je filmski studio kompjuterskom grafikom stvorio katedralu, snimio scenu s puno zelene pozadine, i kasnije digitalno sastavio kadrove? Odgovor nije jasan, budući da je digitalno pravo na korištenje znamenitosti većim dijelom netestirano.

27 Ibid.

Drugi smjer nezadovoljstva išao je u smjeru već postojeće medijske hajke. Mančesterski biskup iskoristio je priliku da se izjasni protiv nasilja u videoigrama u najširem smislu, povezujući svoje prigovore s problemom kriminala u Manchesteru i evidencijom Crkve o potpori mladima.<sup>28</sup>

Ostavimo pitanje vlasničkih prava odvjetnicima. Umjesto toga, razmislimo o kulturalnim vrijednostima. Što mančesterska katedrala znači u igri, i zašto njeno pojavljivanje uvećava stvarni značaj katedrale više nego što ga umanjuje?

Cinik, nevjernik ili internetski trol mogao bi pronaći ironiju u tome da Crkva ukazuje na nasilje, uzevši u obzir njenu dugu povijest odobravanja i poticanja istog. Gejmer bi se mogao pozvati na status i sam naziv djela kao fantastične fikcije kako bi poništio opravdanost uvrede. Takve impresije su više instrumentalni pokušaji da se spriječi odgovor Crkve nego razumni pokušaji opravdavanja izražajnih ciljeva kojima služi prikaz katedrale u igri. Jer unatoč šutnji autora o tome, igra ih uistinu ima.

Možda je najzanimljiviji dio igre prikaz prenamijenjenih prostora u Velikoj Britaniji 1950-ih. Radnja se odvija u alternativnom svemiru čija povijest je slična našoj, zbog čega nam se okruženje čini poznatim. To obilježje razlikuje *Resistance* od sličnih igara koje imaju potpuno izmišljene svjetove, kao što je *Halo*. Na primjer, negdje početkom igre ljudi se suprotstavljaju osvajačima na autobusnom spremištu, s vozilima iz tog vremena razbacanima uokolo. Kasnije, tvornica ribljih konzervi postaje uzgajalište ljudsko-vanzemaljskih hibrida. Vojna okupacija civilnih prostora je realnost svakog rata koji se ne vodi isključivo na bojišnici, ali igre imaju jedinstvenu moć simuliranja doživljaja tog otuđenja zahvaljujući svojoj tendenciji izgradnje svjetova. Prvi put kada se igrač mora skrivati iza autobusa ili naiđe na uništenu kupaonicu, snažno ga zapljusne stvarnost rata. Nivo s mančesterskom katedralom najupečatljiviji je od takvih trenutaka, i također najsuptilniji u ovoj inače bezočnoj fantastičnoj pucačini.

Crkve imaju dugu povijest milosrdnih djela, zajedništva, sigurnih kuća, skrbi i omogućavanja slobodnog prolaska. Najstarije bolnice često su bile utemeljene od strane biskupa i drugih klerika i namijenjene lokalnim siromasima i bolesnima ili putnicima na hodočašću. U fiktivnoj, pozadinskoj priči *Resistancea*, mančesterska katedrala bila je prenamijenjena u bolnicu tijekom

28 Ibid.

prvog napada Chimera. Na ulazu igrač može vidjeti redove dječjih kreveta i rastavljenu medicinsku opremu. Ova bolnica je ili napuštena ili su, što je izglednije, pacijenti i osoblje bili nadvladani.

U “civiliziranim” ratovima protivnici razlikuju vojne od civilnih ciljeva. Činjenica da katedrala-bolnica nije bila pošteđena od napada u igri ne samo da pomaže uspostaviti divljaštvo i nehumanost Chimera, već pokazuje da se Crkva, unatoč apokalipsi, držala svoje misije da pruži podršku onima koji je trebaju, da ostane odlučna i pred licem smrti. Neki bi mogli tvrditi kako se isto može reći za bilo koju konfesiju. U svom odgovoru Sonyju, Engleska crkva postavila je upravo to pitanje: zašto Manchester, a ne izmišljeni grad?

Videoigre često re/kreiraju stvarne gradove kao mjesto radnje. Te gradove igrači diljem svijeta većinom mogu jasno prepoznati: Los Angeles (*True Crime: Streets of LA*), London (*The Gateway*), New York (*The Godfather*). Veliki gradovi daju unaprijed određeni kontekst za igranje koji pomaže u utvrđivanju očekivanja i konteksta. *Resistance* koristi stvarne lokacije, no ne one opće poznate – Manchester, Nottingham, Bristol, York. To nije bilo pitanje zavičajnog ponosa; tvrtka *Insomniac* ima sjedište u Burbanku u Kaliforniji. Igrači izvan Ujedinjenog Kraljevstva imaju malo ili nimalo osobnog iskustva gradova kao što je Manchester, stoga su njihova očekivanja geografske preciznosti niža. Poput Burbanka, Manchester dočarava kulturalno specifičnu lokaciju bez prevelikih očekivanja kakva dolaze uz korištenje gradova koji su svima poznati.

Mančesterska katedrala učvršćuje takav osjećaj prostora u igri. Ona je impresivni spomenik, znak kulturalnog i društvenog naslijeđa s dugom poviješću. Sagrađena je u 13. i 14. stoljeću u gotičkom stilu, a zauzima istaknutu poziciju u središtu Manchester – povijesnoj regiji grada koja vuče korijene još iz prvog stoljeća.

Grafički realizam područje je u kojem se PlayStation 3 zaista ističe, i katedrala u igri je uvjerljivi prikaz “prave stvari.” Kao u većini gotičkih crkava, teško je ne pogledati prema gore i uživati u veličanstvenoj arhitekturi i uzvišenoj atmosferi. Igra dozvoljava par sekundi za istraživanje i divljenje, no tada se pojavljuje rijeka Chimera, bića različitih od bilo čega s čime se igrač do tada susreo. Prirodna reakcija je mahnitro raspaliti vatrom, vrtoglavo se krećući po katedrali između onoga što je ostalo od klupa i enklava. Pažljivo skrivanje i proračunati napadi u ovoj situaciji nisu opcija.

U filmovima apokalipse često se pojavljuju znamenitosti kao simboli potpunog uništenja – Bijela kuća, Empire State Building. Teroristički napadi 11. rujna 2011. imali su za metu strukture sa simboličkom, vojnom i ekonomskom vrijednošću. No *Resistance* ne koristi mančestersku katedralu na taj način. Chimere ne zanima uništavanje spomenika niti ih je briga za bolesne civile u privremenoj crkvenoj bolnici. Detaljna i točna rekonstrukcija katedrale, kao i njena simbolička izolacija na vlastitom nivou, navedi igrača da obrati pozornost na samu strukturu. Nije riječ o još jednom anonimnom nizu kuća, stražari ili tvornici, već o građevini od značaja, jedinstvenom mjestu koje pobuđuje poštovanje. Taj osjećaj strahopoštovanja u suprotnosti je s Chimerama koje narušavaju i potkopavaju sublimnu estetiku i religijsku funkciju katedrale. Ona ne postaje simbol istrebljenja čovječanstva već potpunog neobaziranja na ljudsku kulturu i stvaralaštvo od strane Chimera, što je puno strašnija vizija od pukog istrebljenja.

Sony ili *Insomniac* ne oskrvrnjuju mančestersku katedralu u igri; to čine Chimere. Njihov nemarni prijezir prema građevini učvršćuje igračevo shvaćanje da su ta mutantska bića u *potpunosti nehumana* i da nisu uopće u stanju prepoznati oznake ljudskog etosa da bi ih mogli uništiti.

Da, igrač mora isprazniti šaržer unutar katedrale kako bi izbjegao poraz. Ali kad se prašina slegne, igrač može provesti koliko god vremena želi u istraživanju veličanstvenog interijera katedrale. Jer ona je preživjela baražnu vatru, baš kao što je stvarna mančesterska katedrala preživjela njemačko bombardiranje u Drugom svjetskom ratu. Budući da je *Resistance* linearna, skriptirana igra, to slobodno vrijeme je neobično, čak pretjerano. Ono nudi predah od neprekidne vatre prijetećih Chimera. To je vrijeme za stanku, refleksiju, možda čak i meditaciju o odnosu Boga, čovjeka i vanzemaljaca.

Mančesterska katedrala bila je opljačkana tijekom Engleskog građanskog rata 1649., napola uništena u zračnom napadu Njemačke 1940. i u njoj je IRA 1966. detonirala eksplozivnu napravu. Preživjela je sve to. Pokrovitelji su je obnovili. Danas još uvijek stoji. *Resistance* odaje fiktivnu počast toj ustrajnosti i odlučnosti, ovoga puta u alternativnom svijetu u kojem neprijatelj ne razumije niti mari za ljudske prakse poput religije. I to je također preživjela. Engleska crkva prisutnost katedrale u igri vidi samo kao degradirajuću jukstapoziciju, svetost štovanja postavljenu

nasuprot bogohulnosti nasilja. Ali ako ju promatramo u kontekstu fikcije igre, katedrala služi svrsi koja je usporediva s njenom svrhom u stvarnosti: pružanje utočišta umornima i ustrajnost pred licem razaranja.

Često o glazbi razmišljamo kao o isključivo slušnom mediju. No ne trebamo tražiti daleko kako bismo shvatili da je slušanje samo jedan od načina na koji doživljavamo glazbu. U antičkom svijetu, primjerice, glazba i književnost bile su nerazdvojive. Epsko pjesništvo poput Homerovog nije se čitalo iz ukoričenih svezaka, već su ga izvodili putujući pjevači pred mnoštvom ljudi. *Lirika*, kraća antička poezija, nosila je to ime jer je bila napisana za izvođenje pjevanjem uz pratnju lire.

Od ranog prvog tisućljeća i kroz Srednji vijek, glazba je imala liturgijsku funkciju. Gregorijanski napjev (nazvan po kompilaciji pape Grgura Velikog u 7. stoljeću) nije trebao biti osobito muzikaln, već je trebao pripremiti slušatelja za duhovnu refleksiju. U 12. stoljeću žongleri su oživjeli antičku oralnu tradiciju, izvedeci pjesme i trikove na ulicama i dvorovima srednjovjekovne Europe. Spoj sekularnih i vjerskih napjeva pojavio se u ranoj renesansi, a u 16. stoljeću skladatelji su već pisali glazbu i za Crkvu i za koncertne prostore. Glazba je postajala sve više teatralna, s uprizorenjima orkestrara i, naravno, pojavom opere u 17. stoljeću. Melodijsko doba 18. i 19. stoljeća svjedočilo je usponu glazbe do statusa umjetnosti, većim dijelom zahvaljujući velikim skladateljima poput Mozarta i Beethovena. Tijekom suvremenog doba glazba je pretežno imala narativnu ili oslikavajuću funkciju, pri čemu je bila medij za prenošenje neke druge, nemuzičke poruke – crkvene, narodne ili imaginativne.

U 20. stoljeću pojavljuju se novi stilovi, između ostalog jazz, koji je sekularizirao svetu tradiciju glazbe i pokreta Afrike te ih spojio s instrumentalnom i performativnom ulogom glazbe na Zapadu. Ples je postojao kroz cijelu ljudsku povijest, no prošlo je stoljeće ponovno uvelo glazbu kao stanište za pokret i aktivnost. Viktorijanski valcer, moderni stadionski rock koncerti, swing klub 1930-ih, rave u tvorničkom skladištu – sve te lokacije oprijetuju karnevalesknu ulogu kao poziv na prevladavanje inhibicija i tjelesnu izvedbu onoga što je u pristojnom društvu inače zabranjeno.

Unatoč snažnoj društvenoj povijesti glazbe, danas je uglavnom konzumiramo u samoći. Stavljamo slušalice u uši u teretani ili u metrou više kako bismo prigušili zvuk nego ga upili. Koncerti i plesni klubovi još uvijek postoje, ali smo također usvojili nove funkcije glazbe. Pojava mekog jazza i “glazbe za dizala” usporava i smiruje slušatelja u dizalima ili trgovačkim centrima, smanjujući anksioznost tijekom besposlenog čekanja i potičući razgledavanje pri kupovini. MTV je 1980-ih popularizirao formu video spota, no ona je postojala u prototipnom obliku u nijemom filmu s početka 20. stoljeća, glazbenom filmu u ranim 1960-ima i promotivnim filmovima u drugom dijelu istog desetljeća. Potonja upotreba je ostavila najviše utjecaja na MTV generaciju: kratki filmovi prilagođeni pjesmama služili su kao reklama za singlove, albume, koncerte i umjetnike. Iako danas još uvijek služi za oglašavanje, video spot je nadišao tu svrhu te sada funkcionira kao pripovjedna forma ili vinjeta na sličan način kao što su to činili srednjovjekovni epovi ili ranomoderna opera.

Videoigre ulaze u domenu glazbe u eri televizije. Dok se veći dio povijesti glazbe odvija u javnom prostoru rituala ili diverzije, videoigre se pojavljuju u vrijeme kada se kulturalna aktivnost sve više seli u privatnost doma. Još su sjećanja na Woodstock bila svježā, a ideja reproduciranja psihodeličnog glazbenog teatra u domu je već ranih 1970-ih bila u mislima programera. Godinu dana prije uvođenja svog utjecajnog VCS-a, Atari je stvorio Atari Video Music, hi-fi komponentu sustava koju je pomoću RF modulatora<sup>29</sup> bilo moguće spojiti na televizor. Uređaj je prihvaćao RCA ulaze iz stereo audio izvora i koristio promjenjive signale kako bi modificirao parametre apstraktnog uzorka prikazanog na televizoru – rana verzija vizualizatora koji danas dolaze s kompjuterskim programima kao što su iTunes ili WinAmp. Tipke i potenciometri omogućili su operatoru da modificira izlazne informacije mijenjajući uzorak, boje i oblike.

Poput video spota ili opere, Atari Video Music učinio je slušni medij vizualnim. Ali za razliku od ranijih formi, uređaj se fokusirao na manipulaciju samog zvučnog signala; glazba izravno upravlja vizualima. Uređaj teško možemo nazvati interaktivnim,

ali gledatelj može namjestiti postavke, učinkovito se poigravajući s poznatom glazbom na nepoznat način.

Iako primitivan, Atari Video Music naznačio je nešto što će postati jedinstveni doprinos videoigara doživljaju glazbe. Umjesto slušanja, gledanja, plesanja ili nekog drugog načina konzumiranja glazbe, videoigre nam omogućuju da je *izvodimo*. Jasno, glazbu možemo izvoditi i bez pomoći računala – sviranje gitare, klavira ili fagota ne treba pomoć videoigre, niti predstavlja novi način na koji glazbu doživljavamo. No videoigre nude nešto suptilno drugačije od sviranja tradicionalnog instrumenta: kao što Atari Video Music prikazuje zvuk na televizijskom ekranu na novi, neočekivani način, tako videoigre primjenjuju distorziju pri izvođenju glazbe, otkrivajući nešto novo u naizgled poznatim pjesmama, zvukovima ili ritmovima.

Rock-igre *Guitar Hero* i *Rock Band* danas su najvidljivija vrsta glazbenih videoigara. Od igrača se u tim dvjema igrama traži da manipulira pojednostavljenim verzijama gitare, basa, bubnjeva i vokalnih dionica kako bi dovršio pjesme u kontekstu fiktivnog benda koji obrađuje stvarne uspješnice klasičnog i modernog rocka. Nastavljajući se na plesne igre kao što je *Dance Dance Revolution*, ove igre se obično svrstavaju u žanr *ritmičke akcije*, budući da od igrača traže da pritisne određeni niz tipki u pravo vrijeme. U isključivo vokalnim verzijama ovih igara, kao što je *Singstar*, igrač mora održavati točan ton u pravilnim razmacima. Ako to uspješno napravi, note i vokali će se čuti kroz zvučnike.

Zahvaljujući ogromnom komercijalnom uspjehu glazbenih igara, one uživaju dosta pozornosti javnosti, uključujući i podršku i lamentacije. Najčešća kritika odnosi se na strah da će “lažni” instrumenti i površno razumijevanje zamijeniti stvarno bavljenje glazbenim stvaralaštvom. Istraživači su odgovorili da *Guitar Hero* i slične igre čine upravo suprotno – *kultiviraju* novi interes za glazbu. U studiji iz 2008. provedenoj u Ujedinjenom Kraljevstvu, više od polovice mladih izjavilo je da igra glazbene igre, od kojih je čak petina izjavila da su igre pobudile u njima interes za sviranje stvarnih instrumenata.<sup>30</sup>

29 RF modulator (modulator radio frekvencije) je uređaj koji se koristi za pretvaranje signala iz uređaja kao što su media playeri, videorekorderi ili igraće konzole u format koji može prepoznati uređaj koji očekuje RF signal, kao što su radio ili televizor. (op. prev.)

30 Murad Ahmed, “Guitar Hero Leads Children to Pick Up Real Instruments,” *The Times* (London), 1. prosinca 2008., [http://technology.timesonline.co.uk/tol/news/tech\\_and\\_web/gadgets\\_and\\_gaming/article5266959.ece](http://technology.timesonline.co.uk/tol/news/tech_and_web/gadgets_and_gaming/article5266959.ece).

To je možda točno, no kao što se dizajner igara Frank Lantz pita, zašto bismo trebali veličati činjenicu da videoigre mogu potaknuti tinejdžere da uzmu gitaru u ruke? Hoćemo li za 25 godina svjedočiti novom trendu u, recimo, robotici koji potiče djecu da igraju videoigre?<sup>31</sup> Pohvala ili prijekor za *Guitar Hero* zasigurno ne bi trebala biti utemeljena samo na njejoj moći da poveća ili umanjí vjerojatnost da će neko dijete zasvirati pravu gitaru.

Ovdje možemo nešto naučiti od Atari Video Musica. Poput hi-fi dodatka koji omogućuje korisniku da vizualno “svira” pjesmu, čime glazbu doslovno možemo vidjeti na drugačiji način, *Guitar Hero* i *Rock Band* omogućuju nam istu stvar. No umjesto pretvaranja pjesama u psihodelične svjetlosne efekte, ove glazbene igre apstrahiraju ples ili lirsku dimenziju pjesama, navodeći igrača da se koncentrira na njihovu ritmičku i glazbenu konstrukciju. Kada igrate *Guitar Hero*, vi u pjesmi vidite, osjećate i čujete glazbene uzorke – koje inače ne biste primijetili – kako se pretapaju u sveukupni tok i osjećaj melodije, harmonija i ritma. Kada morate izvesti note u tehnikama *hammer-on* ili *pull-off*, njihovi apstraktni uzorci izdižu se iznad zvuka same pjesme.

Pjesme u igrama nisu grupirane po žanru ili razdoblju već po težini izvođenja, pri čemu veće varijacije i brže promjene u pritiskanju žica na pragove, prebiranju po žicama ili držanju tona postaju osnovni organizacijski principi. No one nisu tek pedagoški prototipovi. Iskustvo sviranja pjesme iznova i iznova u *Guitar Hero* ili *Rock Bandu*, na sve višim nivoima i prema sve većoj umješnosti ne čini igrača boljim glazbenikom, već razvija vještinu razumijevanja slušanja.

Odavde izvire istinska estetika igara *Guitar Hero*, *Rock Band*, *Singstar* ili *Karaoke Revolution*: upoznavajući strukturu i formu pjesme, igrači doživljavaju prijelaz iz tehničke pedantnosti amatera u uglađenu samouvjerenost stručnjaka. U *Dance Dance Revolution* stručnost se ne odnosi na stvaranje glazbe, već na reakciju na glazbu: uzorci koraka, pokreta i promjena od kojih je ples sastavljen. Takvo napredovanje od osnova prema fluentnosti, ove igre čini izvedbenim glazbenim igrama, a ne tek ritmičkim akcijskim igrama. Osjećaj izvođenja izvire dijelom iz vizualne i slušne simulacije publike na ekranu, a dijelom kao nuspojava situacije koja traži od vas

da stojite pred prijateljima s plastičnim instrumentom u rukama. No i više od toga, proces razotkrivanja dubinske strukture pjesama omogućuje igraču da iskusi izvođenje u profesionalnom smislu, od nespretnog početnika do samouvjerenog majstora.

Igre poput *Guitar Hero* donose novu perspektivu glazbenoj izvedbi simuliranjem stvarnog nastupa na apstraktan ali relativno izravan način. Postoje i druge mogućnosti. U igri *Rhythm Heaven*, napravljenoj za Nintendo DS ručni sustav, igrač koristi Nintendo-ovu pisaljku kako bi dotaknuo, kvrcnuo, pritisnuo, povukao i otpustio DS dodirni zaslon u skladu s ritmom jednostavnih glazbenih kompozicija. U tom pogledu, ova se igra ne razlikuje puno od igara *Dance Dance Revolution* ili *Rock Band*. Ali *Rhythm Heaven* raščinjava prirodno preslikavanje između instrumenata i njihovih ritmova, zamjenjujući vizuale i interakcije igrača s arbitrarnim, često apsurdnim, fiktivnim grafičkim prikazima. U igri igrač mora savladati niz čudnih mini-igara ritmički slijedeći glazbenu pratnju.

U jednoj od tih mini-igara, *mo'ai* s Uskršnjih otoka pjeva apstraktnu melodiju. Kontroliranjem otvaranja i zatvaranja usta drugog monolita pomoću pisaljke igrač mora ispravno ponoviti pjesmu prve statue. U drugoj, igrač upravlja dozatorom goriva u tvornici robota. Računalo slaže dijelove robota u ritmu glazbe, a igrač mora pritisnuti i držati pisaljku točno određeni broj taktova kako bi napunio robota gorivom bez prelijevanja. U trećoj, pak, igrač pomaže gušteru da privuče partnericu trljanjem repa po leđima (pisaljkom po dodirnom ekranu), čime se proizvodi zvuk.

Očigledno, navike parenja guštera i pjesme humanoidnih monolita nemaju puno veze sa stvarnošću izvođenja glazbe. No predstavljanjem ritmičkih uzoraka kao konkretnih, iako fantastičnih postupaka, igra iskrivljuje sam koncept ritma u nuspojavu uspješne izvedbe u duhovitim igrama. Na taj način igrač može razumjeti ritam na drugačiji način: upravljajući gušterom, statuom, redovnikom koji ždere okruglice i drugim neobičnostima istovremeno kao izvođač i instrument.

Poput Atari Video Musica, *Rhythm Heaven* nudi drugačiju perspektivu glazbe. Kroz upravljanje uređajem koji se križa s glazbenom izvedbom ali je ne zrcali, ove i slične videoigre nude ono što filozof Slavoj Žižek naziva “*paralaktičkim pogledom*”, promjenjivom perspektivom između dvije točke bez sinteze.<sup>32</sup> Atari Video Music

31 John Sharp, Jesper Juul, Frank Lantz i Christoph Kluetsch, panel diskusija na simpoziju Art History of Games, Woodruff Center for the Arts, Atlanta, Georgia, 5. veljače 2010.

32 Slavoj Žižek, *The Parallax View* (Cambridge, Mass.: MIT Press, 2006.), 3. [Slavoj Žižek, *Paralaksa*, prev. Srećko Horvat (Zagreb: Izdanja Antibarbarus, 2009.)]



poziva slušatelja da glazbu učini vizualnom pomoću iskrivljenih apstrakcija sklopa povezanog s hi-fi sustavom, a *Rhythm Heaven* poziva igrača da glazbu učini operativnom pomoću iskrivljenih apstrakcija redovnika ili dizalice ili punjenja gorivom robota. Ta se veza čak nastavlja u paratekst marketinga videoigre: kao što su diskografske kuće ranije koristile MTV spotove za oglašavanje svojih ploča i koncerata, tako je Nintendo napravio iTunes vizualizator za oglašavanje *Rhythm Heavena*. Umjesto da koristi modernu, kompjuterski generiranu verziju psihodelične, apstraktne grafike originalnog Atari Video Musica, Nintendov vizualizator pokreće robote, svemirske brodove, farmere i mo' ai monolite u ritmu Björk, Beatlesa, Brahmsa ili drugih melodija iz vaše digitalne knjižnice. Plastična gitara, ritmička pisaljka i vizualizator podsjećaju nas da glazba i videoigre dijele jedno temeljno svojstvo: oboje možete svirati/igrati (*play*), i oboje nude svojim korisnicima doživljaj (samo)ekspresije unutar okvira melodije i ritma.

U jednom od brojnih pamtljivih trenutaka BBC-jeve tv-serije *The Office* Rickyja Gervaisa, izazivač nereda Tim umače klamericu uobraženog Garetha u žele.<sup>33</sup> Gareth je iznerviran, a gledatelj zabavljen, jer oboje odmah shvaćaju da je riječ o podvali.

Podvale su vrsta mračnog humora koji pleše na tankoj granici između zabave i ozljede. Rizik, koji je svojstven podvalama, pridonosi našem uživanju u njima. To uključuje opasnost da bude uhvaćeni na djelu ili mogućnost da žrtva podvale bude povrijeđena ili uvrijeđena. No rizik također daje podvalama njihovu društvenu moć. Budući da riskira neugodnu situaciju, podvaljivač potvrđuje prijateljski, iako nestašni, odnos sa žrtvom. Isto vrijedi za žrtvu, ovisno o tome hoće li se nasmijati ili duriti. A ako kasnije uzvratiti podvalu, ishod se tumači kao zaigrani oblik društvenog zbližavanja a ne kao osvetoljubivost.

Jedan oblik podvale u videoigrama su šale koje programeri zbijaju na račun svojih poslodavaca ili izdavača. Uzmimo skriveno uskršnje jaje. To je skrivena poruka u različitim vrstama medija, od filmova do igara. U softveru, uskršnja jaja se obično otkrivaju opskurnim nizovima komandi, poput onih koje su u *Microsoft Excelu 97* podmetnuli programeri simulatora leta.

Softverska uskršnja jaja pojavila su se kao djelomični odgovor na hladnu anonimnost računala, a prvo takvo jaje u videoigrama pojavilo se upravo iz tog razloga. Krajem 1970-ih, inženjeri u Atariju vlastoručno su razvijali igre, od koncepta do dovršetka. Unatoč njihovoj neosporivoj ulozi autora tih igara, tvrtke nisu objavljivale zasluge na kutijama, kasetama ili u uputama. Zbog manjka takvog službenog priznanja, programeri bi ponekad sakrili potpis unutar igre. Kada je 1987. Warren Robinett dovršio svoj slavni *Adventure*, u igru je ubacio tajnu prostoriju u kojoj je pisalo "Izradio Warren Robinett."<sup>34</sup>

33 Ricky Gervais, *The Office* (London: BBC, 2001.–2003.).

34 Za više o Robinettovoj skrivenoj poruci, vidi Montfort i Bogost, *Racing the Beam*, 59.–61.

Proces otkrivanja skrivene poruke bio je složen i kontraintuitivan, iako ne toliko težak da bude neizvediv (podvala je otkrivena kada je jedan petnaestogodišnjak poslao upit Atariju u vezi poruke).<sup>35</sup> U Atariju su ubrzo okrenuli geg u vlastitu korist, tvrdeći u prvom broju magazina *Atari Age* da je riječ o “tajnoj poruci”. Uskoro su nadležni u tvrtki prigrlili uskršnja jaja kao način za produbljivanje odnosa s igračima. Kada je Howard Scott Warshaw ubacio svoje inicijale u *Yars’ Revenge*, bilo je to u potpunosti odobreno od strane uprave.

Kontroverznije uskršnje jaje možete pronaći u *SimCopteru*, Maxisovoj igri iz 1996. u kojoj igrači lete u helikopterskim misijama iznad gradova koje su stvorili u *SimCityju 2000*. Programer Jacques Servin potajno je dodao muške komade (*bimbos*) u kupaćim gaćicama (“*himbos*”) koji šeću gradom i strastveno se ljube.<sup>36</sup> Servin je u intervjuima naveo nekoliko motivacija za podvalu, uključujući homoseksualni ponos (*himbosi* bi “izlazili iz ormara” na određene datume, primjerice na rođendan Servinovog dečka) i loše uvjete rada.<sup>37</sup> Nedugo nakon toga, Servin je dobio otkaz. Za njega je to bio tek početak niza podvala, i otada redovito sudjeluje u javnim intervencijama kao član subverzivnih aktivističkih kolektiva The Yes Men i RTMark (potonji je sponzorirao podvalu u *SimCopteru*).

Unatoč svom jasnom statusu podvala, uskršnja jaja zbijaju šale na račun sponzora ili izdavača, no ne pretvaraju *same* igre u podvale. Kako bih govorio o igrama koje podvaljuju svojim igračima, prelazim na drugačiju vrstu psina.

Mnoge podvale funkcioniraju na temelju suptilnosti, a ne razmetljivosti: spajanje kolegine zalihe spajalica tako da čine dugački lanac kad ih izvadi iz ladice; zamjena znakova “guraj” i “vuci” na vratima; stavljanje trake preko senzora optičkog miša tako da prestane funkcionirati; zapetljavanje vezica cipela. Ovakve sitne podvale vjerojatno su najčešća vrsta. Ne traže veliku pripremu, a ipak mogu facilitirati zavadu između sudionika. Postavljanje i izvedba manjih trikova čak može imati dimenziju zai-granosti koja nalikuje na igru. Takve aktivnosti se u uredu obično

vrte oko ograničenih resursa. Možete sakriti ili premjestiti zalihe nečega, ili doći na posao ranije kako biste kolegi onemogućili pristup najboljim parkirnim mjestima.

Možda ne iznenađuje što se te teme mogu prevesti izravno u igre koje omogućuju igračima da jedni drugima smišljaju podvale kroz samu igru. Uzmimo parkiranje, neobičnu i kompleksnu društvenu aktivnost koju je tvrtka Area/Code<sup>38</sup> prilagodila u Facebook igru *Parking Wars*.

Svaki igrač dobiva ulicu s nekoliko parkirnih mjesta i automobila u različitim bojama, a igra se sastoji od virtualnog parkiranja tih automobila na simuliranim ulicama Facebook prijatelja. Svaki automobil donosi novac ako ostaje neko vrijeme parkiran, ali igrač može podignuti privredenu vrijednost samo njegovim preparkiranjem. Igrači napreduju pri dostizanju određenih novčanih iznosa, zarađujući pritom nove automobile. Određena mjesta imaju posebna pravila, na primjer “samo za crvene aute” ili “zabranjeno parkiranje.” Moguće je ilegalno parkirati na tim mjestima, ali ako vas vlasnici uhvate, mogu vam izdati kaznu, čime ostajete bez parkirnog mjesta, a zarađeni novac od vašeg auta dobiva vlasnik mjesta.

Kad god je moguće, najbolje je parkirati legalno. No to nije lako u praksi, budući da se više igrača natječe za ograničeni broj kolektivnih parkirnih mjesta svojih prijatelja. I znakovi na mjestima se često mijenjaju, stoga sigurnost nikada nije zagarantirana.

Igranje *Parking Warsa* sastoji se od predviđanja rasporeda svojih prijatelja. Kolega iz Europe vjerojatno će biti u krevetu kada je u Sjevernoj Americi večer, i zato njegova ulica može poslužiti kao sigurna opcija u to vrijeme. Kao što se kontrola naplate parkinga ne odvija na baš svim stvarnim ulicama, tako neki igrači neće patrolirati vlastitim ulicama. Naravno, može biti da su zauzeti, ili pak čekaju u zasjedi kako bi kasnije mogli izdati mnoštvo neočekivanih kazni.

Dobiti kaznu u igri *Parking Wars* ne predstavlja podvalu na razini razmazivanja psećeg izmeta po kvaki automobila kolege s posla. Radije, kombinacija latentne, kontinuirane igre i povremenih “jesam tel!” čini poteze u igri sličnima podvalama. Igra ne zahtijeva potpunu uključenost, već se prepliće s igračevom uobičajenom upotrebom Facebooka. Time se stvara uvjerljivi kontekst

<sup>38</sup> Od siječnja 2011. tvrtka nosi ime Zynga New York. (op. prev.)

<sup>35</sup> Ibid., 61.

<sup>36</sup> Vidi: <http://www.rtmark.com/simcopter.html>.

<sup>37</sup> Adam Steinbaugh, “The SimCopter Scandal: An Interview with Jacques Servin,” SimEden.com, <http://www.rtmark.com/more/articles/simeden-simcopterinterview.html> [arhivirano].

za iznenađenja, baš kao što tijekom svakodnevice na poslu olakšava zamjenu ladica ili premazivanje telefonske slušalice kremom za cipele. “Jesam te!” dolazi u barem dva oblika: izdavanju ili dobivanju kazne (koja iskače kao veliki, blještavi prozor preko ekrana), i prešućenom znanju o iskorištavanju nepažnje drugog igrača.

Brojne igre pružaju igračima šansu da prevare ili zeznu suparnika tako da ostane bez resursa – sjetite se samo osjećaja zadovoljstva kad bi vaš suparnik stupio na osobito vrijedan posjed u Monopolyju. No igrači *Parking Warsa* to ne očekuju uvijek. Postavljajući uobičajeno društveno okruženje za narušavanje reda, *Parking Wars* postaje medij za podvale, neka vrsta “jastuka koji prdi” videoigara.

Parkirno mjesto podsjeća nas da je uredski prostor popularno mjesto za podvale. U njemu svakodnevno provodimo veći dio dana, više iz nužnosti nego vlastitim odabirom. Uz to, imamo malo ili nimalo kontrole nad svojim sudbinama tijekom radnog vremena; radnik vrijeme treba trošiti na posao, učinkovito proizvodeći sprave ili upravljajući informacijama. Na poslu podvaljemo kako bismo nametnuli neki oblik kontrole u okruženju nad kojim inače nemamo nikakvu. Kao Robinettovo uskršnje jaje, uredske podvale pomažu počiniteljima da izraze svoju ljudskost u industrijskom dobu. Ali i više od toga, podvale nude mogućnost za potkopavanje vrijednosti samih ureda.

Osvrnimo se ponovo na svijet *The Officea*. Podvala poput Timove u prvoj epizodi donosi nam zadovoljstvo jer zahtijeva zamršenu pripremu koja u konačnici donosi tek nekoliko trenutaka zabave. Također nas zabavlja jer možemo zamisliti što sve Gareth mora napraviti da dobije natrag svoju klamericu – iskopati je iz brda želea i isprati u toploj vodi. Druge podvale ove vrste uključuju prekrivanje nečijeg ureda aluminijskom folijom, postavljanje knaufa preko šefovih vrata ili ispunjavanje uredskog odjeljka kolege kuglicama od stiropora. Radnici prikazani u seriji su uredska piskarala na dva načina: prvo, u uobičajenom smislu obavljanja bezumnih zadataka, i drugo, u doslovnom prenošenju uredskog papira, čime se fiktivna tvrtka u seriji i bavi. Klamerica zarobljena u želeu ukazuje na slijepo obavljanje beznačajnih zadataka i postavlja pozornicu za društvenu kritiku koja slijedi u idućim epizodama. Podvale su ono o čemu serija govori.

Povijesno gledano, postoji mnogo primjera podvala kao konfrontacijskih reakcija na društvene i kulturalne situacije. Dadaisti

su prigrlili anti-umjetnost poput besmislene poezije Tristana Tzara i ready-madea Marcela Duchampa. Kao što Timova žele-klamerica podriva logiku rada, tako dadaisti ismijavaju racionalističke ideale Zapada. U 1950-ima koncept *Happeninga* popularizirao je javni performans u umjetnosti, koncept kojeg su situacionisti politizirali desetljeće kasnije. “Situacija” je kroz javni performans kritizirala temelje svakodnevnog života na kojima je stvorena. Situacije su pridonijele postavljanju kulturalnih temelja za recentnije javne podvale poput intervencija u javni prostor (*flash mobs*),<sup>39</sup> koje su često ukazivale da je javni prostor postao privatiziran ili nadziran. Podvale kao što su situacije ili *flash mobs* isprva zabavljaju, zbunjuju ili uznemiruju poput bilo kojeg drugog gega. No one također zalaze dublje u društvene konvencije, razotkrivaju ih kroz porugu i u konačnici prisvajaju. Televizija donosi suvremeniji primjer: emisije poput *The Daily Showa* ili *The Colbert Reporta* parodiraju određeni žanr televizijskih emisija kako bi potkopale njihove pretenzije, krađuci im pritom publiku.

Neke videoigre porugu usmjeravaju na same konvencije igranja. Jedan od primjera je *Mario Battle No. 1* Myfanwyja Ashmorea, modificirana verzija igre *Super Mario Bros.*, Nintendo kasetna kojoj su sve platforme, neprijatelji i objekti odstranjeni i ostaje samo prazni prostor bez ciljeva i izazova. Kada vrijeme istekne, Mario umire. Ogoljujući arhitekturu igre, *Mario Battle No. 1* navodi igrača da postavi dublja pitanja u odsustvu ostalih elemenata igre: otkud dolaze gljivoliki Goombasi? Služe li oni svojevolumno Bowseru, Marijevu antagonistu?

No, poput igre Coryja Arcangela *Super Mario Clouds*, Ashmoreova igra više je umjetničko djelo nego podvala u obliku videoigre; ona zapravo ne funkcionira kao igra, barem ne na isti način kao što *The Daily Show* funkcionira kao televizijska emisija.<sup>40</sup> Bolji primjer parodije konvencija igara je *Syobon Action (Potištena akcija)*, japanska platformska igra poznata na Zapadu i kao “Mačak-Mario” ili jednostavno “Mario iz pakla.” Igra je igriva, izazovna i donosi užitak, no konstruirana je na način da izmiče svim očekivanjima po pitanju konvencija platformskih igara.

39 Izraz *flash mob* odnosi se na nenajavljeno okupljanje ljudi u javnom prostoru koji izvode začudnu ili naizgled besmislenu akciju u svrhu zabave ili satire. (op. prev.)

40 Madeleine Smithberg i Lizz Winstead, *The Daily Show* (New York: Comedy Central, 1996.-).



U igri *Syobon Action*, pod povremeno neočekivano propada. Kada igrač pokuša preskočiti rupu, pojavljuje se nevidljivi blok za novičke koji ga pogurne dolje umjesto gore. Metak biva ispaljen iz nepoznatog izvora izvan ekrana baš na vrijeme da izbaci igrača s najizravnije putanje preko prepreke. Skriveni blokovi zarobljavaju igrača ako ne odabere kontra-intuitivni put. Šiljci nasumično iskaču iz nekih površina nakon što igrač kroči na njih.

Genijalnost igre leži u izbrušenoj, metodički isplaniranoj podvali: ona sistematski potkopava svaku očekivanu konvenciju 2-D platformskih igara. Umjesto omogućavanja ravnopravne izvedivosti nekolicini pristupa fizičkom izazovu, igra traži od igrača da odabere bizarne i arbitrarne putove. Ona kažnjava umjesto da nagrađuje konvencije žanra, poput sakupljanja predmeta (uz novičke i pojačanja snage, iz blokova s upitnikom ponekad iskaču neprijatelji). I pravila se mijenjaju arbitrarno: gljiva ponekad služi kao pojačanje snage, a ponekad pretvara ga u robota koji propadne kroz tlo i umre. Igra igraču oduzima kontrolu i koristi pažljivo tempirane trikove kako bi igrača navela da nanovo promisli odluke koje bi u originalnoj igri bile logične.

Primjerice, igra zadržava koplje za zastavu na kraju nivoa, slično kao u *Super Mariu*, samo perverzno izvrnuto. Kako se igrač odražava s izbočine prema koplju, dugački projektil projuri ekranom; jedini način da ga se izbjegne je da se vrati na izbočinu i ponovo preskoči. Nakon uspješnog uspinjanja na stup, igra preuzima kontrolu nad likom i pomiče ga prema dvorcu, isto kao u *Super Mariju*. No pažljivo tempirani neprijatelj spušta se s neba, sudara s igračem i ubija ga. Uspjeh se ostvaruje samo kada igrač preskoči stup, izbjegne neprijatelja, i ponovno se vrati da završi nivo.

Složene podvale poput žele-klamerice, ureda oblijepljenog folijom i nekonvencionalne platformerske igre zabavne su kad im svjedočimo i iritantne kad ih doživimo. No djeluju i kao duboke društvene intervencije. Ismijavajući pravila koja inače ne propitujemo, one posjeduju karnevaleskna svojstva; omogućuju nam da zaustavimo naše obične živote i pogledamo ih iz drugačijeg kuta. *Syobon Action* možete podvaliti prijatelju kao legitimni klon Marija, da biste se kasnije grohotom smijali kad stvari krenu po krivu. Takva upotreba igre je poput nuđenja prijateljima žvakaće gume s okusom češnjaka. Isto tako je moguće dopustiti *Syobonu* da zezne vas same, kao igrača, da zastanete i razmislite o konvencijama platformerske igre koje su postale toliko poznate da se čine

prirodnima. Kao što Timov geg s klamericom ismijava vrijednosti uredske produktivnosti, tako "Mario iz pakla" pokazuje prstom na specijalizirani jezik gejmerskog štreberstva. To je dadaistička upotreba igre.

Kako videoigre postaju sve većim dijelom svakodnevnog života, prilike za podvaljivanje prijateljima, kolegama na poslu, cimerima i ukućanima u obliku videoigara zasigurno će se množiti. No dio zamaha potrebnog za provođenje podvale do kraja leži u njenoj prilagodbi. *Parking Wars* je komercijalni pokušaj, financiran od strane A&E kao igra-reklama (*advergame*) za reklamiranje istoimene tv-serije. Ali *Syobon Action* je nezavisni uradak, kuriozitet napravljen za vlastito zadovoljstvo i s puno uloženog truda. Budućnost videoigara kao podvala ovisi o znanjima koja nisu još dovoljno raširena. Ljudi koji zbijaju šale u videoigramama moraju znati kako napraviti igru i u nju integrirati nestašne ideje, ili manipulirati kontekst postojećih igara kako bi ih pretvorili u podvale. Da bi podvale u videoigramama postale aktualna tema, bit će potrebno puno tečnije baratanje s konvencijama, alatima i zanatom. One su većim dijelom komercijalno neisplative, ali društveno značajne, što opravdava trud čak i ako nestanu ubrzo nakon upotrebe, kao što žele završi u smeću nakon što Gareth dobije natrag svoju klamericu.

Proizvođači automobila i zrakoplovne kompanije ponekad oglašavaju svoje proizvode i usluge navodeći kako je “putovanje pola zabave”. U današnjem svijetu pristupačnog i brzog transporta to je teško prihvatiti. No, u prošlim ste vremenima morali razmišljati o prijevozu kao dijelu putovanja iz jednostavnog razloga što je trebalo puno vremena da biste došli bilo gdje.

Na primjer, sredinom 18. stoljeća trebali ste putovati deset dana kočijom kako bi iz Londona došli u Edinburgh, i to u najboljem slučaju.<sup>41</sup> Za isti je put već 1830-ih trebalo manje od dva dana vlakom. Željeznica je zbog udobnosti, brzine i pristupačnosti odmah postala popularna za prijevoz putnika i tereta, i ubrzo je postalo jasno da je nova tehnologija iz temelja promijenila doživljaj i ideju putovanja.

Željeznica je donijela mnoge promjene, od kojih se, iz perspektive turizma, dvije osobito ističu. Prvo, drastično skraćujući vrijeme potrebno za putovanje, željeznica je također umanjila osjećaj prijednog prostora. Unatoč tome što su putnici i dalje prelazili iste udaljenosti, nova je brzina donijela i novi način doživljavanja prostora. U svojoj povijesti putovanja željeznicom, Wolfgang Schivelbusch navodi:

S jedne strane, željeznica je otvorila nove prostore koji su bili teško dostupni; s druge, učinila je to uništavanjem prostora, točnije, prostora između točaka. Taj prostor između, prostor putovanja, u kojem je bilo moguće “uživati” koristeći spori, radno intenzivni eotehnički oblik prijevoza, nestao je s pojavom željeznice.<sup>42</sup>

41 Wolfgang Schivelbusch, *The Railway Journey: The Industrialization of Time and Space in the 19th Century* (Berkeley: University of California Press, 1977.), 7. [prijevod: Wolfgang Schivelbusch, *Povijest putovanja željeznicom: o industrijalizaciji prostora i vremena u 19. stoljeću*, prev. Boris Perić (Zagreb: Naklada Ljevak, 2010.)]

42 Ibid., 37–38.

Schivelbusch tu promjenu uspoređuje s “gubitkom aure” u mehanički proizvedenim umjetničkim djelima, o čemu je pisao Walter Benjamin.<sup>43</sup> Dok su nekoć točke puta bile međusobno kontinuirano povezane sporim kretanjem pješice, na konju ili u kočiji, željeznička pruga poremetila je ovaj neprekinuti tok. Kako Schivelbusch objašnjava: “Ono što je nestajalo bio je tradicionalni prostor-vremenski kontinuum karakterističan za staru prometnu tehnologiju. Ona je bila organski povezana s prirodom te je svojim mimetičkim odnosom prema prijednom prostoru omogućavala putniku da taj prostor doživi kao živući entitet.”<sup>44</sup>

Nadalje, željeznica je promijenila putnikov doživljaj krajolika viđenog iz vagona. Jahanje konja ili vožnja kočijom pružali su relativno neposredovan pogled na pejzaž. Ako je htio, putnik je mogao prekinuti putovanje, izaći iz kočije i uživati u pogledu ili prošetati livadom. No čak je i iz sjedala mogao iskusiti otkrivanje scena duž rute puta. To se promijenilo dolaskom željeznice, koja je jurila naprijed željeznom prugom i koja je omogućavala tek uzgredni, kratkotrajni pogled na prirodu kroz prozor vagona. Ako je kočija funkcionirala slično pejzažnom slikarstvu, željeznica je funkcionirala slično filmskoj kameri. Schivelbusch objašnjava:

Empirijska stvarnost zbog koje se pejzaž viđen s prozora vlaka činio kao da je s “drugog svijeta” bila je sama željeznica, sa svojim prokopima, tunelima, itd. No željeznička pruga bila je tek ekspresija tehnoloških preduvjeta, a sama željeznica sastavni dio mehaničkog sustava. Drugim riječima, mehanički sustav nametnuo se između putnika i pejzaža. Putnik je percipirao pejzaž filtriran kroz mehanički sustav.<sup>45</sup>

Schivelbuscheva razmišljanja o željeznici podsjećaju nas da putovanje nije univerzalno iskustvo, već da je posredovano specifičnim formama koje ga omogućuju. Putovanje kočijom bilo

43 Walter Benjamin, “The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction,” *Illuminations: Essays and Reflections*, ur. Hannah Arendt, prev. Harry Zohn (New York: Schocken, 1969.), 221–26. [prijevod: Walter Benjamin, „Umjetničko djelo u razdoblju tehničke reprodukcije“, prev. Snješka Knežević, *Život umjetnosti* 78/79 (2006)]

44 Schivelbusch, *Railway Journey*, 36.

45 Ibid., 24.

je obilježeno kontinuiranim, senzornim putovanjem postupno mijenjajućim krajolikom. U doba željeznice, vlak je proizvodio letimični pogled iz jednog gledišta. I naravno danas, u doba zrakoplova, prizori putovanja u potpunosti su nestali, a zamijenio ih je bijeli prekrivač od oblaka ili nejasni uzorak polja sedam kilometara ispod. Zahvaljujući praksi koju je inaugurirala željeznica, putnici su danas zamijenili proputovani pejzaž s “imaginarnim, surogat pejzažem” knjige – formom koja je ostvarila značajan uspjeh prodajom ili posudbom na željezničkim postajama.<sup>46</sup>

U stoljeću koje je prethodilo usponu željeznice, mediji su već počeli nuditi svojevrsnu probnu vožnju za nadolazeće iskustvo putovanja. U “panoramskim” predstavama, publika je mogla gledati slike udaljenih destinacija bez troškova i gubitka vremena na putovanje. Schivelbusch prepričava jednu takvu scenu:

U novinama iz 1843. opisuje se pariška javnost kako se “odmara na dobro tapeciranim sjedalima i promatra kako im pet kontinenta prolazi ispred očiju bez da moraju napustiti grad i riskirati loše vrijeme, žeđ, glad, hladnoću, vrućinu ili bilo kakav oblik opasnosti.”<sup>47</sup>

Željeznica je ubrzo ponudila ostvarenje panoramskog modela, rezimirani pogled na krajolik. Ali panoramska predstava je predvidjela nadolazeće doba željeznice, nagoviještajući nešto što je u vrijeme još bilo neizvedivo.

Ako je panorama anticipirala oblik putovanja koji će tek doći, videoigre gledaju unatrag na oblik putovanja koji već pripada prošlosti. Igre – iako samo pomoću simulacije – oživljavaju doživljaj poduhvata i pustolovine koje su željeznica, i nakon nje zrakoplov, odstranili iz putovanja.

Za početak, videoigra traži od igrača da neprekidno *djeluje*. Naizgled pasivni zadatak upravljanja automobilom u Liberty Cityju u igri *Grand Theft Auto* postaje zadatak u okviru šire mafijaške fikcije igre. I u mnogim igrama, uključujući nepamtljive adaptacije filmova, zaplet priče upisan je u fizičko prelaženje krajolika pri čemu se rješavanje problema svodi na uspješno prelaženje prepreka nekog prostora.

S druge strane, videoigre najčešće nude kontinuirani a ne isprekidani prostor koji morate savladati svjesno i aktivno, što je suprotnost panoramskim predstavama i vožnji željeznicom. Čak su se i najranije 2-D igre u osnovi oslanjale na strpljivo krstarenje: svemirski brod koji se kreće kroz prostor ispunjen kamenjem u igri *Asteroids*, Pac-Man koji se kreće labirintom gutajući točkice. Ali u 3-D igrama, kontinuirano kretanje čini sastavni dio iskustva igre.

Igra *Crazy Taxi* u početku je bila zamišljena za igranje na automatu na žetone, no popularnost joj je porasla nakon što je izašla na konzoli Sega Dreamcast 2000. godine. Naslov igre sažima njen sadržaj: igrač preuzima ulogu taksista koji mora sakupljati i ostavljati putnike na lokacijama diljem grada. Velika zelena strelica na vrhu ekrana usmjerava igrača u smjeru destinacije, no izazov leži u navigaciji kroz vijugave ulice grada i sela te stizanju na odredište prije no što putnik postane nervozan.

Mini-igra nalik na *Crazy Taxi* pojavljuje se u igri *Grand Theft Auto 3*, u kojoj je prelaženje prostora također ključni dio igre, s izazovima raštrkanima diljem velikog grada kroz kojeg je nemoguće brzo putovati. *GTA3* i nastavci također nude važan pomak od arkanog stila *Crazy Taxija*: s obzirom da igrači nisu vremenski ograničeni u izvršavanju zadataka, osnovno stanje igre je, u biti, stanje kretanja. Usprkos popularnom mišljenju da *GTA3* dopušta igračima da “rade bilo što”, igra zapravo daje jako malu slobodu djelovanja, budući da svijet igre dozvoljava tek ograničeni broj poteza. Umjesto toga, igra nudi slobodu neprekidnog kretanja, što igrači ponekad smatraju dovoljnim užitkom. Dok željeznica izrezuje pejzaž i zamjenjuje ga panoramom, *GTA* i druge igre otvorenog svijeta inspirirane njome, donose pejzaže koji su sami po sebi vrijedni doživljaja.

U *GTA*-u možete i hodati umjesto da vozite, iako je to dugotrajan proces. No hodanjem bivate više uvučeni u svijet igre u kojem polagano, kontinuirano kretanje prostorom postaje temeljni aspekt igranja. U Nintendovom serijalu *Animal Crossing*, nekoliko likova dijeli idilično pastoralno selo sa životinjama. Neobična je to igra s vrlo malo određenih ciljeva. Igrači mogu razgovarati sa životinjama, loviti insekte, tražiti zakopano blago, kupovati i prodavati robu ili uređivati seoski vrt. Igra se odvija više tjedana ili mjeseci, a priroda se mijenja u skladu s godišnjim dobima.

46 Ibid., 64.

47 Ibid., 62.

U procesu morate mnogo, mnogo puta prijeći seoska brda i staze i mostove i obale rijeka. Nijski konj Bitty može od vas zatražiti da dostavite stol lavu Azizu na drugi kraj sela, za što ćete trebati prijeći rijeku i uspjeti se brdom do voćnjaka bresaka na suprotnoj strani sela. Slučajno se može dogoditi da Aziza nema kod kuće, u kojem se slučaju morate vratiti neki drugi dan kako bi dovršili zadatak. Kroz mnoge takve i slične zadatke, igrač razvija intuitivan i neprekinut odnos sa seoskim krajolikom. *GTA* i *Crazy Taxi* simuliraju ono kroz što svatko od nas svakodnevno prolazi: putovanje automobilom. No *Animal Crossing* nudi surogat za iskustvo koje smo zamijenili najprije željeznicom a kasnije automobilom: doživljaj “prostora između točaka” koji je reduciran ili eliminiran od strane prometne tehnologije koju je započela željeznica.

Mogli biste zamijetiti da je videoigra čudan način pobuđivanja osjećaja za prostor između točaka, kada je puno jednostavnije otići do lokalnog parka ili prošetati kvartom. Videoigre su, na posljetku, često optuživane da ljudima oduzimaju prirodni svijet i smještaju ih u artifičijelni. No taj prigovor zanemaruje važno svojstvo pred-željezničkog doživljaja kretanja: nužnu nepoznatost prostora kojim se krećete. Nekoć su mjesta bila izolirana jedno od drugoga, a *sam* proces putovanja služio je njihovom približavanju. Prije željeznice, putnik je ujedno bio i pustolov koji je krotio prostore između odredišta, prolazeći njima doslovno, pješice, na konju ili u kočiji, i figurativno, vizijom i rasuđivanjem. Doslovnim putovanjem krećete se od mjesta do mjesta, ali figurativnim učvršćujete kontinuiranost prostora kretanja i stvarni napor potreban za dolazak na odredište.

Ako ta udaljenost tvori auru koja je izgubljena nakon što su prometne tehnologije omogućile putnicima da dosegnu udaljene lokacije bez ulaganja vremena i truda u dugo putovanje, tada je možda izazovno reći da su brzo-učitavajući prostori *GTA-a* i *Animal Crossinga* podjednako narušeni, te da su televizija i igrača konzola preuzele ulogu lokomotive ili zrakoplova. No čak i ako ta simulirana mjesta ne prigrljuju stvarnu udaljenost s obzirom da su lako i brzo pristupačna, igrači ipak u njima mogu iskusiti novu, *simuliranu* udaljenost: kako stići od Gerryja do trajektne luke u Liberty Cityju; ili kako pronaći seoski muzej s morske obale. Da bi uspješno simulirale udaljenost, ove lokacije moraju nam na početku biti potpuno nepoznate, navodeći igrača da ih upozna

kroz postepeno prelaženje umjesto kroz brzinu prometnih tehnologija. Pritom pomaže činjenica da su temporalna očekivanja u videoigrama iskrivljena. U stvarnosti, vožnja od Brooklyna do Hobokena može trajati satima, ali budući da se od videoigara očekuje iznimni brzi ritam akcije, čak i malo produljenje simuliranog doživljaja reproducira produženo putovanje koje povezuje mo s ranijim oblicima prijevoza.

Ishod izokreće funkciju fotografije i panoramske predstave sredine 19. stoljeća. Umjesto pogleda unaprijed u budućnost u kojoj bi riskantni, mukotrpn procesi prelaženja prostora mogli biti olakšani, kretanje u svijetu videoigre stvara prošlost u kojoj se stvarnost još nije rasplinula u nepovezane djeliće, već je moramo prelaziti svjesno. Poput panoramske predstave, simulacija prelaženja prostora neka je vrsta nadomjesne terapije za nedostupni doživljaj kretanja. Prije dva stoljeća, taj izgubljeni doživljaj mogao je smanjiti prostor, dok danas ima obrnutu formu, doživljaj koji zahtijeva kontinuitet. U tom smislu, videoigra je za zrakoplov i automobil ono što je čitanje romana jednom bilo za željeznicu.

Možda najironičniji primjer putovanja u videoigrama nalazimo u samoj simulaciji tehnologije koja je prva rasplinula stvarnost – željeznice. Igre kao što je *Microsoft Train Simulator* nude ekvivalent simulatorima letenja za vlakove. Popularne uglavnom među obožavateljima vlakova, to su kompleksne i sofisticirane simulacije funkcioniranja različitih željezničkih linija diljem svijeta. Takve igre traže od igrača da zaustave i pokrenu lokomotivu korištenjem simuliranih kontrolnih poluga, da priključe i odspojе vagone, te, najvažnije, da prate signale i vozne redove kako bi uspješno prevezli robu ili putnike stvarnim ili fiktivnim prugama ugrađenima u igru ili konstruiranima od strane igrača.

Iz perspektive simulacije prijevoza, perspektiva postaje ključna komponenta u igri *Train Simulator*. Igrač nije smješten u putnički vagon gdje pogled nalik na niz fotografija povremeno prekida ugodnu tišinu čitanja knjige, već u upravljačku kabinu. U njoj igrač mora ne samo pratiti fiziku tračnica i brzinu lokomotive ili simboliku signalizacije, nego i održavati kontinuiranu pozornost na okoliš koji se pred njim rastvara. U ovom slučaju, putovanje nije samo pola zabave već cijeli doživljaj.

Monopoly ima dugu, složenu i općenito slabo poznatu povijest. Detalj koji možda najviše iznenađuje o ovoj klasičnoj igri u kojoj igrate tajkuna koji se bavi nekretninama jest da je originalno bila zamišljena s potpuno drugačijim vrijednostima.

Godine 1930. – trideset godina prije pojave Monopolyja – Elizabeth Magie Phillips osmislila je The Landlord's Game, igru na ploči čiji je cilj bio promicati georgizam, ekonomsko-filozofski pravac prema kojem se zemlju ne može posjedovati jer pripada svima. Henry George, po kojem je filozofija nazvana, bio je politički ekonomist iz 19. stoljeća koji je smatrao da monopolisti nad nekretninama i industrijom nepravedno profitiraju od povećanja vrijednosti zemljišta i povišenja rente. Kako bi riješio taj problem, predložio je “jedinствeni porez” za vlasnike zemljišta i nekretnina na njima.

Igra The Landlord's Game trebala je demonstrirati kako lako vlasnici imovine mogu dovesti zakupce do financijske propasti. Kao didaktička igra i igra s porukom, bliža je političkoj propagandi nego zabavi. Čak i ako je Monopoly nastao kako bi hvalio monopol nad zemljom, a ne naricao nad njim, on demonstrira moć vlasnika zemljišta, bila ona dobra ili loša.

No u posljednje vrijeme ova poznata igra povezuje se s jednom drugom stranom industrijskog kapitalizma: oglašavanjem. Tvrtka Hasbro izdala je 2006. godine verziju Monopolyja nazvanu Monopoly Here & Now, koja nudi nekoliko novosti u odnosu na klasičnu verziju iz 1930-ih, uključujući promjenu lokacija u one mnogo poznatije: Boardwalk u Atlantic Cityju postao je Times Square na Manhattanu, Park Place u Atlantic Cityju postao je Fenway Park u Bostonu.<sup>48</sup> Umjesto plaćanja poreza na luksuz, igrač otplaćuje dug na kreditnoj kartici. Mobilni operateri smijenili su elektroenergetske tvrtke. Zračne luke zamijenile su željeznicu. A u Here & Now, osvajate 2 milijuna dolara kada prijeđete polje GO. Vremena se mijenjaju.

48 Odluka o novim lokacijama donesena je na temelju glasovanja javnosti; Hasbro navodi kako je riječ o više od 3 milijuna glasova putem Interneta.

Preimenovanje posjeda u Monopolyju nije ništa novo; napravljeni su deseci službenih i neslužbenih verzija igre, po jedna za svaki grad, fakultet, tv-seriju ili hobi (postoji čak i NASCAR verzija). Ali Here & Now također zamjenjuje klasične figurice s novim, brendiranima. Nema više rasprave oko toga tko će dobiti naprstak, a tko automobil. Umjesto toga, igrači mogu odabrati Toyota Prius, porciju McDonald'sovih prženih krumpirića, tenisicu marke New Balance, Starbucksovu šalicu za kavu ili mobitel Motorola Razr. Uz brendirane figurice, tu su i nebrendirani, generički laptop, zrakoplov i pas.

U knjizi *Monopoly: The World's Most Famous Game*, Philip Orbanes nabraja razne verzije ranog maloprodajnog izdanja.<sup>49</sup> Slavne metalne figurice napravljene su po uzoru na narukvice s privjescima, no povisile su cijenu igre. U vrijeme Velike gospodarske krize u SAD-u zabava je bila luksuz, i braća Parker su shodno tome ponudili manje luksuznu verziju bez figurica kako bi cijena bila niža. Igrači bi sami nabavljali figurice, tražeći predmete odgovarajuće veličine i težine za upotrebu na igraćoj ploči. Ti djelići igre koje uzimamo zdravo za gotovo predstavljaju važan aspekt, s jedne strane, povijesnog podrijetla igre (narukvice s privjescima iz 1930-ih), i s druge, njene povijesti (financijske okolnosti koje su potaknule izradu jeftinijeg izdanja igre).

Čini se primamljivim odbaciti brendiranje figurica kao svjesno oportunistički i destruktivni potez od strane Hasbroa. Naposljetku, brendirane figurice u Monopolyju ne razlikuju se puno od statičnog oglašavanja unutar videoigara (na primjer, ubacivanje Honde Element u *Snowboard Super Cross 3*). I zaista, u članku u *The New York Timesu* o novom izdanju Monopolyja, izvršni direktor jedne organizacije za zaštitu potrošača proglasio je novu verziju “ogromnom reklamom,” kritizirajući Hasbro što se “spustio tako nisko.”<sup>50</sup>

No, možda bi povijesni odnos između figurica i kulturalnih korijena igre trebao ublažiti našu reakciju na male metalne krumpiriće i hibridne automobile. Nijedan od brendova nije tražio da bude oglašavan niti je za to platio, već je sam Hasbro pozvao

49 Philip Orbanes, *Monopoly: The World's Most Famous Game and How It Got That Way* (New York: Da Capo, 2006.), 33–34.

50 Stuart Elliott, “Would You Like Fries with That Monopoly Game?,” *The New York Times*, 12. rujna 2006., <http://www.nytimes.com/2006/09/12/business/media/12adco.html>.



određene brendove da se pojave u igri. Viši potpredsjednik tvrtke Mark Blecher smatrao je da brendirane figurice “reprezentiraju Ameriku 21. stoljeća.”<sup>51</sup> Tvrtka, naveo je, unosi u Monopoly “ikonografiju” komercijalnih proizvoda.

Blecher je izvršni direktor za marketing, stoga moramo dva-put razmisliti prije nego što prihvatimo njegova opravdanja kao zaokružene dizajnerske vrijednosti. Zsigurno su postojale i druge opcije, koje ne bi uključile oglašavanje. Originalne figurice bile su veličine nakita, pa bi u suvremenoj verziji igre možda prikladnije bile SD memorijske kartice ili Bluetooth slušalice.

No Blecher nije u krivu: brendirani proizvodi sastavni su dio suvremenog života, baš kao što su narukvice s privjescima bile dio Velike gospodarske krize. To su tričarije, kolekcionarski predmeti koje većina ljudi koristi kako bi ukrasili svoju svakodnevicu. Here & Now upotrebljava brendirane figurice za definiranje svijeta igre kao dijela suvremene korporativne kulture, nasuprot svijetu industrijskih magnata iz vremena originalne igre.

Monopoly Here & Now uči nas lekciju o ulozi oglašavanja u komercijalnim videoigrama. Većina programera sumnjičava je po pitanju primjerenosti ubacivanja brendova u igre. Čak i veliki izdavači često nevoljko nude prostor unutar igre po visokim cijenama – na primjer, tvrtka Electronic Arts odustala je od prodaje reklamnog prostora u *The Sims 2* nakon neuspješnog eksperimenta s Intelom i McDonald'som u *The Sims Online*.<sup>52</sup> Ipak, neki programeri i igrači smatraju da je brendiranje prikladno u slučaju kada to pridonosi realističnosti igre. Na ovaj princip obično se poziva kada je riječ o urbanim i sportskim okruženjima, koja su i u stvarnom svijetu preplavljena reklamama.

U slučajevima poput ovih, realizam obično podrazumijeva vizualnu autentičnost – preciznu presliku stvarnosti. Ali Monopoly Here & Now nije ubacio brendove zbog pojavnosti – bilo koja druga ikona bila bi dobra figurica. Umjesto toga, brendovi dodaju igri suvremene društvene vrijednosti. Takav pothvat nemoguće je ostvariti samo putem brendiranja.

Uz reklamiranje, ubacivanje proizvoda i reklama u igre također sadrži kulturalnu cijenu brendova koji ih obilježavaju. Rezultat se razlikuje od vizualne autentičnosti – naposljetku, zaista nije bitno da li virtualni reklamni pano i sportske arene sadrže

<sup>51</sup> Ibid.

<sup>52</sup> Bogost, *Persuasive Games*, 199.

prave ili lažne reklame dok god izgledaju uvjerljivo. U igrama, s druge strane, oglašavanje može služiti autentičnosti prakse. Brendovi se grade na vrijednostima, aspiracijama, iskustvima, povijesti i idejama. Potrošači imaju asocijacije na brendove kada se oboje nalaze u određenim kontekstima.

Možemo proklinjati rasprostranjenost materijalne potrošnje u kulturi, ali ta je rasprostranjenost neporeciva. Što god mislili o stanju kapitalizma danas, igre još uvijek nisu iskoristile brendiranje kao kulturalni koncept. Osobno sam pokušao iskoristiti brendiranje za društveni komentar u igri *Disaffected!*, kritici Kinko'sa<sup>53</sup> koja donosi satirični komentar na njihovu brendiranu reputaciju i očajnu uslugu. *McDonald's Videogame*, igra Molleindustrie (lijevo-orijentiranog proizvođača političkih igara), parodira McDonald'sovu masivnu globalnu industrijalizaciju kako bi razotkrila društvene opasnosti globalne brze hrane. U ovim igrama brendiranje nije odobreno; one kritiziraju, a ne promiču dotične kompanije.<sup>54</sup>

Jasno, neodobrena zloupotreba brendova u velikim komercijalnim igrama nije nužno moguća ili poželjna. No kulturalne vrijednosti brendova mogu premostiti vizualni vanjštinu i mehaniku igre. U nekim slučajevima, naše razumijevanje određenih pravila interakcije u svijetu postalo je povezano s proizvodima i uslugama. U igri, ponašanje lika, situacija ili ideja mijenja se kada se aspekt tog ponašanja može prebaciti iz simulacije na stvarni brendirani proizvod ili uslugu. Na primjer, što možete zaključiti o osobi koja vozi Mitsubishi Lancer ili nosi cipele Manolo Blahnik? Uistinu, strategija brendiranja glavna je metoda kojom su se brendovi progurali u igre. U trkaćim igrama poput *Gran Turismo* ili igrama letenja poput *Microsoft Flight Simulatora*, specifične marke vozila pridonose igračevim očekivanjima kada sjednu za upravljač.

To se ne odnosi samo na brendove koji s potrošačem uspostavljaju pozitivnu emocionalnu vezu, a koje je Kevin Roberts, izvršni direktor agencije Saatchi & Saatchi, nazvao “lovemarks” (npr., Apple, Starbucks ili Lego).<sup>55</sup> Primjenjivo je i na manje po-

<sup>53</sup> Današnji FedEx. (op. prev.)

<sup>54</sup> Predlažem termin *anti-igra-reklama* (*anti-advergame*) za ovaj oblik društvene kritike. Vidi: Bogost, *Persuasive Games*, 223.

<sup>55</sup> Kevin Roberts, *Lovemarks: The Future beyond Brands* (New York: Power House Books, 2005.). Posjetite Robertovu internetsku stranicu na <http://www.lovemarks.com>.

željne marke koje ipak prenose društvene vrijednosti - primjerice Edsel, Betamax ili Pan Am. Povijesne marke čije je vrijeme prošlo još uvijek posjeduju izuzetno složenu kulturalnu valutu. Za one koji su dovoljno stari da pamte, vrlo kompleksni kulturalni i povijesni trenuci upisani su u marke kao što su LA Gear, Hypercolor ili Ocean Pacific.

Za drugačiji primjer brendiranja kao kulturalne valute unutar igre, uzimimo predizborne plakate Baracka Obame iz 2008.<sup>56</sup> Zahvaljujući ogromnim sredstvima za kampanju, Obama je, uz bombardiranje gledatelja televizijskim spotovima, odlučio eksperimentirati s netradicionalnim oblicima oglašavanja. Jedno od neobičnijih ulaganja bila je kupovina dinamičnih reklama unutar nekoliko popularnih videoigara za konzole. Te se reklame učitavaju u igre za Xbox 360 ili PlayStation 3 s internetskom vezom, i obično se nalaze na reklamnim panoima i drugim simuliranim reklamama u igrama koje su smještene u stvarne lokacije. U Obaminom slučaju, kampanja se fokusirala na sportske i trkaće igre, uključujući *Burnout: Paradise*, auto-utrku i *Madden '09*, popularnu simulaciju američkog nogometa. Kao rezultat, mogli ste vidjeti crvene, bijele i plave reklame ukrašene Obaminim likom kako obrubljuju trkaće staze i stadione, apelirajući na ljude da glasuju.

Tim potezom Obama je postao prvi predsjednički kandidat koji se oglašavao unutar videoigara.<sup>57</sup> Nemoguće je znati koliko su te reklame bile učinkovite, ali možda nije ni važno. Monopoly Here & Now koristi Toyotu Prius i Motorolin mobitel kako bi ubrizgao doživljaj suvremenog života u igru. Ali Obamine reklame čine upravo suprotno: ubrizgavaju doživljaj videoigara u suvremeni život. Zbog te novotarije, Obamina reklama će igrača vjerojatno zapljusnuti tijekom igranja simulirane košarke ili hokeja.

Takva reklama naravno ne otkriva ništa o kandidatovim kvalifikacijama ili platformi, no to mu nije ni namjera. Umjesto toga, Obamini spotovi koriste suvremenu, tehničku i računalnu auru videoigara i povezuju je s kandidatom. Kada to spojimo s Obaminom općepoznatom ljubavi prema BlackBerryju i jednako općepoznatom tehničkom nepismenošću njegovog protukandidata Johna McCaina, Obamina kupovina reklamnog prostora unutar

igre čini ga sposobnim, aktualnim i mladim u očima glasača.<sup>58</sup> U kampanji koja se temeljila upravo na konceptu “promjene,” Obama je mogao samo profitirati od unošenja apstraktnih vrijednosti videoigara u sliku o sebi. Umjesto primjene Obaminog brenda u igri, u ovom slučaju je igra brendirala Obamu.

Ako brendove shvatimo kao označitelje društvenog ponašanja, možemo zamisliti prespajanje njihovih društvenih vrijednosti u novim kontekstima: Yugo poštanska putnička kola ili krema protiv hemoroida za krvave vilenjake iz igre *World of Warcraft*. Ovo su luckasti primjeri – za koje neki komercijalni programeri strahuju da predstavljaju najveću prijetnju oglašavanju unutar igre: kolonizaciju čak i najnekompatibilnijih igara. No kao što Monopoly Here & Now pokazuje, reklame sadrže više od pukih poruka čiji je cilj prodaja proizvoda. Uz to, oglašavanje sažima pravila kulturalnih predrasuda. Kada poznati proizvodi i usluge pronađu put u svijet igara, oni služe kao sažetak vlastitih društvenih i kulturalnih okolnosti. I kao što pokazuju Obamine reklame unutar igara, karakteristike igara također se odražavaju na same kulturalne okolnosti.

56 Ukupno oko 750 milijuna američkih dolara. Vidi: <http://www.opensecrets.org/pres08/summary.php?id=n00009638>.

57 Devlin Barrett, “Ads for Obama Campaign: ‘It’s in the Game,’” *Associated Press*, 14. listopada 2008., <http://www.msnbc.msn.com/id/27184857/>.

58 David Kestenbaum, “The Digital Divide between McCain and Obama,” *All Things Considered* (National Public Radio), 1. kolovoza 2008., <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=93185393>.

Prva igra o izbornim strategijama, *President Elect*, pojavila se 1981., no taj naslov i njegovi nasljednici bili su igre o političkom procesu, a ne igre koje se koriste kao dio toga procesa. Izbori 2004. označili su prekretnicu s rođenjem i brzim usponom službene političke videoigre. Te su godine kandidati i izborne organizacije otkrili videoigre, koristeći medij za publicitet, prikupljanje sredstava, komunikaciju, i tako dalje. Tada sam radio na igrama koje su naručili kandidati za predsjednika i državna zakonodavna tijela, a naručitelji su bili jedna politička stranka, te jedno od povjerenstava s Capitol Hilla. A to sam bio samo ja – bilo je obilje drugih političkih igara, naručenih sa svih strana: od Republikanske stranke pa sve do kampanje za predsjednika Urugvaja.

U to vrijeme bilo je lako privući pozornost javnosti na tu vrstu radova i, uostalom, jedna od glavnih prednosti predizbornih igara bila je njihova zanimljivost medijima. Do zadnjih tjedana izbornog ciklusa 2004., svi znakovi ukazivali su na to da predizborne videoigre nisu tek prolazni trend. Sjećam se da sam, opijen tim zanosom, u jednom intervjuu budalasto predvidio kako će 2008. svaki veći kandidat imati svoju vlastitu igru za PlayStation 3. Tom Loftus, kolumnist MSNBC-ja, iznio je slično, doduše malo umjerenije, predviđanje krajem listopada 2004.: “Već vam je dosta poziva političara svakih pet minuta da posjetite njihovu mrežnu stranicu? Pričekajte 2008., kada će taj poziv biti zamijenjen sa ‘Zaigrajte moju igru.’”<sup>59</sup>

Nismo mogli biti više u krivu. Videoigre su imale manju ulogu na izborima u SAD-u 2008. (a nikakvu na izborima na polovici mandata 2010.). U smislu službeno izrađenih ili podržanih igara, 2008. pojavilo se tek nekoliko primjera. McCainova kampanja donijela je *Pork Invaders*, klon *Space Invaders* u kojem McCainova “letjelica” ispaljuje veta na svinje vanzemaljce, čime se pokazuje

kako bi McCain “uložio veto da vrati fiskalnu odgovornost saveznoj vladi.” Igra se može pohvaliti većom produkcijskom vrijednošću od *Tax Invaders*, slične republikanske igre iz 2004., ali je obilježena manje sofisticiranim političkim govorom. *Tax Invaders* pretvara poreze u vanzemaljske neprijatelje, a Georgea W. Busha u ulogu heroja koji će spasiti ljude od njih – što je prikladna karakterizacija konzervativne porezne politike koja, zapravo, ima koristi od smještanja u videoigru. Suprotno tome, *Pork Invaders* napreže se da spoji igru s političkom porukom; najvećim dijelom, riječ je o kuriozitetu.

Najvidljivije politikantstvo u videoigramama 2008. došlo je u obliku oglašavanja, a ne igranja: Obamina kampanja kupila je dinamične reklame unutar igara za konzole, primjerice, u igri *Burnout Paradise*. Gejmeri su pozdravili kupovinu; činilo se da Obama barem ne namjerava ocrniti njihov medij, unatoč tome što je ranije savjetovao roditeljima da “ugase televizore i pospreme videoigre.”<sup>60</sup> Uzevši u obzir Obamina ogromna sredstva za kampanju, taj se potez zasigurno činio kao eksperiment bez rizika. Ipak, demokraci nisu lansirali nijednu vlastitu igru, nasuprot McCainovom pretjerano dramatičnom pokušaju.

Neslužbene političke igre također su ostvarile napredak od 2004. Većina njih su igrolike dosjetke o Sari Palin, od gotovo lokalne *Polar Palin* do na igračku nalik *Palin as President*, od igre lopova-i-policajca *Hunting with Palin* do verzije igre mlačenja krtice *Puck Palin*. Neki od rijetkih naslova koji nisu uključivali guvernerku Aljaske bili su prilagodba igre *White House Joust* iz 2004.; *Truth Invaders*, još jedan klon *Space Invaders* u kojem igrač puca na laži; *Debate Night*, ležerna slagalica koja podupire Obamu; i *Campaign Rush*, igra upravljanja izbornim uredom koju je moj studio osmislio za CNN International. Od navedenih, samo *Truth Invaders* citira stvarne izjave kandidata i pokušaje kritike, iako na prilično rudimentaran način. Ostale igre uopće ne potežu politička pitanja, samo već se fokusiraju isključivo na izborne aktivnosti. Tri desetljeća nakon izdavanja verzije za automat na žetone, razočaravajuće je što su *Space Invaders* postali zlatni standard za dizajn političkih igara.

59 Tom Loftus, “Skip the Speech and Play the Policy: New Political Games Aim to Persuade, Not Just Entertain,” *MSNBC*, 18. listopada 2004., <http://www.msnbc.msn.com/id/6256146/>.

60 “Barack Obama’s Remarks on Victory in Wisconsin Primary,” *Washington Post*, 19. veljače 2008., <http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2008/02/19/AR2008021903257.html>.



Broj komercijalnih igara s političkim temama također se smanjio od 2004. Te su godine objavljene bar četiri izborne igre-simulacije; no 2008. samo jedna: prilagođena i ažurirana Stardockova verzija igre *The Political Machine*, izborna simulacija za PC koja je iste godine doživjela i besplatno mrežno izdanje. Osim toga, najjači primjer *mainstream* igre povezane s izbornim periodom je “politička svađalica” *Hail to the Chimp*, zbirka igara o natjecanju životinja za poziciju predsjednika životinjskog carstva.

Postoje razlozi zašto su igre napredovale sporije u usporedbi s drugim tehnologijama s ciljem dopiranja do ljudi u političkom smislu. Najvažniji razlog je također i najočitiiji: do 2008., online video i društvene mreže postale su velika stvar, kao što su blogovi bili 2004. Umjesto poticanja glasača da “igraju moju igru,” kako smo Loftus i ja nagađali, kandidati su poticali glasače da “gledaju moj video.” Online video postao je politički totem 2008., od intervjua Jamesa Koteckog u njegovoj studentskoj sobi, do CNN-ovih YouTube debata. Istovremeno, ogroman rast korisnika društvenih mreža učinio je društvenu povezanost sekundarnim fokusom za inovacije u kampanjama, osobito nakon što se Facebook 2006. proširio izvan sveučilišnih kampusa. U mnogim slučajevima, politikantstvo na društvenim mrežama bio je proces u potpunosti vođen glasačima a ne kampanjama, napor kojim se dosežalo mnogo više ljudi nego što je to prije bilo moguće, čak i s blogovima.

Videoigre nisu izgubile izbore kolektivnim riskiranjem kao žrtvom za politiku vrijednosti, onu politiku koju su Hillary Clinton i Joe Lieberman, između ostalih, iskoristili da pomaknu svoju biračku bazu prema centru. Umjesto toga, videoigre su izgubile izbore ne sudjelujući u njima. Presedan nastranu, redizajniranje klasičnih arkadnih igara i postavljanje reklamnih panoa na virtualne trkaće staze ne iskorištava potencijal igara za politički govor.

Kako bi razumjeli zašto, trebamo shvatiti razliku između politike i politikantstva. Potonje se odnosi na kampanju, proces koji vidimo i o kojem čujemo tijekom izbornog procesa: znakovi u dvorištima, reklame na televiziji, govori, čak i debate. Funkcija je *politikantstva* da izazove osmjehe odobravanja i iznese jednostavne ideje pred birače. Ako shvatimo tu riječ ozbiljno, *politika* se odnosi na stvarne izvršne i legislativne napore izabranih dužnosnika da mijenjaju i dopunjuju pravila društva. U idealnoj predstavničkoj demokraciji, jedno vodi drugome, ali u suvremenom društvu, ta su dva pojma dijametralno suprotna.

Ironično, upravo ovdje videoigre nalaze svoju najprirodniju poveznicu s političkim govorom. Kada izrađujemo videoigre, mi stvaramo simulirane svjetove u kojima vrijede drugačija pravila. Igranje podrazumijeva preuzimanje uloga u tim svjetovima, donošenje odluka unutar određenih ograničenja, te donošenje vrijednosnih sudova o životu unutar njih. Videoigre mogu sintetizirati resurse građanskog života i pomoći nam da postavimo osnovno političko pitanje: *Prema kojim bismo pravilima trebali živjeti?* Takva pitanja se rijetko postavljaju ili se ozbiljno na njih odgovara tijekom izbornoga procesa. Uistinu, izborni proces odvojio se od uspostavljanja i provođenja javnih politika.

Za mišljenje o tome kako se ova alternativa može istražiti kroz videoigre moramo se vratiti u 2004. Te godine je moj studio radio na *Take Back Illinois*, četverodijelnoj strateškoj igri koja je od igrača tražila da se bave ključnim problemima s kojima su bili suočeni birači iz Illinoisa na izborima 2004. S jedne strane, to je bila tipična izborna igra koju su naručili republikanski zastupnici iz Illinoisa predvođeni Tomom Crossom. No s druge strane, igra se fokusirala na politička pitanja, a ne na kandidate.

Svaka od četiri mini-igre od kojih se sastoji *Take Back Illinois* bavi se drugim pitanjem, a bile su lansirane jednom tjedno u mjesecu prije izbora (četiri igre, četiri tjedna). Bavile su se temama kao što je reforma zakonodavstva o nesavjesnom liječenju, obrazovanje, participacija građana i ekonomska reforma. Iako i dalje pojednostavljene u odnosu na funkcioniranje stvarnih javnih politika, igre su bile usredotočene na stranačke stavove o navedenim temama, a ne na kandidate (koji se u igri niti ne pojavljuju). Igra usmjerava birače prema stavovima stranačke platforme o problemima koji mogu utjecati na njihove živote, a ne prema pojedinim političarima koji bi mogli zagovarati takve stavove.

U *Take Back Illinois*, od igrača se traži da donesu zamišljene političke odluke i razmisle o njihovim posljedicama. Igrači su trebali osigurati zdravstvenu skrb za zajednicu, premještati građane u zdravstvene ustanove i prilagođavati politiku nesavjesnog liječenja kako bi izbjegli medicinsko vještačenje i kazne; pokušati uravnotežiti obrazovne potrebe nekolicine školskih okruga kako bi poboljšali njihovu učinkovitost uz ograničena sredstva; pokušati potaknuti građanski angažman predstavljajući odgovornost demokracije kao sudjelovanje, te poduprijeti ekonomski razvoj radničke klase i ruralnih područja stvaranjem i distribucijom po-

ticaja za poduzetništvo i podržavanjem osposobljavanja za nova radna mjesta u ne-urbanim područjima.

*Take Back Illinois* nije savršena igra; naposljetku, ona je predizborna igra, objavljena strateški netom prije izbora kako bi aktivirala glasače na lokalnim izborima. No upravo zato što pleše između politike i politikantstva, nudi uvjerljiv smjer za buduću ulogu videoigara u politici. Stranačke linije nisu iste na lokalnoj i nacionalnoj razini. Dok se nacionalne debate vrte oko tema kao što su obiteljske vrijednosti, i dok političari i mediji nastavljaju apstraktno zazivati kraj partizanske politike, o lokalnim problemima koji zaista utječu na svakodnevne živote ljudi odlučuje se iza zatvorenih vrata. Ako politička klima zahtijeva profinjenije, suptilnije razmišljanje o javnim politikama a ne o stranačkim, tada možda možemo zamisliti budućnost u kojoj videoigre koje simuliraju konkretne javne politike polako nagrizaju popularnost politikantstva, upoznavajući igrače s problemima onda kada su relevantni, a ne kada to iziskuje izborni ciklus.

Rješenje neuspjeha iz 2008. i 2010. ne leži u ponovnom pokušaju 2012.; doista, najbolje rješenje možda je u potpunosti napustiti “izbornu igru” u korist igre javne politike. Što bi bilo da možete živjeti paralelni život u svijetu koji se razvija prema obećanjima vašeg senatora ili gradskog vijećnika iz predizborne kampanje? Kakve bi zajednica imala koristi od municipalnih obveznica u odnosu na stvarne troškove za porezne obveznike? Kako bi bilo živjeti pod stegom određene fiskalne politike? Kako bi neortodoksna energetska politika mogla izbalansirati ekološka i sigurnosna pitanja? Zašto će savezna investicija u privatno banкарство pozitivno utjecati na gospodarstvo i obične građane?

Drugim riječima, dobrobit koju videoigre mogu ponuditi javnom životu je prebacivanje pozornosti s politikantstva na javne politike. Uloga videoigara u politici nalazi se upravo u njihovu potencijalu da odbace izbore kao jedinicu popularne političke valute radije nego da izravno sudjeluju u njima.

Krajem 2006. Burger King je izdao tri igre za Xbox i Xbox 360 u kojima se pojavljuje King, jeziva maskota koja već neko vrijeme krasi njihove reklame, kao i nezaboravni bivši glasnogovornici Subservient Chicken i Brooke Burke. Naslovi uključuju *Pocketbike Racer*, trkaću igru u stilu *Mario Karta*; *Big Bumpin'*, zbirku igara sudaranja autića koje uključuju utrke, borbe i hokej; i *Sneak King*, *stealth* akcijsku igru u kojoj se igrač mora prišuljati ljudima i poslužiti im hranu iz Burger Kinga (bodovi se dodjeljuju za šuljanje sa “žestinom, profinjenošću i kraljevskim šepirenjem”). Da biste dobili igre, morali ste u Burger Kingu kupiti jedan od menija i nadoplatiti 3,99\$ za svaku igru (bilo je moguće kupiti sve tri igre uz jedan meni).

Ima više načina na koji se oglašavanje i igre isprepliću. Jedan je reklama u obliku igre, *igra-reklama* (*advergame*), posebno razvijena igra sa svrhom promoviranja proizvoda ili usluge koji se obično igra preko mrežne stranice. Drugi je *ubacivanje proizvoda* (*product placement*) ili brendova u komercijalne igre, metoda o kojoj sam govorio u 7. poglavlju u kontekstu Monopolyja. I treći je *oglašavanje unutar igara* (*in-game advertising*), statično (postavljeno pri programiranju) ili dinamično (isporučeno putem Interneta) umećanje reklamnih plakata, objekata ili videa u komercijalne igre.

Usprkos porastu ubacivanja proizvoda i oglašavanja unutar igara, igre-reklame na mrežnim stranicama ostaju najčešći oblik. Glavni razlog njihove popularnosti su relativno niski troškovi i složenost stvaranja brendiranih igara za internetske preglednike.

Od komercijalizacije World Wide Weba sredinom 1990-ih, većina igara-reklama namijenjena je igranju online i obično su to manje, nezahtjevnije igre na korporativnim mrežnim stranicama koje dodaju branding provjerenim žanrovima. Na prvi pogled, igre Burger Kinga za Xbox 360 spadaju u tu tradiciju; poput svojih jednostavnijih, jeftinijih rođaka, ove igre grade branding na provjerenim, popularnim žanrovima videoigara: *Pocketbike Racer* očito proizlazi iz danas poznatog žanra karting trkaćih igara, a

*Big Bumpin'* na isti način posuđuje kanonski žanr borbe jedan na jedan.

Pa ipak, Burger King odbacuje etiketu igre-reklame. Kao što je kolumnist Stephen Totilo prenio, voditeljica promidžbe Burger Kinga Martha Tomas Flynn izjavila je kako projekt “izričito nije igro-reklamna inicijativa.”<sup>61</sup> Umjesto toga, objasnila je, “plan za igre i završni proizvod trebao je stvoriti legitimni doživljaj zabave koji koristi ikone Burger Kinga kao licencirane likove.”

Opiranje Flynnove možda proizlazi iz negativnog ugleda kojeg su igre-reklame stekle zahvaljujući pretjerano oportunističkoj reklamnoj industriji koja je izrodila igre iznimno loše kvalitete. No igre Burger Kinga ne možemo optužiti za amaterizam; napravila ih je britanska tvrtka Blitz Games koja ima dugu povijest razvijanja igara baziranih na licenciranim značajkama. Burger King i Xbox osmislili su projekt i doveli programere na projekt nekoliko mjeseci kasnije, po svoj prilici na temelju njihovog znatnog iskustva rada s licencama kao što su *American Idol* i *Bratz*.

Retorika nalik onoj Marthe Tomas Flynn općenito je sve uvriježenija u marketingu. Kako se proizvodi nastavljaju množiti, tako tvrtke traže nove načine za razlikovanje od konkurenata. Primjerice, Starbucks je pokušao uvesti dimenziju zabave u svoje poslovanje, najprije prodajući CD-ove u svojim lokalima, a zatim financirajući filmove poput *Akeelah and the Bee*.<sup>62</sup> Nove maskote Burger Kinga utjelovile su sličan pristup, razlikujući tvrtku ne samo po prirodi njenih proizvoda, već po fami koja se oko njih podignula. Premda jezivi, King i Subsर्वient Chicken pomogli su promicanju slike o Burger Kingu kao modernom, naprednom, odraslom brendu, dok McDonalds ostaje prozaični lokal orijentiran na djecu.

Naravno, činjenica da Burger King kritizira igre-reklame ne znači da njegove igre ne pripadaju u tu kategoriju. Tko može poreći činjenicu da su same reprezentacije Burger Kingovih maskota – a da ne spominjemo gomilu njihovih proizvoda koje igrač poslužuje u *Sneak Kingu* – reklame u uobičajenom smislu? Ipak, za ove igre ne može se reći da su *samo* igre-reklame; odnosno, postoji nešto što razdvaja *Pocketbike Racer* od ostalih igara te vrste.

61 Stephen Totilo, “Burger King Video Games: Savvy or Creepy?,” *MTV News*, 14. prosinca 2006., <http://www.mtv.com/news/articles/1548023/20061214/story.jhtml>.

62 *Akeelah and the Bee*, režirao Doug Atkinson (Santa Monica, California: Lion's Gate, 2006.).

Jedna od razlika je platforma na kojoj se igraju. Reklame unutar igara nesumnjivo krase Xbox 360 (uključujući Cadillacov besplatni paket vozila za Microsoftov *Project Gotham Racing* iz 2006. za Xbox Live), no igre Burger Kinga su prvi naslovi razvijeni od temelja za tu platformu kao reklama – i, s iznimkom natječaja za razvoj igre pod sponzorstvom Doritosa 2009./10, ostaju jedini takvi primjeri.<sup>63</sup> Taj je pothvat dijelom omogućila tehnička i komercijalna evolucija industrije videoigara. Tvrtka Blitz Games bila je u mogućnosti izraditi, testirati i objaviti tri igre za obje verzije Xboxa u manje od godinu dana zahvaljujući vlastitom više-platformskom sustavu (*game engine*) i paketu razvojnih alata koje koristi za sve svoje proizvode. A Burger King je mogao licencirati svoje igre zahvaljujući pregovorima na visokoj razini s Microsoftovim rukovoditeljima.

No, sofisticiranija tehnologija i pronicljivost u poslu ne objašnjavaju zašto bi reklamna igra objavljena na Xboxu 360 predstavljala značajno drugačiju strategiju za oglašavanje u videoigrama. Dogodilo se da igrače Xboxa 360 možemo svrstati u demografsku skupinu mladih – kupce za koje franšiza smatra da ih može preoteti od McDonald'sa, a koju Burger King želi namamiti uz pomoć prezira vrijednog Kinga i Subsर्वient Chickena. U marketinškom pogledu, to su kupci koje je televizija izgubila, koji su postali cinični prema tradicionalnom oglašavanju, te oni koji mogu najviše suosjećati s BK-ovim obećanjem odvažne alternative izlizenoj pretenziji Ronalda McDonalda.

Promatrano iz te perspektive, sadržaj Burger Kingovih Xbox igara postaje manje važan od načina njegova prenošenja. BK je iskoristio igre kako bi privukao vlasnike Xboxova u svoje lokale i naveo ih da kupe menije. To, i samo to, bio je njihov glavni cilj.

Takva strategija nije ništa novo. U suštini, ona je poput igračke iz Happy Meala: mami djecu (a time i obitelji) da kupe obrok u njihovoj franšizi u svijetu u kojem restorani brze hrane iskaču na svakom uglu. U svijetu marketinga to se zove *promocija*.

Promocijama se potiče sklonost pojedinom trgovcu, što ne mora nužno biti povezano s njegovim proizvodima i uslugama. Nagradne igre i natjecanja su oblik promocije, kao i pokloni uz dječje obroke. U slučaju BK-ovih Xbox igara, njihova očigledno niska cijena dodatno naglašava moć promidžbe: tobožnji ljubitelji hamburgera koji već posjeduju Xbox 360 pokazali su se više

63 Vidi: <http://www.unlockxbox.com>.

nego spremni izdvojiti 4\$ za videoigru kada cijena komercijalnih naslova bez problema doseže petnaest puta veći iznos od toga.<sup>64</sup> Dok su troškovi povezani s tim igrama strogo čuvani od strane sudionika, Burger King je službeno prodao više od 3 milijuna primjeraka igara do kraja promidžbenog perioda, i stoga barem jednako toliko menija.<sup>65</sup> Izgledno je da je Burger King višestruko vratio trošak promocije već prije obračunavanja stvarne prodaje hrane – što je zaista rijetka situacija u tradicionalnom oglašavanju.

Izraz *igre-reklame* upotrebljavamo za opisivanje videoigara čija je glavna funkcija promicati brend, proizvode ili usluge neke tvrtke kroz igru. Po tim standardima, Burger Kingove Xbox igre možda uistinu nije najprikladnije proglasiti igrama-reklamama: one promoviraju brend i proizvod, ali im to nije glavna funkcija. Ponajprije žele povećati prodaju BK-ovih proizvoda putem dodatnog poticaja.

Predlažem naziv *promo-igre* za videoigre čija je primarna funkcija promoviranje kupnje proizvoda ili usluge koji su sporedni u odnosu na samu igru. Igre Burger Kinga ne govore igračima zašto bi trebali kupiti baš ove hamburgerere ili pečenu piletinu a ne neke druge. Umjesto toga, daju im razlog za kupnju Burger King hamburgera. Dok igra-reklama oglašava tvrtku ili njene proizvode, promo-igre nude poticaj za konzumaciju robe te tvrtke neovisno o reprezentacijskim svojstvima igre. Možemo zamisliti različite moguće promo-igre, neke s jačim reklamnim aspektom, poput BK-ovih Xbox igara, a neke sa slabijim. Primjerice, zamislimo da se hipotetsko specijalno izdanje, nivo ili epizoda popularne originalne igre kao što je *Halo* ili *Half-Life* dobiva uz minimalnu kupnju nekog proizvoda. Promo-igre nude specifičnu priliku za tvrtke koje smatraju da se njihovo ciljano tržište preklapa s određenim segmentima tržišta videoigara.

Koliko god se Burger Kingove promo-igre činile originalnima, naslovi kojima bi se lako dala prišiti ta etiketa pojavili su se prije više od četvrt stoljeća. M Network, odjel Mattela zadužen

64 Nije škodilo što se promocija odvila prije no što je distribucijski sustav Xbox Live Arcade stao na noge. XBLA je 2006. uglavnom objavljivao ponovna izdanja za automate, a ne nove originalne naslove po kojima je danas poznat.

65 Reuters, "Xbox Promotion, Value Menu Lift Burger King Earnings," *USA Today*, 30. siječnja 2007., [http://www.usatoday.com/money/companies/earnings/2007-01-30-burgerking\\_x.htm](http://www.usatoday.com/money/companies/earnings/2007-01-30-burgerking_x.htm).

za videoigre, objavio je 1983. *Kool-Aid Man*<sup>66</sup> za konzole Atari VCS i Intellivision. Igra je kasnije postala dostupna za tradicionalnu kupnju, no izvorno su nadobudni nestrpljivi igrači trebali poslati Kool-Aidov kôd proizvoda zajedno s manjom manipulativnom naknadom kako bi dobili igru. Tvrtka Johnson & Johnson iste je godine objavila sličnu igru, *Tooth Protectors*, koja je bila dostupna samo putem poštanske narudžbe. Također 1983. godine, Purina, tvrtka koja proizvodi hranu za kućne ljubimce, ponudila je igru *Chase the Chuckwagon*, isto tako dostupnu samo putem poštanske narudžbe u zamjenu za kôdove s proizvoda i manipulativnu naknadu.

Dok neki kritičari (uključujući mene) ove igre svrstavaju u rane primjere igara-reklama, one također postavljaju temelje za povijest promo-igara.<sup>67</sup> Baš kao što Burger King koristi mlade korisnike Xboxa kao mamac za svoje ciljano tržište, tako General Foods, Johnson & Johnson i Purina koriste mlade korisnike konzola Atari VCS i Intellivision kao mamac za svoje. Od ove tri rane promo-igre, *Chase the Chuckwagon* je najbližija onima Burger Kinga. U vrijeme kada je objavljena, popularna reklama Purine za pseću hranu prikazivala je psa u natjeravanju kolica (zaštitni znak Purine) kroz kuhinju. Poput *Sneak Kinga*, *Chase the Chuckwagon* bio je zamišljen kao adaptacija teme tv-reklame s ciljem privlačenja igrača koji su već upoznati sa sponzorovim simbolima.

Igre poput ovih pokazuju nam da samo jedna perspektiva oglašavanja u igrama ne samo da danas ne predstavlja dostatan način za razumijevanje preklapanja tih dvaju svjetova, već da nije bila dostatna ni prije 30 godina. Neovisno o našem mišljenju o relativnim zaslugama ili opasnostima neprekidne invazije reklama u igre, moramo pokušati razumjeti različite pristupe oglašavanja u videoigramama na različite načine – ne samo kao programeri ili oglašivači koje zanima razvoj novih igara, već i kao igrači koje zanima kako i zašto ih tvrtke žele uvjeriti da konzumiraju baš njihove proizvode.

66 Kool-Aid je popularna američka marka aromatiziranog pića u prahu u vlasništvu tvrtke Kraft Foods. (op. prev.)

67 Bogost, *Persuasive Games*, 199.–223.

U kasnom 19. stoljeću fotografije su se većinom izrađivale na ogromnim fotoaparatom s mjehovima i skupim lećama od mliječnog stakla. Upravljanje njima nije bilo lako i zahtijevalo je ozbiljno stručno znanje. Tadašnja relativna mladost fotografije kao medija učinila je to znanje puno rjeđim no što je to danas. Sve se promijenilo kada je Kodak uveo fotoaparat Brownie 1900.

Brownie je bio drugačiji, najjednostavniji mogući oblik fotoaparata: kartonska kutija s fiksno fokusiranom lećom i namotajem filma na stražnjoj strani. Snimao je fotografije srednjeg formata 6x6 na filmu formata 177, koji je George Eastman, osnivač Kodaka, prvi put upotrijebio deset godina ranije. Jednostavnost ovih fotoaparata učinila ih je pouzdanima, a zbog svoje cijene (oko 25 današnjih dolara) nisu predstavljali rizičnu kupnju za obitelji ili čak djecu. Do 1960-ih prodani su ih milijuni.

I fotoaparat i film bili su dovoljno jeftini da učine fotografiju održivom. Zbog lakog razvijanja bez mračne komore, fotografije su bile dostupne svima. Brownie, i 35-milimetarski fotoaparat koji ga je kasnije zamijenio, nije samo pojednostavio proces izrade, već je uveo novu vrstu fotografije: brzi snimak (*snapshot*). Brzi snimci stavljaju jednostavnost hvatanja trenutka i osobnu vrijednost fotografija ispred umjetničke ili društvene vrijednosti.

Brownie je približio fotografiju ljudima, no ne bez pomoći. Koncept brzog snimka posuđen je od lovačkog izraza za pucaanje iz kuka, koji je Eastman kontekstualizirao za mase. U svrhu oglašavanja, Kodak je skovao izraz “Kodak trenutak” te poticao fotografe da “slave trenutke svog života,” kao što to čine još i danas. Eastmanova parola glasila je: “Vi pritisnete tipku, a mi ćemo napraviti ostalo.”

Više od stoljeća nakon Eastmanovih jednostavnih aparata, današnja kompjuterska kultura cijeni sličan oblik kreativnog populizma. Mrežne stranice i softveri nude nam alate koji obećavaju “demokratizaciju” kreativnog procesa. Jeftiniji, snažniji hardver i pristupačan softver koji je jednostavan za korištenje učinili su

profesionalnu montažu videa i DVD produkciju dostupnima svima. Zahvaljujući proizvodnji “na zahtjev”, dakle bez prethodnog ulaganja u nakladu ili seriju, proizvodnja CD-ova i majica s individualiziranim natpisima danas je čas posla. Blogovi i tisak knjiga “na zahtjev” učinile su objavljivanje napisanoga univerzalno dostupnima.

Slijedeći taj trend, nekoliko kompanija pokušalo je za videoigre napraviti ono što je Brownie napravio za fotografiju. Veliki igrači poput Microsofta (Popfly Game Creator) i Electronic Artsa (Sims Carnival) okušali su se u stvaranju platformi za samostalno pravljenje igara, kao i početnici poput Metaplacea, Gamebrixa, Wildpocketsa, PlayCraftera i Mockingbirda. I dok su mnogi od ovih proizvoda pred kolapsom ili su promijenili fokus aktivnosti, svaki donosi nešto drugačiju perspektivu na pojednostavljanje stvaranja igara.<sup>68</sup> Sims Carnival nudi tri metode: čarobnjak (The Wizard), manipulator slika (The Swapper) i alat za vizualno skriptiranje (The Game Creator). PlayCrafter se oslanja na fiziku, Gamebrix na ponašanje, Mockingbird na ciljeve, a Popfly koristi predložke.

Kao platforme, svaki od alata se oslanja na formalne značajke različitih vrsta igara. Neke od razlika su očigledne: Sims Carnivalovi alati The Wizard i The Swapper omogućuju ljudima da na jednostavan način stvaraju igre mijenjajući varijable i unoseći nove elemente, dok PlayCrafter automatizira fizičku interakciju. Formalne razlike uobičajeni su način za pojednostavljanje izrade igara. Puno prije Sims Carnivala i njegove braće, softveri za izradu igara koristili su žanrovske konvencije kao formalni model za alate tipa dodaj-svojestvo-i-skriptu: GameMaker izrađuje igre bazirane na kvadratnim poljima/arkadne igre; Adventure Game Studio stvara grafičke avanture; RPGMaker izbacuje igre uloga.<sup>69</sup>

68 Sims Carnival i Popfly u potpunosti su zatvorili svoja vrata, dok su Metaplace i PlayCrafter pomaknuli fokus djelovanja na Facebook igre. Kao što je slučaj s drugim malim kompanijama „korisnički generiranog sadržaja“, navedeni i drugi poslovni pokušaji željeli su izgraditi bazu korisnika koja bi bila dovoljno značajna da ostvaruje prihod ili, što je vjerojatnije, privući interes veće kompanije koja bi ih kupila. Takav je bio slučaj s Metaplaceom, kojeg je kupio Playdom sredinom 2000-ih.

69 Navedene alate možete pronaći na: <http://www.yoyogames.com/studio>, <http://www.adventuregamestudio.co.uk>, i <http://www.rpgmaker.net>.



Naglasak na formalnim ograničenjima – statistika lika ili žanrovske razlike poput načina kretanja iz ekrana u ekran – smislen je ako ga promatramo iz perspektive programera alata: različite vrste igara traže različite vrste programskih infrastrukture. Ali iz perspektive autora-amatera, žanr je manje korisno polazište od teme. “Želim napraviti igru o svojoj mački” nosi drugačiji sentiment od “Želim napraviti grafičku pustolovnu igru.” Fotografija ne pravi tu razliku; fotoaparatus može jednako lako uhvatiti i pejzaž i portret.

Nameće se osnovna razlika između Eastmanovog Brownieja i današnjih DIY alata: u videoigrama ne postoji ekvivalent fotoaparatu. Izrada igara nikad ne može postati u potpunosti automatiziran proces. Fotografiju je lako snimiti dijelom zato što se veliki dio procesa odvija bez nas. Nakon što “pritisnete tipku,” da citiram Eastmana, svjetlost se lomi kroz leću na emulziju filma ili fotoosjetljivi sloj videokamere. Film možete razviti u Wal-Martu, a digitalne fotografije su odmah spremne za ispis ili objavljivanje. Video je sličan; montaža, titlovi i zvuk su opcionalni, ali ih je lako dodati pomoću alata koji dolaze sa svakim modernim računalom. Pisanje nije automatizirano poput izrade slika, no ono je vještina koju svi svakodnevno koristimo. Ali objavljivanje napisanoga – na papiru ili na Internetu – jednostavnije je uz nove digitalne alate.

Suprotno tome, izrada videoigara podrazumijeva nekoliko općih vještina. Traži kakvo-takvo poznavanje programiranja ili manipuliranja alatom koji obavlja programiranje umjesto vas. Traži animaciju, dizajn zvuka, projektiranje okoliša. Traži dizajniranje interakcija, što može biti komplicirano čak i kada je rezultat jednostavan. Traži pažljivo podešavanje, čak i ako je riječ o doživljaju koji funkcionira, a kamoli onome koji je uz to i zanimljiv. Jednostavno ne postoji čarobna kutija koju možemo staviti pred svijet i koja, kada pritisnemo tipku, pretvara ono što vidi u videoigru.

Ljudi su već bili dobro upoznati s korištenjem i izradom slike, videa i pisanja prije pojave društvenih mreža, koje su olakšale njihovu distribuciju. To ne znači da su stvarali dobre slike, video snimke ili tekstove: sjetite se samo kad ste zadnji put gledali nečiju snimku dječje rođendanske zabave, pregledavali nečiji obiteljski foto-album, ili pročitali nečiju sentimentalnu poeziju iz mladosti. Razlog zašto su predmeti koji su drugima vrijedni za vas smeće, da posudim misao od komičara Georgea Carlina, je to što

za njih oni imaju sentimentalno značenje. Brzi snimak vrijedan je samo malom broju ljudi, čak i ako ga može vidjeti gomila.

To je princip koji su brojni pobornici Weba 2.0<sup>70</sup> pogrešno shvatili. Marketinška niša koji koriste Web agregatori<sup>71</sup> profitira od pružanja sadržaja visoke kvalitete svima, sadržaja niske kvalitete nikome i svega između. Unatoč senzacionalističkim pričama običnih ljudi koji su postali zvijezde s YouTubea koje preplavljuju tabloide, osnovna prednost jednostavnih alata za izradu i objavu sadržaja leži u tome što ljudima omogućuju da izrađuju stvari jedni za druge u vrlo malim količinama, za tradicionalno tržište neodrživim modelom.

A koje će stvari ljudi najprije napraviti, za vrlo malu publiku? Osobne stvari, stvari preko kojih dijele iskustva s obitelji ili prijateljima. Različite brze snimke. Svi oni milijuni fotografija ili videa ili blogova o ljetovanjima ili ljubimcima ili hobijima spadaju u tu kategoriju. Takvo djelo nije važno zbog svoje kvalitete; važno je jer ima značenje za svoje tvorce i njihove bližnje. Bez obzira što poduzetnički kapitalisti i tehnološki učenjaci rekli o dijeljenju i agregaciji, YouTube, Flickr i slični servisi funkcioniraju kao društveni mediji jer funkcioniraju prije svega kao privatni mediji. Naša ideja “privatnog” se samo ponešto proširila.

Pobliži pogled na proizvode poput Sims Carnivala otkriva brojne *snapshot* igre skrivene među puno manje zanimljivim DIY pokušajima stvaranja srednjostrujaških ležernih igara. Igre o simpatijama, igre o proslavama rođendana, igre koje ismijavaju slavne osobe. Njihova stranica ima čak i sekciju s e-razglednicama za takve igre i predloške za igre o ljubljenu na spoju, pravljenu glazure za tortu ili proslavi blagdana. Alati Sims Carnivala čine proces oblikovanja nalik Eastmanovom “mi ćemo napraviti ostalo.” Lako je ubaciti fiksne elemente kao što je tekst ili slika – stvari koje smo već naučili izraditi u prošlim erama. Posljedično, najuspješnije *snapshot* igre na Sims Carnivalu nisu dobre igre u usporedbi s ležernim igrama, i promašeno ih je uopće uspoređivati. Naime, uspjehne *snapshot* igre dobre su za *svoje autore* i ljude s kojima će podijeliti svoj trud.

70 Web 2.0 se odnosi na shvaćanje mreže kao platforme koju obilježava razmjena informacija, inter-operabilnost, kolaboracija korisnika u kreiranje sadržaja, poticanje kolektivne inteligencije, itd. (op. prev.)

71 Agregator je internetska tvrtka ili softver koji sakuplja informacije o proizvodima i uslugama te ih okuplja na jednoj mrežnoj stranici. (op. prev.)

Uzmimo jedan prikladan primjer, igru *Dad's Coffee Shop*, koja je napravljena pomoću alata Swapper zamjenom nekolicine elemenata iz postojeće jednostavne "slastičarske" igre *Fill the Order*. Tijek igre je identičan; igrač pomiče kolače ovisno o narudžbi kupca. Autorica igre *Dad's Coffee Shop* dodala je tu i tamo fotografije svojih roditelja, i ovaj važan opis: "S ljubavlju i poštovanjem, u sjećanje mom ocu koji nikad nije susreo stranca." Poput brzog snimka, igra ima vrijednost utoliko što omogućuje svojoj autorici da sačuva i podijeli svoje osjećaje prema obitelji. Isto tako, vi i ja je možemo cijeliti ne kao lošu ležernu igru, što i jest, već kao dirljivi osobni trenutak, što također jest.

Ili, uzmimo *You're Invited to go to heaven*, jednostavnu kviz-igru napravljenu pomoću alata Wizard. Ova igra je elementarni primjer kršćanskog evangelizma, a postavlja samo jedno pitanje, "Tko je Gospodar tvog života?" i nudi četiri odgovora: Chris Brown, Orlando Bloom, Zac Efron i Isus Krist. "Ispravan" odgovor je očigledan, stoga je primamljivo otpisati igru kao banalnu ili čak bezvrijednu. Jedno pitanje jedva da je čini kviz-igrom – žanrom koji je ionako na samoj granici medija. No ima nešto odmjerenost i iskreno u njejoj jednostavnosti: ovo nije igra kojoj je cilj inspirirati preobraćenje ili duboko promišljanje; ona je tek mali test u nečijem danu sa svrhom afirmacije onoga što je vjerniku bitno. Igra donekle nalikuje inspirativnoj fotografiji ili poruci prikvačenom na hladnjak ili spremljenoj u novčaniku. Služi jednostavnoj svrsi: podsjetiti igrača da je Bog jedina figura vrijedna štovanja.

Ako *You're Invited to go to heaven* donosi skromnu kritiku mora medijske fanovštine, brojne druge igre na Sims Carnivalu, baš suprotno, slave kult omiljene ličnosti. U jednom trenutku, došlo je do poplave igara s tinejdžerskim idolom Joeom Jonasom. Jedan od popularnih primjera je *Wash Joe Jonas*, varijacija igre koju su osmislili djelatnici Sims Carnivala u kojoj izvorno perete psa. Igrivost je tipično brza i gotovo besmislena: igrač mahnitno pomiče miš kako bi nasapunao Jonasa prije isteka vremena. Svrha je jednostavna i očita: nudi simulaciju intimnog (iako bizarnog) odnosa s pop ikonom koju igrač najvjerojatnije neće imati priliku iskusiti u stvarnom životu. Igra funkcionira slično kao poster ili bilježnica s uzorkom, ili kao umetanje vlastite slike pored objekta obožavanja u Photoshopu. Kada je igrate, igra funkcionira poput neke snapshot sličice, stvari koja izaziva uzdahe i gugutanje i koju zatim zauvijek odložite.

"Demokratizacija" je vrlo sujetan način za opisivanje novih upotreba starih medija, no to je izraz koji često možete čuti od internetskih poduzetnika i novinara. Eastmanovi fotoaparati bili su "za mase," poput Fordovog modela T ili online servisa poput YouTubea i CafePressa. No zaslužuju li da ih se brka sa samoupravljanjem ili građanstvom je druga stvar. Libertarijanske tendencije Silikonske doline stapaju tehnološki i društveni napredak. Potrebno nam je novo shvaćanje.

Postoji mnogo toga što možete napraviti s mrežnim alatima za izradu videoigara. Možete pokušati napraviti igre koje će postati popularne i ostvarivati prihod od reklama. Možete napraviti art-igre koje propituju što znači ljudskost. No možda najzanimljivije upotrebe ovih alata su one koje duhom i funkcijom podsjećaju na brze snimke.

Neki izumi, poput Brownija, pojednostavljuju prethodno složene kreativne procese. Pa ipak, Brownie nije sam izumio neformalnu, ležernu fotografiju. Bio je tek alat koji su ljudi morali naučiti koristiti, u čemu im je Kodak pomogao držanjem za ruku, pažljivim marketingom i strpljenjem. I *snapshot* igre su sada suočene s tim izazovom. U tom smislu, napori ekipe SimsCarnivala da opskrbe svoju mrežnu stranicu primjerima za reinterpretacije predstavljaju izvrstan početak. No to su primjeri koji previše naginju prema pravim ležernim igrama, što potvrđuje i podjela stranice na tradicionalne žanrovske kategorije (akcija, pustolovina, utrke, pucačina).

Brownie nas uči da brzi snimci nisu samo dobre fotografije, lako stvorene zahvaljujući jednostavnim alatima. Oni su također dobre fotografije – ili igre – stvorene za različite svrhe. Budućnost *snapshot* igara zahtijeva od tvorca platformi da pokažu potencijalnim korisnicima kako integrirati igre u svoje individualne živote. Rezultati bi se mogli pokazati važnima. Brzi snimak nije samo popularizirao fotografiju kao jednokratnu, već je i potaknuo veliki broj običnih ljudi da cijene fotografiju kao zanat. Uspješna platforma za izradu igara je ona koja ispunjava takvu ulogu.

Volim igrati drevnu kinesku stratešku igru gô, iako teško da sam stručnjak. Program otvorenog koda GnuGO, ugrađen u kompjutersku verziju igre koju igram, nadjača me gotovo uvijek.

Nakon mnogo godina igranja, dobio sam na poklon ploču i set kamenčića za gô. Odmah sam primijetio najvažniju razliku između igranja na računalu i u stvarnosti: dodirivanje ploče i kamenčića. Zaboravio sam koliko su igre poput gôa zapravo taktilne. Crni i bijeli kamenčići često imaju različitu teksturu, ovisno o vrsti i kakvoći. Njihov osjećaj i težina između prstiju na neki način vam pomažu da napravite potez.

Kada igrač odabere potez, postavljanje kamenčića na stvarnu ploču je puno taktilniji izazov od klikanja na ploču na zaslonu. Kamenčići se pomiču, stoga trebate paziti da ne uzdrmate ploču. Tradicionalno, igrači drže kamenčić između kažiprsta i srednjeg prsta, i pri povlačenju poteza on proizvodi oštar škljocaj u dodiru s drvenom podlogom.

Gô je misaona, minimalistička igra koja odiše čistoćom i aske-tizmom. Kompjuterske verzije gôa flegmatično prilagođavaju te vrijednosti. Iako puristi preferiraju tišinu pri biranju i držanju kamenčića, gô je za mene igra preturanja po glatkoj drvenoj zdjelici u potrazi za pravim kamenčićem i zatim razmišljanja kamo da ga postavim da označim svoj teritorij. Ove značajke nisu jedinstvene za gô, ali su distinktivne. U šahu, figure se nalaze ili na ploči ili izvan nje, i nikad ih se ne dodiruje osim pri povlačenju poteza. Iako su obje igre misaone, gô je mnogo senzualniji. Pod-sjeća nas da fizički svijet – uključujući igre – ima *teksturu*. Taktilnost koju nudi ljudima je sama po sebi zanimljiva.

U slikarstvu, tekstura je priznati aspekt stvaralaštva. Riječ opisuje tkanje platna, primjenu medija na platno te njihovu interakciju. To je svojstvo koje često spominju podjednako kritičari i povremeni promatrači kao temeljni dio završenog djela.

Postimpresionistički slikari poput Vincenta van Gogha koristili su debele namaze boje, dijelom kako bi nanovo stvorili efekte

svjetlosti na samoj površini platna, kao i na prikazanim likovima. I apstraktni ekspresionizam Jacksona Pollocka oslanja se gotovo isključivo na teksturu; Pollock je čak dodavao zrnca pijeska i krhotine stakla u svoje već viskozne industrijske boje kako bi pojačao teksturu finalnog proizvoda.

Drugi mediji imaju svoja shvaćanja teksture. U kulinarstvu se tekstura odnosi na fizički osjećaj hrane u ustima, poput hrskavosti krastavca ili klizavosti kamenica. U glazbi se tekstura koristi metaforički za opisivanje odnosa između zvukova i glasova u komadu – kao da su raslojeni u vremenu poput boja na platnu.

U računalnim umjetnostima, izraz *tekstura* obično se pojavljuje samo u tehničkom govoru. Teksture su grafičke opne položene preko 3-D modela tako da stvaraju dojam detalja na površini. Tehnike teksturiranja poput topološkog mapiranja (*bump mapping*) i normalnog mapiranja (*normal mapping*) upotrebljavaju 2-D slikovne podatke za narušavanje svjetlosnih uzoraka apliciranih na objekte putem 3-D renderiranih algoritama kako bi se postigao dojam da imaju površinsku teksturu koja u samom 3-D modelu ne postoji. One simuliraju izgled, no ne i ponašanje ili osjećaj teksture. To nije ništa novo; likovna umjetnost često je radila slične stvari. Umjetnik René Magritte bio je osobito vješt u stvaranju dojma teksture u svojim radovima pomoću boje i tona umjesto debljine namaza boje. Na primjer, na slici “Crveni model” teksturu drvenih letvi i zemljanog tla iščitavamo kao poznate teksture, usprkos plošnosti tehnike.

No, za razliku od slika, igre nisu statične scene ili objekti – one su interaktivni modeli doživljaja. Kako bi simulirale ponašanje a ne samo izgled teksture, igrama nisu dovoljni vizualni efekti. Dizajn zvuka jedno je od rješenja: koraci ili čahure metka proizvode drugačiji zvuk kada dodirnu travu, zemlju, beton, drvo. Kada hodate kroz visoku travu, ona proizvodi šuštajući zvuk. Kada vozite automobil po neasfaltiranoj cesti, dobivate osjećaj da gume drobe šljunak.

Simulirane karakteristike fizičkog svijeta također mogu stvoriti dojam teksture. Igra može usporiti kretanje lika kroz grmlje ili močvaru, kao što je to slučaj u realističnim pucačinama u prvom licu poput *Far Cry* ili apstraktnoj strateškoj igri *Advance Wars*. Isto tako, trkaće igre kao što su *Pole Position* ili *Burnout: Paradise* mijenjaju brzinu i način upravljanja vozilom kada se ono kreće po različitim površinama, simulirajući razlike u vučnoj



snazi. Trenje je još jedan primjer često simulirane teksture: plat-formske igre poput *Ice Climbera* simuliraju smanjeno trenje na površinama prekrivenima ledom.

U svim ovim slučajevima, videoigre simuliraju teksturu stvarnog svijeta na dva načina: putem izgleda ili efekata. Kamena špilja ili oštećeni parket komuniciraju teksturu vizualno. Suvremene jedinice za grafičku obradu čine površine predmeta u igri realističnima, baš poput drvenih letvi na Magritteovoj slici. Kada se igrač kreće u tim svjetovima, programska podešavanja u stvarnom vremenu pojačavaju dojam teksture u sceni nudeći različite poglede na istu površinu.

Vozačeva ramena i vojnika močvara komuniciraju teksturu putem efekta. Kada igrač upravlja strojevima ili pomiče bića, njihovo ponašanje ograničeno je fizičkim posljedicama koje određene teksture predstavljaju. U takvim slučajevima, igrač ne osjeća teksturu ceste ili dodir vlasi trave tijekom igre, već samo hladnu plastiku kontrolera. Za razliku od slikarstva i kiparstva (koji zabranjuju dodir) i glazbe (koja ne omogućuje dodir), videoigre zahtijevaju participaciju korisnika. Unatoč tome što su većinom sastavljene od slika i zvuka, dodir je nesumnjivo značajan faktor igrivosti.

Povratna sila,<sup>72</sup> simulacija kretanja i vibracija već je desetljećima ugrađena u skupe vojne simulatore za obuku. Do 1980-ih nešto od te tehnologije dospjelo je i u arkadne igre. Arkadna simulacija *Hard Drivin'* iz 1988. uključivala je haptički upravljač koji se opirao rotaciji igrača pri većim brzinama i vibrirao pri sudaru. Taktilna kompjuterska sučelja (poznata i kao *haptici*) postala su potrošačka roba ranih 1990-ih, kada kompanije poput Immersiona razvijaju jeftinije, jednostavnije senzore i motore koji su omogućili integraciju takvih naprava u objekte koji nisu skupe, nespretne rukavice ili prsluci iz laboratorija virtualne stvarnosti.

Zahvaljujući Rumble Paku, Nintendovom nastavku za kontroler, haptička povratna informacija obično se označava izrazom *vibracija (rumble)*. Vibracija omogućava igrama da uz vizualni i slušni, stvore taktilni doživljaj; primjerice, kontroler se može zatresti kada automobil promjeni podlogu pri vožnji s asfalta na

šljunak ili zemlju. Tehnički, vibracija u suvremenim igraćim sustavima je više ili manje ista: motori vrte jedan ili više nejednako oblikovanih utega smještenih u kućištu kontrolera. No usprkos jednostavnosti vibracije, njeni efekti su prilično različiti: otkucaj srca označava zdravlje i usađuje strah u igri *Silent Hill*; a obaranja u igri *Madden NFL* iskazuje se i fizički i vizualno; trzaj pucnja u igri *Call of Duty* upozorava igrača na nevidljive opasnosti iza ili iznad njega; vibracija volana u igri *Gran Turismo* komunicira ulazak u oštar zavoj pri vožnji; suptilni signal motora signalizira pritiskanje tipke na izborniku igre *Wii Sports*; trzaj ruke u igri *MVP Baseball* upozorava igrača da mu suparnik krade bazu; okretaj rumble paka u igri *The Legend of Zelda: The Ocarina of Time* označava propusnost tla pod Linkovim nogama kada je iznad mjesta na kojem se nalazi blago.

Općenito govoreći, postoje dvije upotrebe vibracije: prva je povećanje zadubljenosti. Zahvaljujući vibraciji, igrač se više osjeća dijelom igara kao što su *Madden* ili *Silent Hill*. Druga je *bolja povratna informacija*. U igrama *Wii Sports* i *The Legend of Zelda*, vibracija pomaže igraču da se orijentira prema sučelju ili ciljevima igre. No, unatoč korisnosti vibracije u spomenutim slučajevima, nešto nedostaje. Vibracija rijetko komunicira teksturu na način na koji to boja, hrana ili čak 3-D topološko mapiranje čine: tekstura uvijek ima i svrhu, nikad samo estetiku. Drugim riječima, vibracija je instrumentalni oblik tekstuiranja: čini okoliš taktilnim samo kako bi omogućila korisniku da se u njemu bolje snalazi. Čak ni 3-D rendirana tekstura nije toliko besramna po pitanju fokusiranja na funkciju: u igri *Half-Life 2* možete komotno uživati u pogledu na zidove i parket u sobi.

Postoji barem jedan primjer igre koja koristi vibraciju za izazivanje izravnog, taktilnog *doživljaja* umjesto povratne informacije. Iznenadujuće, taj naslov ne oslanja se na fizičku već na glazbenu strukturu kao primarni taktilni poticaj. Igra *Rez Tetsuya Mizuguchiya* je psihodelična, apstraktna tračna pucačina (*rail-shooter*) objavljena za konzolu Sega Dreamcast 2001. Radnja je smještena u protok podataka računalne mreže, a igrač igra ulogu hakera koji pokušava ponovno podignuti sustav, istovremeno uništavajući neprijatelje nalik virusima.

Mizuguchi je kao inspiraciju za igru naveo sinesteziju – neurološki fenomen povezivanja osjetila različitih modaliteta. Ona istovremeno kombinira upečatljive vizualne, glazbene i ma-

72 Povratna sila (*force feedback*) dio je haptičke tehnologije i često se koristi u arkadnim, a osobito trkaćim igrama u obliku kontrolera ili upravljača. Ona igraču prenosi taktilne informacije iz virtualnog svijeta igre, primjerice u vidu vibracije ili naglog trzaja joysticka. (op. prev.)

nipulativne doživljaje. S tim u vidu, japansko specijalno izdanje igre za PlayStation 2 uključivalo je “trance-vibrator,” veliki plastični hardverski ključ koji se priključi na konzolu putem USB-a. Uređaj nema ulaza, no sadrži u sebi vibracijski motor.

Kada igrate *Rez* s aktiviranim trance-vibratorom, on pulsira u skladu s trance elektroničkom glazbom koja svira tijekom igre. Glazba pak signalizira položaj neprijatelja pomoću ritma. Igrač već ima taktilni odnos s glazbom zahvaljujući tempiranim pritisicama dugmadi na kontroleru, no trance-vibrator omogućuje doživljaj tekstone glazbe, preveden u kontinuirane taktilne podražaje, a, istovremeno, glazbena struktura se vizualno prevodi u neonske apstrakcije.

Unatoč tome što Mizuguchi poriče da je trance-vibrator zamišljen kao seksualni dodatak za *Rez*, ta je očita upotreba također zabilježena.<sup>73</sup> Potencijal za seksualni užitak podcrtava način na koji se upotreba vibracije u *Rezu* fokusira na drugačiji oblik taktilnosti od onoga kojeg nalazimo u *Halou* ili *Gran Turizmu*: u *Rezu* igrač dodiruje površinu same igre. Tekstura neonskog svjetla i sintfrazе proizvode površinu koju doslovno možete osjetiti.

Apstrahiranost i nekontroljivost osjeta u *Rezu* nude ekstrem primjer tekstone u videoigri koju tek mali broj igara može ili bi trebao replicirati. No *Rez* šalje poruku koju bi druge igre trebale poslušati: kao što je tekstura čupavog vunenog tepiha ugodna za prste ili tekstura sushija s jeguljom ugodna za jezik, tako neka slična taktilnost može donijeti zadovoljstvo igračevu tijelu. Ovi užitci puno su suptilniji i mističniji od anonimne zabave koju donosi rješavanje problema u igri.

Možda je moguće simulirati taktilne užitke gôa u videoigri. Uklanjanje ortogonalnog rasporeda ploče bio bi početak. Fizikalne simulacije mogle bi omogućiti perturbaciju kamenčića kada se doirnu, kao što to mnoge igre čine sa sanducima i bačvama. Gô u formi videoigre mogao bi prikazivati zdjele s kamenčićima i koristiti modele dinamike fluida kako bi igraču omogućio da prebire po njima dok razmišlja o potezu ili da ih preokreće u virtualnoj ruci.

Takva simulacija mogla bi se uspješno referirati na taktilnost originala, no njena vrijednost bi ubrzo postala konceptualna, izgubljena u ograničenjima miša ili analogne palice u usporedbi s prstima. Pa ipak, potencijal je velik. Programeri razvijaju vizualni aspekt svjetova u videoigramu do najsitnijih detalja: mramorna, reflektirajuća površina vode, prašnjavost uličica, krhotine razrušenih, bombardiranih crkava. Oni prikazuju vizualne i slušne aspekte tih svjetova zapanjujuće živopisno i uz velike troškove. No ti svjetovi ostaju zarobljeni iza naših televizijskih ekrana i kompjuterskih zaslona. *Rez* nam pokazuje da, po pitanju tekstone, igre mogu biti jednako slične hrani kao što su slične filmu.

73 Tom Bramwell, “‘Non-sexual’ *Rez* trance vibrator was my idea—Mizuguchi,” *Eurogamer*, 25. srpnja 2006., [http://www.eurogamer.net/article.php?article\\_id=66297](http://www.eurogamer.net/article.php?article_id=66297); Jane Pinkard, “Sex in Games: *Rez*+Vibrator,” *Game Girl Advance*, 26. listopada 2002., [http://www.gamegirladvance.com/archives/2002/10/26/sex\\_in\\_games\\_rezvibrator.html](http://www.gamegirladvance.com/archives/2002/10/26/sex_in_games_rezvibrator.html).

Thomas Kinkade slika kolibe, vrtove, kapelice, svjetionike i scene iz malih gradova. Slika desetine takvih slika godišnje, no prodaje ih na tisuće, za najmanje tisuću dolara svaku – a sve su “originali” proizvedeni korištenjem složenog procesa tiskanja koji uključuje i automatizaciju i rad na tekućoj vrpici. Posljedično, Kinkade je najsakupljaniji slikar u povijesti.

Za razliku od većine uspješnih slikara, Kinkade svoje radove ne izlaže na izložbama ili daje u zbirke, već oni “najvažniji” završavaju kao printovi na šalicama ili rokovnicima, dostupni svima. No, njegov je rad od samog početka namijenjen masovnom tržištu. Svaka tema, svako platno postaje izravna roba za plasiranje svakim mogućim kanalom. Kinkade je to ovako objasnio u jednom intervjuu: “Imamo knjige i albume koji se prodaju na milijune. No, dosad nismo imali umjetnost koja se prodaje na milijune. Pronašli smo način kako da milijunima ljudi ponudimo umjetnost koju mogu razumjeti.”<sup>74</sup> Za njega, “umjetnost koju mogu razumjeti” znači nostalgiju i idealizam. On slika savršene ulice mirnih gradića s dobrohotnim susjedima i dostavljачima mlijeka. Slika domoljubne portrete zastava na vjetru. Slika bijele Božice s ljudima koji veselo pjevaju. Slika vrtove obasjane sunčevim zrakama.

Postoji ime za ovu vrstu umjetnosti, za umjetnost koja se poziva na sentimentalnost i koja se pretjerano drži konvencija, bez osobite originalnosti: zove se *kič*.

Povijest kiča je složena. Prije stoljeće i pol, likovna umjetnost postala je privatna igračka kulturalnih elita u isto vrijeme kada srednja klasa cvate zahvaljujući industrijalizaciji. Tada kao i danas, niža klasa ugleda se na višu, oponašajući njen ukus i stil kako bi napredovala na društvenoj ljestvici. U Europi 19. stoljeća, jedan od oblika žudnje za statusom bilo je pribavljanje kopija umjetničkih

kih djela koja zadovoljavaju ukus kulturalnih elita. S vremenom je oko umjetnosti za mase izraslo pravo tržište, baš kao što ono danas postoji za Kinkadeove slike, tričarije, kalendare i slično.

Postoje li kič videoigre? Takve igre morale bi implementirati kič ne samo na razini izgleda, već i funkcije.

Za početak, trebale bi se oslanjati na posuđene konvencije te biti prenamijenjene kako bi bile privlačne masama. Puno igara to čini, i bilo bi primamljivo ukazati na zasićenost previše sličnim, ležernim slagalicama i društvenim igrama. Ali te igre ne usvajaju drugo ključno obilježje kiča: otrcani sentimentalizam. Niti zadovoljavaju potrebnu razinu kvalitete. Dok je kič slikarstvo 19. stoljeća povremeno bilo optuživano za kaotičnost, moderni kič može imati vrlo visoku produkcijsku vrijednost – Kinkadeove slike su tehnički kompetentni primjeri posebne vrste realizma.

Mrežne igre Ferryja Halima, objavljene na njegovoj stranici Orisinal.com od 2001., savršeni su kandidati za kič videoigre. One posuđuju konvencije od ležernih igara, koristeći jednostavne pokrete miša i pritiskanje tipki kao jedine kontrole. Tematski, Halimove igre prikazuju idilične scene prirodnih ljepota te obiluju slatkim stvorenjima i sladunjavom glazbenom pozadinom. Iz perspektive produkcije, Halimove igre su dobro izvedene, s visokokvalitetnom grafikom u stilu ilustracije, čistom animacijom i prikladnim zvučnim efektima.

Uzmimo prvu igru objavljenu na stranici, *Apple Season*. U njoj se stotinu sjajnih, crvenih jabuka spušta s vrha ekrana, ubrzavajući kako padaju. Igrač pomiče malu košaru na dnu ekrana, pokušavajući uhvatiti jabuke. Izvor jabuka nije prikazan, pa igrač može sam popuniti rupe: možda padaju s nevidljivog, plemenitog stabla, dok obitelji rumenih obraza čekaju da ga oberu. Prikaz rezultata na dnu dodaje finalni prstohvat slatkoće: jabuke ne hvatate nego “spašavate.” Plemeniti igrač uživa u ovoj kreposnoj, iako otrcanoj, pobjedi.

Ili uzmimo *It Takes Two*, igru u kojoj pomažete psu i mački da pomognu jedno drugome. Dražesno nacrtane životinje (Halimov zaštitni znak) stoje na suprotnim stranama klackalice. Pri pritisku tipke miša, životinja koja se nalazi gore, na platformi, skače dolje, na klackalicu, lansirajući onu drugu gore. Igrač mora tempirati skokove tako da obje životinje uhvate poslastice koje prolaze sredinom ekrana.

<sup>74</sup> 60 Minutes, “Thomas Kinkade: A Success,” *CBS News*, 4. srpnja 2004., <http://www.cbsnews.com/stories/2001/11/21/60minutes/main318790.shtml>.

*It Takes Two* iskorištava metaforički sentimentalizam suradnje. Pas i mačka, tradicionalni neprijatelji, surađuju (zahvaljujući intervenciji igrača) kako bi oboje zadovoljili svoje potrebe. Jednostavna klavirska pozadinska glazba učvršćuje već prisutnu bolećivu sentimentalnost igre: kad bismo se barem mogli slagati kao što se slažu slatki psić i mačić.

Ili uzmite još jednu Halimovu igru, *Rainmaker*. U njoj igrač upravlja dražesnim dječacićem koji stoji na oblaku. Pritiskanjem tipke miša, dječak udara maljem po oblaku, pri čemu se iz njega slijeva kiša. U međuvremenu, nebom prolaze crne ptičice. Igrač mora tempirati i usmjeravati kišu tako da ispere crnilo s ptica. Ponovo, sentimentalna poruka igre je jasna: neiskvarenost mladosti, utjelovljena u dječaku/oblaku, može nadjačati tugu, utjelovljenu u crnim pticama. Nadalje, kiša – često predznak beznada – također može donijeti radost. Igru možemo ukratko sažeti klišejom: *nakon svake kiše dolazi sunce*.

I *Rainmaker* i *It Takes Two* obojeni su Halimovim karakterističnim stilom nostalgične mirnoće poznatih okoliša. U *It Takes Two*, pozadinu čini idilična gradska četvrt iza koje prodire blaga svjetlost, kao na Kinkadeovim slikama. U *Rainmakeru*, oblak i ptice lete iznad idealiziranog grada čija blještava zamagljenost služi kao jednostavna ali djelotvorna simulacija dubine prostora kakvu možete pronaći na razglednicama. Poput Kinkadeove umjetnosti, Halimove igre prikazuju idealizirane verzije lokacija i situacija koje vjerojatno nikada nisu postojale, no u kojima igrači mogu uživati kao da jesu.

Halimove igre su laka meta; mogao bih ga prozvati Thomasom Kinkadeom videoigara. No druge vrste igara predstavljaju razmjerno drugačije verzije kiča.

Igra *Diner Dash* i njeni derivati nude poučan primjer vrste kiča u videoigramama koji ne upotrebljava naturalistički sentimentalizam Kinkadeovog tipa, već okupacijski sentimentalizam. U *Diner Dashu*, igrač igra ulogu Flo, djevojke na početku karijere voditeljice restorana. Flo kreće od male, otrcane zalogajnice – više od toga si ne može priuštiti – a igračev zadatak je da joj pomogne izgraditi uspješan restoran.

Kao i u drugim igrama upravljanja klikom (koje su tako nazvane zato što igrač mišem klika na predmete kako bi upravljao postupcima lika), radnja se ostvaruje putem pojednostavljene konvencije “pomakni i sudari”: igrač mišem klika na zadatke

(posjesti goste, poslužiti hranu, oprati suđe), a Flo ih automatski rješava. Vještina je ovdje pitanje uspješnog baratanja rastućim brojem i složenosti zadataka. Ideja složenih radnji i izazova endemična za brojne videoigre svedena je na klikanje na pravi predmet u pravo vrijeme. Upravo ovdje vidimo kopiranje i razrjeđivanje konvencija koje je tipično za kič.

U *Diner Dashu*, sentimentalizam je popraćen prizivanjem moralne ustrajnosti napornog rada. To je igra u kojoj dobra radna etika, usredređenost i upornost uvijek urode uspjehom. Apstrahirani su svi ostali faktori koji vođenje restorana čine nezahvalnim, riskantnim poslom. Odabir lokacije, slučajnost ukusa mušterija, žučljivost novinskih kritika – ništa od navedenog nije faktor u svijetu *Diner Dasha*.

Ako je Ferry Halim Thomas Kinkade videoigara, *Diner Dash* je njegov motivacijski plakat kojim podupire primjenu Skrbni, Odlučnosti, Upornosti, Ljubavnosti i drugih ideala protestantske radne etike. I zaista, vrijednosti *Diner Dasha* su iste one za koje gledatelj može zamisliti da važe u trgovinama i kuhinjama Kinkadeovih šarmantnih gradića i koliba. Kada igrate takve igre, upornost vodi do uspjeha, a uspjeh do resursa, koji povećavaju vaš utjecaj i moć. U *Diner Dashu*, to je veći restoran i više mušterija. U igri *Airport Mania*, koja pripada istom žanru, to je veća zrakoplovna luka s više zrakoplova i putnika.

Ta je ideja ljudima privlačna. Unatoč puritanskim idealima i američkom snu, moderni život protkan je značajnom dozom nepravednosti i slučajnih okolnosti. Okružujući se plakatima (ili igrama) koji zagovaraju ideale kontrole, zastarjela ideja čiste volje rađa sjetu koja kič čini privlačnim.

U “stvarnom” svijetu umjetnosti kič je često ismijavan zbog toga što nudi proizvedene kopije ideja i servira ih indiferentnoj i lakovjernoj publici potrošača. Taj osjećaj odbačenosti nije se promijenio otkad su kritičari Max Horkheimer i Theodor Adorno skovali termin “kulturalna industrija” prije šezdesetak godina.<sup>75</sup> Zagovaratelji tvrde da je takozvana proizvedena kultura popularna ne zato što manipulira ljudima pomoću otrcanih fraza, već

75 Max Horkheimer i Theodor Adorno, *The Dialectic of Enlightenment*, prev. Edmund Jephcott (Stanford, Calif.: Stanford University Press, 2002.), 108–14. [prijevod: Max Horkheimer, Theodor Adorno: *Dijalektika prosvjetiteljstva: filozofijski fragmenti*, prev. Nadežda Čačunović-Puhovski (Sarajevo: Veselin Masleša, 1974.; drugo izdanje, 1989.)

zato što je uistinu vole. Realno, istina nije bitna: pitanje da li je proizvodnja kiča vrlina ili porok nema odgovora. No za one koji traže takvu svrhu u igrama, ostaje činjenica da je kič uvijek bio namijenjen *izlaganju*, označitelj žudnje buržoazije za socijalnom mobilnošću prema gore. On predstavlja taktilni dokaz sentimentalnosti i time osigurava svoju društvenu svrhu. Videoigre ne možete lako objesiti u predvorju ili izložiti na stoliću.

Možda rješenje nije učiniti igre predstavljivijima, već predvidjeti načine na koje ih prezentiramo. Jedna od opcija je Facebook. *Newsfeed* na kojem igre kao što su *FarmVille*, *FrontierVille*, *Pet Society* ili *City of Wonder* objavljuju vijesti o aktivnostima igrača često nalikuje polici s drangulijama. Takve igre također slijede kič-tradiciju dražesnog sentimentalizma. U *Ravenwood Fairu*, nakon neprekidnog klikanja mišem kako bi pomogao medvjediću da postavi ukrase na izmišljenom srednjovjekovnom sajmu, igrač može objaviti vijesti o novim posjetiteljima sajma: sličica miša pojavljuje se na igračevu Facebook profilu zajedno s kičastim tekstom “Novi posjetitelj! Moj sajam raste i imam novog posjetitelja! Evo ti nekoliko novčića kako bi i tvoj sajam dobio novog posjetitelja!” Svakih par minuta, *Ravenwood Fair* nudi nagrade koje igrač može dati prijateljima, drangulije poput balona, nadgrobne ploče ili kitice tratinčica.

Prava svrha takvih vijesti i poklona je “virusno širenje” kojim igre pridobivaju nove korisnike. Ali rezultat također nudi najbližu analogiju kičastom izlaganju u vlastitom domu koju su videoigre dosad ostvarile. Umjesto pokazivanja samih igara, igrači Facebook igara izlažu iscrpivost igrivosti, kičaste virtualne drangulije koje gomilaju u procesu. Ova paleta virtualnih tričarija možda će pridonijeti realizaciji ekvivalenta Kinkadeovoj umjetnosti u videoigramama. Naposljetku, Facebook igre poput *FarmVillea* imaju desetke milijuna igrača koji manično klikaju na krave i usjeve kako bi svoju aktivnost pokazali prijateljima, baš kao što bi mogli pokazati Kinkadeove slike koliba ili figurice anđela.

Postoji aforizam koji ljudi obično prizivaju kada videoigre usporavaju s drugim medijima. Videoigre su, kažu, medij “naginjanja unaprijed,” dok su drugi mediji “naginjanja unatrag.” Naginjanje unaprijed povezuje se s kontrolom, aktivnošću i angažiranošću. Naginjanje unaprijed zahtijeva neprekidnu pažnju, razmišljanje i kretanje, čak i ako je riječ samo o pokretima prstiju na kontrolnoj palici i digitalnim tipkama. To je jedna od karakteristika koja razlikuje igre od televizije, unatoč tome što igre često igramo upravo na televizoru. Naginjanje unatrag povezuje se s opuštanjem, pasivnošću i čak proždrljivošću – sjetite se samo hrane koju trpamo u sebe uvaljeni u fotelju pred televizorom. Fizička sučelja poput kontrolera za *Wii* ili plesne podloge za *Dance Dance Revolution* idu još dalje, tražeći od igrača da u potpunosti napusti fotelju.

Naginjanje unaprijed korisno je kada je željeni efekt igre visoka pozornost i uznemirenost. Ali što ako od igre želimo drugačije iskustvo, barem s vremena na vrijeme: opuštajući, smirujući doživljaj – poput zen igre.

Od rijetkih pokušaja stvaranja opuštanja u igrama, *Journey to Wild Divine* jedan je od najpromišljenijih. Prodaje se kao new age igra, kao alat za održavanje mentalnog i fizičkog zdravlja. Koristeći kontroler koji se pričvrsti na prste i koji mjeri otkucaje srca te galvansku reakcije kože, igrač pokušava uspostaviti kontrolu upravljajući ovom biološkom povratnom spregom. Na primjer, od igrača se može tražiti da regulira brzinu otkucaja srca kako bi balansirao loptu ili naciljao metu. *Wild Divine* pretpostavlja da opuštanje spada pod medicinu, da je to nešto u tijelu što možete izmjeriti pomoću sprava i izraziti kao interaktivnu povratnu informaciju.

To je zanimljiva tehnika, i zaista djeluje – ponekad, u svakom slučaju. Fiziološki unosi u igru su povratni, i smanjenje brzine otkucaja srca polaganim disanjem uistinu može pomoći u obavljanju zadataka u igri. No, jednom kada ih završite, osjećaj smirenosti često nestaje. Kada igrač uspješno obavi zadatke u *Wild*



*Divineu*, igra nagrađuje taj uspjeh iznenadnim eksplozijama vizualnih i slušnih podražaja. Kao što je filmska teoretičarka Irene Chien primijetila, ovi prijelazi mogu biti toliko vizualno i slušno senzualni u usporedbi sa stanjima koja su im prethodila da često osujete igračevu fizičku pobjedu.<sup>76</sup>

Još jedan primjer je nagrađivana igra Sveučilišta Southern California, *Cloud*. Njeni tvorc, studenti, navode da je *Cloud* “opuštajuće, ne-stresno, meditativno iskustvo.”<sup>77</sup> U igri upravljate plavokosim likom koji leti kako bi stvarao oblake.

To je lijepa i neobična igra čija i fikcija i estetika impliciraju opuštanje. No u praksi, ona kod mene izaziva upravo suprotan osjećaj. *Wild Divine* pomoću indirektno kontrole pokušava ublažiti uobičajene fizičke stresne čimbenike u igrama. *Cloud* pak koristi miš, ali povećava, umjesto da umanjuje preciznost potrebnu za njegovo korištenje. Igrač mora čvrsto držati miš kako bi izveo sitne varijacije u kretanju koje igra zahtijeva i boriti se da pomakne svoj lik. Njene kontrole frustriraju više no što umiruju.

Igra *Cloud* nalazi se pod okriljem tvrtke That Game Company koju su osnovali sami studenti, a ubrzo su lansirali i *fOw*, igru o malenom morskom organizmu koji raste hraneći se plutajućem detritusom i dijelovima drugih organizama. *fOw* je jednostavan ali vizualno senzualan, te dobro koristi napredne grafičke mogućnosti PlayStationa 3, za koji je i izrađen. No, koliko god duh igre zagovarao opuštanje, njegovi ga podražaji i teme također ometaju.

Za razliku od igara kao što su *Rez* i *Geometry Wars*, koje spajaju jednostavnu grafiku s pulsirajućim ritmovima klupske elektronike, *fOw* smješta svoju blistavu, proceduralnu linearnu umjetnost u viskozni mulj nepoznatog podmorskog svijeta. Iako odbacuje živopisni kaos elektronike, *fOw* niti ne preuzima hipnotički trans house glazbe, a kamoli omamljivost mekog jazz. Slušno, *fOw* umiruje igrača, no ometa potpuno uljuljkivanje pomoću zavodljivih vizuala. Rezultat je kontradiktorna sinestezija, umirujući žubor vode u kombinaciji s uznemirujućim eksplozijama svjetla. Kontrole u igri dodatno naglašavaju tu nelagodu. Pokret se ostvaruje isključivo preko PlayStationovih senzora nagiba na kontroleru. Ponovo, igrač mora čvrsto držati kontroler i izvijati ruke, koristeći male pokrete koji ga naprežu više no što smiruju.

Bijeli dlanovi i pulsirajuća glava koji punktiraju partiju *fOwa* više podsjećaju na zloupotrebu droga nego na meditaciju.

Osim toga, *fOw* je donekle uznemirujuća igra. Posuđujući od psihološkog koncepta po kojem je dobila ime, igra igraču nudi kontrolu nad penjanjem i spuštanjem kroz mrak.<sup>78</sup> Autori navode kako ta kontrola omogućava igraču da sebi prilagodi zahtjevnost igre, da stvori personalizirani “nivo” na granici izazova i dosade. No prelaženje svakog nivoa zahtijeva proždiranje otpadaka i drugih bića kako bi vaš vlastiti lik rastao i mogao jesti sve veća bića na većim dubinama. Iako su ta bića jednostavna, doživljaj napadanja s ciljem razbijanja skupine i proždiranja ostataka teško da se može nazvati smirujućim činom. Usprkos tome što igra ne nameće nikakve posebne ciljeve, osim apstinencije jedina je opcija – uz to jedina aktivna – rast. Poput rudara otvorenog kôpa, igrač *fOwa* uklanja sve što mu se nađe na putu.

Postoje presedani za igre koje ne zahtijevaju koncentraciju vozača trkaćeg automobila ili halucinaciju partijanera na LSD-u. Sam izraz *ležerna igra* sugerira olakšanje, umjereniju predanost igranju. Pa ipak, ne potiču sve ležerne igre opuštenost. Primjerice, *Tetris* je primjer slagalice brzog ritma u kojoj pažljivo tempiranje i brzo donošenje odluka odlučuje o uspjehu ili neuspjehu. Slično je s nedigitalnim igrama kao što su *Boggle* ili *Jenga*, koje dolaze i u digitalnoj verziji za više igrača.

Ali *Solitaire*, koji je još uvijek najdistribuiranija videoigra na svijetu zahvaljujući tome što dolazi u paketu s Microsoft Windowsima, nije zahtjevna ni po pitanju vremena ni pozornosti. Poput svog ne-digitalnog pandana, pasijansa, *Solitaire* strpljivo čeka da igrač izvuče i položi iduću kartu. Također, digitalna verzija ne traži zamorno postavljanje igre. Čišćenje stola i miješanje karata nisu potrebni. Pomaknute karte sjedaju uredno na hrpe. Igrač čak ne mora sam birati pravila, budući da softver to automatski čini. I tako se pojavljuje poznata slika uredskog radnika, zavaljenog u stolici, glave oslonjene na jednu ruku, s mišem u drugoj. *Solitaire*ov status dodatka Windowsima čini ga savršenim predahom od radnih obaveza. Sjednite, pustite mozak na pašu, pomičite karte.

Kako su ležerne igre evoluirale, tako su varijacije na *Tetris* postale popularnije od varijacija na *Solitaire*. One obično dolaze u obliku vremenskog ograničenja, bilo da je riječ o eksplicitnom

<sup>76</sup> Irene Chien, “This Is Not a Dance,” *Film Quarterly* 59, br. 3 (2006.): 22–34.  
<sup>77</sup> <http://www.jenovachen.com/flowingames/cloud.htm>.

<sup>78</sup> Vidi: Mihaly Csikszentmihalyi, *Flow: The Psychology of Optimal Experience* (New York: Harper and Row, 1990.).



odbrojavanju (*Bejeweled*) ili građenju pritiska (*Zuma*). Kada su shvatili da brojni igrači koriste takve igre za relaksaciju, izdavači ležernih igara dijelom su prilagodili njihov dizajn i marketinške strategije. PopCap sada nudi ne-stresnu verziju *Bejeweleda* i verziju *Chuzzlele* sa zen opcijom, omogućujući time “odličan priručni izvor opuštanja.”<sup>79</sup>

Ležerne igre naginju zenu zato što su apstraktne. One traže od igrača da pomiče karte ili blokove ili kamenje po određenim uzorcima. Za razliku od *Cloudu* i *fOwa*, odnosi između predmeta i uzoraka su arbitrarni. Ishodi – brisanje setova dragulja u *Bejeweledu* ili završetak slaganja karata u *Solitaireu* – manje su bitni od poteza koji do njih dovode. Ove igre traže i odmjeravaju repetitivne geste. Nalik su na crtkanje po ubrusu, listanje časopisa ili pletenje pred televizorom. U pletenju je, naposljetku, podjednako bitno održavati ritam ruku i plesti džemper.

Will Wright usporedio je igranje *SimCityja* s vrtlarenjem, sugerirajući kako metodička rezidba grada priziva brigu o agromiji više nego o urbanom planiranju.<sup>80</sup> Wrightova upotreba vrtlarenja je metaforička, no postoje i doslovni primjeri vrtova u videoigrama koji potiču smirenost.

*Karesansui*, japanski suhi vrt, sastoji se od kamenja i pijeska koji možete grabljati kako biste dobili uzorak valova ili koncentričnih krugova. Poput meditacije, vrt posjetitelju nudi spokoj, a sadrži tek nekoliko objekata. Na Zapadu se često naziva *zen vrtom* – što je izraz kojem se Japanci protive jer ga smatraju nepreciznim. U svakom slučaju, ideja brige o prirodi kao načinu za fokusiranje na samog sebe s ciljem postizanja spokoja može se primijeniti na različite vrste vrtlarenja, od suhih do začinskih vrtova.

No nisu svi vrtovi u videoigrama zen vrtovi. Igre *Viva Piñata* i *Pikmin* možda se odvijaju u vrtovima, zahtijevajući od vas obradu zemlje, sadnju i druge hortikulture aktivnosti, ali istovremeno traže značajnu koncentraciju kako biste *piñati* pomogli da izbjegne napade ili upravljali *Pikminima*.

Drugi naslovi uključuju vrtnu mehaniku koja više nalikuje na zen, iako se ne ubrajaju u relaksacijske igre. Jedan od primjera

je *Animal Crossing*, sa sadnjom cvijeća i sječom stabala. Većina zen vrtlarskih aktivnosti u igri ujedno su i najomraženije. Ako ne posjetite svoj grad nekoliko dana, korov i djetelina počinju osvajati travu i staze. Ako vas nema tjednima ili mjesecima, korov je pobijedio. Iako se isprva čini frustrirajući, proces sistematičnog plijevljenja može biti izuzetno opuštajući. Pomaknite se, pritisnite B za plijevljenje, ponovite. Ponekad isti postupak morate ponavljati svakodnevno tjednima kako biste se u potpunosti riješili žbunja.

No, igra koja uključuje najviše zen vrtlarenja je bez sumnje *Harvest Moon*. Svakodnevna žetva, mužnja, briga za stoku i slični poslovi traže od vas preciznost, osjećaj dužnosti i strpljenje. Navodnjavanje usjeva moj je odabir za najviše umirujući posao, osobito na Gameboyju ili Nintendo DS-u, gdje je zbog grafika baziranih na kvadratnim poljima lakše razlikovati kvadrate. *Harvest Moon* naglašava ponavljanje jednostavnih zadataka jednako kao, ako ne i više od, njihovih posljedica. *Animal Crossing* i *Harvest Moon* igre su koje pozivaju igrača da obavi zadatke neovisno o dugoročnim ciljevima. To su igre koje ćete pokrenuti kasno navečer, prije spavanja, da biste se opustili. Za razliku od mrežnih društvenih verzija rada na farmi (primjerice *FarmVille*), *Harvest Moon* ne postavlja pred vas društvene zahtjeve ili obaveze, ne traži usavršavanje aktivnosti niti nudi mogućnost virtualnog hvalisanja.

Naći ćete manje poveznica između hodanja i meditacije, iako ih new age recepti za relaksaciju pokušavaju spojiti. Bez obzira, praksi meandriranja već stoljećima se pridaje ljekoviti učinak. Za srednjovjekovne labirinte smatralo se da sadrže putove za komunikaciju s Bogom, neku vrstu zamjenskog hodočašća. Henry David Thoreau luta šumama pokraj jezera Walden sredinom 19. stoljeća, u isto vrijeme kada Charles Baudelaire luta ulicama Pariza, oplemenjujući okolinu nekom vrstom slučajne šetnje, odnosno *flanerije*.

Rana tekstualno-pustolovna igra za PDP-10 *Colossal Cave* bila je inspirirana hobbijem njenog tvorca Willa Crowthera – speologijom. Kasnije pustolovne igre, primjerice *Zork* i *The Legend of Zelda*, nastavile su tradiciju istraživanja kao dijela doživljaja, no količina zagonetki, slagalica i neprijatelja može brzo otežati mirno meandriranje u tim igrama. Kako je rasla popularnost takozvanih igara u otvorenom svijetu, tako su simulirana okruženja dostupna za kretanje i meandriranje postajala sve veća i kompleksnija. *Grand Theft Auto* i slične igre zadržale su neke od

79 Kako su iz PopCapa naveli u objavi za medije o raspoloživosti *Chuzzlele*. Za cijeli tekst, vidi: <http://www.gamestooge.com/2007/05/29/pop-cap-bringschuzzle-to-mobiles/>.

80 Celia Pearce, “Sims, BattleBots, Cellular Automata God, and Go,” *Game Studies* 2, br. 1 (2002.), <http://www.gamestudies.org/0102/pearce/>.

poteškoća u igranju – policiju, suparničke bande i tako dalje – no njihovi prostraniji prostori također omogućavaju igraču da se sakrije. Jedan od primjera je *My Trip to Liberty City* Jima Munroea, putno-dnevnički zapis (*travelogue*) o Munroevoj “pješačkoj turi” po urbanom pejzažu *GTA III*.

Ipak, videoigra koja omogućuje najviše besciljnog lutanja je *Shenmue* Yua Suzukija. Iako spada pod pustolovni žanr, njena kombinacija zakučastosti i slobodnog kretanja fiktivnim okruženjem Yokosuka čini šetnju ovim tihim gradom dostatnom nagradom. Prolazak vremena i promjena vremenskih uvjeta u igra variraju okoliš, poput slične dinamike u igrama *GTA* i *Animal Crossing*. U igrama kao što je *Ico*, ako ne znate jesu li vrata upotrebljiva ili nisu, osjećat ćete se frustrirano. Ali u *Shenmue* vam polagano penjanje po stepenicama do niza stanova može pružiti neobičan osjećaj zadovoljstva.

S obzirom da se opuštanje i meditacija oslanjaju na mirovanje a ne na akciju, predstavljaju prijetnju samoj prirodi videoigara. Tanka je granica između proizvodnje zena i njegovog satiriziranja. Zloglasna, neobjavljena igra *Penn & Teller's Smoke and Mirrors* za konzolu Sega CD sadržavala je mini-igru *Desert Bus* u kojoj bi igrač vozio osam sati od Tuscona do Las Vegasa u stvarnom vremenu, upravljajući volanom autobusa. Vožnja autocestom zaista može biti smirujuća, no *Desert Bus* vjerojatno je više konceptualna nego meditativna igra.<sup>81</sup>

Kao što *Animal Crossing* daje naslutiti, prava meditativna igra odbacuje grafičku senzualnost u korist jednostavnosti i čistoće. Moj pokušaj pravljenja takve igre zove se *Guru Meditation*, a riječ je o meditativnoj igri za Atari VCS koja se igra pomoću Amiga Joyboarda, perifernog simulatora iz 1982. Uz relaksaciju, svoju primarnu funkciju, igra također odaje počast apokrifnoj priči o tome kako su inženjeri pokušali mirno sjediti na plastičnoj platformi Joyboarda da bi se odmorili od frustrirajućih sistemskih grešaka u procesu stvaranja operativnog sustava Amiga. Moja verzija namijenjena je igranju sjedeći na podu prekrivenih nogu na Joyboardu, bez pomicanja. *Guru Meditation* udaljava se od neprik-

ladnog spoja mirnoće i vizualne senzualnosti kakvog nalazimo u igrama *fOw* i *Wild Divine*, iskorištavajući Atarijevu primitivniju grafiku kako bi prebacio pozornost s doživljaja vanjskog svijeta na doživljaj unutarnjeg.

Kada razmišljamo o meditativnim igrama za komercijalnije platforme od Atari VCS-a, jedna stvar postaje jasna: kao autori i igrači, moramo odbaciti princip angažmana. Opuštanje i refleksija proizlaze iz ograničenih okruženja u kojima su osjetila prigušena i fokusirana, a ne pojačano osjetljiva i proširena. Videoigre mogu često preplaviti i uzbuditi naša osjetila, no umjesto povlačenja i bezbrižnosti slijedi relaksacija. Opuštanje kroz igru zahtijeva napuštanje koncentracije i napora te razmišljanje o tome kako igre mogu omogućiti igračima da postignu zadovoljstvo “naginjanjem unatrag.”

<sup>81</sup> *Desert Bus* vjerojatno je najpoznatiji po svojoj ulozi u godišnjem dobrotvornom događanju, Child's Play. Igrači prihvaćaju zaloge za vrijeme provedeno u vožnji u igri, a prihod ide u donacije za igračke i igre za djecu u bolnicama. Za više, vidi: <http://desertbus.org> and <http://www.chilisplaycharity.org>.

Ležerne igre postepeno su postale popularan i važan dio sustava videoigara. Zagovornici tvrde da one privlače novu publiku i omogućuju nove stilove igara, no žanr je uvelike zapeo u mulju imitatorskih naslova. Jedan od razloga je nedostatak mašte o tome što sve *ležerno* može značiti. Evo alternative: ležerne igre su one koje igrači koriste i zatim zaborave na njih, igre za jednu noć, slučajni susreti koji se više neće ponoviti.

Prema Međunarodnom udruženju programera videoigara (IGDA), ležerne igre “općenito podrazumijevaju manje komplicirane kontrole i sveukupnu složenost u smislu igrivosti ili napora potrebnog za prelaženje igara.”<sup>82</sup> Udruženje suprotstavlja ležerne igre “hardcore” ili “tradicionalnim” igrama – igrama koje su razvijene za igrače konzole koje imaju više složenih kontrola i općenito su zahtjevnije u smislu igrivosti ili potrebnog napora. Autori IGDA-ine Bijele knjige<sup>83</sup> priznaju da je “teško definirati tipičnog ležernog gejmera,” no ističu kako taj naziv opisuje “igrače koji igraju da bi se zabavili i opustili.” Ležerne igre manje su komplicirane od “tvrdih” (*core/hardcore*) igara te zahtijevaju nižu razinu predanosti.

Mogli bismo rezimirati da se koncepcija ležernih igara sastoji od dva aspekta: razmatranja oblikovanja igre i resursa igrača. Budući da ležerni gejmeri ne igraju puno igara ili ih ne igraju često, nisu upoznati sa složenim konvencijama koje zagriženi gejmeri smatraju samorazumljivima. Ove igre pokušavaju minimalizirati kompleksnost i ulaganje igračeva vremena, novca i vještina igranja. Ležerne igre imaju jednostavniji dizajn kontrola koje nije teško savladati, nisu preskupe i nije ih teško nabaviti. U takvim naslovima partije kraće traju – mjere se minutama, a ne satima. Skromno se reklamiraju, i može ih se kupiti preko mrežnih stranica ili u “dućanima aplikacija” za korištenje na osobnim računalima i mobilnim telefonima.

82 Vidi: [http://www.igda.org/wiki/Casual\\_Games\\_SIG](http://www.igda.org/wiki/Casual_Games_SIG).

83 Vidi: [http://www.igda.org/sites/default/files/IGDA\\_CasualGames\\_Whitepaper\\_2006.pdf](http://www.igda.org/sites/default/files/IGDA_CasualGames_Whitepaper_2006.pdf). (op.prev)

Tipične vrijednosti oblikovanja ležernih igara vrlo su slične ranoj industriji automata na žetone. Razmotrimo kontrole. Nolan Bushnell i Ted Dabny osmislili su 1971. *Computer Space*, arkadnu verziju jedne od prvih digitalnih kompjuterskih igara, *Spacewar!*, koju niste mogli susresti izvan istraživačkih laboratorija. Međutim, igra se nije dobro prodavala, što je Bushnell pripisao kompleksnosti. Kako sam tumači, “Moralni ste pročitati upute prije igre, a ljudi nisu htjeli čitati upute.”<sup>84</sup> *Pong* je riješio problem. “Kako bih uspio,” navodi Bushnell, “morao sam osmisliti igru koju ljudi već znaju igrati, koja je toliko jednostavna da je pijanac u bilo kojem baru može savladati.” *Pong* ima samo jednu uputu: “Pokušajte ne promašiti lopticu kako biste ostvarili dobar rezultat.”

Nije teško povući paralelu između igrača *Ponga* koji obilazi gostionice i igrača koji igra *Bejeweled* prije spavanja. Uistinu, IGDA-ina posebna grupa za ležerne igre eksplicitno preporučuje upravljanje isključivo mišem (“Interakcija između korisnika i igre trebala bi biti ograničena na računalni miš.”). Miš je nešto što svaki vlasnik računala posjeduje i zna koristiti. Jednostavne kontrole na postojećoj opremi predstavljaju dobru strategiju u ležernim igrama.

Što se tiče novca, poslovni model za automate na žetone ponešto se razlikuje od onoga za računalne ili mrežne ležerne igre. Kada razvijaju igre na automatima, programeri se odlučuju za kraće partije u trajanju od dvije ili tri minute. Zahvaljujući toj taktici maksimizira se trošenje žetona, odnosno količina novca potrebna za igranje u određenom vremenskom razdoblju. Izdavači igara na automatima željeli su prodati veliki broj jeftinih partija jedne igre, računajući na opetovane kupnje te igre. Ova dinamika potaknula je specifični oblik kompetitivnosti: igrači koji bolje savladaju igru mogu igrati duže za manje novca, smanjujući tako inkrementalni profit izdavača i povećavajući vrijednost vlastitog novca.

Na svom vrhuncu, automati na žetone bili su posvuda – mogli ste ih pronaći u barovima, trgovinama ili praonicama rublja, na mjestima koja većina ljudi redovito pohađa neovisno o videoigrama. Uz to, bili su jeftini – obično vam je trebao tek jedan žeton. Suprotno tome, većinu ležernih igara možete zaigrati ili kupiti preko mrežnih portala. Igrači preuzmu datoteku, ispro-

84 Scott Cohen, *Zap! The Rise and Fall of Atari* (New York: McGraw-Hill, 1983.), 70–75.

baju igru, i tek tada kupe, obično za dvadesetak dolara. Nema sumnje da kupnja putem Interneta nudi jednostavan pristup, jednu od glavnih vrijednosti industrije igara. No je li dvadeset dolara uistinu povoljna cijena? To je polovica ili trećina cijene suvremenih konzolnih igara, ali još uvijek značajan iznos za pojedinačnu kupnju. Također, to je desetak puta više od prosječne cijene mobilnih igara, primjerice, onih koje možete pronaći u Appleovom dućanu aplikacija za iPhone i iPad3.<sup>85</sup>

No najproturječniji od tri spomenuta resursa je vrijeme. Uobičajena filozofija oblikovanja ležernih igara je “lako za naučiti, teško za savladati” (za više o tome, vidi poglavlje 18). Ležerne igre trebale bi poštivati vrijednost vremena svojih igrača i olakšati im da ih nauče igrati. No ideja ovladavanja pobuđuje sumnju u nisku razinu predanosti u ležernim igrama. Pojedinačne partije često zahtijevaju malo vremena: runda *Solitairea* ili *Tetrisa* neće vam oduzeti više od pet minuta. Ali maksima “lako za naučiti, teško za savladati” otkriva da ležerne igre zapravo zahtijevaju značajno *ukupno* vrijeme igranja. Od igrača se očekuje da spoje kraće partije, bilo u nizu, bilo kroz duži period, kako bi poboljšali izvedbu.

Pobornici ležernih igara mogli bi reći kako igrač može odabrati *ne* savladati igru, odnosno igrati samo kratke partije na početku igranja (“igre koje možete igrati pet minuta ili pet sati”). No ne treba smetnuti s uma komercijalni aspekt: kao prvo, uobičajena cijena igara koje možete preuzeti s Interneta sugerira da je potrebna srednja ili visoka razina predanosti kako bi se kupnja isplatila; kao drugo, od takvih igara odustane tek jedan do dva posto kupaca nakon probnog perioda, što govori da je većina igrača ionako zadovoljna isprobanim. Ovladavanje traži visoku, a ne nisku razinu predanosti.

Čini se da su duboka predanost i značajna količina uloženog vremena u proturječju sa samom idejom ležernih igara. Autori IGDA-ine bijele knjige čak priznaju da je “ležerno” donekle neprikladan termin: “Bez sumnje, izraz ‘ležerne igre’ ponekad je nespretan i neprimjeren ... izraz ‘ležeran’ ne pokazuje precizno da ove igre mogu biti vrlo zarazne te da često pružaju sate i sate zabave baš poput tradicionalnijih konzolnih igara.” Što je, dakle, pravo značenje *ležernog* u ležernim igrama?

85 Od kolovoza 2012. prosječna cijena igre iPhonea iznosila je \$1.24. Vidi: Richard Meads, “\$1.24 the Average Price for iPhone Games,” *Pocket Gamer*, 31. kolovoza 2010., <http://www.pocketgamer.co.uk/tr/iPhone/App+Store/news.asp?c=23163>.

Trenutačna žanrovska koncepcija ležernosti sugerira primarno neformalnost a ne nužno jednostavnost. Ako su tvrdokorne igre “formalne” u smislu da traže slijeđenje složenih pravila igre i društvenih konvencija, tada su ležerne igre “neformalne” u smislu da ne traže tako strogo poštivanje pravila. Neformalnost je neka vrsta skidanja slojeva s ispravnije prakse igranja. Neformalnost također podcrtava vjerojatnost redovitog, repetitivnog angažmana. To je *ležernost* ležernog odijevanja ili “ležernog petka”, koji označavaju odmor od poslovne formalnosti ili društvenog kodeksa odijevanja i ponašanja. “Ležerni petak” je repetitivna, naučena ležernost: budite kakvi jeste, ali budite takvi jednom svaki tjedan.

Primijenjena na igre, ležernost kao neformalnost karakterizira ideju lako savladive igre, istovremeno tražeći ponavljanje i vještinu. Iz tog razloga ležerne igre funkcioniraju i kao partije kratkog trajanja i kao zarazne igre s visokom vrijednošću ponovnog igranja (*replayability*). Ležerne igre možda dozvoljavaju kratke partije, ali traže dugi ukupni period igranja i stoga puno uloženog vremena od strane igrača. Niska razina posvećenosti predstavlja glavni neistraženi prostor oblikovanja na tržištu ležernih igara.

Kako bi razumjeli koje druge mogućnosti oblikovanja postoje za ležerne igre, ili koje su vrste igara možda zanemarene u ovom sektoru industrije, vrijedi se zapitati koja druga značenja izraz *ležerno* ima u svakodnevnom govoru, izvan domene videoigara. Evo nekoliko primjera:

Ležeran kao indiferentan – ponekad koristimo izraz *ležeran* da bismo opisali manjak interesa ili čak osjećaj ravnodušnosti. U tom smislu, *ležerno* priziva osjećaj apatije, bezbrižnosti i nonšalantnosti.

Ležeran kao spontan – *ležerno* se također odnosi na spontanost ili neplaniranost. U tom smislu, *ležerno* označava djelovanje bez predumišljaja, bez prethodnog planiranja.

Ležeran kao prolazan – *ležerno* se ponekad upotrebljava za opisivanje nečeg kratkotrajnog i trenutnog, površnog, poput privremene obaveze ili neredovite aktivnosti.

Sva navedena značenja sadrže elemente slobode, površnosti i čak lakomislenosti. Ta svojstva dobro korespondiraju s idejom niske

razine posvećenosti koja nije dovoljno istražena u ležernim igrama. Ako je “ležerni petak” metafora koja stoji iza ležernih igara kakve danas poznajemo, ležerni, neobavezni seks je metafora koja sažima njihov neistraženi teritorij. Ako se ležerne igre (u smislu ležernog petka) fokusiraju na jednostavnost i kratke pojedinačne partije koje pridonose dugoročnom ovladavanju i ponavljanju, tada se ležerne igre (u smislu neobaveznog seksa) fokusiraju na jednostavnost i kratko igranje koje se ne mora ponoviti – ili čak zapamtiti.

Igre-vijesti (*newsgames*) predstavljaju jedan od mogućih primjera takvih igara. One nastaju kao odgovor na specifične događaje iz stvarnog svijeta koji ih komentiraju ili prepričavaju; Gonzalo Frasca nazvao ih je ekvivalentom političkih karikatura u novinama.<sup>86</sup> Frasca je autor mrežne stranice Newsgaming.com i igre *September 12th: A Toy World* koja donosi komentar o odmazdi Zapada, a osobito reakciji SAD-a na teroristički napad 11. rujna 2001.

Ta igra nije nužno bila namijenjena opetovanom igranju. Njena mehanika otkriva politički komentar putem razotkrivanja, ne ovladavanja. Pa ipak, *September 12th* nije zaboravljiv kao što bi mogao biti; labavo je povezan s događajima koje komentira. Igra je objavljena u listopadu 2003., iz čega je očito da aktualnost nije bila vodeći princip, a treba istaknuti i da je više pažnje i reakcija privukla kao politička no kao igra-vijest. Na kraju krajeva, igra se referira na cijelu eru američke vanjske politike. Druge igre-vijesti koriste vezu žanra s aktualnim događajima kako bi stvorili specifičnije, jednokratne doživljaje.

Uzmimo, primjerice, igru *Zidane Head-Butt*, vrlo jednostavnu igru objavljenu dan nakon incidenta u kojem je Zinedine Zidane glavom udario Marca Materazzija u finalu Svjetskog prvenstva 2006. Igra je u najboljem slučaju nerazrađena i nije puno više od varijacije na temu “udari krticu.” Igrač upravlja Zidaneom i pritišće miš kako bi srušio desetine nadolazećih Materazzija. Taj jedini, jednostavni pokret ne nudi novo iskustvo, a igra nema čak ni brojač udaraca. Kao takva, predstavlja samo kuriozitet, medijsku smicalicu koja je objavljena u dovoljno kratkom roku da može profitirati od interesa javnosti za sam incident.

No umjesto da odbacimo vrijednost ove igre na temelju nezgrapne izvedbe ili pojednostavljene koncepcije, trebamo je cijeliti upravo zbog njenog prolaznog karaktera. To nije igra kojom pokušavate ovladati – dapače, male su šanse da ćete je zaigrati više od jednom. Igrajući na kartu radoznalosti, *Zidane Head-Butt* se uspješno pridržava oblikovnog principa ležernih igara, niske vremenske posvećenosti. To je igra koju igrate jednom i kasnije zaboravite na nju – i to bez dubljeg uvida u događaj na kojeg se referira.

*September 12th* prelabavo je povezan s događajima kojima se bavi, pa postaje površan na sličan način kao ležerne igre (u smislu ležernog, neobaveznog seksa), no isto tako nudi suvisao komentar na dotične događaje. Suprotno tome, *Zidane Head-Butt* previše je trivijalna za bilo kakav komentar (zapravo je riječ o tabloidskoj, a ne igri-vijesti) te služi samo za jednokratnu upotrebu. Neke druge igre-vijesti pokušale su spojiti te dvije vrline.

*The Arcade Wire: Airport Security* jedan je od primjera, a izdao ga je moj studio Persuasive Games netom nakon zabrane unošenja tekućina u avion 2006. Igra je jednostavna, poput gore spomenutih: igrač preuzima ulogu američkog agenta Agencije za sigurnost u transportu (TSA) koji mora raditi u satirično pretjeranim okolnostima neprekidnog mijenjanja pravila sigurnosti. Od igrača se može tražiti da skine hlače svakom putniku ili da im zaplijeni humus ili sir u konzervi.

U *Airport Securityju* pokušali smo uvjerljivo izbalansirati politički komentar i promiskuitetnu igru. Kada čitatelji gledaju političku karikaturu ili strip u novinama, mogu se zadržati na njemu par minuta, uživajući u satiri ili osporavajući zajedljivu poruku. No, vrlo brzo će okrenuti stranicu i zauvijek zaboraviti na viđeno. Ova vrsta ležernog doživljaja više se poklapa s niskim ulaganjem vremena navedenim ranije: igrač ne samo da igra igru tek nekoliko minuta (igra je dizajnirana u stilu igara na automatu kako bi bila završena u roku od tri minute ili manje), već konzumira legitimni komentar o odnosu između arbitrarnih promjena pravila i sigurnosnih mjera u zračnim lukama.

Igre-vijesti su općenito obećavajući primjer proširene upotrebe videoigara – primjena o kojoj sam opširno govorio u knjizi koja se bavi tom temom (*Newsgames: Journalism at Play*).<sup>87</sup> No one nude uvid u prošireni doživljaj videoigara kao i njihovu proširenu

86 Ian Bogost, Simon Ferrari i Bobby Schweizer, *Newsgames: Journalism at Play* (Cambridge, Mass.: MIT Press, 2010.), 6, 11–34.

87 Ibid.



*funkciju*. U tom smislu, igre-vijesti o aktualnim zbivanjima samo su jedan od primjera ležernih igara (u smislu neobaveznog, ležernog seksa); zasigurno postoje druge igre koje bi mogle spasiti žanr od vlastitog bučnog mrtvila u koji je upao. Većina programera igara su zagriženi gejmeri koji su dobro upoznati s kompleksnom logikom raspodjele resursa. Skloni su privilegiranju jednostavnosti i iskršavanju u igrama, dajući prednost sofisticiranim doživljajima koji svaki put stvaraju nove izazove. Možda je dobro uravnotežena ležerna igra bazirana na vještini manje financijski riskantna od brojnih jednokratnih doživljaja. Ali takav stav ignorira uživanje u površnom, prolaznom, nestalnom. Ležerne igre možda mogu postići više ne radeći ništa.

Ubrzo nakon izlaska igre *Grand Theft Auto: San Andreas* 2005., nizozemski haker Patrick Wildenborg otkrio je u njoj skrivenu scenu seksa.<sup>88</sup> Ta scena nije se trebala pojaviti u igri, ali njen kôd je ostao na disku, vjerojatno tijekom montaže u kasnijoj fazi razvojnog procesa. Dvije godine kasnije, došlo je do strke oko scene u SF RPG igri *Mass Effect*, koja je čak pružala mogućnost vanzemaljskog lezbijstva za neke igrače, ovisno o odnosima koje su do te točke sa svojim likom u igri stvorili.<sup>89</sup> Iz istog razloga drugi igrači nisu je mogli otkriti. Iako je u oba primjera bila riječ o puno manje eksplicitnim scenama seksa u odnosu na one u filmovima s oznakom 18+ ili na kabelskoj televiziji, izbila je ogromna kontroverza.<sup>90</sup>

Ovi primjeri pokazuju koliko je prikaz seksa u videoigrama još uvijek rijedak i problematičan. Strah od seksa u procesu ocjenjivanja i na tržištu onemogućuje prisutnost legitimne erotike u tradicionalnim komercijalnim igrama – prikaz bilo čega više od toplesa gotovo da garantira da igra neće dobiti klasifikaciju 15+ u SAD-u, čime je igra osuđena na maloprodajni zaborav. No zbog nedostatka održivog tržišta za komercijalne igre ‘neocijenjene’ od strane MPAA<sup>91</sup> – bilo da je riječ o seksualnim ili drugim sadržaji-

88 Steve Lohr, “In Video Game, a Download Unlocks Hidden Sex Scenes,” *The New York Times*, 11. srpnja 2005., <http://www.nytimes.com/2005/07/11/technology/11game.html>.

89 Joel Johnson, “Lesbian Alien Sex Scene from *Mass Effect* Game,” *Boing Boing*, 12. studenoga 2007., <http://gadgets.boingboing.net/2007/11/12/lesbian-alien-sexsc.html>.

90 Možda najizraženije pristrani primjer pojavio se na Fox Newsu, u razgovoru između voditeljice Marthe MacCullum, voditelja/kritičara Geoffa Keighleyja sa Spike TV-a i radijske voditeljice Cooper Lawrence. Sažetak i transkript razgovora možete pronaći na portalu GamePolitics: <http://www.gamepolitics.com/2008/01/22/1993>.

91 Motion Picture Association of America, udruženje šest najvećih hollywoodskih filmskih studija. Danas, između ostaloga, zaduženo i za davanje ocjena o minimalnoj preporučenoj dobi za gledanje (ili kupovinu) vizualnih sadržaja. (op. prev.)



ma – zaboravljamo da je nekoć bilo mjesta za seksualno obojene igre.<sup>92</sup>

*Leisure Suit Larry*, serija pustolovnih igara za odrasle Ala Lowea iz 1987., predstavlja presedan, no postoji i primjer pet godina stariji, na Atari VCS-u. Glavna programerska tvrtka koja je radila za Atari bila je Mystique, ogranak američke kompanije koja je proizvodila pornografske filmove. Tvrtka je objavila nekoliko pornografskih uradaka za Atari 1982. od kojih su svi bili označeni kao “švedska erotika,” ali to je bila samo stvar marketinga – igre su nastale u SAD-u. Prodavale su se kao zabava za odrasle, a ne kao videoigre, a bile su dostupne samo u specijaliziranim trgovinama, videotekama i slično. Na svakoj kutiji bilo je otisnuto velikim slovima: “ZABRANJENA PRODAJA MALOLJETNICIMA.”

Najpoznatija, i ujedno najuvredljivija igra zasigurno je bila *Custer's Revenge* u kojoj igrač upravlja golim likom Custer, koji ima kaubojski šešir i ogroman penis u erekciji, pokušavajući izbjeći strelice i doći do suprotne strane ekrana gdje ga čeka gola Indijanka zavezana za kolac. Ne treba dalje trošiti riječi.

Drugi naslov je *Beat 'Em & Eat 'Em*, klon popularne igre Larryja Kaplana i Davida Cranea iz 1981., *Kaboom!*. Igrač upravlja dvjema golim ženama koje hodaju ulicom. Računalo upravlja golim muškarcem koji stoji na vrhu zgrade i masturbira, a igrač mora pomicati žene tako da im ejakulat padne u usta. “Ako promašite,” stoji u uputama, “sram vas bilo. Mogao je to biti slavni liječnik ili odvjetnik.” Igra također daje dodatni život svaki put kada rezultat dosegne 69.

Usprkos primitivnosti Atari VCA-s u usporedbi s modernim igračim konzolama, tvorci ove igre znali su da moraju paziti na izgled svojih likova – naposljetku, njihova pornografija je vizualnog tipa. Atari VCS može prikazivati dva grafička znaka istovremeno – to jest, njegov grafički hardver omogućuje programeru da pohrani dva jednobajtna grafička znaka odjednom. Više od dva znaka mogu se pojaviti na zaslonu samo ponovnim korištenjem tih registara na vertikalno različitim lokacijama. U *Beat 'Em & Eat 'Em*, žena je udvostručena korištenjem bajtova u drugom regi-

stru kako bi se grafički znakovi umnožili, pa se stoga pojavljuje u paru. No, na VCS-u ne postoji koncept obojenih bitmapiranih grafika, stoga se boje za svaki znak moraju ručno namjestiti. Zbog vremenskih ograničenja, promjena boje obično se odvija po linijama, a ne pikselima.

Pobliže promatranje ekrana otkriva da žene imaju pažljivo oblikovane bradavice i stidne dlake, kao i plave uvojke oko lica. To nije nešto što Atari može postići bez napora. Tijelo je grafički znak koji obuhvaća cijeli lik, bez promjene boja. Kosa je drugi grafički znak, postavljen horizontalno preko prvoga. Za isticanje bradavica koristi se novi znak, no boja mu je promijenjena u linijama nakon završetka kose, i ponovno vraćena u žutu u idućoj liniji. Ukazujem na ove detalje jer demonstriraju koliko je truda moralo biti uloženo u prikaz nagog ženskog tijela. Mystiqueove igre opuštanje su za lošu kvalitetu i slabu produkcijsku vrijednost. No detalji poput ovih otkrivaju baš suprotno; puno ljubavi uloženo je u ove igre – neke vrste ljubavi, u svakom slučaju.

Unatoč takvoj kreativnosti, Mystique je propao nakon pada tržišta videoigara 1983. u Sjevernoj Americi, zajedno s većinom manjih, nezavisnih programerskih tvrtki. Prava na njihove igre dobila je tvrtka Playaround, koja je izdala te igre i još neke na “dvostrukim” kasetama (sastavljenima od dvije igre spojene stražnjim stranama – ne vjerujem da treba pojašnjavati značenje dvostrukosti). Playaround je također dodao nove verzije igara u kojima su zamijenjene uloge. Primjerice, *Bachelorette Party* ima zamijenjene uloge u odnosu na *Bachelor Party* (Mystiqueov klon *Breakout*), a u verziji *Beat 'Em & Eat 'Em* nazvanoj *Philly Flasher* uloge su također obrnute. Playaround je producirao i nove verzije *Custer's Revengea* za europsko tržište, po jednu za svaki spol, pod nazivima *General Retreat* i *Westward Ho*. Nikad nisu bile prodavane u SAD-u zbog kontroverze oko *Custer's Revengea*.

Playaround je također objavio originalne igre za odrasle koje su nudile i ženske i muške uloge. Jedna od njih bila je *Knight on the Town/Lady in Wading*, u kojoj vitez/Amazonka moraju sagraditi most preko jarka kako bi spasili princezu/princa. Druga je bila *Burning Desire/Jungle Fever*, u kojoj goli muškarac/žena upravlja helikopterom i mora ejakulacijom/dojenjem ugasiti požar koji prijeti ženi/muškarcu privezanim/om za kolac. A u igri *Cathouse Blues/Gigolo* igrač pomaže muškarcu/ženi da spava sa sedam partnera u susjedstvu, izbjegavajući pritom kućne alarme i policiju.

92 Čak i raznovrsniji Appleov App Store ima povijest odbijanja ponude proizvoda sa seksualnim sadržajima ili njihova uklanjanja nedugo nakon što su ponuđeni. Vidi: Dan Frommer, “Apple Boots Sex Apps from iPhone App Store after Our Bombshell Exposé,” *Business Insider*, 19. veljače 2010., <http://www.businessinsider.com/apple-boots-some-sex-apps-from-iphone-app-store-2010-2>.

Usprkos njihovom relativno sofisticiranom kompjuterskom prikazu golotinje (uzevši u obzir period i platformska ograničenja), igre Mystique/Playarouna nisu posebno uspješne u poticanju seksualnih fantazija. Povremeno zabavljaju, no uglavnom su uvredljive. Uzbuđenje je do određene mjere relativno, no igre ne ispunjavaju očekivanja koja Mystique postavlja u uputama – teško je zamisliti da ih netko uistinu koristi kao pornografiju. Neka od tih očekivanja su očito napisana u šali, poput onoga kako započeti igru:

Nježno ubacite svoju Mystique kasetu u ugašeni Atari VCS na isti način kao što biste to učinili s bilo kojom kompatibilnom kasetom. Uključivanjem prekidača aktivira se faza “predigre.” To je slično fazi “privlačenja” koju možete vidjeti na mnogim igrama na automatima.

No neka druga ukazuju na to da su u Mystiqueu zaista mislili da nude legitimni sadržaj za odrasle, a ne tek tinejdžersko zagolicanje. Ponovo iz uputa:

Mi u Mystiqueu osjećamo da je vrijeme da videoigre i njihovi odrasli igrači izađu iz ormara, dalje od djece, i bave se fantazijama ODRASLIH. Naposljetku, odrasli ne samo da znaju biti maštoviti i kompetitivni, već i imaju fantazije.

Ove igre možda nisu osobito vrijedne u okviru kulture, kao igre, pa čak niti kao pornografija. No imaju određeni povijesni značaj te nam pokazuju koliko je zapravo fleksibilan bio svijet komercijalnih igara u ranim 1980-ih. I možda najmanje očekivano, one predstavljaju veliki postotak komercijalnog tržišta za seksualne igre svih vremena, barem na Zapadu.

Situacija je drugačija u Japanu, gdje je kulturalna tolerancija prema seksualno eksplicitnim materijalima prilično različita od one u Sjevernoj Americi i Europi. Iako u Japanu postoji i zapadnjački tip pornografije, zemlja također podupire drugu vrstu sadržaja za odrasle poznatog pod nazivom *hentai*. Termin se izravno prevodi kao “čudna pojava,” ali kolokvijalno značenje je “pervertit.” Kao oblik pornografije, *hentai* primarno označuje seksualno eksplicitne stripove i animaciju. Uobičajene teme uključuju erotiku krakova (bića s krakovima ili seks između čudovišta i

ljudi), *lolikon* (prepubertetske djevojke) i *futanari* (hermafroditiski seks). Zapadnjaci obično smatraju *hentai* duboko uznemirujućim u usporedbi s našom razmjerno “normalnom” pornografijom. No u Japanu su ti oblici toliko uobičajeni da se doimaju gotovo nezanimljivima.

Japanska opsesija tehnologijom omogućila je *hentaiju* da pro-nađe mjesto u videoigrama puno šire nego što je to ikad bio slučaj na Zapadu. Neke od tih igara puno su pitomije nego što bi se dalo zaključiti iz naziva *hentai*. Najpopularnija vrsta igara su *bishōjo*, ili “igre s lijepim djevojkama.” Unutar te kategorije postoji nekoliko podvrsta, ovisno o razini eksplicitnosti. U simulaciji izlazaka na spojeve (*ren'ai*) igrač upravlja muškim protagonistom koji mora razgovarati s nizom djevojaka u nadi da će jedna od njih prihvatiti udvaranje. Simulacije spojeva su često potpuno neseksualne.

Eksplicitnija podvrsta *bishōja* zove se *erogē*, što je skraćunica za angliziranu *erotsku igru* (*erotic game*). *Erogē* su više poput interaktivnih romana, a manje poput Mystiqueovih seks-akcijskih igara ili Loweovih pustolovnih igara za odrasle. Osim udvaranja, one često uključuju striptiz-igre ili simulacije seksa.

Igre su samo jedan aspekt bujajućeg i nepoznatog japanskog pornografskog tržišta o kojem većina zapadnjaka ne zna gotovo ništa. No, budući da je Japan veliki izvoznik videoigara, *hentai* igre ponekad dođu i do SAD-a, gdje izazivaju još veću kontroverzu od razmjerno krotkog i bliskog nam skrivenog seksa u *Grand Theft Auto*.

Najveću sablazan izazvala je *erogē* igra *RapeLay*, koja bi uzdrimala i najzagriženije ljubitelje pornografije. U njoj igrač slijedi djevojku na peronu podzemne željeznice te je napastuje usred kratog vagona. Iako igra nikada nije bila široko dostupna u SAD-u, pojavila se u medijima nakon što je Christine Quinn, predsjednica Gradskog vijeća New Yorka, pozvala na njen bojkot.<sup>93</sup>

Njena reakcija je razumljiva, no otkriva pogrešno shvaćanje društvenog konteksta igre. Kritičarka Leigh Alexander objašnjava:

93 Frank Lombardi, “Christine Quinn Rips ‘Horrrifying’ Rape Game RapeLay,” *New York Daily News*, 24. veljače 2009., [http://www.nydailynews.com/news/2009/02/23/2009-02-23\\_christine\\_quinn\\_rips\\_horrrifying\\_rape\\_gam.html](http://www.nydailynews.com/news/2009/02/23/2009-02-23_christine_quinn_rips_horrrifying_rape_gam.html).

Premisa igre je da imućni muškarac traži osvetu protiv školarke koja ga je optužila da je *chikan*, odnosno pervertit koji pipa žene u javnosti, zbog čega je završio u zatvoru. Epidemija te prakse u Japanu predstavlja ogroman problem, osobito u velikim gradovima gdje su u podzemnoj željeznici velike gužve, pa je predatorima lako sakriti svoje djelovanje. U knjizi Declana Hayesa *The Japanese Disease* iz 2005., autor opisuje skupinu poslovnih ljudi koji organiziraju internetska “drpačka udruženja” i pretplaćuju se na publikacije koje predlažu idealne željezničke linije i doba dana za napade.<sup>94</sup>

Kao što Alexander navodi, nasilni scenarij igre i u Japanu će biti smatran nasilnim – ali kontekst za razumijevanje čak i same ideje ovog specifičnog oblika perverzije u SAD-u gotovo u potpunosti izostaje. Umjesto zabrane igre koju se ionako može nabaviti samo na crnom tržištu, Alexander predlaže da gnjev usmjerimo na *ero-gē lolikon* tipa (s maloljetnicama), koje se u SAD-u može vrlo lako nabaviti.

Nedigitalni oblici pornografije cirkuliraju između kultura, no digitizirani ili digitalni oblici postali su lako prenosivi zahvaljujući jednostavnom pristupu Internetu. Dok će kulturalne konvencije uvijek činiti nepoznate, tuđe navike stranim, seksualni tabui čine otkrića poput *RapeLaya* još više zastrašujućima. Iako je zgražanje zasigurno opravdano, ne škodi obrnuti kriterije i promotriti vlastitu situaciju. U nekim kulturama ideja videoigre u kojoj muškarac ejakulira s krova može se smatrati jednako neprimjerenom. Ovdje se nameće nova svrha igrive pornografije: možda jedna od funkcija porno-igara uopće nije uzbuđivanje, već pružanje nepoznatog i nelagodnog doživljaja različitih logika perverzije koje stimuliraju druga ljudska bića.

Tjelovježba je dosadna. Ne volimo vježbati i smišljamo isprike da to ne činimo. A kada i vježbamo, obično se pritom pokušavamo zabaviti nečim drugim. Džogeri koriste iPod kako bi se osjećali manje usamljeno i prividno skratili cijeli proces. Iza stakala teretane, ljudi bulje u televizijske ekrane dok čekaju da eliptični strojevi daju znak za kraj treninga. Znamo da trebamo vježbati, no voljeli bismo da se pritom osjećamo manje jadno.

Za razliku od slušanja glazbe i gledanja televizije, sva iskustva vezana uz videoigre zahtijevaju fizičko djelovanje – iako ne u značajnim količinama. Vježbanje kroz igru, odnosno “vježbo-igre” (*exergames*) teže povećavanju interaktivnosti videoigara na način da je potrebno doseći razinu i stopu aktivnosti potrebnu za tjelovježbu, zamjenjujući sjedilačku razonodu aktivnom razonodom. Umjesto sjedenja pred televizorom razjapljenih usta, one od nas traže da zaplešemo uz *Dance Dance Revolution* ili skakujemo uokolo uz *Eye Toy: Kinetic*. Većina igara koje cijenimo zbog njihova potencijala za tjelovježbu nude uvjerljivu zabavu koja istovremeno potiče (ili bolje reći, zahtijeva) fizičku aktivnost. Istraživanja su pronašla poveznicu između igranja vježboigara i mjerljivih fizičkih učinaka, od gubitka kilograma do kardiovaskularnog zdravlja.<sup>95</sup>

No sve te igre i istraživanja koja ih hvale, slave potencijal za vježbanje igara koje su odvojene od bilo kakvog kulturalnog konteksta u kojem bi se tjelovježba prirodno odvijala. Ta diskrepancija predstavlja problem. Staza za džogiranje ili uredska teretana uspješne su ne samo zato što nude mjesto za trčanje, već zato što pružaju vjerodostojni i poznati društveni kontekst u kojem je to moguće činiti.

95 Vidi na primjer: Johanna Höysniemi, “Design and Evaluation of Physically Interactive Games” (doktorska disertacija, Sveučilište Tampere, 2006.), <http://acta.uta.fi/pdf/951-44-6694-2.pdf>, ili rad Debre Lieberman o toj temi (<http://www.comm.ucsb.edu/faculty/lieberman/exergames.htm>).

94 Leigh Alexander, “And You Thought Grand Theft Auto Was Bad: Should the United States Ban a Japanese ‘Rape Simulator’ Game?,” *Slate*, 9. ožujka 2009., <http://www.slate.com/id/2213073/pagenum/all/>.

Postojalo je vrijeme kada nismo trebali toliko razmišljati o tjelovježbi. Sami smo obrađivali zemlju i klali svinje. Sami smo pravili maslac i brali tikvice, luk ili krumpire. Umjesto vježbanja, bilo je dovoljno preživjeti zimu, a više smo brinuli o bolestima nego o fitnessu. Tjelovježba je bila neplanirani proizvod nužnosti.

U razvijenim društvima, većina pojedinaca oslobođeni su svakodnevne potrage za hranom koja im je potrebna za idući dan ili tjedan. To vrijeme možemo uložiti u intelektualne, duhovne ili materijalne težnje. No i rane civilizacije su tjelesnu kondiciju smatrale važnom, ali povezanijom sa svakodnevicom. Sport je jedan od načina na koje organizirana društva razvijaju svoje fizičke attribute i u drevna vremena često je bio vezan uz ritualne i društvene vrijednosti poput žrtvovanja, rata i snažne osobnosti. Natjecanja u tjelesnim vještinama poput streljaštva ili trčanja mogla su podjednako obilježavati svetkovine žalovanja kao i natjecanja u snazi. Tjelovježba je još uvijek bila nusproizvod ograničene automatizacije svakodnevnog života, no bila je i ritualna praksa.

Kad u suvremenom društvu razmišljamo o sportu, obično je riječ o gledateljskom sportu poput nogometa ili boksa. Te aktivnosti vjerojatno imaju više toga zajedničkog s rimskim borbama gladijatora u areni, karnevalskim borbama ili srednjovjekovnim engleskim pokladnim nogometom nego sa svakodnevnim ritualima. Ti sportovi bili su prvenstveno namijenjeni zabavi i spektaklu, funkcijama koje i danas imaju.

Danas je tjelovježba važna tema zahvaljujući takozvanim bolestima obilja kao što su dijabetes, srčane bolesti ili pretilost. Vježbanje vidimo kao oblik kompenzacije za povećanu upotrebu automobila, neaktivnost na poslu i dokolicu. I tako je tjelovježba postala obeštećenje. Jutarnji džoging i poslijepodnevni posjeti teretani kompenziraju dane provedene za računalom i večeri pred televizorom. Te vrste vježbanja nemaju ceremonijalne ili kulturne karakteristike koje su nekoć definirale fizički intenzivan rad ili sport. Poput brojnih drugih aspekata industrijskog društva, pronašli smo načine za mjerenje vježbanja kako bismo maksimizirali učinak i minimalizirali vrijeme. Možda neki suradnici još uvijek raspravljaju o poslu dok igraju skvoš, no većina nas okreće pedale sobnog bicikla u samoći, sa slušalicama u ušima, čekajući zvučni signal da je vježba gotova. Tjelovježba je postala obaveza koju nekako moramo ugurati u dnevni raspored.

Opsesija vježbanjem kao osobnim fizičkim postignućem postala je toliko raširena da su čak i igrači videoigara usvojili fizičku izvedbu kao primarno mjerilo uspješnosti ovakvih igara. Mickey DeLorenzo (obični gejmer, nije znanstvenik) proveo je eksperiment u kojem je svakodnevno igrao *Wii Sports* po pola sata i pažljivo bilježio svoju težinu, indeks tjelesne mase (BMI), otkucaje srca, sagorjele kalorije i tjelesnu masnoću u periodu od šest tjedana.<sup>96</sup> Njegov eksperiment pokazuje da je *Wii* održiva platforma za tjelovježbu zahvaljujući tome što traži gestualnu interakciju. Rane reklame za Nintendo prikazivale su igrače svih dobi kako skaču ispred svojih televizora, izvodeći upravo onakvu neformalnu vrstu vježbi koju promiču zagovaratelji vježboigara.

No tjelovježba nije samo mjerljivi fiziološki rezultat. Čak i ako nam videoigre mogu pomoći u sagorijevanju kalorija, također nam nude mogućnost da promijenimo način na koji doživljavamo svijet ili razmišljamo o njemu. U tom pogledu, bio sam prilično uzbuđen kad sam otključao vježbači nivo u igri *Wario Ware: Smooth Moves*, *Wii* verziji popularne franšize sićušnih "mikroigara." Dr. Crygor, ludi znanstvenik iz igre, otkriva svoj najnoviji izum, stroj za stanjivanje. Na početku igre, debela verzija mene (s točnim prikazom glave preuzetim iz *Mii* avatara koji sam odabrao) ulazi u kontrapciju i igra započinje. Za razliku od uobičajene igre *Wario Warea*, igrač uvijek dobiva priliku odigrati 20 mikroigara neovisno o izvedbi, pri čemu je cilj vježbati što je više moguće. Izvedba se mjeri pomoću izmišljene jedinice za energiju, "kelorije," i što više/jače/brže igrač prelazi mikroigre, to troši više kelorija.

Nejasno je da li je Nintendo želio da Crygorova dijetalna igra pruži legitimnu tjelovježbu, ali ja sam to shvatio kao oštru satiru vježbanja općenito i osobito vježbanja pomoću videoigara: svaka apsurdna gesta, od napuhavanja balona do kopanja nosa, kvantificirana je u *Wario*vim izmišljenim jedinicama. Nakon što igrač završi mikroigre, biva izbačen iz Crygorove naprave i ispuhan u skladu sa sagorjelim kelorijama. Taj doživljaj razotkriva nehumano vježboigara. Ispada da pokreti potaknuti videoigrom nisu inherentno inspirativniji od sobnog bicikla ili orbitreka. Mikroigre *Wario Warea* simpatične su i neobične, no njihova originalnost brzo blijedi, i *Wario*v karakteristični zloguki smijeh postaje milostivo upozorenje na povratak u uobičajenu rutinu.

<sup>96</sup> Vidi: <http://wiinintendo.net/2006/12/05/wii-sportsexperiment/>.

Usporedimo taj doživljaj s drugom popularnom videoigrom koja također zahtijeva fizički input: *Guitar Hero*. Bez sumnje, količina fizičkog napora utrošenog na sviranje plastične gitare manja je od onog utrošenog na skakanje i mahanje Wii daljinskim upravljačem – no već je i podizanje igrača s kauča postignuće za sebe. Veliki dio uspjeha *Guitar Heroa* proizlazi iz učinkovite simulacije *jam sessiona*, nastupa garažnog benda i koncerta rock zvijezde. Ako dovedete prijatelja, možete se natjecati ili surađivati. Simulirajući ritualnu aktivnost poput *jam sessiona*, *Guitar Hero* postaje apstraktna instanca samog rituala.

Kada ga igrate bez srčanog monitora, vage i izračunavanja BMI-ja, Wii Sports nudi sličan doživljaj. Sportski rituali kao natjecateljska društvena praksa ostaju značajni među amaterima koji igraju golf, tenis, boksaju ili kuglaju u stvarnosti. Naravno, neki od nas otići će na teniski teren, u ring ili kuglanu radi vježbe, no vraćamo se na ta mjesta zbog društvenih rituala koji ih okružuju: od zadirkivanja u svlačionici do hendikepa na score kartici. Kada igramo Wii Sports s prijateljima ili članovima obitelji, stvaramo mikro-okruženja koja imitiraju golf igralište ili kuglanu. U tim situacijama, dok čekam svoj red za igranje, primjećujem jednu stvar: ponekad pratim igru, no često i čitam, pišem e-mailove ili razgovaram s drugim osobama u prostoriji, dok me ne podsjetite da je došao “moj red”. Takva vrsta društvenog okruženja slična je kvartovskom košarkaškom igralištu, golf igralištu ili kuglani.

Vježboigre moraju navesti igrače da se pokrenu. No također ih moraju navesti da se *žele* pokrenuti. Na taj način, te igre istovremeno prihvaćaju postojeće rituale i prakse iz drugih područja, kao što je sport, i uspostavljaju nove, jedinstvene za videoigre. *Guitar Hero* i *Wii Sports* uspješni su primjeri fizičkih igara vezanih uz ritual, no svoje rituale u potpunosti posuđuju iz drugih domena. Čak i uspješne vježboigre kao što je *Dance Dance Revolution* nude tek prijelazne primjere razvijenih rituala vježbanja putem videoigara: *DDR* na kućnoj konzoli poništava složenu plesno-izvedbenu praksu arkadne igre – iskusni *DDR*-ovci nastupaju u javnosti kako bi se šepurili; tjelovježba je samo sretna slučajnost. Suprotno tome, *Wario Ware* povrh igre orijentirane na pokret stvara novi i neobični fiktivni kontekst koji navodi ljude da se smiju i nastupaju umjesto da se natječu.

Igre također mogu oblikovati individualne rituale. Kada vježbamo sami, često to radimo u pokretu: hodajući ili džogirajući.

Danas većina ljudi ima neprekidno uz sebe moćno računalo u obliku mobilnog telefona. Pružatelj zdravstvenog osiguranja Humana osmislio je *GoldWalker*, pustolovnu igru za iPhone u kojoj igrač preuzima ulogu tragača za zlatom iz vremena kalifornijske zlatne groznice krajem 1940-ih. Igra uključuje aktivnosti tipične za pustolovinu – kupovinu opreme, prodaju blaga, izbjegavanje bandita. No radi se o istraživanju, a to uključuje potragu za mogućim izvorima zlata. Igra iskorištava ovu fiktivnu mogućnost i traži od igrača da hoda između lokacija na kojima se u avanturi traže rude. Nije riječ o simuliranom već *doslovnom* hodu; uređaj funkcionira kao pedometar koji igrač može držati u ruci, džepu ili torbi kako bi detektirao kretanje. Kada dođe na određite (i u stvarnom i virtualnom svijetu), pustolovina se nastavlja.

Na stranu moć uređaja kao što je iPhone, skupo računalo čak nije ni nužno. *Arukotch* je virtualni ljubimac sličan Tamagotchiju, ugrađen u pedometar. Već je Tamagotchi prenosiv, i u većini slučajeva ionako nalikuje jednostavnom mehaničkom pedometru. “Ljubimac” u *Arukotchu* je “sramežljiva djevojka koja iščekuje prosidbu od zgodnog mladića.”<sup>97</sup> Što više koraka igrač napravi, to djevojka postaje “zdravija i ljepša.” Predmeti poput mobitela i poklona isto tako se pojavljuju što više hodate i mogu vam pomoći u udvaranju. Koliko god koncept bio sladunjav, jednostavan spoj igre i malene, prenosive igračke omogućuje ritualniju aktivnost nego tegljenje pozamašnog komada opreme u dnevnu sobu. Nike i Apple došli su do istog zaključka, uloživši u sustav Nike+ koji povezuje senzor u tenisici s programom na iPodu ili iPhoneu koji džoger nosi sa sobom (u novijoj verziji iPhonea nije potreban umetak za tenisicu, već uređaj koristi interni GPS senzor).<sup>98</sup> Rezultati se ne integriraju kao u pustolovnoj igri poput *GoldWalkera*; umjesto toga, sustav omogućuje džogerima da učitaju statistiku o svojim treninzima na Nikeovu mrežnu stranicu gdje igrači mogu izazvati prijatelje da postignu njihovo vrijeme ili na neki drugi način tražiti podršku ili konkurenciju.

Fizički kontroleri za igru kod kuće postoje više od 25 godina, no uvijek su bili na marginama tržišta: Atarijev nikad objavljen kontroler za sobni bicikl “Puffer,” Amigin *Joyboard* iz 1982., LJN-ov *Roll’n’Rocker* iz 1988. S obzirom da se na tržištu pojavljuje

97 Iz opisa proizvoda na: <http://www.pixelmood.com/arukotch.htm>.

98 Službenu mrežnu stranicu sustava Nike+ možete pronaći na: <http://www.nike.com/nikeplus/>.



sve više naprava s fizičkim inputom, uključujući Microsoft Kinect i Sony Move, primamljivo je pretpostaviti da će videoigre *automatski* postati aktivnije, održivije i stoga vrednije kao tjelovježba. No kada osjećaj noviteta izbljedi, igrači će pronaći prečice bez snažnih društvenih i kulturalnih konteksta u kojima mogu aktivno igrati svoje videoigre. Wii, ispostavilo se, dozvoljava puno više lijenog igranja od svojih kontrolerskih konkurenata (uvjerite se sami; *The Legend of Zelda: Twilight Princess* možete igrati zavaljeni u kauču, s rukama uz tijelo. Samo zatresite Wii daljinskim upravljačem kako biste zamahnuli mačem). Kako bi potaknule dugotrajnu, visoko motiviranu fizičku aktivnost, vježboigre ne postavljaju samo zahtjeve za repetitivnim fizičkim kretanjima koje proizvode latentnu tjelovježbu. Uz to, one simuliraju i stvaraju društvene rituale koji nas potiču na budemo fizički aktivni, bilo putem računala ili prenosivih uređaja, bilo sami ili u društvu.

Kad se susretnemo s radom u bilo kojem mediju, naše iskustvo s njim može utjecati na to kako razmišljamo o našim stvarnim životima. No za brojne igrače, videoigra je nešto čime se bave *izvan* svakodnevnog života, odvojena od njega, sigurna, nestvarna. Igranje igre razlikuje se od sortiranja digitalnih fotografija, organiziranja računa ili odgovaranja na e-mailove.

Čak i ozbiljne igre zadržavaju distancu prema svakodnevnom životu. Igra za poslovnu obuku ili igra-reklama mogu imati svrhu izvan igre – na primjer, pri učenju implementiranja procesa usluživanja kupaca u franšizi brze hrane ili proučavanju karakteristika i funkcija novog mobilnog telefona. Ipak, igranje videoigre nije isto što i odgovaranje na pritužbe mušterija zbog prepečenog dvopeka ili bilježenja dogovora u mobilnom kalendaru. Da bismo činili te stvari, moramo napustiti svijet igre i ponovno ući u stvarni svijet.

Postoji moć u korištenju videoigara kao “zasebnog djelovanja,” da upotrijebim jedan od izraza Johana Huizinge za razdvojenost igranja.<sup>99</sup> Kada nas videoigre pozivaju da uđemo u njih, također nam obećavaju eksperimentiranje, ritual, igranje uloga i rizik koji bi u stvarnom svijetu bio nemoguć ili nepoželjan. Kada videoigre preuzmu naše televizijske ekrane ili kompjuterske zaslone, funkcioniraju kao portali u alternativne stvarnosti. Dok igramo igre, privremeno prekidamo i stavljamo na stranu svakodnevni život.

No to nije ništa neobično. Istu stvar radimo kada se udobno smjestimo u naslonjač s romanom u rukama, kada se ugase svjetla u kinu ili kada naguramo slušalice u uši u tramvaju.

Ali u drugim medijima uranjanje u zasebni svijet je tek jedan od mnogih modaliteta. Ne čitamo samo romane, već i prometne

99 Johan Huizinga, *Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture* (New York: Routledge, 1949.), 10. [prijevod: Johan Huizinga, *Homo ludens: o podrijetlu kulture u igri*, prev. Ante Stamać i Truda Stamać (Zagreb: Naprijed, 1992.)]



znakove, izvješća o prodaji i poštu. Ne gledamo samo filmove ili televiziju, već i snimke nadzornih kamera, snimke fokusnih grupa i vremensku prognozu. Ne slušamo samo komponiranu glazbu, već i melodije na mobitelu, hukanje vlaka i uspavanke. U tim slučajevima, kada ulazimo u interakciju s tekstom, pokretnim slikama ili glazbom, *istovremeno* izvodimo ili doživljavamo neku akciju, bilo da smo u poslu, igramo se ili negdje između.

Filozofi i lingvisti ponekad razlikuju različite vrste govora. Jedna od takvih podjela razlikuje govorne činove koji opisuju stvari od onih koji čine stvari. Filozof jezika J. L. Austin nazvao je *konstativima* govorne činove koji opisuju stvari.<sup>100</sup> Većina uobičajenog govora spada u ovu kategoriju: “Ruže su crvene, tajne su skrivene”; “Da sam barem Zorro”; “Nakon što je pojeo sav kelj, mladi Ernesto bio je toliko razjaren da je izgubio interes za desert.” Ovi činovi opisuju svijet, ali mu ništa ne čine. *Performativ* je termin koji označuje govorne činove koji, kada ih izgovorimo, čine stvari. Klasični primjer performativa je iskaz svećenika ili suca, “Proglašavam vas mužem i ženom.” U ovom slučaju, bračna zajednica sklopljena je samim izgovaranjem rečenice. Drugi primjeri su obećanja i isprike, krštenja i oklade, otkazi i osude. “Obećavam da ću doći kući do ponoći”; “Proglašavam te vitezom, Wilbure”; “Otpušten si!”; “Kladim se u 100 dolara da mogu rasturiti pjesmu ‘Through the Fire and Flames’ u *Guitar Herou*.” Kada izgovaramo ovakve iskaze, sam čin govorenja podrazumijeva obavezu ili žal, imenovanje ili kladenje.

U svakoj videoigri potezi igrača su ono zahvaljujući čemu igra funkcionira: naginjanje analogne palice kako biste pokrenuli Crasha Bandicoota; pritiskanje tipke “Y” kako bi Niko Bellic maznuo sportski kupe; pritiskanje prugova na gitari u *Rock Bandu* kako biste upravljali gitaristom na ekranu. Naposljetku, to je definicija interaktivnosti.

Ali postoji i drugačija, rjeđa vrsta igranja u kojem se akcija izvodi istovremeno izvan i unutar igre. Performativ je jedan od načina za razumijevanje takvog djelovanja. U takvim slučajevima, stvari koje igrač radi dok igra dobivaju značenje u videoigri, no one također doslovno čine nešto u svijetu izvan igre i igrača.

Na prvi pogled, vježboigre su očiti primjer. U igri kao što je *Wii Fit*, igrač mora uložiti fizički napor kako bi igrao, recimo

<sup>100</sup> J. L. Austin, “Performative-Constative,” *The Philosophy of Language*, ur. John Searle (Oxford: Oxford University Press, 1971.), 13–22.

balansirati na jednoj nozi ili raditi sklekove, čime se s vremenom poboljšava njegova kondicija. Isto vrijedi za igre fizičke izvedbe. U *Dance Dance Revolution*, igrač se kreće na način koji ne samo da aproksimira plesanje, već traži fizički napor. Takve igre očito naglašavaju aerobni potencijal videoigara i njihove neposredne učinke na tijelo.

No vježboigre djeluju samo na igrača, i to na inkrementalni, gotovo nevidljivi način. Kada mladenka kaže “Uzimam,” ona u potpunosti i trenutno ulazi u novo stanje posvećenosti. Ali kad radi sklekove na svojoj *Wii Balance Boardu*, ne postiže odmah dobru kondiciju; dolazi do toga malo pomalo, s vremenom, na načine koje pojedinačni sklekovi ne mogu u potpunosti objasniti. U Austinovim terminima, performativ mora biti *potpun* kako bismo ga smatrali pravim (naziva ih “sretnim performativima”).<sup>101</sup> Snažniji primjeri performativnih fizičkih sučelja djelovali bi na nešto u jačoj mjeri i također bi imali potencijal djelovati na nešto više od samog igrača.

Uzmimo *PainStation*, instalacijsku igru koju su 2001. osmislili njemački umjetnici Volker Morawe i Tilman Reiff. *PainStation* je svojevrсна verzija Ponga ugrađena u arkadni kabinet. Dva igrača natječu se kontrolirajući virtualni reket pomoću tipki na uobičajeni način. Drugu ruku moraju staviti na metalni senzor kako bi zatvorili sklop i pokrenuli igru. Kada igrač promaši lopticu, ona šalje signal koji korespondira s jednom od tri različite vrste boli: vrućinom, električnim šokom i udarcem biča. Pri svakom prelašku loptice linijom gola, stroj nanosi odgovarajuću bol igraču bilo u obliku vrućine, putem električnog sklopa ili malenog kožnog biča ugrađenog u stroj. Tko prvi makne ruku sa senzora – izgubio je.

Morawe i Reiff nazvali su *PainStation* adaptacijom dvoboja za videoigru.<sup>102</sup> Iako je ishod manje koban od okršaja vatrenim oružjem, *PainStation* se ne šali; pretraživanje Interneta otkriva niz jezivih ozljeda zadobivenih pri igranju. Kao i dvoboj, *PainStation*

<sup>101</sup> J. L. Austin, *How to Do Things with Words* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1975.), 14, 42–45. [prijevod: J. L. Austin, *Kako djelovati riječima: predavanja William James održana na Sveučilištu Harvard 1955.*, prev. Andrea Milanko (Zagreb: Disput, 2014.)]

<sup>102</sup> “Neuzeitliches Duellierungs Artefakt,” ili “moderni artefakt za dvoboj.” Za promotivnu brošuru, vidi: [http://www.khm.de/~morawe/painstation/PainStation\\_ger.pdf](http://www.khm.de/~morawe/painstation/PainStation_ger.pdf).

je ispit časti ili izazov majstora. Njegovi sudionici doslovno vrše nasilje nad protivnicima tijekom igre. To su igre koje same nešto čine, koje izvode *performativnu igru*.

Još jedno mjesto na kojem možemo pronaći performativnu igru su igre miješane stvarnosti (*mixed reality games*) koje spajaju računalne interakcije sa stvarnim svijetom na smislen način. Postoji mnogo žanrova takvih igara: mobilne igre, rasprostranjene igre (*ubiquitous games*), prožimajuće igre (*pervasive games*), igre alternativne stvarnosti (ARG) samo su neke od njih. No ne podrazumijevaju sve nužno performativno igranje. Igra za mobilne uređaje koju možete igrati u vlaku ili slagalica na GPS-u teško da mijenja nešto u svijetu samim igranjem. One koje to čine fokusiraju se na radnje unutar igre čije su značenje i učinak slojeviti tako da ista radnja ima funkciju i ishod i unutar igre i izvan nje, a njihova su značenja često povezana i međuovisna.

*Cruel 2 B Kind*, igra koju sam razvio s Jane McGonigal, igra se u stvarnom svijetu preko mobilnog telefona, a svojevrsna je adaptacija *Assassina*, igre igranja uloga uživo (LARP). Umjesto korištenja pištolja na vodu ili nekog drugog lažnog oružja tipičnog za *Assassin*, oružje u *Cruel 2 B Kind* su ljubazne geste: pohvaliti nečiju obuću, poželjeti im ugodan dan, otpjevati serenadu. Igra se igra u skupinama unutar ograničenih urbanih područja, među prolaznicima. Budući da sudionici nisu poznati prije početka igre, dio doživljaja uključuje otkrivanje tko igra, a tko ne. U procesu, uobičajeno je davati komplimente ili pjevati serenade običnim ljudima koji idu svojim putem. U takvim slučajevima, dobre želje još uvijek funkcioniraju normalno, izazivajući neočekivane ali bezopasne šaljive situacije ljudima koji se slučajno nađu u igri.

Još jedan primjer igre miješane stvarnosti s performativnim rezultatima je *World without Oil* pod sponzorstvom ITVS-a. Riječ je o ARG-u autora Kena Eklunda i Jane McGonigal koji se bavi globalnom naftnom krizom. Kako bi igrali, sudionici smišljaju strategije preživljavanja u stvarnom svijetu suočenom s manjkom fosilnih goriva. Neki su napisali ili snimili hipotetske prikaze, dok su drugi doslovno proveli strategije za uštedu goriva kao što su, recimo, sadnja zajedničkih vrtova ili zajednička vožnja na posao. Iako u maloj mjeri, takve stvari pridonose manjoj potrošnji goriva u stvarnosti.

Manuel Blum i Luis von Ahn, znanstvenici sa Sveučilišta Carnegie Mellon, autori su igara koje se temelje na ljudskom prora-

čunavanju<sup>103</sup> i koje predstavljaju sasvim drugačiji primjer.<sup>104</sup> Najpoznatija je *ESP Game* u kojoj dva međusobno udaljena igrača vide istu sliku i pokušavaju pogoditi koje bi riječi suigrač upotrijebio da je opiše. Kada igra registrira podudaranje, igračima dodjeljuje bodove, ali i pohranjuje usklađene termine kao opisne oznake slika, tagove. Google je čak licencirao igru (*Google Image Labeler*) s ciljem usavršavanja svog algoritma za pretraživanje slika.<sup>105</sup> Von Ahn ih naziva “igramama sa svrhom” ili, skraćeno, “gwap” (*games with a purpose*). Druge gwap igre funkcioniraju na sličan način: *Tag a Tune* za prepoznavanje glazbe, *Squigl* za lociranje položaja objekata na slikama.

U *Cruel 2 B Kind* i *World without Oil*, stvarnost koja je pomiješana s igrom je tjelesnost. U gwap igrama, miješana stvarnost je rad. One obavljaju onu vrstu rada koja je računalima teška, a ljudima jednostavna. Sudjelujući u *ESP-u*, igrači označavaju slike izravno i simultano sa svakim potezom u igri. Igra ovdje nalikuje na performativni čin krštenja broda ili zgrade.

Ipak, postoji nešto “nesretno” u Austinovom smislu u vezi performativnosti gwap igara: za razliku od *World without Oil* ili *Pa-inStationa*, one ne uspijevaju otkriti i kontekstualizirati značenje svojih akcija. Igrači možda naslućuju da igre pridonose tagiranju slika ili glazbe, no ne razumiju implikacije takvih radnji na isti način kao što razumiju značenja i posljedice kada izvode takve govorne činove. Ovaj nedostatak postavlja ne samo formalna, već i etička pitanja. Kada igra izvodi radnju bez da igrač razumije nje-ne implikacije, to zamagljuje granicu između performativnosti i eksploatacije. “Uzimam” je smisljeni performativni iskaz zato što mladenka, mladoženja i svjedoci u potpunosti razumiju njegove implikacije. No *ESP* zakriva moguće implikacije tagiranja slika kao, primjerice, alata za nadzor umjesto za pretraživanje. Iako ih von Ahn naziva “igramama sa svrhom,” svrha sama po sebi nije dovoljna za opisivanje performativne igre. Potrebni su i kontekst i konvencija.

103 Ljudsko proračunavanje je informatička metoda koja upotrebljava ljudsku inteligenciju za rješavanje računalnih problema koji nadilaze mogućnosti postojećih algoritama umjetne inteligencije. Igre koje se baziraju na toj metodi namijenjene su gejmerima koji na taj način generiraju korisne podatke dok igraju igru. (op. prev.)

104 Igre možete pronaći na: <http://gwap.com>.

105 Vidi: <http://images.google.com/imagelabeler>.

Bez obzira na etička pitanja, tjelovježba, ljubaznost, očuvanje resursa i sakupljanje meta-podataka puno su dramatičnije radnje od brojnih stvari koje se rade u drugim medijima. Znakovi na WC-ima i digitalni retrovizori korisni su alati, ali su i banalni; ljudi moraju znati pronaći toalete i izbjeći tricikle. Performativno igranje može adresirati i svakodnevne aktivnosti poput ovih.

Uzmite *Attent*, softversko poslovno rješenje Seriosityja čiji koncept glasi: svi dobivamo previše e-mailova, što smanjuje produktivnost. U velikim organizacijama, značajna količina e-mailova se šalje interno. Količina pozornosti uložena u primanje e-maila ne može se mjeriti s pozornošću uloženom u njegovo slanje. Stvari postaju teže kako primatelji napreduju u hijerarhiji trtke, i njihovo vrijeme postaje vrijednije. Rješenje ne leži u upravljanju vremenom, već manjem broju e-mailova. Jedan od načina za smanjivanje broja primljenih e-mailova je učiniti postupak slanja zahtjevnijim.

Upravo je to ono što *Attent* pokušava postići, učiniti slanje e-maila skupljim ili barem natjerati ljude da to čine promišljenije. Budući da cijena pozornosti raste s pozicijom unutar tvrtke i povećanjem stručnosti, e-mail se može preinačiti u igru pozornosti: pozornost izvršnih direktora ima višu cijenu od pozornosti mlađeg upravitelja, stoga bi potonji morao "platiti više" za pozornost prvog. Isto tako, viši rukovoditelji ozbiljnije bi shvatili upite nižih kada bi potonji morali u njih uložiti više svog ograničenog kapitala pozornosti.

*Attent* doslovno pretvara pozornost u kapital putem novčanih bonova zvanih *serios* koje radnici mogu dobiti prihvaćanjem e-mailova s priloženim uplatama, ili ih tvrtke mogu odlučiti drugačije raspodijeljivati, recimo u obliku poticaja ili nagrada. *Attent* funkcionira kao dodatak popularnom programu Microsoft Outlook, stoga radnici mogu pratiti svoje bodovno stanje skupa s kalendarom i čak sortirati e-mailove prema vrijednosti u *seriosima* umjesto po datumu.

Uredska politika često nalikuje na igru zbog toga što podrazumijeva puno nepredvidivih, povezanih odluka koje se isprepliću na složene načine. Posao u uredu često uključuje strategiju i planiranje, no sve se odvija iza kulisa, izvan radnog procesa. *Attent* vraća taj aspekt u prvi plan, ali razotkriva umjesto da zakriva društvena pravila koja određuju rad u uredu. Na primjer, skupina niže rangiranih radnika može sakupiti svoj kapital

pozornosti na hrpu gomilanjem međusobnih e-mailova punih *seriosa*, koje onda predstavnik skupine može upotrijebiti za dobivanje pozornosti više rangiranih kolega. *Attent* usko povezuje radno mjesto s igrom na radnom mjestu tako da "potezi" u igri korespondiraju s izravnim radnjama na radnom mjestu.

*The Grocery Game* predstavlja još jedan primjer banalnih performativne igre. Servis na World Wide Webu pruža podatke o najjeftinijim proizvodima u lokalnim supermarketima, kao i savjete o tome kako uštedjeti na namirnicama putem kupovine naveliko. Cilj igre je smanjiti troškove namirnica u obitelji što je više moguće. Implicitni pod-ciljevi kao što je pretvaranje računa od 100\$ u račun od 5\$ putem izrazito efikasne upotrebe kupona i kpevine na akcijama potiču kompetitivnost i zajedništvo. U *The Grocery Game*, igranje, kupovina i ušteda prožimaju se tako da prvom radnjom obavljate druge dvije. Kroz čvrsto povezanu performativnu igru, *Attent* i *The Grocery Game* pokazuju kako neke igre imaju više toga zajedničkog s kućnim zvoncima i znakovima za izlaz nego s elaboriranim fantastičnim svjetovima.

*Banquest* tvrtke Tomy preokreće *The Grocery Game* naglavačke – ušteda potiče igru, a ne obrnuto. *Banquest* je kasicica prasicica za djecu, s malenom RPG igrom ugrađenom na početku. Novčići ubačeni u kasicu postaju ušteda u uobičajenom smislu, no također bivaju pretvoreni u zlato u igri koje možete koristiti za kupovinu predmeta kao što su oklop ili oružje. Ovdje je performativna igra još povezanija s radnjom koju izvodi: punjenje novčanika u igri istovremeno puni stvarni novčanik. A djeca mogu trošiti novac koji su uštedjela.

Što igranje videoigara čini ljudima u stvarnom svijetu? U slučaju zabavnih igara, to pitanje se često odnosi na učinke nasilja na igrače ili kako igrači pronalaze i procjenjuju smisao u igrama. U igrama obuke, igrama-reklamama i igrama učenja, pitanje se odnosi na to kako igrači primjenjuju u svakodnevnom životu znanje koje su stekli u igri. Motivacijski (i ponekad kompulzivni) aspekti igara ukazuju na druge načine kako igranje može utjecati na ponašanje. No ta pitanja pokrivaju tek dio sjecišta naših života u igrama i svakodnevnih života.

U govoru performativi funkcioniraju zato što ljudi razumiju značenje riječi koje izgovaraju i radnji koje one proizvode. Austin sugerira da performativi čine svjesne akcije eksplicitnima; iz tog razloga obećanje funkcionira. Isto tako, u videoigramama koje

upotrebljavaju performativnu mehaniku igrač poznaje i izvedbu i igru, i njihove implikacije su simultane i neposredne.

Performativnost u diskurzu spaja govor s radnjama u stvarnom svijetu, a ne s reprezentacijom. Performativnost u videoigrama spaja igranje s radnjama u stvarnom svijetu. Performativna igra opisuje mehaniku koja mijenja nešto u svijetu kroz same radnje, a ne poticanjem mogućih budućih radnji putem prisile ili refleksije. No, treba istaknuti važnu razliku između performativne igre i više generičkih, stvarnijih posljedica. Kao što primjeri poput *Wii Fita* i *ESP Gamea* pokazuju, performativnost je posebna vrsta igranja za koju je sam ishod nedovoljan kriterij. Uz to, igrač mora razviti svjesno razumijevanje svrhe, učinaka i posljedica svojih radnji kako bi one nosile značenje kao kulturalne okolnosti, a ne samo kao instrumentalni izumi.

Evo aforizma o oblikovanju igara koji ste možda već čuli: igra bi, kažu, trebala biti “laka za naučiti i teška za savladati.” Ovaj aksiom se često ponavlja zato što navodno sadrži rješenje za moćan rezultat: *zaraznu igru* koju ljudi žele igrati iznova i iznova i u kojoj je početak lak i jednostavan. To je izreka koja se najčešće primjenjuje na ležerne igre, ali se također upotrebljava za opisivanje složenih igara s dubokom, kompleksnom strukturom.

U moderno doba, ova poznata smjernica za oblikovanje dolazi od igara na automatima. Često se pripisuje, u nešto izmijenjenom obliku, osnivaču Atarija, Nolanu Bushnellu. Njemu u čast, ovaj aforizam je dobio naziv “Bushnellov zakon” ili “Nolanov zakon”:

Sve najbolje igre su lake za naučiti i teške za savladati. Trebale bi nagraditi prvi žeton kao i stoti.

Bushnell je naučio tu lekciju iz prve ruke kada njegov prvi arkadni proizvod *Computer Space*, adaptacija videoigre *Space War!* Za PDP-1, nije ispunio komercijalna očekivanja. Igra je bila složena, s dvije tipke za rotaciju broda, jednom za pogon i jednom za paljbu. Iako će isti format s vremenom ostvariti nevjerojatan uspjeh s igrom za automate *Asteroids*, četiri identične tipke s različitim funkcijama bila su previše za igrače 1971.

*Pong* je navodno bio inspiriran ovih neuspjehom, igra je to koja je toliko jednostavna da se može opisati jednom rečenicom: *Nemojte promašiti lopticu kako biste ostvarili dobar rezultat.* Čini se tako očitim, zar ne? Igre koje su lagane u početku ali nude dugoročnu privlačnost imaju potencijal da postanu klasici. Osim jedne stvari: aforizam “lako za naučiti, teško za savladati” ne znači ono što mislite.

Bez obzira na eponimski Bushnellov zakon, oblikovne vrijednosti brzog učenja igre te dugoročnog igranja zacijelo ne potječu od njega. Poker je još jedna igra koju se može tako opisati. Isto

vrijedi za klasične društvene igre kao što su gô, reversi ili šah. Uistinu, slavni izumitelj društvenih igara George Parker očigledno je primijenio drugačiju verziju Bushnellovog zakona krajem 19. stoljeća. Iz knjige Philipa Orbanesa o povijesti braće Parker:

Svaka igra mora imati uzbudljivu, poznatu temu i biti dovoljno jednostavna da je svi mogu razumjeti. Konačno, svaka igra trebala bi biti toliko izdržljiva da je možete igrati uvijek iznova bez da vam dosadi.<sup>106</sup>

Primijetite suptilne razlike između Bushnellova i Parkerova pristupa. Parkera ne zanima osobito koliko se lako igra može naučiti, već samo da se bavi poznatom temom na smislen način. Stoljeće kasnije, vrijeme je dragocjenije (ili se drugačije vrednuje), zbog čega je Bushnell zainteresiran za proces učenja igre. Ipak, ovdje je na djelu nešto kompleksnije od poznatih kontrola ili jednostavnih uputa.

Ima smisla: *Pong* nije uopće lak za naučiti nekome tko nikad nije igrao ili vidio sportove s reketom. Bez znanja o takvim sportovima, igra se može činiti jednako nepoznata kao svemirska bitka oko crne rupe.

Igrom slučaja, stolni tenis postao je popularan u viktorskoj Engleskoj u vrijeme kada je Parker počeo ozbiljnije raditi na igrama. Nudio je verziju tenisa – popularnog među višom klasom – u zatvorenom, i igrao se s *ad hoc* opremom u knjižnicama ili konzervatorijima.

I obični tenis i njegova varijanta u zatvorenom bili su prakticirani više od sto godina u vrijeme kada su Bushnell i Atarijev inženjer Al Alcorn popularizirali adaptaciju tog sporta za videoigru (koja je i sama bila prerada dva ranija pokušaja, igara *Tennis for Two* Willyja Higginbothama i *Brown Box* Ralpa Baera, koja će kasnije postati *Magnavox Odyssey*). *Pong* je lagan za naučiti ne zato što je jednostavniji od *Computer Spacea* (iako je i to točno), već zato što se referira na poznate konvencije toga sporta. Ili preciznije, *Pong* je “lagan za naučiti” upravo zato što pretpostavlja osnovna pravila i funkciju poznate kulturalne prakse.

106 Philip E. Orbanes, *The Game Makers: The Story of Parker Brothers, from Tid-dley Winks to Trivial Pursuit* (Cambridge, Mass.: Harvard Business School Press, 2003.), 13. Zahvalan sam Jesperu Juulu što mi je ukazao na ovaj odlomak.

Poznatost je dakle primarna karakteristika igre, a ne mogućnost brzog učenja; osjećaj prisnosti je ono što olakšava učenje. To je ono zbog čega “Nemojte promašiti lopticu” uopće ima smisla. *Wii Sports* nudi sličan model. Široki uspjeh konzole Wii velikim dijelom proizlazi iz učinkovitosti ove lansirne igre.<sup>107</sup> *Wii Sports* zapravo je “nabrijani” *Pong* koji nudi jednostavne apstrakcije poznatih sportova koji su i sami prilično teški za naučiti, ali koje je većina populacije s vremenom uspjela shvatiti. Naviknuli smo se na njih.

Što je s ležernim igrama? Ni *Tetris* nije baš lagan za naučiti. Da, ima jednostavne kontrole i razumljiv cilj, no ništa kod tih kontrola ili cilja nije očito ili intuitivno; nije riječ o inherentno poznatim idejama. No oblici u igri, zvani tetrominosi, jesu poznati. Igre bazirane na pravokutnim poljima (*tile-based games*)<sup>108</sup> korijene vuku od domina, igre stare tisuću godina u svojim najranijim formama. Poliomino (oblik sastavljen od određenog broja spojenih kvadrata – u *Tetrisu* četiri) je zajednički element slagalica od početka 20. stoljeća, a najčešće ga nalazimo u igrama popločavanja (*tilling puzzles*) kao što je pentomino ili igrama sastavljanja (*assembly puzzles*) kao što je tangram.

*Tetris* mudro kombinira varijante poliomino slagalica, tražeći od igrača da konstruira malo opločeno područje (liniju) slaganjem mikro-skupina od dva ili tri bloka. Umjesto da postavlja blokove, igrač njima manipulira dok se spuštaju.

Kao što svi ovi primjeri sugeriraju, navikavanje se oslanja na prethodne konvencije. *Pong* se nadovezuje na stolni tenis, koji se nadovezuje na tenis, koji se nadovezuje na zidni tenis (*racquets*). *Tetris* se oslanja na poliomine, koji se pozivaju na domine, koji se pozivaju na rane igre s kockicama i kostima.

Igre također mogu proizvesti vlastite konvencije, koje mogu postati dovoljno poznate tako da kasnije budu korištene na isti način kao što *Pong* koristi stolni tenis. Primjerice, padajući tetrominosi u *Tetrisu* nadahnuli su padajuće blokove u igrama kao što su *Columns*, *Dr. Mario* ili *Klax* – igrama koje modificiraju poznate konvencije iz ranijih igara.

107 Lansirna igra (*launch title*) je videoigra objavljena istovremeno s pripadajućom konzolom. (op. prev.)

108 Riječ je o igrama u kojima su osnovni gradivni elementi maleni pravokutnici ili kvadrati koji se nazivaju pločicama (*tiles*). (op. prev.)



Isto tako, prisnost subjekata ublažava nepoznatost forme. Parkerova rana igra Banking (1883.) oslanjala se na igračevu temeljno znanje o financijama. Popularne ležerne igre u stilu *Diner Dasha* čine istu stvar – oslanjaju se na igračevu upoznatost s konobarenjem, friziranjem ili drugim profesijama. Bez obzira koji primjer uzeli, rezultat je bitan: maksima “lako za naučiti” pogrešno je shvaćena. Mehanička jednostavnost manje je važna od konceptualne prisnosti.

Toliko o “lako za naučiti.” A što je s “teško za savladati?”

Neke igre su dovoljno duboke da provociraju majstorsko ovladavanje, no ne mnoge. Šah i gô funkcioniraju na temelju složenosti i promjena: to su igre koje nude tako bogate i zamršene varijacije da samo pažljivo i dugotrajno proučavanje može rezultirati vještinom. Iz tog razloga, koncept šahovskog majstora ne označuje nekoga tko samo često igra. Šah i gô igre su u kojima je majstorstvo definitivno “teško svladivo”.

Na Konferenciji programera igara (GDC) 2009., dizajnerica igara i pedagoginja Tracy Fullerton uočila je da teško ovladavanje takvim igrama inspirira manje sposobne igrače na istraživanje granica ljepote igre.<sup>109</sup> To možemo nazvati teritorijem *sublimnog ovladavanja*. I uistinu postoji bojažljivo čuđenje na tom teritoriju. No, također, riječ je o čudnom ovladavanju koje čuči na marginama igre te podjednako otuđuje koliko i nadahnjuje. Standardna obrazloženje za ovladavanje igrom apelira na dubinu igre, sugerirajući kako se njena vrijednost ne može potrošiti u nekoliko partija, već traži ponovljeno igranje, možda teoretski u nedogled, kako bi se razotkrile sve tajne. Problem je u tome što je sublimno ovladavanje najčešće poželjno samo kao ideal, a ne kao stvarni doživljaj.

Nije tajna da je Bushnell bio obožavatelj gôa. “Atari” je, na posljetku, tehnički termin iz te igre. Stoga je lako za pretpostaviti da se “teško za savladati” iz Bushnellovog zakona odnosi na NP-teške probleme<sup>110</sup> slične onima u gôu. No druga polovica ove izreke sugerira drugačije značenje.

109 Tracy Fullerton, “GDC Microtalks,” sesija na Konferenciji programera igara 2009., San Francisco, 26. ožujka 2009.

110 U računarskoj teoriji složenosti, NP-teško (nedeterministički teško u polinomijalnom vremenu) označava skup problema za koje ne postoji polinomijalni algoritam. (op. prev.)

To što bi igra trebala “nagraditi prvi žeton kao i stoti” (bilo je to vrijeme igara na automatima) ne govori ništa o kozmičkoj zamršenosti igre kao što je gô. Umjesto toga, sugerira se da bi igra trebala mnogo puta proizvesti privlačnost. Bushnellov zakon ne spominje o kakvoj bi se vrsti privlačnosti trebalo raditi u desetoj ili stotoj partiji, niti da li bi ta privlačnost trebala biti svaki put potpuno drugačija. Slično tome, Parkerove tehnike oblikovanja uopće ne spominju ovladavanje. Doduše, razjašnjavaju jednu vrstu privlačnosti koju bi igra mogla vremenom ponuditi.

Parkera zanima materijalna a ne konceptualna postojanost, kad kaže da bismo igru trebali moći igrati iznova i iznova. Iako takva izdržljivost podrazumijeva neke razloge zbog kojih želite ponovno igrati, ne podrazumijeva nikakav poziv na ovladavanje, bilo praktični ili sublimni. Privlačnost igre mora jednostavno poticati višestruko igranje, ne nužno višestruke jedinstvene partije, ili višestruke partije koje streme ka idealno odigranoj. Kao što Orbanes objašnjava, Parkerova tvrtka cijenila je postojanost. “Neka traje” je postao njen kredo.<sup>111</sup> Uistinu, kvaliteta materijala i proizvodnje pomogle su učiniti igre Parker Brothersa atraktivnima i kao artefaktima, a ne samo kao igrama.

Poput bilo kojeg zanatski izrađenog predmeta, društvena igra ili igra s kartama može stvoriti različite razine fizičke povezanosti. Dizajn Monopolyja, s njegovom modernističkom tipografijom, dopadljivim ilustracijama i kovanim figuricama stvara materijalno privlačnu igru koja pruža užitek u držanju, gledanju i posjedovanju jednako kao i u igranju. Monopoly postaje mjesto na koje se želimo vratiti, nešto kao Rapture u *Bioshocku* ili Azeroth u *WoW*-u. Činjenica da možemo uživati u raspravi o tome tko će biti automobil ili pas u Monopolyju jednako je važna kao i privlačnost mehanike igre (koja se očito puno brže iscrpljuje od mehanike gôa).

Slično tome, *Pong* ne nagrađuje stoti žeton putem veće kompleksnosti, već putem društvenog konteksta. U 1970-ima igre na žetone uglavnom ste mogli naći na mjestima poput barova i kuglana, i igra je doista posudila isti kontekst zbog kojeg se igre u gostionicama (kao što su pikado i biljar) čine privlačnima: možete ih igrati s prijateljima dok pijuckate. Jasno, možete postati bolji u *Pongu* baš kao što možete postati bolji u biljaru, no prava svrha ovih igara je ponuditi priliku za zblizavanje s prijateljima uz hladno pivo.

111 Orbanes, *The Game Makers*, 13.

Većinu ljudi nije zapravo briga hoće li savladati *Pong* ili biljar – ili *Tetris* ili šah, kad smo kod toga. Ljudi žele biti upućeni u te igre kako bi ih mogli inkorporirati u različite aktivnosti, prelazeći s faze učenja osnova na fazu korištenja igara za svrhe koje nadilaze njihovu mehaniku. Dapače, idealiziranje sublimnog ovladavanja, kojem teži šahovski velemaistor ili profesionalni igrač biljara, obični igrači čak mogu percipirati *nepoželjnim*.

*The New York Times* je 1906. izvijestio o značajnom padu popularnosti zidnog tenisa, predviđajući da će ga zbog manjih troškova i lakšeg savladavanja nesumnjivo zamijeniti skvoš. Peter Latham, tadašnji 18-godišnji prvak u skvošu, rekao je: “Zidni tenis je puno teži za savladavanje od skvoša ili tenisa na otvorenom. Mislim da će zidni tenis ostati gdje jest, dok će skvošu popularnost rasti.”<sup>112</sup> Činjenica da je skvoš istisnuo zidni tenis sugerira da je niska razina potrebnog ovladavanja privlačnije od visoke razine. Kao što je slučaj sa šahom ili gōom, zbog relativne zahtjevnosti zidni tenis doimao se nepristupačnim umjesto atraktivnim.

Do sada sam govorio o sportovima u zatvorenom s početka 20. stoljeća, ali što je s videoigrama u 21. stoljeću? Uzmimo ležernu igru dostupnu za preuzimanje kao što je *Zuma*. Poput mnogih ležernih igara, *Zuma* nudi besplatnu probnu verziju, koja u ovom slučaju ima tri nivoa. Igre te vrste pate od stope pretvorbe (odnos preuzimanja probne verzije i kupovine potpune verzije) koja može doseći jedan posto.<sup>113</sup>

Možemo zaključiti da za igre kao što je *Zuma* probna verzija omogućuje dovoljno navikavanja kako bi zadovoljila većinu igrača. Da biste savladali tri nivoa probne verzije *Zume* treba vam ograničena vještina, energija ili upornost. Neizbježno je, doista. Demo verzija je sama po sebi zadovoljavajuća i navikava igrače na određenu razinu izvedbe koju lako mogu doseći. Ovo uopće nije ovladavanje; u slučaju *Zume*, uobičajena aktivnost ponovljene igre više će biti povezana s odugovlačenjem ili puštanjem mozga na pašu nego što će poticati učinkovitiju izvedbu. Nedvojbeno, isto vrijedi za *Tetris*. Zamislite samo da su “besplatni demo nivoi” bili norma kada je igra objavljena 1986. Tko bi trebao više od toga?

112 *The New York Times*, “Decline of Racquets as an Indoor Sport,” 4. siječnja 1906. Ponovno zahvaljujem Jesperu Juulu što mi je ukazao na ovaj primjer.

113 K. Thor Jensen, “The Truth about the Biz of Casual Games,” *GigaOm*, 2. svibnja 1998., <http://gigaom.com/2008/05/02/casual-games-the-bottom-line/>.

Uzevši u obzir njihove brojčane rezultate, bodovne liste, dostignuća i brojne druge opipljive načine mjerenja izvedbe, istina je da nas videoigre, društvene igre, igre u gostionicama i sport ponekad pozivaju da težimo određenim postignućima. Ali češći je slučaj da osjećamo potrebu vratiti se igrama na koje smo navikli iz drugih razloga. *Airport Mania* omogućuje igračima da na nekoliko minuta kontroliraju zračni promet. *Tetris* daje osjećaj kontrole i organizacije u svijetu entropije. Ispostavlja se da je “teško za savladati” rijetko sekundarno svojstvo igara, svojstvo koju najviše cijene profesionalci, majstori i stručnjaci za igre s kartama – redom specijalisti, a ne generalisti, kao što bi nas ležerne igre voljele uvjeriti.

Evo iznenađujuće ideje koja bi mogla objasniti prisnost i navikavanje u igrama: *zaraznost*.

Uzmite za primjer zaraznu pjesmu, pjesmu koju ne možete izbaciti iz glave. Kako se to događa? Razlog zašto se zakačimo za neku pjesmu nije jasan, no neki istraživači nazvali su taj fenomen “kognitivnim svrbežom,” podražajem koji stvara nedostajuću ideju za koju naš mozak osjeća potrebu popuniti je.<sup>114</sup> Da li su kognitivne znanosti u pravu ili ne manje je važno; one nude korisnu metaforu kroz koju možemo postaviti drugo pitanje: što uzrokuje svrbež?

Paul Barsom, profesor glazbene kompozicije na sveučilištu Penn State, navodi nekoliko faktora koji pridonose zaraznosti pjesama.<sup>115</sup> Ti faktori, prikladno, odgovaraju mom čitanju Bushnellovog zakona.

Jedan je prisnost. Barsom kaže, “Određena prisnost – sličnost glazbi koju već poznajemo – može igrati ulogu [u poticanju zaraznosti]. S nepoznatom glazbom ne možemo se dobro povezati.” Ima smisla: napor koji je potreban za shvaćanje novog glazbenog koncepta, žanra ili pristupa čini aktivnost samog osjećanja glazbe teško ostvarivom.

Prisnost ili poznavanje povezano je s još jednim Barsomovim zapažanjem: ponavljanjem. Zarazne pjesme često imaju “udicu,” glazbenu frazu u kojoj leži najveći dio zaraznog sadržaja. I zaista, svrbež obično traje tek nekoliko sekundi, ponekad iritirajuće kratko.

114 Usp. David J.M. Kraemer i dr., “Musical Imagery: Sound of Silence Activates Auditory Cortex,” *Nature*, 10. ožujka 2005.

115 Joe Anuta, “What Makes a Song Catchy,” *Research Penn State*, 5. lipnja 2006., <http://www.rps.psu.edu/probing/tunes.html>.

No igre se oslanjaju na sitne atome interakcije čak i više od pjesama. Zarazni dio igre ponavlja se češće od refrena pjesme. U *Tetrisu*, to je slaganje tetrominosa. U *Diner Dashu*, to je usluživanje mušterija. U *Drop7*, to je mentalno izračunavanje položaja diska. Upravo se u takvim i sličnim zaraznim igrama oživljavaju poznate konvencije.

Još jedno svojstvo je nešto što Barsom naziva “kulturalnom poveznicom.” Kada se pjesma poveže s vanjskim konceptom, osjećajem ili idejom, povećava se njen potencijal da postane zarazna. Zarazne pjesme The Beach Boysa spojile su svježije ideje ljeta i plaže sa složenijim temama čežnje i žudnje. Kada Katy Perry pjeva o ljubljenu s djevojkom iste godine kada u Kaliforniji na snagu stupa zabrana istospolnih brakova, ona stvara manje nabijen mentalni prostor za razmišljanje o takvim pitanjima.

Kulturalne poveznice pomažu u navikavanju na određene ideje. Daju im oblik, aklimatiziraju slušatelje – ili igrače – na društvene kontekste u kojima bi se ideje mogle koristiti. Godine 1972. *Pong* je svijetu predstavio ideju da će računala postati strojevi za istraživanje ideja i interakciju s ljudima. Godine 2006. *Wii Sports* ponovno je aktivirao dnevni boravak kao društveni prostor obitelji, vraćajući izgubljeno digitalno ognjište iz ere Atarija/Intellivisiona. Pomoću glazbe utjelovljujemo zaraznost vrteći pjesmu u glavi ili lupkajući nogom u ritmu. Pomoću igara utjelovljujemo zaraznost igrajući iznova, iz određenih razloga.

Dizajneri igara otvoreno govore o tome kako postići da igre “izazovu ovisnost”, no “zarazno” je zasigurno bolji verbalni okvir od “ovisnosti.” Doista, zašto bi itko odlučio reći da njegov rad “izaziva ovisnost” – što je termin koji je obično rezerviran za nepopularne tjelesne grijeha poput nikotina? Zašto bismo htjeli da dizajn igara zvuči kao dilanje droge, jednostavno “lako za naučiti” vodi prepredenom otvaranju Pandorine kutije “teško za savladati”? Retoričke prednosti “zaraznosti” ukazuju na njenu primjenu. Štoviše, većina programera zapravo ne želi praviti igre koje su “lake za naučiti i teške za savladati.” Igra koja je laka za naučiti vjerojatno nije loša stvar, no ne pogađa bit one vrste privlačnosti koja vodi ka zaraznosti.

Brojne igre su teške za savladati, i to nisu one koje nose oznaku “ležerne.” Igra *Metal Gear Solid* teška je za savladati, kao i *Mega Man 9* ili *Ninja Gaiden*, i to zato što su nevjerojatno složene. Težnja za dizajnom koji iziskuje vještinu nije loša; no to nije cilj koji

ispunjavaju radovi koji primjenjuju Bushnellov zakon. Ovladavanje je, ispostavlja se, visoko specijalizirana biljka koja raste samo u ekstremnim uvjetima; doista, ludičko sublimno vjerojatno je vrlo rijetka biljka. Većinu vremena dovoljno je stvaranje navikavanja: poticati igrače da se vrate vašoj igri, bez obzira žele li ili ne žele prožvakati svaki komadić izvedbe.

Bushnellov zakon nije beskoristan ili priprost, ali je općenito pogrešno shvaćen. On ne objašnjava fenomen koji smo mislili da objašnjava, već sugerira da igre mogu kultivirati prisnost konstruiranjem uobičajenih doživljaja. Čine to pronalaženjem receptora za poznatu mehaniku i njihovim prilagođavanjem tako da rezoniraju na zadovoljavajuće poznat način.

Na jednom Electronic Entertainment Expou (E3) u Los Angelesu, Američka vojska priredila je spektakl ispred Južne dvorane Kongresnog centra u Los Angelesu kako bi promovirala novo izdanje svoje popularne igre *America's Army: Special Forces*. U sklopu prezentacije, prolaznici su mogli pozirati držeći veliku pušku uz operativca Specijalnih postrojbi i Humveeja. U vještoj perverziji turističke zamke, vojska je čak ponudila besplatne polaroid fotografije potencijalnih igrača (i novaka) pripremljenih za borbu.

Baš poput brojnih drugih spektakla, ovaj performans nije koristio samo vojsci već cijeloj industriji igara, skrećući pozornost na videoigre kroz *America's Army*. Ovdje su slinjenje za oružjem i štand s vojnicima zamijenili meku pornografiju i hostese, ali s istim ciljem: kako bi promovirali i učvrstili uloge koje igrači žele igrati.

Osvrćući se na događaj, kritičar Noah Wardrip-Fruin rekao je: "Većina igara nudi različite verzije fantazije o opakom tipu koji barata oružjem/mačem/čarolijama."<sup>116</sup> Pripadnik Specijalne postrojbe je, naposljetku, uobičajena uloga u videoigramama, i to ne samo u onima koje je proizvela vojska. Ako nas videoigre stavljaju u tuđe cipele, te cipele su vrlo često vojničke čizme.

Kako se opseg i svrha videoigara širi, tako one igračima omogućuju pristup različitim vrstama fantazija. Gotovo nezamisliv uspjeh igre *Food Force* nastale u sklopu UN-ova Svjetskog programa hrane (WFP) naglašava ovaj trend. A *Food Force* je igra u kojoj ste humanitarac. No mali broj igara, bilo da su namijenjene edukaciji ili zabavi, bavi se specifičnim izazovom: postoje li valjane ili čak pozitivne fantazije koje uključuju oružje? Mogu li igre ponuditi pozitivne poruke o nošenju i upotrebi vatrenog oružja?

Mogli bismo ukazati na obilje igara – u smislu njihova broja i uložene novca – koje izbacuju fantaziju iz vojnih akcija. Igre kao što je *Full Spectrum Warrior* donose detaljne prikaze vojnih akcija u

kojima se odbacuju pucanje iz oružja u korist "realističnijih" borbenih scenarija. Bez obzira na to, takve se igre još uvijek oslanjaju na fantaziju vojničine, čak i ako taj opasni vojnik slijedi naredbe zapovjednog lanca. No postoji drugi, možda iznenađujući, kandidat za novu fantaziju s oružjem. Riječ je o igri za PlayStation koja nosi ime i ima potporu američkog lobija za pravo na posjedovanje oružja, Nacionalnog udruženja za oružje (NRA).

*NRA Gun Club* je igra pucanja u metu. Nudi više od stotinu komada vatrenog oružja od kojih su svi realistično oblikovani po izgledu i funkcioniranju, od pucanja do ponovnog punjenja magazina. Igrači biraju između desetak pucačkih izazova, od streljane u zatvorenom do gađanja glinenih golubova na otvorenom i gađanja limenih patki u zabavnom parku.

Kao što je za očekivati, igra primjenjuje sve konvencije žanra pucačine iz prvog lica (FPS). Igrač stoji iza oružja ili, u nekim slučajevima, gleda kroz nišan, ciljajući u središte mete. Iz E3-jeva kratkog pregleda igre nisu se mogli naslutiti značajni dodatni detalji tradicionalnoj FPS igri, osim mogućnosti da igrač zadrži dah kako bi mogao što preciznije nanišani. Slijedeći tipične konvencije, igrači se mogu odlučiti za "karijeru sportaša", način igre u kojem postaju certificirani za određeno oružje kako bi otključali nove klase i vrste oružja.

Mnogi ljudi – možda čak i strastveni igrači brutalnih FPS-ova – moguće će ustuknuti pred samom idejom igre licencirane od strane NRA-a. Za neke, njihovo odobrenje je dovoljan razlog da izbjegavaju *Gun Club*. Za druge, NRA može probuditi gorka sjećanja na *Lovca na jelene* i slične naslove koji se još uvijek prodaju puno bolje od kvalitetnijih, više nijansiranih igara. Cinici bi čak mogli primijetiti da je izdavač igre, Crave Entertainment, također objavio *The Bible Game*, igru za Game Boy i PS2 namijenjenu prvenstveno djeci. *Bog i puške* – slogan koji povremeno služi i kao američka vanjska politika.

Izazivam te skeptike da na trenutak zanemare predrasude prema NRA-u i analiziraju igru kao takvu. S jedne strane, ona očrtava vrlo sofisticirani pristup udruženja javnoj komunikaciji temeljenoj na videoigramama. Ovo nije prva igra koju su poduprli – 2004. tvrtka Interactive Sports Entertainment and Marketing objavila je *NRA Varmint Hunter*, igru u kojoj igrač vitla vatrenim oružjem u borbi protiv pošasti svizaca i prerijskih pasa. Reklamni materijal obećavao je "realistični prikaz ponašanja životinja"

116 Noah Wardrip-Fruin, "Two E3 Fantasies," *Grand Text Auto*, 7. rujna 2006., <http://grandtextauto.org/2006/09/07/two-e3-fantasies/>.

zahvaljujući suradnji s Udruženjem lovaca na štetočine (VHA). Početni zaslon igre prikazuje prerijskog psa koji besciljno zuri u središtu dalekometnog ciljnika. Igrač čak posjećuje otrcanu lokalnu trgovinu kako bi se opskrbio zalihama.

Kakve god predrasude imali o NRA-u i njegovim članovima, programeri *Varmint Huntera* očigledno su odabrali nelaskavu karakterizaciju. S igrom *NRA Gun Club* udruženje pravi važan retorički odmak od reputacije oružja kao uresa seljačina, prostaka i neotesanaca. Zapravo, zbog fetišizacije oružja u videoigrama u zadnja dva desetljeća, *Gun Club* možda će biti jedna od najučinkovitijih ozbiljnih igara novijeg datuma budući da nudi fantaziju igre s oružjem koja stoji u opreci s većinom popularnih medija.

Recenzije *Varmint Huntera* bile su, da upotrijebim službenu terminologiju recenzentske mrežne stranice Gamespot, “očajne.”<sup>117</sup> Jedan recenzent koji je ocijenio igru (“užasna”) nazvao ju je “vrlo dosadnom ... i repetitivnom,” dok je drugi napisao da je “katastrofalna,” pitajući se “što reći o igri u kojoj pucate na glodavce? ... treba je uništiti.” Takvu reakciju mogli bismo pripisati zgroženosti nad ubijanjem nevinih životinja, no kasniji komentar otkriva da je u pitanju izvedba, ne koncept: “(Simulirano) ponovno nabijanje oružja je supersporo .... Mislim, ako zbilja želite ubijati štetočine (*sic!*) što je brže moguće, nećete potrošiti dvije minute na nabijanje!!!” Ni *NRA Gun Club* nije bolje prošao – također je dobio ocjenu “očajno” i sarkastičnu pohvalu “apsolutno posvećen nepodnošljivosti.”<sup>118</sup>

To ne bi trebalo biti iznenađujuće: svi koji su pucali na streljani znaju koliko je ta aktivnost spora ili čak dosadna u stvarnosti. Možda je golf jedini dosadniji sport, no u golfu se vrijeme između udaraca može popuniti razgovorima o poslu ili tračevima. Baš kao što sve golferske igre apstrahiraju dugu šetnju od rupe do rupe, tako sve igre s oružjem apstrahiraju zamorno ponovno nabijanje. Ali možda bi proces postajanja dobrim strijelcem *trebao* biti polagan i mukotrpan. Držati pravi pištolj u rukama nije osobito zabavno – po mom iskustvu, to čak izaziva

osjećaj tjeskobe. Stvarna moć vatrenog oružja je sveprožimajući utisak i podsjetnik na ozbiljnost oružja. Međutim, reprezentacija vatrenog oružja u videoigrama je upravo suprotna: ona pruža fantaziju moći i ne spominje posljedice. Ne mislim na posljedice čina pucanja i ubijanja, već samog čina držanja u rukama oružja koje to može.

Prikazujući oružje dosadnim, *NRA Gun Club* mogao bi zastupati retoriku koju su mnogi odbacili kao politikantstvo i izmišljotinu: odgovorno rukovanje vatrenim oružjem. Možemo ići toliko daleko i reći da igra duguje većinu svoje retoričke moći komercijalnim pucačinama iz prvog lica. Sama opsesija fantazijom pucnjave koja je uobičajena za komercijalne videoigre stvara prazan prostor u kojem fantazija odgovornog rukovanja oružjem poprima koherentniji oblik nego što bi to mogla u bilo kojem drugom mediju: u konačnici, biti dobar strijelac možda i nije toliko zanimljivo.

Jasno, *NRA Gun Club* ne govori ništa o gorljivom zagovaranju lova ili često uskogrudnom zagovaranju Drugog amandmana od strane NRA. Bez obzira da li nasilni mediji utječu ili ne na ponašanje igrača, tvrdnja NRA-a i Crave Entertainmenta da je *Gun Club* “nenasilna” igra predstavlja kontrapunkt fantaziji pucnjave tipičnoj za komercijalne igre. Streljaštvo, ispostavlja se, monotoni je sport ispunjen rukovanjem opremom i čekanjem. Za one koji u tome pronalaze zadovoljstvo, užitak leži u ovladavanju mehanizmom. Kada destruktivna moć oružja proizvodi uzbuđenje, to je uzbuđenje kontekstualizirano u poštovanju (čak i anksioznošću) dodatno pojačanom relativno rijetkim hitcem. I možda je upravo to tip pucačke fantazije kakav trebamo.

Sposobnost *NRA Gun Cluba* da predstavi odmak od upotrebe oružja proizlazi iz ozbiljnosti do koje nije lako doći bez puno rada. To je pravilo koje je najlakše demonstrirati putem iznimke. Uzmimo *Torture Game 2*, jednostavnu mrežnu videoigru u kojoj igrači mogu nanijeti različite krvave kazne (šiljci, pucnjava, britva, užad, itd.) krpenoj lutki koja se klata na konopu.

U članku za MSNBC koji govori o igri, novinarka Winda Benedetti navodi kako 19-godišnji programer nije puno razmišljao dok ju je stvarao.<sup>119</sup> Za kritičare ovakvih igara, primamljujuće je

117 “NRA Varmint Hunter Reviews,” *GameSpot*, 8. veljače 2006., <http://www.gamespot.com/pc/sports/nravarminthunter/players.html?tag=tabs%3Breviews>.

118 Jeff Gertsman, “NRA Gun Club Review,” *GameSpot*, 5. prosinca 2006., <http://www.gamespot.com/ps2/action/gunclub/review.html?tag=tabs%3Breviews>.

119 Winda Benedetti, “Should You Take ‘Torture’ Seriously?,” *MSNBC*, 24. lipnja 2008., <http://www.msnbc.msn.com/id/25337373/wid/11915829?GT1=40006>.



zaključiti da problem leži u temi: igra o mučenju ne može biti dobra ideja. Ali kao što *NRA Gun Club* sugerira, promišljenost i nezanimljivost mogu biti najbolji način za simuliranje nečeg zastrašujućeg. Upravo je manjak ozbiljnosti i dubine simulacije ono što čini igru *Torture Game 2* uvredljivom, bez obzira na njenu temu.

Mučenje nije isto što i nasumično nasilje. Mučenje je nanošenje fizičke ili mentalne boli u svrhu kazne ili privole. Proces mučenja traumatičan je upravo zato što smrt ili ludilo nisu primarni cilj, ali njihov nagovještaj i strah pojavljuju se gotovo trenutačno. Ova igra ne pokušava adresirati doživljaj mučenoga, stoga ću to zanimljivo pitanje ostaviti na trenutak po strani. Iz perspektive mučitelja, stav i odlučnost potrebni za izvršavanje samog čina dostojni su razumijevanja i razrješenja. Odvratnost igre blijedi pred poviješću i sadašnjošću stvarnog mučenja. Usporedite samo stvarne sprave za mučenje s anonimnim napravama u igri: kruška za gušenje, drvena ili željezna naprava koja se rastvarala u ustima mučenika; heretička vilica, oštra vilica s dva šiljka koja se stavlja između brade i prsne kosti kako bi spriječila žrtvu da pomiče glavu; Judina stolica, naoštrena drvena piramida na koju se spuštalo mučenika; vodeno mučenje, nalijevanje vode u usta mučenoga, čime se izaziva osjećaj utapanja.

Kakav je osjećaj mučiti nekoga? To je tema koju videoigre mogu uprizoriti tako da simuliraju doživljaj motivacije, provedbe i posljedica. Kakav je osjećaj zatezati tijesak za glavu dok vaše žrtve vrište u agoniji, zubi im pucaju, oči iskaču iz duplji i, konačno, ako je potrebno, drobi im se vrat? Kakav je osjećaj izlijevati kante vode na žrtvu koja se uzaludno koprcu dok joj mozak počinje slati signale da se utapa? Kakav je osjećaj čuti i ignorirati očajničke vapaje za milošću dok pokušavate izvući informacije ili priznanje? Ili, s druge strane, kakav je osjećaj prolaziti svaki dan ulicom pored čovjeka koji polako umire od gangrene uzrokovane željeznom stolicom sa šiljcima a koji je javno izložen kao upozorenje?

No lutka u *Torture Game 2* ne plače, ne trza se i ne reagira ni na koji način osim fizikom svoje kinematike i pažljivim prskanjem krvi. Nismo prisiljeni osjetiti meko kidanje mesa dok britva ulazi u bedro niti proklizavanje motorne pile kroz podlakticu. Nema društvenog konteksta koji bi nas motivirao ili potaknuo osjećaj zbuđenosti, strepnje ili žaljenja. *Torture Game 2* je voodoo lutka, a ne simulator mučenja. Omogućuje nam da zamislimo da nanosi-

mo bol, ali bez preuzimanja odgovornosti ili shvaćanja posljedica samog čina.

Kao što postoje videoigre poput *NRA Gun Cluba* koje predstavljaju pucanje iz vatrenog oružja kao dosadnu ili nepoželjnu radnju, tako postoje videoigre koje se približavaju uvjerljivoj simulaciji mučenja. Najbolji primjer je *Manhunt* (pri čemu “najbolji” znači “najodvratniji”). Igra se bavi sociopatom kojem je uskraćena smrt (što je samo po sebi mučenje) u zamjenu za obavljanje posla krvnika-plaćenika. Sama djela su gnjusna, no igra uspijeva motivirati igrača da ih obavlja. Još dugo nakon igranja možete osjetiti disonantne odjeke tog užitka.

Kada je objavljen nastavak *Manhunta* za Nintendo Wii, rasplamsala se kontroverza zahvaljujući dodavanju gestualnih sučelja u zalihu poremećenih radnji: sada ste mogli “zaista” otpiliti ud, ugušiti nekoga pomoću užeta ili drobiti žrtvine testise.<sup>120</sup> Ovo ga puta kontekst je čista psihoza, ali su efekti uz vizualne postali i fizički. Igrač osjeća isto gađenje i intrigu kao u originalnoj verziji, ali sada mora također prihvatiti fiziološku reakciju: žarenje mišića od virtualnog piljenja, ubrzano kucanje srca od naprezanja.

Velik dio kontroverze oko igre *Manhunt 2* bio je usmjeren upravo na gestualne kontrole izdanja za Wii. Stvarno utjelovljivanje tih sadističkih radnji, tvrdili su mnogi, previše se približilo simulaciji ubojstva. No ti kritičari pogrešno su shvatili situaciju. Simulator ubojstva trebao bi nas zgroziti, što više, to bolje. Ako išta, trivijaliziranje smrti i mučenja kroz apstrakciju puno je uznemirujuće od njihova prigušivanja kroz mučnu reprezentaciju. *Torture Game 2* zakazuje ne zato što nam pruža zadovoljstvo, već zato što ne izaziva nikakav osjećaj, ili barem nedovoljno osjećaja o stvarima koje nam omogućuje da činimo. Trebali bismo simulirati mučenje ne kako bi simulacija zamijenila stvarno mučenje, već kako bi nam ga iznova zgadila.

<sup>120</sup> Chris Kohler, “*Manhunt 2* Meltdown Shows Game-Killing Power of Adults-Only Rating,” *Wired News*, 22. kolovoza 2007., <http://www.wired.com/gaming/gamingreviews/news/2007/08/esrb>.

Kada govorimo o jedinstvenim moćima videoigara, možemo navesti njihovu sposobnost da nas natjeraju da se prihvatimo trnovitih izazova, da zaokupe našu pozornost i posvećenost, da preplave naša osjetila i um dok nastojimo savladati fizička iskušenja bitke ili smisliti optimalnu ekonomsku strategiju.

Obično smo u pravu kada to mislimo, bez obzira na temu ili svrhu igre. Doista, jedna od prednosti igara nad medijima kao što su tisak, slika i film je način na koji učinkovito okupiraju našu pažnju, tjerajući nas da postanemo praktičari njihovih problema, a ne samo slučajni promatrači. Od algebre do zombija, dobre igre očaravaju nas sofisticiranošću misli i djela.

Ako zamislimo da je ta sofisticiranost dobitak na pojačalu, mogli bismo shvatiti da za neke probleme nije potrebno imati 11 nivoa. I ne samo zato što je riječ o ležernim igrama ili igrama kojima je cilj opustiti nas ili nam olakšati interakciju s prijateljima. Ne, neke igre jednostavno se ne bave tako zanimljivim temama. One su rutina više nego doživljaji. Alati više nego umjetnost. Vježbe više nego izazovi.

Organizacija međunarodnog civilnog zrakoplovstva (ICAO) zahtijeva da kabinsko osoblje putnicima pruži upute o sigurnosti i ponašanju u slučaju opasnosti na komercijalnom letu prije polijetanja. Ako često letite, vjerojatno ste se naslušali tih uputa pa ih ignorirate. Putovanje zrakom je vrlo sigurno, naposljetku, puno sigurnije od vožnje automobilom. Prema statistikama koje je prikupio LiveScience (mrežni izvor vijesti iz područja znanosti) izgledi da ćete poginuti u zrakoplovnoj nesreći u SAD-u su 1:20.000, dok su izgledi da ćete poginuti ako se poskliznete 1:246, u automobilskoj nesreći 1:100, a od srčanih bolesti 1:5.<sup>121</sup> Statistički gledano, demonstracija sigurnosnih uputa mogla bi se produktivnije iskoristiti za odvratanje putnika od jedenja u restoranima brze hrane u zračnoj luci.

121 Robert Roy Britt, "The Odds of Dying," *LiveScience*, 6. siječnja 2005., [http://www.livescience.com/environment/050106\\_odds\\_of\\_dying.html](http://www.livescience.com/environment/050106_odds_of_dying.html).

Usprkos niskom riziku, tko ne može izdvojiti pet minuta? Zašto ne biste znati gdje je najbliži izlaz i podsjetili se kako funkcioniraju maske za kisik? Najbolji razlog nije i najočiti: demonstracijske prakse zrakoplovnih kompanija zapravo su to otežale.

Situacija nije uvijek bila nalik današnjoj. Još sredinom stoljeća komercijalno putovanje avionom bilo je izrazito opasno. Pri ukrcavanju na luksuzni Boeing B377 Stratocruiser 1950., putnike Pan Ama možda je trebalo upozoriti da prouče sigurnosne upute, s obzirom da je 13 od 56 sagrađenih Stratocruisera između 1951. i 1970 doživjelo nesreću povezanu s gubitkom trupa.

Danas se pak borimo za prostor za prtljagu i pokušavamo namjestiti u neudobnim zguranim sjedalima u ekonomskoj klasi, a putovanje zrakom postalo je previše obično da bi izazvalo zanimanje, a kamoli strah. Putnika je jako puno, a vremena premalo za personalizaciju. Stoga demonstracija sigurnosnih uputa ide ruku pod ruku s ispraznom dosadom suvremenog putovanja zrakom.

Nakon 11. rujna, stjuardi i stjuardese napokon su priznati kao djelatnici zaduženi za sigurnost. Rezultati su bili korisni iz perspektive uvjeta rada, no nisu puno učinili za sigurnost putnika općenito. Kao što Drew Whitelegg opisuje u svojoj knjizi o stjuardima i stjuardesama, *Working the Skies*, zrakoplovne kompanije skreću pozornost na pitanja sigurnosti u najmanjoj mogućoj mjeri kako ne bi odvratile putnike.<sup>122</sup>

U nekim slučajevima, poput, primjerice, slavnog sigurnosnog hip-hopa kompanije Southwest Airlines, pojedini stjuardi i stjuardese preuzeli su na sebe zadatak da podignu atmosferu u kabini, da učine najave zabavnijima (a vjerojatno i svoje poslove podnošljivijima). U novije vrijeme, zrakoplovne kompanije usvojile su sličan pristup kao službenu korporativnu strategiju. Na primjer, zračni prijevoznik iz mog rodnog grada Atlante, uveo je novi sigurnosni video 2008. u kojem se u ulozi pripovjedača pojavljuje iznimno zgodna stjuardesa. Video uključuje brojne krupne kadrove njenog lica, ističući njene visoke jagodice i pune usne. U jednom trenutku, ona zaigrano maše prstom ispred kamere, upozoravajući da "Pušenje *nije dozvoljeno* ni na jednom Deltinom letu."

122 Drew Whitelegg, *Working the Skies: The Fast-Paced, Disorienting World of the Flight Attendant* (New York: New York University Press, 2007.), 110–16.

Njeno ime je Katherine Lee i zaista je Deltina stjuardesa, a ne samo glasnogovornica. Na Internetu je dobila ime “Deltalina” zahvaljujući sličnosti s Angelinom Jolie (od tada je prihvatila to ime i postala manji *celebrity*). Njen video sa sigurnosnim uputama pogledan je na YouTubeu više od dva milijuna puta.<sup>123</sup> Pojavljivala se u mnogim televizijskim emisijama, uključujući i one na CNN-u. Mrežni portal Wired.com nazvao ju je “Deltinom seksi sigurnosnom starletom.”<sup>124</sup> U čudnom povijesnom obratu, ovo prilično nalikuje na Pan Am naših očeva.

U sličnom, ali još čudnijem potezu, Air New Zealand napravio je video s kabinskim osobljem, muškim i ženskim, koje nije imalo ništa na sebi osim *body-paint* uniformi. Pažljivim kadriranjem i rezovima osiguralo se da video bude prihvatljiv za sve uzraste (na kraju se pojavljuje zamučeni kadar stražnjice), no namjera je jasna: privući pozornost pružanjem sadržaja koji putnici žele gledati.

I ovakvi su uratci zasigurno natjerali putnike da obrate više pozornosti, čak i ako istovremeno perpetuiraju nazadnu ideju stjuardese kao seksualnog objekta. Riječima Deltinog rukovodioca koji je zaslužan za video s Deltalinom, mušterije sada “znaju što trebaju napraviti u slučaju opasnosti ... ubacivanjem humora i neočekivanih obrata u nešto prilično standardno.”<sup>125</sup> Ipak, pretvaranjem sigurnosti u nešto zanimljivo, rješenja poput ovih zapravo *smanjuju* mogućnost komuniciranja bitnih informacija, ako je to uopće moguće.

Cilj sigurnosnih hip-hop uputa uživo ili videa s privlačnim ženama je privući više pozornosti nego što to može tiskani letak, ilustrirana kartica, snimka demonstracije ili pokazivanje uputa uživo. Provokacija funkcionira; čujemo ih i vidimo (raper-stjuard je zabavan, Katherine Lee je prekrasna). No ono što nam privlači pozornost nije sadržaj već način na koji on biva izložen. Preletio sam stotine tisuća kilometara s Deltom od pojave videa s Deltalinom, ali još uvijek ne znam gdje je prsluk za spašavanje (“Prsluci za spašavanje nalaze se ispod vašeg sjedala, između sjedala ili u

pretincu ispod naslona za ruke”). Zaboravite na osam koraka za pravilno navlačenje prsluka. Rezultat je teatar sigurnosti. Zrakoplovni prijevoznici stvaraju dojam sigurnosti kako bi zadovoljili propise, istovremeno namećući putnicima što manji kognitivni i emocionalni teret kako bi suzbili strah i uznemirenost.

Kao što zna svatko tko je bio na krstarenju brodom, svi putnici primorani su sudjelovati u vježbama napuštanja broda ubrzo nakon ukrcavanja. Iako brodovi tonu još rjeđe nego što se avioni ruše, međunarodni zakon obvezuje posadu da provede pravu vježbu napuštanja (ne samo demonstraciju) u kojoj putnici moraju navući prsluke za spašavanje i doći do čamaca za spašavanje koji su im dodijeljeni unutar određenog vremenskog roka.

Lekcije usvojene na ovaj način su banalne, ali zapanjujuće. Lako je navući prsluk za spašavanje nakon što ste to već jednom učinili. Lako je pronaći pravi čamac za spašavanje kada znate kuda morate ići. Lako je pronaći najbrži put ako ste ga već jednom prešli. No prvi put, svi ovi zadaci mogu biti zbunjujući.

Isto tako, lako je zakopčati i otkopčati svoj sigurnosni pojas u zrakoplovu zato što ste to napravili već toliko puta ranije. Srećom, nikad nisam trebao upotrijebiti jednu od onih žutih maski s kisikom koje ispadnu “u rijetkom slučaju promjene tlaka u kabini.” No da ispadne, kladim se da ne bih znao što točno trebam napraviti. Isto kao što ne bih znao pronaći vrata za izlaz u slučaju nužde koja imaju splavi na napuhavanje ili proključiviti pravi način za osposobljavanje izlaza u slučaju nužde.

Osoblje službi za hitne intervencije već neko vrijeme koristi igranje uloga uživo i kompjuterske simulacije za vježbanje pripravnosti u kriznim stanjima. Doista, simulacije hitnih intervencija za pomoćno medicinsko osoblje i vatrogasce jedno su od najaktivnijih područja u razvoju ozbiljnih igara. Primjerice, tvrtka Virtual Heroes osmislila je *HumanSim*, sofisticiranu medicinsku simulaciju namijenjenu zdravstvenim djelatnicima za isprobavanje neobičnih scenarija, uključujući reagiranje na “rijetke situacije ili događaje.”

No te vježbe su kompleksne i skupe, iako manje kompleksne i skupe u simuliranoj verziji nego kada se izvode na stvarnim ulicama sa stvarnom opremom. Uistinu, isplativost je jedan od razloga zašto ozbiljne igre privlače organizacije i jedinice lokalne uprave koje ih upotrebljavaju u tu svrhu.

123 Do studenoga 2010.

124 Joe Brown, “Delta’s New Sexy Safety Starlet,” *Wired*, 26. ožujka 2008., <http://www.wired.com/autopia/2008/03/deltasnew-safe/>.

125 Associated Press, “Safety Video Stars Delta Employee,” *Yahoo News*, 24. ožujka 2008., <http://news.yahoo.com/safety-video-stars-delta-employee.html>.

Obuka u igrama tradicionalno je shvaćena kao digitalizacija uvježbavanja vještina. *Math Blaster*, *Reader Rabbit* i druge obrazovno-zabavne igre (*edutainment*) očit su primjer, sa svojim šareno obojenim pristupom aritmetici ili fonetici. Sigurnosni pojas, prsluk za spašavanje i izlaz u slučaju nužde predstavljaju vrstu zadatka koji je jednostavniji i manje izazovan od snalaženja u kriznim situacijama, ali složeniji i manje dosadan od vježbi vještine za djecu. Zapravo nije potrebno često vježbati vezanje pojasa i navlačenje prsluka za spašavanje. Jednom je dovoljno. No taj jedan put bez sumnje je koristan.

Korisno je usporediti *HumanSim* s Deltalininim videom i vježbom napuštanja broda. *HumanSim* upotrebljava sofisticiranu umjetnu inteligenciju kako bi simulirao međusobno povezane posljedice odluka donesenih u djeliću sekunde. Deltalinin video upotrebljava prigušenu nestašnost za privlačenje pozornosti. Vježba napuštanja broda osmišljena je kako bi natjerala putnike da nauče kako ispravno navući prsluk za spašavanje. U ovoj zadnjoj vrsti vježbe ima potencijala – “jednom isprobate, ubuduće znate.” To je domena primjene s kojom se neprestano bavimo: kako da dođem do izlaza u slučaju nužde? Kako da upravljam kontrolom brzine? Kako da pokupim svoje dijete iz dnevnog boravka?

Većina ovih zadataka je jednostavna, ali još uvijek dovoljno složena da ih treba razmatrati kao procese, a ne jednostavni niz uputa. Kada idete po dijete, može se dogoditi da pada kiša. Ili se može dogoditi da je jedan od najbližih izlaza u slučaju nužde zakrčen krhotinama. Takva vrsta vježbe nije tek rutinska vježba, kao *Math Blaster*, niti podrazumijeva složenu dinamiku s nepredvidivim povratnim petljama i vremenskim uvjetima, kao *HumanSim*. Umjesto da radimo samo ono što nam je zadaća, mi to simuliramo.

Možda je najbolji primjer igre u kojoj se pojavljuje ovakva vrsta simulirane vježbe *Cooking Mama*, serija kuhinjskih simulacijskih igara. Mama vodi igrača kroz korake u pripremi jela – filetiranje ribe, pirjanje začina, ukrašavanje tanjura – te ga kori i grdi ako u nečemu pogriješi. Iako vjerojatno ne bih želio jesti obrok pripremljen od strane nekoga tko je kuhao samo u igri, osjećao bih se začuđujuće pouzdaniji u vještinu takvog kuhara nego u vještinu nekoga tko se ugleda na televizijsku kuharicu Rachael Ray.

*Cooking Mama* teži višim estetskim svrhama, ciljevima koji nadilaze puko korištenje alata. No kao konceptualni model nudi dobar početni primjer igre uvježbavanja. Bliža duhu stvarnog uvježbavanja je igra *Parallel Parking Game* napravljena u sklopu online-autoškole Drivers Ed Direct. U njoj radite upravo ono što naslov govori: vježbate bočno parkiranje automobila, pokušavajući izbjeći sudare. Jasno, kontrole na tipkovnici nisu slične onima u stvarnom automobilu i fizika igre je nerealistična, ali ideja vježbanja i obuke je itekako prisutna: okušavajući se u zadatku u igri, dobivate preliminarni dojam što on podrazumijeva, kako trebate postupiti te kako izbjeći neuspjeh.

Nema mnogo igara poput ove, ali moglo bi biti. Zamislite koje biste sve stvari mogli isprobati prije nego što ih zaista morate napraviti: promijeniti pelenu, uvući konac u iglu, cjenkati se kod kupnje automobila, napuniti perilicu suda, razrezati puricu, ulaštiti sportski auto, ispeglati košulju, zamotati dar, degustirati vino, sastaviti policu za knjige, ukoriti dijete, snimiti televizijsku emisiju. Ništa od navedenog nije osobito monumentalno ili zanimljivo; većina tih aktivnosti je prilično banalna. No bilo što može biti izazovno kada to radite po prvi puta.

Uzmimo ponovno za primjer komercijalnu zrakoplovnu kompaniju. Svako sjedalo na svakom letu ima osobni video zaslon na kojem gledam kako Katherine Lee maše prstom i pući usne prema meni. Svaki zaslon također je terminal za Linux sustav, na kojem mogu igrati kviz, ajnc ili Zumu. On čak zna lokaciju mog sjedala i, pretpostavljam, tip zrakoplova koji me treba prebaciti preko oceana brzinom od 800 kilometara na sat. Zamislite da se mogu odlučiti na kratku vježbu evakuacije i spašavanja – slijediti oznake za izlaze u slučaju nužde, pokušati otvoriti vrata i napuhati splav na spašavanje, sve kako bih prkosio izuzetno malim izgledima za preživljavanje. Ne bi li tih nekoliko minuta tako utrošeno bilo vrednije od slinjenja nad Katherine Lee?

Volimo misliti da je tehnološki napredak spektakularan. Bilo da naši stavovi prate optimizam Claya Shirkyja ili pak osudu Nicholas Carra, sigurni smo da nas očekuje nešto dramatično. Ili će nove kompjuterske tehnologije pomoći u rješavanju gorućih problema ili će stvoriti još urgentnije probleme koji će zahtijevati potpuno drugačija rješenja. Kako god bilo, jedno je sigurno: sadašnjost je senzacionalna, a budućnost će biti još senzacionalnija.

Istina je da mediji ponekad dramatično mijenjaju način na koji živimo. Digitalno računalo spojeno na Internet možda će nastaviti niz medija kao što su izrada alata, poljoprivreda, abeceda, kočija, tisak i izmjenična struja kao sila koje su iz temelja i zauvijek promijenile oblik ljudskog života i iskustva. No, unutar okvira ekologija medija poput ovih, manje plime i oseke uzrokuju manje valove. Ali puno manjih valova. Unutar ekologije, pojedinačno djelovanje bića utječe na sustav u cijelosti. Ovdje nastupa mikroekologija medija, postavljajući skromna, pragmatična, ali značajna pitanja o unutarnjem funkcioniranju određenih medijskih mikrostaništa.

U ovoj knjizi pokušao sam zariti prste u medijski ekosustav videoigara. Namjera mi nije bila prezentirati kompletni inventar različitih načina na koje se igre koriste, već ponuditi niz primjera koji demonstriraju njihovu raznolikost i složenost. Pokušao sam pokazati da je već puno toga napravljeno s igrama, unatoč tome što brojne upotrebe nisu još dovoljno istražene. Neke tek trebamo otkriti, i možda će vas ova knjiga potaknuti da bacite oko na vaš vlastiti maleni kutak u svijetu videoigara i pronađete kakva sve čudna bića tamo obitavaju.

Ali moramo se suočiti s razočaravajućim i možda čak uznemirujućim zaključkom o medijskim formama koje volimo: one jednostavno nisu toliko posebne. Zapravo, što više čine za nas i što više otkrivamo o njima, svakim danom postaju sve manje posebne. Ne trebamo još ekologa medija koji podižu šake u znak propagatorstva ili omalovažavanja, slikajući preopćenitu sliku širokim

potezima. Trebamo više medijskih entomologa i medijskih arheologa koji će prevrtati kamenje kako bi pronašli i objasnili sitna svojstva koja inače ne bismo ni zamijetili. Trebamo više medijskih fizičara čestica i medijskih nanotehnologa koji će objasniti čudne interakcije najsitnijih primjera različitih medija, između ostalih i videoigara.

Kada je riječ o širenju pristupa i načina uporabe medija, često čujemo da se rast slavi kao “demokratizacija.” Kako alati i kanali za distribuciju postaju sve jeftiniji i pristupačniji, tako smatramo da su njihovi plodovi dostupni svima, a ne samo nekoj dobro obučenoj, kreativnoj eliti. No takav uspjeh ima cijenu: gubitak oskudice, znatizlje, iznenađenja, osjećaja novoga. Walter Benjamin prepoznao je da mehanički reproducirana umjetnička djela gube svoju ritualnu vrijednost, svoju “auru,” ali također je predvidio da će takvi mediji (osobito film) posljedično uživati novu primjenu u politici.<sup>126</sup> Benjamin je donekle bio u pravu, ali njegovo predviđanje bilo je preograničeno. Kao što se ispostavilo, mediji koji su podložni mehaničkoj reprodukciji mogu biti upotrijebljeni na mnoštvo načina, od grubog oglašavanja, preko visoke umjetnosti i političkih intervencija, do novih ritualnih praksi. Nije aura ono što propada u zrelosti medija već njegov karakter, njegova neobuzdanost. Mediji ne bivaju demokratizirani već ukroćeni.

Novinari, stručnjaci i profesori teško da će doći do takvog zaključka, dijelom iz razloga što se oslanjaju na novitet, znatizlje i dramatiku kako bi donosili zaključke prikladne za naslovnice, velike predujmove za knjige ili buntovne provokacije. Iz tog razloga, možda se za nove medijske strategije vrijedi obratiti drugoj vrsti ljudi.

A tko je manje tradicionalni teoretičar medija od modnog mogula Marca Ecka? Njegova istoimena tvrtka koja se bavi proizvodnjom odjeće ostvaruje godišnji prihod od 1,5 milijarde dolara.<sup>127</sup> Najpoznatiji po polo-majicama, cipelama i donjem rublju s motivom nosoroga, Ecko se u zadnjih nekoliko godina proširio

126 Walter Benjamin, “The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction,” *Illuminations: Essays and Reflections*, ur. Hannah Arendt, prev. Harry Zohn (New York: Schocken, 1969.), 230–45. [prijevod: Walter Benjamin, „Umjetničko djelo u razdoblju tehničke reprodukcije“, prev. Snješka Knežević, *Život umjetnosti* 78/79 (2006)]

127 Arthur Lubow, “It’s Going to Be Big,” *Inc. Magazine*, 1. ožujka 2009., <http://www.inc.com/magazine/20090301/itsgoing-to-be-big.html>.



na popularne medije, uključujući konzumeristički nastrojani časopis namijenjen mlađim muškarcima *Complex*, mrežnu stranicu nalik na YouTube kanal eckotv.com i videoigru *Mark Ecko's Getting Up: Contents under Pressure*. Na svojoj korporativnoj mrežnoj stranici Ecko navodi poremećaj smanjene pažnje kao inspiraciju oko koje je izgradio svoj svijet.<sup>128</sup>

Nakon objave videoigre, tipski intervju s Eckom pojavio se u popularnim časopisima kao što je *Wired*, plaćen od strane financijskih konzultanata komercijalne banke CIT Group. Riječ je o jednoj od onih sekcija "posebnog oglašavanja" koje su tako dobro uklopljene u časopis da je ih lako zamijeniti za izvorni autorski sadržaj. U intervjuu, Ecko objašnjava "što je sljedeće" za njegov rastući konglomerat:

Želim nastaviti rasti u području videoigara. Mislim da je to Divlji zapad medijske kulture. Ima nešto čarobno i apstraktno u "gejmingu." Igre još nisu demistificirane – za razliku od filmova, recimo; postoje televizijske emisije o pravljenju filmova.<sup>129</sup>

Eckova poanta je istovremeno pronicljiva i ironična. Sadrži kompleksno zapažanje o trenutnoj poziciji videoigara kao medija. Televizija nam je toliko bliska da nas ne iznenađuje tv-program čija je jedina svrha rasprava o drugim medijskim formama. Ista situacija nezamisliva je za videoigre. Forma u kojoj je opažanje prezentirano samo ponavlja Eckovu poantu: njegovi komentari pojavljuju se kao plaćena reklama koja se pretvara da je intervju u časopisu – apsurdna situacija koja je unatoč svemu potpuno razumljiva milijunima čitatelja. Časopisi i televizija su jednostavno prebanalni, predosadni da bi takve stvari bile osobito iznenađujuće.

Ecko nije zainteresiran za svakodnevno; namjerio se na razmetniju stranu medija koji je već počeo iskorištavati u igri *Getting Up*, kritički podcijenjenoj igri o grafitima koja skriva kritiku autokratske policijske države.<sup>130</sup> Ali njegovo zapažanje možemo izokrenuti naglavačke i iskoristiti ga za namještanje kompasa u smjeru budućnosti videoigara: *demistifikaciji*.

128 Vidi: <http://www.marceckoenterprises.com/our-brands/>.

129 *Wired*, svibanj 2007., 41–44.

130 Vidi recenziju Stephena Totila, <http://www.mtv.com/news/articles/1504962/20050629/index.jhtml>.

Jedan od načina kako učiniti igre običnijima i prepoznatijima je pomoći im da dobiju svoje mjesto u društveno signifikantnoj umjetnosti i kulturi. Doista, to je primarna strategija koju nalazimo u industriji komercijalnih igara. Bilo da je uspješna ili ne, industrija teži za spektaklima holivudsko-blockbusterskog tipa. Mlada scena *indie* igara često privilegira nove vrste mehanike ili teme u igrama, no jednako često prezentira zaokret derivatima brojnih manjih ligaša koji se pokušavaju probiti na tržištu. Unatoč velikim razlikama, obje situacije otkrivaju iskrenu nadu da su videoigre izražajni medij jednako važan i održiv poput filma ili književnosti, no različit u formi. To je dobar cilj.

No kako nam videoigre postaju sve bliskije, također postaju manje uzbudljive i napete. Na to Ecko misli kada govori o demistifikaciji. Mediji s vremenom postaju udomaćeni, a to je blagoslov s dva lica. S jedne strane, omogućava širi doseg i raspon, što znači da veći broj ljudi može razumjeti medij i manipulirati njime. Baka i djed razumiju što znači gledati VHS kazetu ili DVD snimku unukova rođendana ili sportskog natjecanja; gledatelji prepoznaju stvarni proizvod iza blještave reklame koja im ga pokušava prodati; parovi petkom navečer skidaju i gledaju filmove s Netflix. S druge strane, nekoć egzotični, neukroćeni medij postaje pripitomljen i nezanimljiv.

Uistinu, gejmeri su već sada dezorijentirani i uznemireni pripitomljavanjem nečega što je prije bila privatna, opasna divljina. Društvene igre na Facebooku za brojne gejmere jedna su od granica koja je srušena i preplavljena nepoželjnim doseljenicima. Kao što objašnjava dizajnerica društvenih igara Tami Baribeau, tradicionalni gejmeri mrze igre kao što je *FarmVille*: "U usporedbi s tradicionalnim igrama, igre za Facebook pretjerano su pojednostavljene, gotovo djetinjaste po pitanju stila, relativno površne, lake za savladati i nije *cool* priznati da ih igrate ili razgovarati o njima."<sup>131</sup> Ipak, podsjeća nas Baribeau u njihovoj obrani, deseci milijuna ljudi igra te igre. Sami brojevi ne čine *FarmVille* otpornim na optužbe za lošu umjetnost ili greške u radu (i sam sâm

131 Tami Baribeau, "Why Do Traditional Gamers Dislike Farmville?" *Examiner*, 23. ožujka 2010., <http://www.examiner.com/facebook-games-in-national/why-dotraditional-gamers-dislike-farmville>. Sama Baribeau ne dijeli ovaj stav, što je i istaknula u uvodu svom protuudarcu kritičarima društvenih igara.

zapravo izrekao te optužbe).<sup>132</sup> Pa ipak, takve igre postoje, sviđalo se to nama ili ne. I još više ih dolazi, probijajući se kroz šipražje pomoću mačete, parcelirajući svoje buduće posjede.

Pripitomljavanje je nasilno i tragično. Ono oduzima pastuhu dio njegove snage, čarolije i ljepote. No također omogućuje ljudima da muzu krave i drže ih na farmama, psu da goni stado i pšenici da proklije u pravo vrijeme. Neke vrste videoigara uvijek će ostati divlje, baš poput bradavičaste svinje ili biljke kudzu. Ali one će biti iznimke.

Ako razmišljamo o prostoru mogućnosti za igre kao kompleksnijem, više gradiranom prostoru u kojem bi igre mogle utjecati na različite vrste doživljaja, tada se pojavljuje puno više vrsta inovacija. Što više autori igara i igrači iskorištavaju takve mogućnosti, to videoigre postaju bliskije, i to bržim tempom. Takva perspektiva tjera nas da se *nadamo* da će igre biti običnije, banalnije. Ne samo neke igre: trebali bismo željeti da puno njih, čak *većina*, budu obične i bliske, sa svrhom naznačenom u fusnoti a ne na reklamnom plakatu.

Uzmimo jedan primjer. Moj studio Persuasive Games je 2005. objavio *Stone City*, igru obuke za sladoledarsku franšizu Cold Stone Creamery. Igrač u njoj poslužuje mušterije u slastičarnici u kojoj možete sami napraviti svoj okus sladoleda te miješa odgovarajuće sastojke, pazeći da porcije budu profitabilne veličine. Nakon što je igra objavljena primili smo puno poziva i e-mailova upitima u vezi igre. Većina ljudi koji nas kontaktiraju nisu menadžeri ljudskim resursima ili rukovoditelji obuke koji žele napraviti vlastite korporativne igre, već obični zainteresirani građani.

Ne biste nikada očekivali takav interes da ste pročitali mišljenje Justina Petersa o obrazovnim igrama u časopisu *Slate*. Kako Peters kaže za našu igru, "Animiranje bezumnog, dosadnog ponavljanja ne čini to ponavljanje ništa manje bezumnim ili dosad-

nim. Igra neće zavarati nijednog zaposlenika Cold Stonea da je *Stone City* išta drugo nego vježba lomljenja duha."<sup>133</sup> Zašto bi se onda toliko običnih ljudi potrudilo izraziti interes? Možda nekim nije jasno da je igra zamišljena kao alat za obuku, a ne igra za zabavu. Možda su neki od njih krivo informirani tinejdzeri čiji će duh tek biti slomljen na dosadnom poslu. Možda su neki pametni i skeptični kao što Peters pretpostavlja, i žele vidjeti kako mogući poslodavci prezentiraju svoja očekivanja od zaposlenika.

No kladam se da većina njih samo voli sladoled. Intrigantna im je metoda usluživanja Cold Stonea koja uključuje spajanje različitih okusa i preljeva na smrznutoj granitnoj ploči. Žele se na nekoliko minuta okušati u tome.

Petersov idealni model obrazovnih igara je *Civilization*, klasik Sida Meiera o izgradnji društva utemeljenog na oskudici resursa. Nema sumnje da je riječ o izvrsnoj igri iz koje svaki dizajner može nešto naučiti bez obzira na njegove izražajne ciljeve. I Peters je u pravu kada kaže da postoji značajan obrazovni potencijal u ovoj vrsti igara; Kurt Squire, znanstvenik koji se bavi odnosom igara i obrazovanja, odabrao je tu temu za svoju doktorsku disertaciju.<sup>134</sup> No *Civilization* je tek jedna vrsta igre, ona koja zahtijeva zamjetnu količinu predanosti i posvećenosti. To je igra za gejmere.

Jesu li potencijalni igrači *Stone Cityja* jednostavno preglupi ili suviše neiskusni da bi znali za kompleksnije i sofisticiranije vrste igara koje bi mogli igrati? Mislim da nisu. Kladam se da su neki od njih čak igrali *Civilization*. Rekao bih da traže drugačiju vrstu iskustva, nešto što nema toliko veze s videoigramama koliko sa slastičarnicama. *Stone City* obavlja barem dvije funkcije, dakle: obučavanje radnika u industriji smrznutih slastica i zadovoljavanje znatiželje ljudi koji vole slatko. Ova igra, uz ostale primjere spomenute u knjizi, donosi letimični uvid u prozaičnu budućnost videoigara.

Što ako umjesto traganja za nekom mitskom videoigrom ili pokušaja podvlačenja svih videoigara pod jednu monolitnu skupinu pravila oblikovanja i recepcije slijedimo Eckovu provokaciju

132 Moju parodiju *FarmVillea*, naslovljenu *Cow Clicker*, možete igrati na <http://apps.facebook.com/cowclicker>. Za objašnjenje igre, koje sadrži i moju kritiku žanra društvenih igara iz 2010., vidi Ian Bogost, "Cow Clicker: The Making of Obsession," *bogost.com*, 21. lipnja 2010., [http://www.bogost.com/blog/cow\\_clicker\\_1.shtml](http://www.bogost.com/blog/cow_clicker_1.shtml), i Leigh Alexander, "Interview: Cow Clicker Yields Ruminations on Social Gaming's Tense Battle Lines," *Gamasutra*, 30. srpnja 2010., [http://www.gamasutra.com/view/news/29618/Interview\\_Cow\\_Clicker\\_Yields\\_Ruminations\\_On\\_Social\\_Gamings](http://www.gamasutra.com/view/news/29618/Interview_Cow_Clicker_Yields_Ruminations_On_Social_Gamings).

133 Justin Peters, "World of Borecraft: Never Play a Videogame That's Trying to Teach You Something," *Slate*, 27. lipnja 2007., <http://www.slate.com/id/2169019>.

134 Kurt Squire, "Replaying History: Learning World History through Playing *Civilization III*" (dokt. dis., Sveučilište Indiana, 2004.), <http://website.education.wisc.edu/kdsquire/tenurefiles/dissertation.html>.

i pokušamo demistificirati igre? Što ako priznamo da videoigre imaju mnogo mogućih ciljeva i svrha, od kojih se svaka spaja s različitim estetikama i dizajnerskim rješenjima kako bi stvorila brojna moguća iskustva igrača, od kojih nijedno nije nužno povezano s industrijom komercijalnih videoigara kakvu danas poznajemo? Što više toga igre mogu činiti, to će se više šira javnost interesirati i prihvaćati medij kao takav.

Sažetak takve budućnosti ne bi se našao na majici ili posteru. Ne bi bio vrijedan citiranja u obliku zvučnog isječka na televiziji ili razvučen preko naslovnice bestselera. Istaknuo bih očito, sa skromnošću: videoigre mogu činiti puno stvari. Rade to svaki dan, bilo da ljudi to primjećuju ili ne. Čine to u javnosti i u privatnosti. Čine to sa i bez pompe. Iako možda kontraintuitivna, to je budućnost u kojoj su videoigre dobile bitku u kulturalnim ratovima i postale relevantne i trajne.

Desetljećima su igre prvenstveno igrali ljudi koji kontinuirano igraju videoigre i koji smatraju da je igranje dio njihovog identiteta. No ima i mnoštvo drugih: ljudi koji putuju zrakoplovom više od tri puta mjesečno zbog posla, ljudi koji čitaju sve nedjeljne novine, ljudi koji imaju djecu s alergijama na hranu. Siguran sam da ti ljudi čitaju časopise i gledaju televiziju i slušaju radio, ali nitko pri zdravoj pameti ne bi ih proglasio *časopisofilima* ili *katodnim cjevašima* ili *radiovalcima*. Oni su samo ljudi s interesima, koji ponekad, tijekom života, konzumiraju različite vrste medija.

Ako se broj igrača videoigara doista širi, videoigre neće više potpadati pod isključivu nadležnost industrije igara. Neće više postojati samo jedan sud na kojem će se odlučivati o legitimnosti igara. Neće više biti oligarhije industrijalaca-bogova kojima svi autori i igrači moraju odavati počast. Umjesto toga, postojati će manje skupine, zajednice i pojedinci sa širokim spektrom interesa od kojih će se neki povremeno presijecati s određenim videoigramama.

Neki bi mogli tvrditi da će se zbog širenja privlačnosti videoigara povećati i očekivanja igrača. Igre će morati postajati sve više i više “igraste,” poput današnjih komercijalnih videoigara industrijskog tipa, kako bi zadovoljile sve sofisticiranija očekivanja novih igrača, koji će postajati gejmeri. No ja sugeriram suprotno: zbog širenja privlačnosti videoigara, biti “gejmerom” zapravo će postati manje uobičajeno – ako biti gejmerom znači konzumirati

igre kao vlastitu primarnu medijsku dijetu ili se identificirati s videoigramama kao primarnim dijelom vlastitog identiteta. Očekivanja igrača zasigurno će porasti i produbiti se, no ona neće imati puno sličnosti s očekivanjima koja gejmeri danas imaju od videoigara.

Uskoro će gejmeri biti anomalija. Ako budemo imali puno sreće, u potpunosti će nestati. Umjesto toga, imat ćemo ljude, obične ljude svih vrsta. I ponekad će ti ljudi igrati videoigre. I to uopće neće biti neka velika stvar.

Igre spomenute u knjizi pobrojane su ovdje, poredane abecednim redom prema naslovu. Za više informacija o određenim igrama pogledajte arhiv na MobyGames.com ili potražite informacije na Wikipediji. Mrežne adrese su ovdje navedene za igre koje možete skinuti ili igrati online.

- Advance Wars*. Game Boy Advance. Razvila tvrtka Intelligent Systems Co. Nintendo, 2001.
- Adventure*. Atari Video Computer System (2600). Razvio Warren Robinett. Atari, 1978.
- Airport Mania: First Flight*. Windows, Mac, iPhone (2009). Razvila tvrtka South Winds Games. Reflexive Entertainment, 2008.
- America's Army: Operations*. Linux, Macintosh, Windows. Razvila i objavila Američka vojska, 2002. Nove verzije objavljene su za PC i konzolu 2009.
- Animal Crossing*. GameCube. Razvio Nintendo EAD. Nintendo, 2001. Druge verzije pojavile su se za Nintendo DS i Nintendo Wii.
- Apple Season*. Preglednik. Razvio Ferry Halim. Orisinal.com, nije datirano. Dostupno na <http://www.ferryhalim.com/orisinal/g2/applegame.htm>.
- Asteroids*. Automat. Razvili Lyle Rains i Ed Logg. Atari, 1979. Prilagođeno za brojna računala i konzole.
- Attent*. Windows/Microsoft Outlook. Razvila i objavila tvrtka Seriosity, Inc., 2007. Više informacija na <http://www.seriosity.com/products.html>.
- Bachelorette Party*. Atari Video Computer System (2600). Razvila i objavila tvrtka Mystique, 1982.
- Beat 'Em & Eat 'Em*. Atari Video Computer System (2600). Razvila i objavila tvrtka Mystique, 1982.
- Bejeweled*. Preglednik, J2ME (mobitel), Macintosh, PalmOS, Windows, Windows Mobile. Razvila i objavila tvrtka PopCap, 2000. Brojne verzije, nastavci i adaptacije pojavili su se od tada za različite platforme.

- Big Bumpin'*. Xbox, Xbox 360. Razvila tvrtka Blitz Arcade. King Games, 2006.
- Bioshock*. Macintosh, PlayStation 3, Windows, Xbox 360. Razvila tvrtke 2K Boston i 2K Australia. 2K Games, 2007.
- Braid*. Xbox 360. Razvila tvrtka Number None. Microsoft Game Studios, 2008. Kasnije objavljeno za Macintosh, PlayStation 3 i Windows.
- Breakout*. Automat. Razvila i objavila tvrtka Atari, 1976. Prilagođeno za brojna računala i konzole.
- Burning Desire/Jungle Fever*. Atari Video Computer System (2600). Objavila tvrtka Playaround, oko 1983. Ponovno objavljeno od prava kupljenih od propalog Mystiquea.
- Burnout: Paradise*. PlayStation 3, Xbox 360, Windows. Razvila tvrtka Criterion Studios. Electronic Arts, 2008.
- Call of Duty*. Macintosh, PlayStation, Windows, Xbox. Razvila tvrtka Infinity Ward. Activision, 2003. Brojni nastavci pojavili su se za različite platforme.
- Campaign Rush*. Preglednik. Razvila tvrtka Persuasive Games. CNN International, 2008. Dostupno na <http://edition.cnn.com/ELECTION/2008/campaign.rush>.
- Cathouse Blues/Gigolo*. Atari Video Computer System (2600). Objavila tvrtka Playaround, oko 1983. Ponovno objavljeno od prava kupljenih od propalog Mystiquea.
- Chuzzle*. Mobilni uređaji (različite platforme). Razvila tvrtka Raptisoft. PopCap Games, 2005.
- City of Wonder*. Web/Facebook. Razvila i objavila online tvrtka Playdom, 2010. Dostupno na <http://www.facebook.com/cityofwonder>.
- Cloud*. Windows. Razvili studenti s Odsjeka interaktivnih medija na školi za filmsku umjetnost, USC, 2005. Dostupno na <http://interactive.usc.edu/projects/cloud>.
- Colossal Cave*. PDP-10. Razvili William Crowther i Don Woods. Prilagođeno za brojna miniračunala i mikroračunalne platforme. Vidi [http://en.wikipedia.org/wiki/Colossal\\_Cave\\_Adventure](http://en.wikipedia.org/wiki/Colossal_Cave_Adventure).
- Columns*. SEGA Master System. Razvila i objavila tvrtka SEGA, 1990. Prilagođeno za Game Gear, Genesis, MSX, PC, SNES i TurboGrafx-16. Brojni nastavci i adaptacije za različite platforme.
- Computer Space*. Automat. Razvili Nolan Bushnell i Ted Dabney. Nutting Associates, 1971.
- Cooking Mama*. Nintendo DS. Razvila tvrtka Office Create. Taito, 2006. Nastavci su se pojavili za iPhone, Nintendo DS i Wii.
- Crazy Taxi*. Dreamcast. Razvila tvrtka Hitmaker. SEGA of America, 2000. Kasnije se pojavilo za Gamecube; igra na automatu prethodila izdanjima za konzolu 1999., ali je Dreamastova verzija bila najpopularnija.
- Cruel 2 B Kind*. Mobilni uređaj/javni prostor. Razvili Ian Bogost i Jane McGonigal, 2006. Više informacija na <http://cruelgame.com>.
- Custer's Revenge*. Atari Video Computer System (2600). Razvila i objavila tvrtka Mystique, 1982.
- Dance Dance Revolution*. Automat, PlayStation (2001). Razvila tvrtka KCE Tokyo. Konami, 1999. Brojni nastavci pojavili su se za različite konzole i automate.
- Debate Night*. Preglednik. Razvila i objavila tvrtka Powerful Robot, 2008. Dostupno na <http://www.powerfulrobot.com/games-repository/obama/>.
- Diner Dash*. Windows, Macintosh. Razvila tvrtka GameLab. PlayFirst, 2003. Brojni nastavci i adaptacije za različite platforme.
- Disaffected!* Windows, Macintosh. Razvila i objavila tvrtka Persuasive Games. Dostupno na <http://www.persuasivegames.com/games/game.aspx?game=disaffected>.
- Dr. Mario*. NES. Razvila tvrtka Nintendo R&D1. Nintendo, 1990. Brojni nastavci i adaptacije pojavili su se za različite platforme.
- ESP Game*. Preglednik. Razvio i objavio portal Games with a Purpose (GWAP). Dostupno na <http://www.gwap.com/gwap/gamesPreview/espgame/>.
- Eye Toy: Kinetic*. PlayStation 2. Razvila tvrtka SCE London Studio. Sony Computer Entertainment, 2005.
- Far Cry*. Windows. Razvila tvrtka Crytek. Ubisoft, 2004.
- FarmVille*. Web/Facebook. Razvila i objavila tvrtka Zynga, 2009. Dostupno na <http://www.facebook.com/FarmVille>. Također prilagođeno za iPhone, iPad.
- Final Fantasy VII*. PlayStation, Windows. Razvila tvrtka Square, 1997.



*f1Ow*. PlayStation 3. Razvila tvrtka That Game Company. Sony Computer Entertainment, 2006.

*Food Force*. Windows, Macintosh. Razvile tvrtke Deepend i Playerthree. Svjetski program hrane UN-a (WFP), 2005. Dostupno na <http://www.wfp.org/how-to-help/individuals/foodforce>.

*FrontierVille*. Web/Facebook. Razvila i objavila tvrtka Zynga, 2010. Dostupno na <http://www.facebook.com/FrontierVille>.

*General Retreat/Westward Ho*. Atari Video Computer System (2600). Objavila tvrtka Playaround, oko 1983. Ponovno objavljeno od prava kupljenih od propalog Mystiquea.

*Geometry Wars: Retro Evolved*. Xbox, Xbox 360 (2005), Windows (2007). Razvila tvrtka Bizarre Creations. Microsoft Game Studios, 2003. Igra je započela kao mini-igra koju ne možete otključati unutar igre *Project Gotham Racing 2*.

*GoldWalker*. iPhone. Razvile tvrtke Totally Games i DigitalMill. Humana Games for Health, 2010.

*Grand Theft Auto III*. PlayStation 2, Windows (2002), Xbox (2003). Razvile tvrtke DMA Design Limited, Rockstar North i Rockstar Vienna. Rockstar Games, 2001.

*Grand Theft Auto: San Andreas*. PlayStation 2, Windows (2005), Xbox (2005), Xbox 360 (2008). Razvila tvrtka Rockstar North. Rockstar Games, 2004.

*Gran Turismo*. Play Station. Razvila tvrtka Polyphony Digital Inc. Sony Computer Entertainment, 1997. Nastavci su se pojavili za kasnije PlayStation konzole.

*Guitar Hero*. PlayStation 2. Razvila tvrtka Harmonix Music Systems. RedOctane, 2005. Brojni nastavci pojavili su se za različite platforme.

*Guru Meditation*. Atari Video Computer System (2600), iPhone. Razvio i objavio Ian Bogost. Više informacija na [http://www.bogost.com/games/guru\\_meditation.shtml](http://www.bogost.com/games/guru_meditation.shtml).

*Hail to the Chimp*. PlayStation 3, Xbox 360. Razvila tvrtka Wideload Games. Gamecock Media Group, 2008.

*Half-Life*. Windows. Razvila tvrtka Valve. Sierra On-Line, 1998.

*Half-Life 2*. Macintosh, Windows, Xbox. Razvila tvrtka Valve. Electronic Arts, 2004.

*Halo: Combat Evolved*. Xbox. Razvila tvrtka Bungie Studios. Microsoft Game Studios, 2001.

*Hard Drivin'*. Automat. Razvila skupina Atari Games Applied Research Group. Atari, 1988. Kasnije prilagođena za različita računala i konzole.

*Harvest Moon*. SNES. Razvila tvrtka Amccus. Pack-In-Video, 1996. Nastavci su se pojavili za različite konzole i ručne konzole.

*HumanSim*. Windows. Razvila i objavila tvrtka Virtual Heroes, Inc, 2008-. HumanSim je kontinuirana platforma; više informacija na [at http://www.virtualheroes.com](http://www.virtualheroes.com).

*Hunting with Palin*. Preglednik. Razvio Dominic A. Tocci. AddictingGames.com, 2008. <http://www.addictinggames.com/huntingwithpalin.html>.

*Hush*. Mac, Windows. Razvili Jamie Antonisse, Chris Baily, Devon Johnson, Joey Orton i Brittany Pirello. Sveučilište Southern California, 2008.

*Ice Climber*. NES. Razvila i objavila tvrtka Nintendo, 1995.

*Ico*. PlayStation 2. Razvila skupina Team Ico. Sony Computer Entertainment America, 2001.

*It Takes Two*. Preglednik. Razvio Ferry Halim. Orisinal.com, nije datirano. Dostupno na <http://www.ferryhalim.com/orisinal/g2/two.htm>.

*I Wish I Were the Moon*. Preglednik. Razvio Daniel Benmergui, 2008. Dostupno na <http://www.ludomancy.com/blog/2008/09/03/i-wish-i-were-themoon/>.

*Journey to Wild Divine*. Windows, Macintosh (2004). Razvila i objavila tvrtka Wild Divine, 2003. Više informacija na <http://www.wilddivine.com>.

*Kaboom!* Atari Video Computer System (2600). Razvio Larry Kaplan. Activision, 1981.

*Karaoke Revolution*. PlayStation 2, Xbox (2004). Razvila tvrtka Harmonix Music Systems. Konami of America, 2003.

*Klax*. Automat. Razvili Dave Akers i Mark Stephen Pierce. Atari, 1989. Prilagođeno za različita računala i konzole.

*Knight on the Town/Lady in Wading*. Atari Video Computer System (2600). Objavila tvrtka Playaround, oko 1983. Ponovno objavljeno od prava kupljenih od propalog Mystiquea.

*Kool-Aid Man*. Atari Video Computer System (2600), Intellivision. Razvio odjel Mattela M Network. Mattel, 1983.

*Leisure Suit Larry in the Land of the Lounge Lizards*. Amiga, Apple II, Atari ST, DOS, Macintosh. Razvili Al Lowe i Sierra On-Line. Sierra On-Line, 1987. Nastavci su se pojavili za različite računalne platforme tijekom 1990-ih.

- Madden NFL '09*. PlayStation 2, PlayStation 3, PSP, Xbox, Xbox 360. Razvila tvrtka EA Tiburon. Electronic Arts, 2008. Serija *Madden NFL* objavljena je od 1988. za svaku veću platformu.
- Manhunt*. PlayStation 2, Windows, Xbox. Razvila tvrtka DMA Design Limited. Rockstar Games, 2003.
- Manhunt 2*. Playstation 2, PSP, Wii, Windows. Razvila tvrtka Rockstar London. Rockstar Games, 2007.
- Mario Battle No. 1*. NES. Razvila Myfawny Ashmore, 2000. Više informacija na <http://www.year01.com/mario/>.
- Mark Ecko's Getting Up: Contents under Pressure*. PlayStation 2, Windows, Xbox. Razvila tvrtka The Collective. Atari Europe, 2006.
- Mass Effect*. Windows, Xbox 360. Razvila tvrtka Bioware. Microsoft Game Studios, 2007.
- Math Blaster!* DOS. Razvila i objavila tvrtka Davidson Associates, 1986. Serija je nastavljena 1997. za računala i konzole.
- McDonald's Videogame*. Preglednik. Razvio i objavio portal La Molleindustria. Dostupno na <http://www.mcvideogame.com>.
- Mega Man*. NES. Razvila tvrtka Capcom. Capcom USA, 1987. Nastavci su se pojavili na različitim konzolama 2010.
- Mega Man 9*. PlayStation 3, Wii, Xbox 360. Razvila tvrtka Inti Creates. Capcom Entertainment, 2008.
- Metal Gear Solid*. PlayStation. Razvila tvrtka Konami Computer Entertainment Japan. Konami, 1998.
- Microsoft Flight Simulator*. PC, Macintosh (1986), DOS (1988–1994), Windows (1996–1998). Razvio i objavio Microsoft, 1982.
- Microsoft Train Simulator*. Windows. Razvila tvrtka Kuju Entertainment Ltd. Microsoft, 2001.
- Monopoly*. Društvena igra. Razvili Elizabeth Magie Louis i Fred Thun (*The Landlord's Game*), Charles Darrow. Parker Brothers, 1935.
- Monopoly Here & Now*. Društvena igra. Razvila tvrtka Parker Brothers. Hasbro, 2008. Vidi [http://en.wikipedia.org/wiki/Monopoly\\_Here\\_and\\_Now#World\\_editions](http://en.wikipedia.org/wiki/Monopoly_Here_and_Now#World_editions) za više informacija. Digitalne verzije objavljene su pod licencom Electronic Artsa 2010.
- MVP Baseball 2003*. PlayStation 2, Windows, Xbox. Razvila tvrtka EA Canada. Electronic Arts, 2003.
- Ninja Gaiden*. NES. Razvila i objavila tvrtka Tecmo, 1989. Prilagođeno za Xbox 2004.
- NRA Gun Club*. PlayStation 2. Razvila tvrtka Jarhead Games. Creative Entertainment, 2006.
- NRA Varmint Hunter*. Windows. Objavila tvrtka Speedco Shooting Sports, 2004.
- PainStation*. Instalacija. Razvili Volker Morawe i Tilman Reiff. Vidi <http://www.painstation.de>.
- Palin as President*. Preglednik. Programer nepoznat. <http://www.palinaspresident.us>.
- Parallel Parking Game*. Preglednik. Razvila i objavila online autoškola Driver's Ed Direct, 2009. Dostupno na <http://www.driverseddirect.com/game>.
- Parking Wars*. Preglednik/Facebook. Razvila tvrtka Area/Code. A&E Games, 2007. Dostupno na <http://apps.facebook.com/parkingwars>.
- Passage*. iPhone (2008), Linux, Macintosh, Windows. Razvio Jason Rohrer, 2007. Dostupno na <http://hcssoftware.sourceforge.net/passage>.
- Penn & Teller's Smoke and Mirrors*. Sega CD. Razvila tvrtka Imagineering. Absolute Entertainment, neobjavljeno. Više informacija na [http://en.wikipedia.org/wiki/Penn\\_%26\\_Teller's\\_Smoke\\_and\\_Mirrors](http://en.wikipedia.org/wiki/Penn_%26_Teller's_Smoke_and_Mirrors).
- Pet Society*. Preglednik/Facebook. Razvila i objavila tvrtka Playfish, 2009-.
- Philly Flasher/Cathouse Blues*. Atari Video Computer System (2600). Objavila tvrtka Playaround, oko 1983. Ponovno objavljeno od prava kupljenih od propalog Mystiquea.
- Pikmin*. GameCube. Razvila tvrtka Nintendo EAD. Nintendo, 2001.
- Pocketbike Racer*. Xbox, Xbox 360. Razvila tvrtka Blitz Arcade. King Games, 2006.
- Polar Palin*. Preglednik. Razvila i objavila tvrtka TEnterprise. <http://www.tenterprise.co.uk/flashgame/playgame.aspx?id=polarpalin> [nije dostupno].
- Pole Position*. Automat. Razvila i objavila tvrtka Namco, 1982. Prilagođeno za brojne konzole.
- Pong*. Automat. Razvila i objavila tvrtka Atari, 1972.
- Pork Invaders*. Preglednik. Objavljeno u sklopu kampanje *John McCain for President*, 2008. Nije više dostupno.
- President Elect*. Apple II, Commodore 64. Razvila i objavila tvrtka Strategic Simulations, 1981.

- Project Gotham Racing*. Xbox. Razvila tvrtka Bizarre Creations. Microsoft, 2001.
- Rainmaker*. Web. Razvio Ferry Halim. Orisinal.com, nije datirano. Dostupno na <http://www.ferryhalim.com/orisinal/g2/rainmaker.htm>.
- RapeLay*. Windows. Razvila i objavila tvrtka Illusion, 2006.
- Ravenwood Fair*. Preglednik/Facebook. Razvila i objavila tvrtka Lolapps, 2010. Dostupno na <http://www.facebook.com/RavenwoodFair>.
- Reader Rabbit*. DOS, Macintosh. Razvila i objavila tvrtka The Learning Company, 1989.
- Reflect*. Windows. Razvio Mike Treanor. Magistarski rad na programu Digital Arts and New Media, Sveučilište California, Santa Cruz, 2008. Dostupno na <http://danm.ucsc.edu/~micitari/reflect>.
- Resistance: Fall of Man*. Play Station 3. Razvila tvrtka Insomniac Games, Inc., Sony Computer Entertainment America, Inc., 2006.
- Rez*. Dreamcast, Play Station 2, Xbox. Razvila tvrtka Sega United Game Artists. Sega, 2001.
- Rhythm Heaven*. Nintendo DS. Razvila tvrtka Nintendo. Nintendo of America, 2008.
- Rock Band*. PlayStation 2, PlayStation 3, Xbox 360, Wii (2008). Razvila tvrtka Harmonix Music Systems. MTV Games/Electronic Arts, 2007. Nekoliko nastavaka pojavilo se kasnije za konzole.
- September 12th: A Toy World*. Preglednik. Razvila tvrtka Powerful Robot Games. Newsgaming.com/Powerful Robot Games, 2003. Dostupno na <http://www.newsgaming.com/games/index12.htm>.
- Shenmue*. Dreamcast. Razvila tvrtka SEGA-AM2. SEGA of America, 2000.
- Silent Hill*. PlayStation. Razvila skupina Team Silent. Konami Europe, 1999.
- SimCity*. Amiga, Macintosh, Commodore 64. Razvila tvrtka Maxis Software. Brøderbund, 1989. Kasnije objavljeno za Atari ST (1990), BBC Micro (1990), ZX Spectrum (1990), SNES (1991), Windows 3.x (1992), Wii (2006).
- SimCity 2000*. DOS, Macintosh, Windows. Razvila i objavila tvrtka Maxis Software, 1996.
- SimCopter*. Windows. Razvila tvrtka Maxis Software. Electronic Arts, 1996.
- Singstar*. PlayStation 2. Razvila tvrtka SCEE Studio London. Sony Computer Entertainment Europe, 2004.
- Sneak King*. Xbox, Xbox 360. Razvila tvrtka Blitz Arcade. King Games, 2006.
- Solitaire* (Microsoft Solitaire). Windows. Razvio i objavio Microsoft, 1990-.
- Space Invaders*. Automat. Razvila tvrtka Taito. Midway, 1978.
- Spacewar!* PDP-1. Razvili Steve Russell, Martin Graetz i Wayne Witaenem, 1962.
- Squigl*. Preglednik. Razvio i objavio portal Games with a Purpose (GWAP). Dostupno na <http://www.gwap.com/gwap/gamesPreview/squigl/>.
- Super Mario Bros*. NES. Razvila i objavila tvrtka Nintendo, 1985.
- Super Mario Clouds*. NES. Razvio Cory Arcangel, 2002. Dokumentirano na <http://www.medienkunstnetz.de/works/super-mario-cloud/>
- Syobon Action*. Windows. Anonimno. Dostupno na [http://www.geocities.jp/z\\_gundam\\_tanosii/home/Main.html](http://www.geocities.jp/z_gundam_tanosii/home/Main.html).
- Tag a Tune*. Preglednik. Razvio i objavio portal Games with a Purpose (GWAP). Dostupno na <http://www.gwap.com/gwap/gamesPreview/tagatune/>.
- Take Back Illinois*. Preglednik. Razvila tvrtka Persuasive Games. Illinois House Republican Organization, 2004. Dostupno na <http://www.takebackillinoisgame.com>.
- Tax Invaders*. Preglednik. Razvio i objavio Republikanski nacionalni odbor, 2004. Nije više dostupno.
- Tennis for Two*. Analogno računalo. Razvio Willy Higginbotham, 1958.
- Tetris*. PC. Razvio Alexey Pajitnov/AcademySoft. Spectrum Holobyte, 1986. Popularizirano na Nintendovom GameBoyju (razvila tvrtka Bullet-Proof Software). Nintendo of America, 1989.
- The Arcade Wire: Airport Security*. Preglednik. Razvila tvrtka Persuasive Games. Shockwave.com, 2006. Dostupno na <http://www.shockwave.com/gamelanding/airportsecurity.jsp>.
- The Getaway*. PlayStation 2. Razvila tvrtka SCEE Studio Soho. Sony Computer Entertainment America, 2003.

- The Godfather: the Game*. PlayStation 2, Windows, Xbox, Xbox 360. Razvila tvrtka EA Redwood Shores, Headgate Studios. Electronic Arts, 2006.
- The Grocery Game*. Web. Razvila Teri Gault/The Grocery Game. Dostupno na <http://www.thegrocerygame.com>.
- The Landlord's Game*. Društvena igra. Razvila Elizabeth Magie (1904). Economic Game Company of New York, 1924.
- The Legend of Zelda: The Ocarina of Time*. Nintendo 64. Razvila tvrtka Nintendo EAD. Nintendo, 1998.
- The Legend of Zelda: Twilight Princess*. GameCube, Wii. Razvila tvrtka Nintendo EAD. Nintendo, 2006.
- The Legend of Zelda: The Wind Waker*. GameCube. Razvila tvrtka Nintendo EAD, 2003.
- The Marriage*. Windows. Razvio Rod Humble, 2007. Dostupno na <http://www.rodvik.com/rodgames/marriage.html>.
- The Political Machine*. Windows. Razvila tvrtka Stardock Systems. Ubisoft, 2004.
- The Political Machine 2008*. Windows. Razvila i objavila tvrtka Stardock Systems, 2008.
- The Sims*. Windows, Macintosh. Razvila tvrtka Maxis Software. Electronic Arts, 2000.
- The Sims Online*. Windows. Razvila tvrtka Maxis Software. Electronic Arts, 2002.
- The Storyteller*. Preglednik. Razvio Daniel Benmergui, 2008. Dostupno na <http://www.ludomancy.com/blog/2008/09/15/storyteller/>.
- Thief: The Dark Project*. Windows. Razvila tvrtka Looking Glass Studios. Eidos Interactive, 2008.
- Tom Clancy's Splinter Cell*. GameCube, Mac, PlayStation 2, Windows, Xbox. Razvila tvrtka Ubisoft Montreal. Ubisoft, 2002.
- Tooth Protectors*. Atari Video Computer System (2600). Razvila tvrtka DSD/Camelot, 1983.
- Torture Game 2*. Preglednik. Razvio Carl Havemann. Newgrounds.com, 2008. Dostupno na <http://www.newgrounds.com/portal/view/439144>.
- True Crime: Streets of LA*. GameCube, Macintosh, PlayStation 2, Windows, Xbox. Razvila tvrtka LuxoFlux. Activision Publishing, 2003.
- Truth Invaders*. Preglednik. Razvili Jeremy Bernstein, Vince Diamante, Duane Dunfield, Sean Nadeau i Angi Shearstone, 2008. Dostupno na <http://www.truthinvaders.com>.
- Viva Piñata*. Xbox 360. Razvila tvrtka Rare. Microsoft Game Studios, 2006.
- Wario Ware: Smooth Moves*. Wii. Razvila tvrtka Intelligent Systems. Nintendo of America, 2007.
- WarioWare, Inc.: Mega Microgame\$!* Game Boy Advance. Razvila tvrtka Nintendo R&D1. Nintendo, 2003.
- Where Is My Heart*. Windows, Macintosh. Razvio Bernhard Schulenburg, 2008. Dostupno na <http://bushghost.blogspot.com>.
- White House Joust*. Preglednik. Razvio i objavio portal KewlBox.com, 2004. Dostupno na <http://kewlbox.com/games/gameDetail.aspx?gameID=282> [izdanje iz 2008.].
- Wii Fit*. Wii. Razvila tvrtka Nintendo EAD. Nintendo of America, 2008.
- Wii Sports*. Wii. Razvila i objavila tvrtka Nintendo, 2006.
- World of Warcraft*. Windows, Macintosh. Razvila i objavila tvrtka Blizzard Entertainment, 2004-.
- World without Oil*. Igra alternativne stvarnosti. Razvili Ken Eklund i dr. Independent Television Service, 2007. Arhiv dostupan na <http://www.worldwithoutoil.org>.
- Zidane Head-Butt*. Preglednik. AddictingGames.com, 2006. Dostupno na <http://www.addictinggames.com/zidaneheadbuttgame.html>.
- Zork: The Great Underground Empire*. Amiga, Amstrad CPC, Apple II, Atari 8-bit, Atari ST, Commodore 64. Razvili Marc Blank, Dave Lebling, Bruce Daniels i Tim Anderson. Infocom, 1980. Objavljeno za brojne platforme 1980-ih te kasnije putem Z-Machine čitača.
- Zuma Deluxe*. Macintosh, mobilni uređaj, Windows. Razvila i objavila tvrtka PopCap Games, 2003. Kasnije objavljeno za PlayStation 3, Xbox, Xbox 360.

AUTOR: Ian Bogost  
NASLOV: Kako činiti stvari videoigrama

IZDAVAČI:  
Multimedijalni institut  
Preradovićeva 18  
HR-10000 Zagreb  
TELEFON: +385 [0]1 48 56 400  
FAX: +385 [0]1 48 55 729  
E-MAIL: [miz@miz.hr](mailto:miz@miz.hr)  
URL: <http://www.miz.hr>

Autonomna tvornica kulture  
Ulica grada Vukovara 52 c  
HR-10000 Zagreb  
TELEFON: +385 [1] 61 78 174  
E-MAIL: [libra.libera.casopis@gmail.com](mailto:libra.libera.casopis@gmail.com)  
URL: <https://www.facebook.com/libra.libera.casopis>

UREDNICI: Tomislav Medak, Petar Milat, Katarina Peović Vuković

PRIJEVOD: Tihana Bertek  
REDAKTURA: Igor Marković  
LEKTURA: Tonči Valentić  
OBLIKOVANJE: Ruta  
PISMO: Laxicon (Bram de Does)  
PAPIR: Munken Lynx, 100 gr.  
TISAK: Tiskara Zelina d.d.  
NAKLADA: 300

Zagreb, svibanj 2014.

Publikacija je objavljena u okviru projekta “Prošireni estetički odgoj: umjetnički eksperiment i politička kultura u doba mreža” ([www.aestheticeducation.net](http://www.aestheticeducation.net)), suradničkog projekta Berliner Gazette, Kontrapunkta, kuda.org, Multimedijalnog Instituta i Mutea, a podržana je od strane programa Kultura 2007-2013 Europske Unije.

Ova publikacija ukazuje samo na stavove autora i Europska komisija nije odgovorna za bilo kakvu dalju upotrebu koja bi proizašla iz informacija objavljenih u ovoj publikaciji.

Cjelokupan projekt je financiran kroz program *Kultura 2007-2013* Europske unije, te uz podršku Europske kulturne fondacije (ECF), Ministarstva kulture Republike Hrvatske i Ureda za obrazovanje, kulturu i sport Grada Zagreba.



Kultura



Republika  
Hrvatska  
Ministarstvo  
kulture  
Republic  
of Croatia  
Ministry  
of Culture





Libra Libera #35  
Autonomna tvornica kulture



Multimedijalni institut



**IAN BOGOST** je nagrađivani dizajner videoigara i filozof medija. Predaje digitalne medije na Georgia Institute of Technology i osnivač je programerske tvrtke Persuasive Games. Autor je ili koautor više knjiga, uključujući *Unit Operations: An Approach to Videogame Criticism*, *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*, *Racing the Beam: The Atari Video Computer System* i *Newsgames: Journalism at Play*. Njegove videoigre prezentirane su na međunarodnim izložbama i igrali su ih milijuni ljudi, a pokrivaju teme poput sigurnosnih mjera u zračnim lukama, nezadovoljnih radnika, naftne industrije, poslova u predgrađu i reforme odštetnog prava. Njegova igra *A Slow Year*, zbirka igara-pjesama za Atari, osvojila je nagrade Vanguard i Virtuoso na IndieCade Festivalu 2010. Za više informacija, posjetite [www.bogost.com](http://www.bogost.com).

