

Боривоје В. БАЛТЕЗАРЕВИЋ*

Институт за српску културу Приштина – Лепосавић

Весна Н. БАЛТЕЗАРЕВИЋ**

Правни факултет, Мегатренд универзитет

МИТОЛОШКИ НАРАТИВ У ВИДЕО ИГРАМА КАО ОБЛИК МЕДИЈСКЕ ПРОМОЦИЈЕ КУЛТУРЕ***

Апстракт: Појавом дигиталних медија створена је нова платформа за игру која се премешта из реалног окружења у виртуелни простор. Примена савремене технологије и интернета довела је до креирања платформи намењених видео играма и појави виртуелних играча. С обзиром на то да игру не можемо да посматрамо само као забаву, већ и као медиј који доводи до социјалног окупљања, игра је препозната и као средство за промоцију различитих друштвених вредности. Наратив видео игре усмерава играче да се кроз игру истовремено едукују, дограђују и да путем интеракције са осталим играчима мењају свој идентитет и да усвајају различите културне вредности. Наративи који су базирани на митологији једног народа постају медиј за „причање прича“ и промоцију националне културе.

Кључне речи: медиј, видео игра, виртуелни простор, наратив, култура.

УВОД

Игра је категорија друштвене активности која за науку дуго није била интересантна. „Тек са књигом Хомо луденс Јохана Хуизинге феномен игре почиње се изучавати с једног новог, филозофско-социолошког становишта“ (Тadić 1985: 10). Игра се често посматра као забава намењена деци и не тражи се њен дубљи смисао. Међутим, игра није везана само за детињство, јер човек континуирано игра игре при чему „често користи наратив игре као неку врсту приручника за изградњу идентитета“ (Наgood 2008: 534).

Сваки појединац, било да је живео у примитивно доба или да се ради о савременом човеку, гради свој идентитет у односу на локалитет где живи. На тај начин локална култура и традиционалне игре утичу на карактеристике његовог идентитета. „Култура је у својим примитивним фазама играна. Она није из игре као један живи плод који се одваја од биљке Мајке, она се развија у игри и као

* Научни сарадник, baltezb@yahoo.co.uk

** Редовни професор, vesnabal@gmail.com

*** Рад је настао у оквиру научноистраживачког рада НИО по Уговору склопљеним са Министарством просвете, науке и технолошког развоја број: 451-03-47/2023-01/200020 од 3. 2. 2023. године.

игра“ (Huizinga 1951: 280). Хуизинга чак даје предност игри у односу на културу једног народа и сматра да је игра претеча културе (Ибид: 9). Међутим, сама игра није једном заувек дефинисана, она се континуирано мења, прилагођава и надограђује, „расте“ заједно са играчем, и мења се како он сазрева. „Она пролази кроз цели људски живот и одређује људско биће, али и разумевање тог бића” (Fink 1984: 292).

Кајао сматра да је игра обележје друштва и да игре могу дати значајне податке о цивилизацији (Кајао 1979: 9), док Финк, тумачећи игру, истражује наративе по којима се играју игре и са филозофског становишта посматра утицај игре на остале аспекте друштвеног живота. Посебно се бави анализом митологије на коју се игра ослања, и скреће пажњу на то да у играма чак и богови постају играчи (Fink 2016).

ДИГИТАЛНО ИГРАЊЕ

„У виртуелном простору, односно у привременој социјалној заједници, коју су изградили играчи, сусрећу се наративи различитих прича које се причају, играју и препричавају и који утичу на конструкцију и промене унетих идентитета, јер играчи негују прихваћене разноликости из виртуелног света и кад престану да играју“ (Duggan 1993: 361).

Виртуелни простор постаје позорница за играње нове друштвене стварности (Berger, Luckman 1966: 203), у којој играчи мењају социјалну реалност виртуелним улогама, које играју по наративима игре. Играчи тако постају ликови обликовани приповедањем. „Приповедање је најстарији облик образовања. Људи широм света увек су причали приче као начин изражавања своје културе веровања, традиције и историје са намером да их пренесу на будуће генерације, јер „приче су у средишту свега што нас чини људским” (Hamilton, Weiss 2005: 1).

Савремено дефинисање игре усмерено на дигитално играње, одређује друштакчији приступ игри у односу на традиционални утицај игре на људско друштво (Moulthrop 2005). У суштини структура игре остаје иста мења се само приповедач, јер „видео игра је културни објекат, везан за историју и материјалности, који се састоји од електронског рачунарског уређаја и игра симулирано у софтверу“ (Galloway 2006: 1).

НАРАТИВ У ВИДЕО ИГРАМА

Анализи наратива у видео играма мора да се приступи комплексније у односу на схватање наратива као текста по коме се конструише видео игра. Текст се, како Аперлеј (Apperley) примећује, допуњује „идејама жанра које се ослањају на наративну структуру (попут књижевних жанрова) или иконографију (попут визуелних жанрова), хибридизацијом наративне и визуелне иконографије, са проблемима који су јединствени за медиј видео игара: виртуелно представљање простора, покрета и радњи, као и нерепрезентативних елемената, посебно начина интеракције” (Apperley 2009: 19). Приступ анализи наратива са аспекта нарације резултира

закључивањем да су видео игре и њихови наративи „нови облици приповедања и лудологије” (Kremers 2009: 6), при чему се уочавају два различита тренда при дефинисању наратива: један се „може назвати наративном семиотиком, и настоји да разуме комбинаторну механику и основне структуре прича, а други проучава наративне карактеристике који су специфични за медијум видео игре” (Arsenault 2009: 369).

У сваком случају традиционална прича остаје костур који се надограђује укључивањем не само хероја проистеклих из традиционалних прича, већ и „намером да се реинтегришу културне вредности садржане у народним предањима”, да би се омогућила конструкција културног идентитета виртуелних играча везивањем за традиционалну идеологију.

Наратив игре, који је конструисан на заједничкој култури играча, даје могућност играчима да путем интерактивности имају могућност да испричају своју причу и поделе искуства. На тај начин медијска платформа доприноси умањењу осећаја изолације и отуђења дозвољавајући људима да причањем прича створе осећај припадности (Johnson, Menichelli 2007). „Нови хуманизам суочен са глобалним друштвом, које је састављено од појединаца који негују различите културне вредности, мора да се усмери према поштовању различитих културних вредности, јер без улоге медија у очувању толеранције не можемо да очекујемо да се допринесе развоју и очувању културе мира” (Балтезаревих 2022: 230). Наратив игре прераста у мултикултурално друштво које континуирано гради своју подкултуру, као резултат искустава стечених играњем игре, јер „комјутеризација културе води не само до појаве нових културних форми, као што су комјутерске игре у виртуелним световима, већ и редефинише постојеће” (Manovich 2002: 9).

МИТОЛОГИЈА У НАРАТИВИМА ВИДЕО ИГАРА

Митологија је запис о догађајима који прате ликове, који су најчешће богови или демони, који су промотери културних вредности и веровања. „Митови су приче извучене из историје друштва, које су кроз упорну употребу стекле моћ симболизације идеологије тог друштва и објашњавања значења и правца његове историје” (Slotkin 2007: 3137).

„Мит није празна фантазија, нити бесмислено изливање пролазних снова, већ веома напорна и изузетно важна културна сила” (Malinowski 1974: 124), јер су митови „ослонци обреда, повезани са традицијом (Campbell 1993) и омогућавају међугенерацијску комуникацију у којој се комбинује сећање на прошлост са традиционалним схватањем садашњости, уз подршку симболичке и митске форме.

„Сећање је колективна функција” (Halbwachs 1992: 183), која „посредством културног наслеђа у функцији времена, одржава континуитет и трансфер културних образаца као начина живљења” (Nikodijević, Đukanović 2014: 100). „Мит је прича која има паралелну структуру која повезује прошлост са садашњошћу и сугерише правце за будућност” (Wasson 2007: 3136).

У суштини митови су приче које су уско повезане са развојем и историјом друштва, које се понављају и одржавају без обзира на протек времена, јер опстају дубоко

укорењене као облик усменог предања народа. Митови су сведоци историјских и друштвених токова и „функционишу као национална јавност јер су научени да деле одређене основне вредности и уверења” (Slotkin 2007: 3139).

Креирање видео игара са наративима из митологије, осим културних вредности које су резултат историјски утемељене културе, често укључује и елементе савремене масовне културе, оптерећене глобализацијом. Наративи у видео играма који се ослањају на митологију најчешће укључују елементе традиционалне локалне, односно националне културе, коју модификују елементима комерцијалне културе, која се појављује као обележје модификованих савремених културних вредности. Микс различитих култура, унетих у виртуелни простор, доводи до тога да појединци деле своја сећања са осталим учесницима, али своје приче из прошлости комбинују са искуствима и ставовима које негују остали чланови групе, због осећања заједништва јер „електронске заједнице не чине ни интеракцију ни друштвени контекст мање стварним од заједница заснованих на појмовима припадности, етничке припадности и нације” (Anderson 2006: 6).

СЛОВЕНСКА МИТОЛОГИЈА У ВИДЕО ИГРАМА

„За разлику од грчке, индијске или египатске митологије, не постоје непосредни записи који могу послужити као потпуно поуздан извор за проучавање словенске митологије” (Kalezić Đuričković 2018: 501), међутим, без обзира на то што се митологија углавном задржала путем усменог предања, приче из народа, са овог подручја, представљају корпус најразноврснијих митологија на свету. Упркос богатству словенске митологије савремени медији ретко посежу за овим причама приликом обликовања наратива за виртуелни простор. Али овај богати фолклор проналази одговарајући дом у новонасталом медију видео игара, интерактивној уметничкој форми која се уклапа у двосмислене нијансе словенског приповедања.

„Митологија словенских народа веома је разноврсна, што се на најбољи начин може сагледати у културној разноликости, развијеној традицији усменог приповедања и привржености старим обичајима и обредима. Словени припадају великој етничкој скупуини индоевропских народа, а данас близу триста милиона људи говори словенским језицима” (Kalezić Đuričković 2018: 497). Религија словенских народа ослања се на предхришћанске верске обичаје и карактеристична је за народе са простора источне Европе¹.

Митологија словенских народа сачувана је, углавном, као усмено приповедање, базирано на људским особинама.

МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА

На основу разматране теорије, развили смо следећа истраживачка питања:

ИП1: У ком жанру видео игара су представљени ликови засновани на словенској митологији?

1 Мисли се на Русе, Украјинце, Пољаци, Чехе, Словаке, Србе, Хрвате и Словенце.

ИП2: Које врсте митолошких ликова су укључене у видео игре?

ИП3: Да ли жанр видео игре одређује укључивање одређених створења у наратив игре?

За ову квантитативну анализу садржаја прикупљени су подаци из узорак 14 видео игара које имају наративе засноване на словенској митологији. Истраживање је спроведено у периоду од јула до октобра 2022. Подаци су анализирани коришћењем SPSS 22 IBM Statistical Package.

За даљу методолошку обраду података дефинисали смо три хипотезе:

X1 ликови засновани на словенској митологији заступљени су у свим жанровима видео игара,

X2. од свих ликова из словеначке митологије, у видео играма су најзаступљенија чудовишта и демони,

X3. жанр видео игре одређује избор врсте створења које се појављује у наративу.

РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

X1 Ликови засновани на словенској митологији заступљени су у свим жанровима видео игара.

Genre

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Action	4	28.6	28.6	28.6
Adventure	5	35.7	35.7	64.3
Survival	4	28.6	28.6	92.9
Strategy	1	7.1	7.1	100.0
Total	14	100.0	100.0	

Од укупно 14 видео игара са наративима заснованим на словенској митологији, у односу на жанр видео игре, добили смо податке да се такви ликови појављују у жанру Акционе игре $n = 4$ (28.6%), Авантуристичке игре $n = 5$ (35.7%), Игре преживљавања $n = 4$ (28.6%) и Стратешке игре $n = 1$ (7.1%), $M_{\text{genre}} = 2.14$, $SD_{\text{genre}} = .949$.

Анализа је показала да су ликови засновани на словенској митологији заступљени у свим жанровима видео игара. Најчешћи су жанрови Авантура, затим Акција и Преживљавање, док се такви ликови појављују само у једној Стратешкој видео игри. Прва хипотеза је потврђена.

X2. Од свих ликова из словенске митологије, у видео играма су најзаступљенија чудовишта и демони.

Mythology creatures

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
God	1	7.1	7.1	7.1
Witch	3	21.4	21.4	28.6
Demons and Monsters	9	64.3	64.3	92.9
Vampire	1	7.1	7.1	100.0
Total	14	100.0	100.0	

Ликови из словенске митологије у играма су: бог $n=1$ (7.1%) вештица $n=3$ (21.4%), демони и чудовишта $n=9$ (64.3%) и вампири $n=1$ (7.1%), $M_{\text{character}}=2.71$, $SD_{\text{character}}=.726$.

Друга хипотеза је потврђена јер су резултати показали да су демони и чудовишта најзаступљенији ликови у видео играма чији су наративи засновани на словенској митологији, затим следе наративи са фигурама вештица, док се слика бога и вампира појављује само у једној видео игри.

Х3. Жанр видео игре одређује избор врсте створења које се појављује у наративу.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.556 ^a	9	.479
Likelihood Ratio	9.931	9	.356
Linear-by-Linear Association	2.064	1	.151
N of Valid Cases	14		

a. 16 cells (100.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .07.

За корелацију између жанра игре и врсте створења, резултат Chi square теста показује да је $\chi^2(9, 1) = 8,556$, $p > 0,05$ што значи да не постоји статистички значајна корелација између испитиваних варијабли. Трећа хипотеза није потврђена јер су резултати показали да жанр видео игара није имао утицаја на избор врсте створења.

Резултати који се односе на пропорцију оригиналног садржаја према агрегираном садржају у старим и новим медијима могу бити ограничени у применљивости због методе узорковања.

ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

У овом раду показали смо да нови медиј може да се оствари као платформа за промоцију културе словенских народа. Ослањање наратива, по којима се креирају видео игре, на митологију словенских народа омогућава дигиталним играчима да се упознају са причама које су културна баштина, као и да се предања сачувају од заборавља.

Нажалост, још увек је мали број видео игара које садрже наративе потекле из митологије са простора словенских земаља, али су заступљени скоро сви ликови из словенске митологије. Истраживање је показало да се ликови базирани на словенској митологији појављују у свим жанровима видео игара, као и да се предност даје чудовиштима и демонима, при чему жанр игре није од утицаја на избор врсте створења која се појављује у наративу.

Наративима по којима се креирају видео игре, свакако треба посветити додатну пажњу, јер виртуелни простор утиче на играче тако што путем дружења на платформи и играња игре размењују своја знања, стечена искуства и дограђују свој идентитет новим сазнањима, док учествују у промовисању културних вредности своје националне културе.

ЛИТЕРАТУРА

- Anderson, 1991: Benedict Anderson. *Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Apperley, 2009. Thomas H. Apperley. „Genre Studies.“ *The Video Game Theory Reader 2*. Ed. Perron, Bernard, and Wolf, J.P. Mark. New York: Routledge.
- Arsenault, 2009. Dominic Arsenault. „Narratology.“ *The Video Game Theory Reader 2*. Ed. Perron, Bernard, and Wolf, J.P. Mark. New York: Routledge.
- Балтезаревих 2022. Балтезаревих Боривоје. Утицај медијске писмености на културу критичког мишљења. *Башићина*, св. 56, 229-239.
- Berger, Luckman, 1966. Peter L. Berger, Thomas Luckman. *The Social Construction of Reality*. New York: Irvington Publishers.
- Campbell, 1993. Joseph Campbell. *Los mitos*. Barcelona: Paidós.
- Fink, 2016. Eugen Fink. *Play as Symbol of the World*. Indiana University Press.
- Fink, 1984. Eugen Fink. *Osnovni fenomeni ljudskog postojanja*. Beograd: Nolit.
- Galloway, 2006. Alexander R. Galloway. *Gaming: Essays On Algorithmic Culture* (1st ed.). Minneapolis, MN: Univ Of Minnesota Press.
- Hagood, 2008. Margaret C. Hagood. Intersections of popular culture, identities, and new literacies research. In: *Handbook of Research on New literacies*, eds. Coiro Julie, Knobel Michele, Lankshear Colin & Leu Don, 531–551. New York, NY: Lawrence Erlbaum Associates.
- Halbwachs, 1992. Maurice Halbwachs. *On Collective Memory*, Trans. Lewis A. Coser. Chicago: University of Chicago Press
- Hamilton, Weiss, 2005. Martha Hamilton, Mitch Weiss. *Children Tell Stories: Teaching and Using Storytelling in the Classroom* (2nd ed.). New York: Richard C. Owen.
- Huizinga, 1951. Johan Huizinga. *Homo ludens*. Paris: Gallimard.
- Johnson, Menichelli, 2007. Fred Johnson, Karen Menichelli. *What's Going on in Community Media*. Washington: Benton Foundation.
- Kajoa, R. (1979). Rože Kajoa. *Igre i ljudi: maska i zanos*. Beograd: Nolit.
- Kalezić Đuričković, 2018. Sofija Kalezić Đuričković. Ostaci paganskih vjerovanja kod slovenskih naroda, *Matica*, br. 76, 497-512.
- Kremers, 2009. Rudolf Kremers. *Level Design: Concept, Theory, and Practice*. United States: AK Peters.
- Malinowski, 1974. Bronislaw Malinowski. *Magia, ciencia y religión*. Barcelona: Ariel.
- Manovich, 2002. Lev Manovich. *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Moulthrop, 2005. Stuart Moulthrop. After the Last Generation: Rethinking Scholarship in the Days of Serious Play. In *Proceedings of Digital Art and Culture Conference*, 208-215. Copenhagen, Denmark: IT University, Copenhagen.

- Nikodijević, Đukanović, 2014. Dragan Nikodijević, Jovan Đukanović. Ne(моć) komunikacije kulturnog nasleđa sa okruženjem – sumrak tradicije u tržišnoj i digitalnoj epohi; Zbornik radova sa međunarodnog naučnog skupa МОЋ КОМУНИКАЦИЈЕ 2014. одржаног 30. маја 2014. године; организатор skupa Panevropski univerzitet APEIRON (99-109).
- Slotkin, 2007. Richard Slotkin. Mythogenesis,. In The Blackwell Encyclopedia of Sociology, Edited by George Ritzer, Malden, MA, USA: Blackwell Publishing Ltd, 3137-3140.
- Tadić, 1985. Božidar Tadić. *Misterija igre (od magijskih rituala do političkih mitova)*. Titograd: Univerzitetska riječ.

Borivoje V. BALTEZAREVIĆ

Vesna N. BALTEZAREVIĆ

MYTHOLOGICAL NARRATIVE IN VIDEO GAMES
AS A FORM OF MEDIA PROMOTION OF CULTURE

SUMMARY

With the advent of digital media, a new game platform has been created that moves from the real environment to the virtual space. The application of modern technology and the Internet led to the creation of platforms dedicated to video games and the appearance of virtual players. Considering that we cannot see the game only as entertainment, but also as a medium that leads to social gathering, the game is also recognized as a tool for the promotion of various social values. The narrative of the video game directs the players to simultaneously educate themselves through the game, improve themselves and, through interaction with other players, change their identity and adopt different cultural values. Narratives based on the mythology of a nation become a medium for “storytelling” and the promotion of national culture.

Key words: medium, video game, virtual space, narrative, culture.