

Igraće konzole-evolucija zabave

Halapa, Lea

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:388841>

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

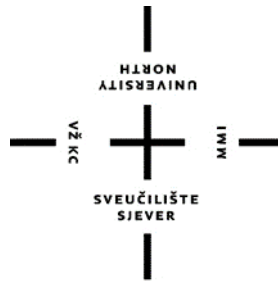
Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-04**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br. 233/NOV/2022

Igraće konzole – evolucija zabave

Lea Halapa,

Koprivnica, rujan, 2022. godine



**Sveučilište
Sjever**

Komunikologija, mediji i novinarstvo

Završni rad br. 233/NOV/2022

Igraće konzole – evolucija zabave

student:

Lea Halapa,

Mentor:

doc. art Luka Daniel Borčić

Koprivnica, rujan, 2022.

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

| | | | |
|--------------------------------|---|--------------|-------------------------------------|
| ODJEL | Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo | | |
| KURZ | preddiplomski sveučilišni studij Komunikologija, mediji i novinarstvo | | |
| PRIZNATELJ | Laa Halapa | MATICNI BROJ | 0330041183 |
| VAJAN | B. 9. 2022. | KOLEGIJ | Vizualna komunikacija i novi mediji |
| NACLOV RADA | Igrače konzole - evolucija zabava | | |
| NACLOV RADA NA ENGL. JEZIKU | Game consoles - the evolution of entertainment | | |
| MENTOR | Luka Daniel Borčić | GRADNJE | doc. art. |
| ČLANOVI PUVJERENSTVA | 1. izv. prof. dr. sc. Goran Vojković, predsjednik povjerenstva | | |
| | 2. doc. art. Luka Daniel Borčić, mentor | | |
| | 3. doc. dr. sc. Krešimir Lecković, član povjerenstva | | |
| | 4. izv. prof. dr. sc. Iva Rosedna Žigo, zamjenika članica | | |
| | 5. | | |

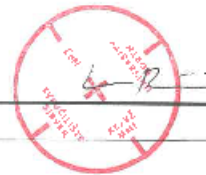
Zadatak završnog rada

| | |
|------|---|
| PROJ | 233_NOV_2022 |
| OPIS | <p>Tema ovog završnog rada su Igrače konzole, a sam cilj rada je bio prisjetiti se i prikazati kakve su bile prve konzole, koje su konzole obilježile gaming industriju, ali i naša djetinjstva, kao i nova stoljeća. Potaknuli nostalgiju u generaciji mlidenjelaca. Zadatak rada bio je prikazati koliko su se igrače konzole promijenile kroz tri desetljeća i kako izgledaju danas, te što nas čeka u budućnosti. Prikazati opasnost od videoigara kao što su ovisnost o videoigrama ili štetnije nasilja potaknuto videoigricama. U radu je potrebno:</p> <ul style="list-style-type: none">- Ukratko proći povijest igračih konzola;- Istražiti kulturu igranja video igrica;- Definirati koje su konzole dominirale prošim, a koje dominiraju ovim stoljećem i zašto;- Spomenuti virtualnu stvarnost u sklopu video igrica, ali i izvan ovog koncepta;- Usporediti i istaknuti sve prednosti i nedostatke sa kojima se susreću roditelji zbog videoigrica;- Priložiti vizualni sadržaj kao primjer videoigara nekada i danas. |

ZADATAK DANAN

9.9.2022

POSREDOVANJE



Predgovor

Ideja za temu ovog završnog rada formirala se je nakon dugog niza godina ljubavi prema igraćim konzolama i video igrama. Želim se zahvaliti mentoru doc. art. Luki Danielu Borčiću koji je moju ideju završnog rada odmah prihvatio i ujedino uvelike pomogao oko formiranja ideje u ovaj završni rad. Želim da ovaj rad bude ne samo zabavan i poučan, već da mnoge koji će ga čitati podsjeti na to kako su se nekad igrale video igre i kako su izgledale konzole.

SAŽETAK

Završni rad Igraće konzole – evolucija zabave govori upravo o tome kako danas izgleda zabava sa video igrama, ali i kako je to nekad izgledalo. U radu se spominje i prva video igra kao i činjenica da je u poprilično kratkom periodu zabava uz video igre dobila sasvim novo značenje. Početkom 90.ih godina prošlog stoljeća, riječ zabava uz video igre imala je vrlo jednostavno značenje. Video igre poput Super Mario ili Tetrisa su bile neizostavan dio kulture u devedesetima, no bile su doista jednostavne za igranje. I nije ih bilo mnogo. Neke od današnjih popularnih naslova video igara su se počele razvijati tek sredinom devedesetih, pa je tako početak 21. stoljeća obilježilo mnogo novih video igara. Crash Team Racing iz 1999. godine, video igra za karting utrke bila je tada neizostavan dio kolekcije PlayStation video igra. Za Nintendo, u obliku karting utrke to je bila Mario Kart i to čak tek četiri godine nakon CTR-a, odnosno 2003. godine. Obje ove igrice, danas imaju svoje nove i poboljšane verzije, no ipak, samo se prve pamte. Početkom 21. stoljeća ove igrice su se mogle igrati samo sa *joystickom* koji je bio povezan na igraću konzolu. Danas takve igrice poput vožnje ili simulacije vožnje mogu se igrati osim sa *joystickom* i sa volanom, te papučicama za gas i kočnicu. Čak se može kupiti i mjenjač. Gotovo svaka video igra je dobila nadogradnju u obliku dodatnog *gadgeta* za osnovnu konzolu. Tehnologija gadgeta je toliko napredovala da video igra poput simulacija vožnje: automobila, broda, aviona i sličnog postaje stvarnost. Postaje virtualna stvarnost.

Ključne riječi: *video igre, igraće konzole, zabava, gaming gadget, evolucija, virtualna stvarnost.*

SUMMARY

The final paper *Game console - the evolution of entertainment* tells exactly what video game entertainment looks like today, but also how it used to be. The paper also mentions the first video game, as well as the fact that in a relatively short period of time, having fun with video games took on a whole new meaning. In the early 1990s, the word fun with video games had a very simple meaning. Video games like Super Mario or Tetris were an indispensable part of the culture in the nineties, but they were easy to play. And there weren't many of them. Some of today's popular video game titles began to be developed only in the mid-nineties, so the beginning of the 21st century was marked by many new video games. 1999's Crash Team Racing, a kart racing video game, was an essential part of the PlayStation video game collection at the time. For Nintendo, it was Mario Kart in the form of a karting race, and that was only four years after CTR, i.e., in 2003. Both games today have their new and improved versions, but still, only the first ones are remembered. At the beginning of the 21st century, these games could only be played with a joystick connected to a game console. Today, such games as driving or driving simulation can be played except with a joystick and a steering wheel, as well as gas and brake pedals. You can even buy a gearbox. Almost every video game has received an upgrade in the form of an additional gadget for the base console. Gadget technology has advanced so much that video games like driving simulations: cars, ships, planes, and the like are becoming a reality. It becomes a virtual reality.

Keywords: *video games, game consoles, entertainment, gaming gadget, evolution, virtual reality.*

Popis korištenih kratica

DVR – *Digital Video Recorder*

NES - *Nintendo Entertainment System*

PS – *PlayStation*

SNES – *Super Nintendo Entertainment System*

VR – *Virtualna stvarnost*

Sadržaj

| | |
|---|----|
| 1. Uvod | 1 |
| 2. Povijest igraćih konzola | 3 |
| 2.1. PlayStation | 6 |
| 2.2. Nintendo..... | 9 |
| 2.3. Microsoft..... | 12 |
| 3. Kultura igranja igrica | 14 |
| 3.2. Razvoj e-sport natjecanja..... | 17 |
| 3.2.1. League of Legends | 19 |
| 3.2.2. Fortnite | 22 |
| 3.3. E-sport kao reklama za velike brendove | 23 |
| 4. Nova generacija igranja | 27 |
| 5. Virtualna stvarnost | 29 |
| 6. Zaključak | 32 |
| 7. Literatura | 34 |

1. Uvod

Kada u 21. stoljeću spominjemo igraće konzole, najčešće spominjemo Nintendo, PlayStation i Xbox. Iako su prije postojale i mnoge druge igraće konzole, ove tri su se zadržale iznimno dugo na tržištu sve do današnje devete generacije. Kroz godine postojanja dobile su svoje unaprijeđene verzije. Prilagođene željama potrošača, ali i trenutnog tržišta. Najveći zaokret u svijetu igračih konzola napravio je Nintendo 1983. godine kada je izdao konzolu *Nintendo Entertainment System*, odnosno poznatijeg imena NES. NES je dominirao tržištem i kao takav je postavio je ljestvicu konkurenciji poprilično visoko. Upravo se sa ovom konzolom Nintendo proslavio, a popularnost je zadržao sve do danas. Iako nema pravog razloga zašto se je Nintendo proslavio ovom igračom konzolom, smatram kako 1983. godine iako je tržište bilo zasićeno video igrama i razno raznim konzolama, Nintendo našao pravu formulu za izgled i boju konzole, kao i kvalitetne čipove i matičnu ploču i to je ukomponirao u NES. Tada još popularna Sega uvelike je konkurirala Nintendo i postojalo je razdoblje od 1980.ih do 1990. godine kada su na tržištu dominirali upravo Sega i Nintendo. Sega sa svojom Mega Drive/Genesis konzolom, a Nintendo sa NES i SNES (*Super Nintendo Entertainment System*) konzolom. Već 1994. godine Sony izbacuje PlayStation konzolu koja je većini obilježila devedesete. Postala je dio pop kulture kakva je nama poznata jer je konzola doživjela izniman uspjeh u Europi.

U 2022. godini, osim devete generacije igračih konzola koje su dostupne na tržištu, općeprihvaćena su i računala za igranje video igara. Generacija milenijalaca se izmjenjuje sa novom generacijom koja donosi sa sobom računalo, Internet, tablet, Wifi, e-sport, sve je novo i sve je bežično. Nema više kablova kojima smo vezani za konzole, nema više samo par sati igranja video igra. Sad je sve neograničeno. Nova generacija igračih konzola se proširuje i na računala koja se razvijaju brže od konzola. Nitko sa sigurnošću ne može reći kada je započela revolucija u igranju video igra, ali svakako igraće konzole novijeg doba su veoma brzo uznapredovale, pa su mnoge u čak nekoliko generacija napravile velik odmak od početaka videoigara. Najbolji primjer je Sony PlayStation koji je od pete generacije igračih konzola i PlayStationa 1 ne tako davne 1995. godine, došao do čuda od tehnologije na PlayStationu 5 iz devete generacije igračih konzola. Danas je sve *online*, *wireless*, povezano *Wi-Fi*. Prije više od dvadeset godina, rijetko tko bi pomislio da će sve biti povezano samo internetom. Čak je i

joysticka postao bežičan, osim naravno, u situaciji kada se treba napuniti. Osim toga, osma i deveta generacija PlayStationa nude tzv. *DualShock* kontroler. *DualShock* je linija kontrolera s vibracijskom povratnom spregom i analognim kontrolama koje je razvio *Sony Interactive Entertainment* za obitelj PlayStation sustava. Naravno, uz sve to, kao dio kućne zabave, na PlayStation igraču konzolu, nadovezuju se i VR naočale, koje pružaju virtualnu realnost videoigrica, te time zabava igranja videoigara postaje pa skoro, kao stvarnost. Ono što je dovelo do novih generacija igračih konzola jest činjenica da je svijet brzo ušao u doba novih tehnologija, te su se tvrtke koje su izrađivale takve konzole brzo morale adaptirati da su računala sve boljih performansa, da se proizvode HD, Ultra HD, LED, OLED, QLED i razne kombinacije performansi televizora. Malo tko danas u kućanstvu nema Smart TV. Nova generacija takvih televizora koji podržavaju slike visoke kvalitete, zahtjeva i bolje performanse na igračim konzolama. Npr. *PlayStation 4 Pro* zahtjeva Smart TV kako bi radio sa što boljim performansama. Ono što je zaista zanimljivo, postoji nebrojeno mnogo članaka o špekulacijama kako će buduće konzole izgledati, tako su npr. prije nego je uopće izašla konzola *PlayStation 5* postojale špekulacije kako će uskoro konzole biti u potpunosti digitalne, a ne analogne kakve su bile početkom 21. stoljeća.

2. Povijest igraćih konzola

Igraća konzola je posebni računalni stroj koji je namjenjen za isključivo računalne i videoigre. Prve konzole pojavile su se 1967. u SAD-u, obično kao konzole koje su sadržavale jednu igru ili kasnije manji broj igara preko silikonskih memorijskih čipova. Pravi bum konzole su doživjele 1972. pojavom igre Pong koju je na tržište izvela američka tvrtka *Atari*, dok prvu konzolu s izmjenjivim silikonskim memorijskim kasetama VCS 2600 izbacila je također tvrtka *Atari* 1977. Trenutno u ovoj industriji dominira PlayStation 5, na drugom mjestu je Xbox One ili nova, deveta generacija Xbox X/S. Također postoje i male prijenosne konzole koje su veličine dlana kao Nintendova grupa dlanovnih igraćih konzola Nintendo 3DS, Nintendo DS i Game Boy.

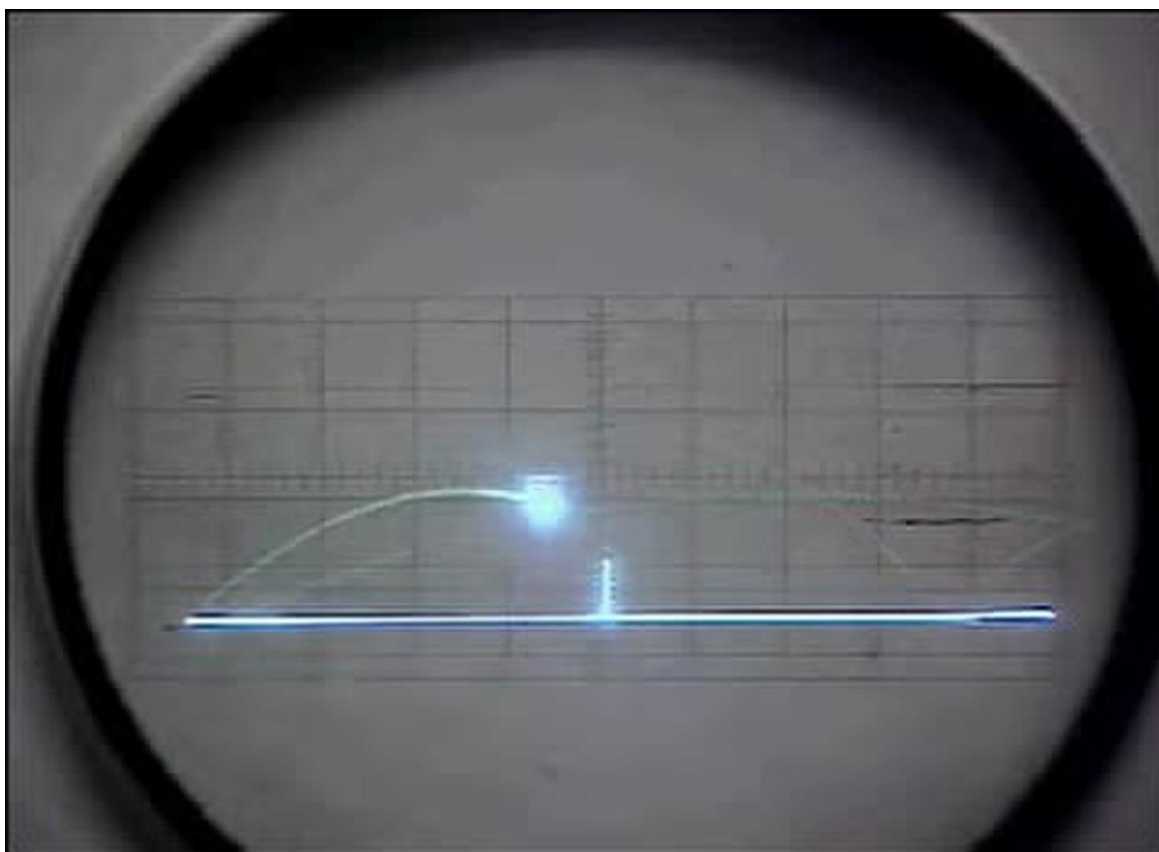
Od 1967. pa sve do danas su konzole za videoigre napredovale kroz tehnološke cikluse koji se obično nazivaju generacijama, a svaki je trajao otprilike pet godina, tijekom kojih su konkurentski proizvođači proizvodili konzole sa sličnim specifikacijama. Uz temeljna poboljšanja tehnologije kao što su manji i brži mikroprocesori, digitalne komunikacije i promjene poslovnih modela, nova generacija konzola evoluirala je iz prethodne. To je dovelo do promjene proizvođača konzola na tržištu; dok su rane generacije predvodili proizvođači poput *Atarija* i *Sega*, današnje moderne generacije svele su se na tri glavna konkurenta: *Nintendo*, *Sony Interactive Entertainment* i *Microsoft*.

Prijenosne konzole su doživjele sličan napredak, iako su obično grupirane u iste generacije kao i igaće konzole. Iako je u ranijim generacijama prijenosnih konzola postojao veći broj proizvođača koji su uključivali *Nintendo*, *Atari*, *Sega* i *Sony*, tržište prijenosnih konzola je nestalo uvođenja mobilnih igara sredinom 2000-ih, a do danas je jedini veliki proizvođač prijenosnih konzola zapravo *Nintendo*.

„Prve videoigre stvorene su na *mainframe* računalima 1950-ih, obično s prikazima samo s tekstom ili računalnim ispisima, i ograničene na jednostavne igre poput Tic Tac Toe ili Nim. Prije ere elektronskog ping-ponga, gladnih žutih točkica, vodoinstalatera, gljiva i vatrenog cvijeća, ljudi su čekali u redu za igranje videoigrica na klizalištima i drugim okupljalištima.“ (*Brookhaven National Laboratory* 2021)

Prije više od pedeset godina, prije nego je uopće postalo popularno imati igraću konzolu kod kuće, ljudi su se okupljali na mjestima gdje su se držale velike konzole kako bi igrali igrice

i družili se. Čak i prije toga, prema riječima *Brookhaven National Laboratory*, ondje su posjetitelji čekali u redu kako bi igrali »*Tennis for Two*«, koja je preteča modernih videoigara. Prvi put je igra predstavljena 18. listopada 1958., posjetiteljima na jednom od godišnjih posjeta *Brookhaven National Laboratory*. Tvorac igre je William Higinbotham koji je bio nuklearni fizičar. Igra je bila vrlo jednostavna. Današnje igrice su drugačije pa si rijetko tko može pojmiti kakav je to uspjeh bio za jednu igru koja se je bazično sastojala od dva igrača sa odvojenim kontrolerima koji su se povezivali s analognim računalom i koristili osciloskop za ekran.



Slika 2.1. *Tennis for Two*, 1958.

Kao što se može vidjeti na slici 2.1., igrice je vrlo jednostavna za današnje pojmove i više nalikuje na radar koji prima signale, nego na igricu. Dakako, ova igrice je preteča modernih videoigrica, pa treba ostati zahvalan Williamu Higinbothamu. Za razliku od mnogih drugih video igara, *Tennis for two* nikad nije dobila svoju nasljednicu, a komponente koje su korištene su rastavljene i upotrijebljene u druge svrhe.

Iako danas postoji mnogo proizvođača igračih konzoli, smatram kako su Sony, Nintendo i Microsoft jedini vrijedni spomena u 21. stoljeću. Igraće konzole poput Atarija i Sage ipak su dio prošlosti i unatoč velikoj popularnosti u 20. stoljeću, ove igraće konzole nisu zaživjele sve do danas. Nintendo svoju popularnost opravdava činjenicom da je već dugi niz godina na tržištu igračih konzola. Točnije, Nintendo je jedina od, usudila bih se reći, tri najpopularnijih konzola na svjetskom tržištu, koja je na tržištu još od prve generacije. Već 1977. godine za japansko tržište su izdali *Color TV Game*. Unatoč tomu što je Nintendo prvotno zamišljen kao tvrtka koja proizvodi igraće karte, čak i unatoč tomu što su pokušali proširiti tržište na razne druge djelatnosti, Nintendo se spasio od propadanja upravo prodajom igračih konzola, gdje je čak i oživio američku industriju nakon kraha videoigara 1983. godine. Naime, sam krah se dogodio zbog toga što su videoigre najednom postale iznimno popularne i svi su ih željeli proizvoditi. Dogodilo se je to da je tržište bilo prezasićeno, što je „domino – efektom“ utjecalo na samo tržište videoigara i konzola. PlayStation je općenito Europljanima *must – have* zabava. Vjerujem da svako kućanstvo ima barem jednu od pet izdanih konzola. I sama sam odrasla uz sivu konzolu. Iako se mlađa populacija ne sjeća, starija svakako pamti kako je ipak u početku težnju za zabavom na igračim konzolama ipak popunjavao Nintendo, kao što sam već navela, on je bio prvi sa igračim konzolama. I dok je većinu vremena držao monopol nad igračim konzolama, barem kada se govori o Europi, Nintendo je, prije PlayStationa, dobivao vjerne kopije popularne konzole. Treća popularna igraća konzola, dokazuje kako nikad nije kasno se uključiti u projekt, ako imaš dobru ideju. Microsoft, najpoznatiji po proizvodnji računalnog softvera i osobnih računala, odlučio se je proširiti grane industrije na igraće konzole. Xbox je izašao tek nakon drugog PlayStationa, za Nintendom je kasnio uveliko, no uspio se je progurati na tržište i zadržati se pa je Xbox trenutno po svim specifikacijama stao uz bok PlayStationu i Nintendo. Naravno, broj prodanih primjeraka zasigurno nije isti kao kod Nintenda koji ipak proizvodi igraće konzole od 1977. godine, čak se ne može usporediti niti sa PlayStationom koji je zapalio i pokorio Europsko tržište, no Microsoft svojom tehnologijom održava tržište.

Svaka od ove tri nabrojane konzole o kojoj ćete čitati u nastavku imaju i vlastite video igre kojima su se proslavili. Npr. kada netko spomene Nintendo, prvo što bi svakome palo na pamet jest Super Mario bros. Igrica koju je Nintendo izdao 1985. godine i najprodavanija je igrice svih vremena.

2.1. PlayStation

Sony PlayStation konzola koju je razvila japanska tvrtka Sony početkom 1990-tih. Konzola je puštena u prodaju 3. prosinca 1994. u Japanu po cijeni od 387\$ (37.000 yena). Do 2006. godine se prodala u 100 milijuna primjeraka. Ova konzola je postala istoznačnicom i uzorom za druge konzole koje su se pojavile u kasnom 20. stoljeću.



Slika 2.2. *PlayStation 1*

Kada je Sony 1988. sklopio dogovor s Nintendom kako bi svoju CD-ROM tehnologiju ugradili u tada nadolazeći *Super Nintendo Entertainment System* ili SNES, rijetki su znali kako je riječ o dogovoru koji će obilježiti povijest igara. Stvar gaming legendi, Nintendo PlayStation, trebao je biti suradnja između dva giganta, ali je ipak tek dan nakon otkrivanja suradnje na CES sajmu 1991. Nintendo prekinuo sve veze sa Sonyjem, koji je zatim vjerojatno rekao: »Pa dobro, napraviti ćemo mi svoju konzolu«, a ostalo je povijest. PlayStation je bio konzola poslije koje je disk drive postao norma, što je jednostavno bilo i više nego dovoljno da ju lansira u sam vrh gaminga. PlayStation 1 je vjerojatno toliko utkan u pop kulturu današnjice da mu ni NES ne dolazi blizu po sirovoj popularnosti. Dodajte tome i činjenicu kako je PlayStation ipak bio dostupan većem broju ljudi nego NES (u Hrvatskoj pogotovo) i dolazite do zaključka kako je velika većina današnjih gamera svoje prve doticaje sa »pravom« konzolom imalo upravo na ovom sivom ljepotanu.“ (Šimić, 2016)

Kada je riječ o naslovima koji su uzdigli ovu konzolu u sam vrh gaming svemira, treba svakako spomenuti barem ove: *Crash Bandicoot*, *FIFA*, *PES*, *Gran Turismo*, *Resident Evil*, *Tekken*, *Tony Hawk's Pro Skater*, *Mortal Combat*, *Silent Hill* i ostali mega popularni naslovi.

Inačice PlayStationa kroz godine: (AltarofGaming 2019)

- PlayStation (1995.) – Peta generacija igračih konzola, na japanskom tržištu izašla krajem 1994. godine, dok je u SAD-u. izašla tek 1995. godine. 1997-godine izlazi crna inačica ove konzole. PSone (umanjena inačica).
- PlayStation 2 (2000.) – Šesta generacija. Ova inačica je bila kompatibilna sa igrama za PlayStation 1. 2004. godine izlazi PS2 Slimline.
- PSX (2003.) – DVR (*Digital Video Recorder*) uređaj izašao samo u Japanu. Imao je uglavnom sve najbitnije funkcije AV prijarnika no ono što ga može svrstati u kategoriju igračih konzola je to što je u potpunosti podupirao PS i PS2 igre zbog objedinjenog hardvera.
- PSP- PlayStation Portable (2005.)
- PlayStation 3 (2006.) – Sedma generacija igračih konzola. Prva *fat* konzola sa kapacitetom od 20 ili 60 GB, te je podržavala većinu igara prethodnih generacija. PS3 Slim izlazi 2009. godine, a PS3 Super Slim 2012. godine.
- PlayStation Vita (2012.) – Prijenosna igrača konzola, nasljednica je PlayStation Portable serije prijenosnih igračih konzola.
- PlayStation 4 (2013.) – Osma generacija igračih konzola. Razvoj konzole je počeo još 2008. godine, kako Sony ne bi kasnio u razvoju kao što je to bio slučaj sa PlayStationom 3. Nakon originalne verzije, na tržište dolaze još dvije izmjenjene verzije, a to su: PS4 Slim, te PS4 Pro. Obje verzije su izašle 2016. godine.
- PlayStation 5 (2020.) – Deveta generacija. Trenutno najaktualnija verzija, te ona kao i prethodna verzija izgledom znatno odudaraju od starijih generacija, te su uz *joystick*, odnosno kontroler dostupne još i VR naočale.



Slika 2.3. *PlayStation 5*

Nije bilo tako davno kada se je kupovala nova siva konzola prvog PlayStationa. Nikad neću zaboraviti trenutak iščekivanja i poznati zvuk paljenja PlayStationa. Taj osjećaj se nije promijenio sve do danas, no kao što je vidljivo iz **Slika 2.2** i **Slika 2.3.**, dogodile su se velike promjene na konzolama, a neke nas čekaju u bliskoj budućnosti. Zanimljivo je koliko se je toga promijenilo u 30 godina. No, kultura igranja igrica nam je ostala ista. Strast prema video igrama godinama eksponencijalno raste. Što zbog nove grafike (boljeg doživljaja, bolje slike), što zbog dodatnih gadgeta koji se mogu kupiti uz konzolu kako bi naše vrijeme provedeno igrajući video igre bilo što zabavnije i stvarnije iskustvo.

2.2. Nintendo

Nintendo je ime japanske tvrtke koja se bavi proizvodnjom igraćih konzola, te izdavačkom djelatnosti kao: igraće karte, igre na ploči, videoigre, animirani filmovi, stripovi. Tvrtka je osnovana 1889., i osnovna djelatnost je bila proizvodnja igraćih karata za japansku igru hanafuda. Tek 1977. Nintendo razvija prvu konzolu, dok u 1980-tim Nintendo razvija arkadne videoigre koje se igraju za novčiće ili žetone.



Slika 2.4. *Nintendo*

„*Nintendo Entertainment System/Famicom* (1985.) ili NES i univerzalna ljubav svih gamera prema njemu zaista je nešto posebno. Nintendova konzola na scenu je stala sredinom osamdesetih i vjerojatno u tom trenutku prilično izmijenila čitav gaming svijet. Iako je u osamdesetima broj konzola bio prilično velik (*PC Engine*, *Genesis* pa čak i originalni *GameBoy*), nijedna nije ostavila toliki utjecaj kao NES/*Famicom*. Naime, Famicom je »originalni« NES, odnosno NES za tržište Japana. Razlog za postojanje dvije vrste iste konzole jest recesija koja je pogodila tržište igara osamdesetih i srezala profite za masivnih 97%. Tada je bilo dostupno mnoštvo konzola, a ne treba zaboraviti i konkurenciju od strane računala. Nintendo je zato Famicom “upakirao” u vrlo elegantno sivo kućište kako bi ga prodao, ne kao igračku, već kao zabavan uređaj za svaku dnevnu sobu – kako i danas gledamo na konzole. Da

nije bilo ove odluke, tržište igara bi bilo bitno drugačije, a Nintendo ne bi prodao više od 30 milijuna konzola samo u SAD-u.“ (Šimić 2016) Kada je riječ o igrama, *Nintendo Entertainment System* je na svojim velikim sivim kazetama donio originalnog Super Marija, što je samo po sebi razlog uključivanja u svaku moguću listu kulturnih konzola, ali naravno da ne stajemo ovdje. NES je imao više-manje sve što vam treba na vrhuncu svoje moći: *Legend of Zelda*, *Castelvania*, *Super Mario Bros.*, *Balloon Fight*, *Donkey Kong*, *Mario*, *Galaga*, *Excitebike*.

Igraće konzole Nintendo: (Nintendo Library 2018)

- Color TV Game (1977.) – Prva generacija konzola
- NES/Nintendo Entertainment System (1986.) – Samo u Europi
- NES 2/NES 101 (1993.)
- SNES/Super Nintendo Entertainment System (1992). – Samo u Europi
- Virtual Boy (1995.) – Samo u Japanu
- Nintendo 64 (1997.) – Samo u Europi
- GameCube (2002.) – Samo u Europi
- Nintendo Wii (2006.) – Nintendova najprodavanija konzola (101.63 milijuna prodanih konzola)
- Wii U (2012.)
- NES: Classic Edition (2016.) – Mala verzija originalne NES konzole s 30 instaliranih igara
- Nintendo Switch (2017.) – Hibridna konzola (mješavina kućne konzole i dlanovne konzole)

Dlanovne igraće konzole:

- Game Boy, Game Boy Pocket i Gameboy Light (1989.)
- Game Boy Color (1998.)
- Game Boy Advance, Game Boy Advance SP i Game Boy Micro (2004. – 2006.)
- Nintendo DS, DS Lite, DSi i DSi XL (2004.)
- Nintendo 3DS, 3DS XL, 2DS, New 3DS, New 3DS XL i New 2DS XL (2011.)



Slika 2.5. *Nintendo Switch 2021. g*

Sjećate li se žutih ketridži s memorijskom modulom za NES konzole? U opticaju su bile oko 1994. godine. Stare žute diskete. Naime, kao što je već spomenuto, iako je Nintendo pokorio američko i japansko tržište, europsko ga nije dočekao sa oduševljenjem, jer je prema mišljenju mnogih, bio ipak nešto skuplji. Pa su tako, barem Balkanom, kružile *clone* verzije Famicom-a. koje su se mogle kupiti za do 200-300 kn, a cijena disketa bila je oko 20 kn. Usporedbe radi, danas se cijena video igra kreće u rangu od 300 do 900 kn, novih video igra. Konzole neću niti uspoređivati. Mlađe generacije se svakako ne sjećaju, jer većina nas je odrasla uz PlayStation, ali sa sigurnošću mogu reći kako se je Nintendo upravo zbog NES-a i Famicoma proslavio u svijetu.



Slika 2.6. *Žuta disketa za Famicom*

2.3. Microsoft

Microsoft Xbox je igraća konzola koju je razvila američka tvrtka Microsoft. Ova konzola puštena je u prodaju 15. studenog 2001 u SAD-u. i napravljena je kao odgovor Microsofta japanskoj dominaciji u ovom tržištu. Sa Xboxom je dolazio "Nuke" upravljač. Taj nadimak je dobio jer je bio veoma nezgrapnan. Microsoft ga je zamijenio s onim koji je bio namijenjen za japansko tržište. Najprodavanija igra je Halo 2 (8,46 milijuna prodanih primjeraka).



Slika 2.7. Microsoft Xbox

Inačice Microsoft Xbox: (Beststreamer 2022)

- Xbox (2001.) – Šesta generacija igračih konzola. Xbox je izašao na tržište tek nakon Sonyevog PlayStationa 2.
- Xbox 360 (2005.) – Sedma generacija igračih konzola. Od prethodne verzije hardverski je bila jača čak 10 puta, no to joj nije pomoglo bitno na tržištu, jer u Hrvatskoj se nije uopće prodavala.
- Xbox One (2013.) – Osma generacija. Na tržištu se natjecala sa Sonyevim PlayStationom 4, te Nintendo Switchem.

Osobno o Microsoftu i samom Xboxu vrlo malo znam. Nisam se nikad niti susrela sa ovom konzolom i čak ne poznajem nikoga tko posjeduje ili preferira ovu konzolu pored PlayStationa. Opet, naravno, nama je PlayStation ikona igračih konzola, što ne mora nužno značiti da Xbox u nekim specifikacijama nije bolji od PlayStationa.



Slika 2.8. Xbox 2001. godine.

„Microsoft je oduvijek bio tvrtka koja je radila jednu stvar vrlo dobro: operative sustave. Vjerojatno je to bio razlog dosta čuđenja kada je 2001. izdao konzolu, koja je u gotovo svakom pogledu bila ispred svog vremena. Svakako treba znati jednu stvar: Xbox je uvijek bio lošije prodavan od PlayStationa i Sony je uvijek bio jača tvrtka kada je riječ o gamingu na konzolama, jer je, između ostalog, prvi počeo. Originalni je Xbox bio pionir u nekim stvarima koje sada uzimamo zdravo za gotovo, poput toga da je bio prva konzola koja je u sebi imala hard disk. Danas je to sasvim normalno, ali u 2001. je ideja stavljanja hard diska u konzolu bila podosta revolucionarna. Disk, zajedno s sjajnim Xbox Live sustavom koji je omogućavao mrežno igranje i skidanje igara bez potrebe za diskom, učinili su Xbox pionirima nove generacije konzola, koja u malo drugačijem obliku traje i danas. Budući da je Xbox imao i pravi ethernet port, online se igralo mnogo toga. Popularnost serijala *Halo* na Xboxu jedan je od razloga zašto su FPS igre i dalje vrlo popularne na konzolama. Xbox je uvijek lovio PlayStation kada je riječ o prodaji, ali nikako ga se ne smije zanemariti kao dostojnog suparnika, koji zaista ne zaostaje ni za čime, pogotovo danas.“ (Šimić 2016)

3. Kultura igranja igrica

Sama kultura igranja igrica, kao i mnoge stvari drugačije su prihvaćene u raznim dijelovima svijeta. Igranje igrica i sam *cosplay* svakodnevnog odijevanja u iste karaktere iz igrica u Aziji nisu nikakva novost, dok toga na zapadu još nema, te nije toliko rasprostranjeno. Čak i neke od najpoznatijih igraćih konzola potječu iz Japana, baš poput PlayStationa i Nintenda. Stoga, nije niti čudo kako su se brzo adaptirali na novi svijet tehnologije i igranja igrica. U Južnoj Koreji igranje video igra se smatra jednom od glavnih društvenih aktivnosti. Naravno, kao prihvatljiva društvena aktivnost, Koreja je stvorila natjecateljski duh, pa su tako MMORG, odnosno *massive multiplayer online role-playing game* u Koreji prilično popularne za natjecanja. Za takva natjecanja, natjecatelji su dobivali i novčane nagrade. Koreja je bila među prvima koja je puštala snimke ili *live*, te se je moglo gledati na televiziji, laptopu, računalu. Danas putem YouTube ili Twitch.tv kanala svi mogu gledati streaminge uživo i prijenose e-sport natjecanja. Sve više je zemalja uključeno u e-sport natjecanja i mnoge video igre su stvorile regije igranja igrica.



Slika 3.1. Amaterska natjecanja

3.1. Povijest igranja video igra

Kako su se osamdesetih godina prošlog stoljeća sve više slavile igraće konzole, tako se je i ubrzao rast proizvodnje istih, a ujedino i proizvodnje video igra za igraće konzole. No, kako je tržište bilo prezasićeno, neki proizvođači su doživjeli krizu. Kriza je sveukupno trajala godinu dana, a nakon stabiliziranja tržišta, već početkom devedesetih godina počele su se proizvoditi neke video igre koje se i danas u optičaju. Tako su neke od popularnijih: Tekken, FIFA, Crash Bash, Tetris, Mario Cart, Mortal Kombat, Residen Evil i slični. Nekada su video igre bile vrlo jednostavne za igranje, bez obzira o kojoj se konzoli radilo. Danas upravo zbog svih naprednih tehnologija, to jednostavno drugačije. Kao što je već spomenuto gore, računala imaju nove, poboljšane procesore, imaju velike kapacitete grafičkih kartica, da neke igrice izgledaju toliko stvarno. Svaka od tih igrica, danas ima novu neprepoznatljivu verziju koja je dostupna za igraće konzole, ali i za računala, a čak neke od njih i za mobitele. Npr. u 30 godina koliko postoji igrica Mortal Kombat, borilačka *fantasy* video igra, (1992. god), znatno je poboljšana grafika, ali i pokreti su iznimno „*life like*“, te se može uvidjeti kako se je igrica adaptirala s godinama, odnosno uz dostupnu tehnologiju i znanje i potrebne vještine.



Slika 3.2. *Grand Turismo 1*, 1997. g.

Zanimljiva činjenica, Grand Turismo 1 (1997, god.) video igra simulatora stvarne vožnje, sve do danas je popravila grafiku toliko, da neke scene utrka izgledaju kao prave.

Slika 3.2. prikazuje isječak igrice iz 1997 godine. Tada nije bilo niti ovakvih grafičkih kartica, niti televizora koji bi podržavali iste performanse. Vrlo jednostavno za igrati. Iako je igrica napravljena kompleksno, sa dobro pričom i radnjom, čini se dosta jednostavna. Grafika je toliko loša da se ne mogu pročitati natpisi sa strane, jedva se vidi drugi crveni auto, a ostali izgledaju kao male kockice u boji. No, s godinama i sa novim generacijama igraćih konzola, stvari su se mijenjale. Grand Turismo 2 i svaki idući nastavak ovog simulatora vožnje dobivao je značajne promjene. Toliko da je Grand Turismo 7, koji je izašao početkom ove godine, zbunio mnoge do te mjere da se nije znalo gledaju li ljudi isječke Formule 1 ili isječke video igre simulatora vožnje.



Slika 3.3. *Grand Turismo 7, 2022 g.*

Slika 3.3. prikazuje novi Grand Turismo 7, koji je izašao početkom ove godine. Osim grafike koja je složena do savršenstva, igrica je unaprijedila i početnu priču koju nije puno mijenjala, već samo dodala neke stavke. Tako npr. unaprijeđene su staze koje su dostupne još od 1997. godine. „Ako ste igrali posljednje tri generacije Gran Turisma, djelomično ste već igrali i Grand Turismo 7. Tu su 34 lokacije s preko 90 varijacija. Drago nam je ponovno vidjeti

Daytonu, Trial Mountain, High Speed Ring i Deep Forest. Ali sve staze već su viđene u prethodnim igrama, a ako mi nešto nije promaknulo, u GT7 ne postoji nijedna nova staza za serijal.“ (Rakić 2021) Promijenjena je i mapa, koja je sad puno preglednija i jasnije je označeno gdje se što nalazi. Uz staze i mapu, naravno, promijenjena je i garaža u kojoj svaki igrač drži svoju kolekciju automobila koje posjeduje u igrici. Kada se usporede ove dvije slike, mora se priznati kako je Grand Turismo daleko dogurao, barem što se tiče grafike i priče unutar igrice.

3.2. Razvoj e-sport natjecanja

Novo doba donijelo je velike promijene za mnoge. Popularizacija Interneta i društvenih mreža pridonijeli su i umrežavanju milijuna ljudi diljem svijeta. Doba Interneta je donio fleksibilnost. Sve nam je dostupno, odmah i sad. Tako se adaptirao i e-sport. Putem Youtube kanala se e-sport natjecanja mogu gledati uživo, ali i pratiti u bilo koje doba dana, ukoliko se nešto propusti. Internet, jedan od elektroničkih medija, stvorio je novu granu influencera, u svijetu društvenih medija digitalnog svijeta označava utjecajnu osobu koja je sposobna utjecati na odluke brojnih ljudi koji ih prate na društvenim mrežama. U svijetu video igrica i e-sporta to su streameri. Osobe koje se snimaju kako igraju razne video igre, neovisno radi li se o igraćoj konzoli ili računalu.

„Industrija eSporta je tijekom godina doživjela ogroman rast, kako u pogledu gledanosti tako i u pogledu prihoda. Povećana gledanost je ono što je najviše doprinijelo rastu prihoda – i to ne samo zato što ti gledatelji ostvaruju prihod. Uvidjevši potencijal dosezanja velike i angažirane publike, robne marke ulažu u marketing eSporta, izravno i neizravno. To je pridonijelo brzom rastu prihoda u industriji, koji je samo usporio COVID-19 koji je ograničio značajne javne eSport događaje, iako se čini da se stvari vraćaju u normalu 2022. godine. eSport je također doživio rast u nekoliko drugih aspekata, a mnogi od njih su međusobno povezani na ovaj ili onaj način.“ (Newzoo 2021)

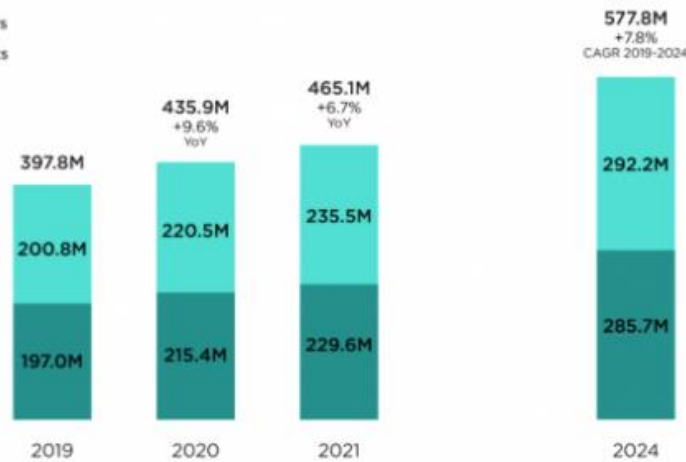
„Newzoo definira eSports kao "profesionalno ili poluprofesionalno natjecateljsko igranje u organiziranom formatu (turnir ili liga) s određenim ciljem/nagradom, poput osvajanja naslova prvaka ili novčane nagrade)." Statistika eSporta koju ovdje uključujemo odnosi se samo na profesionalni natjecateljski sadržaj igranja i ne uključuje amaterska natjecanja ili livestreaming oko neorganiziranog natjecateljskog igranja.“ (Newzoo 2021)



Esports Audience Growth

Global | For 2019, 2020, 2021, and 2024

- Occasional Viewers
- Esports Enthusiasts



Due to rounding, Esports Enthusiasts and Occasional Viewers do not add up to the total audience in 2024.

©Newzoo | Global Esports and Live Streaming Market Report | September 2021
newzoo.com/esports-report

Source: newzoo.com

Slika 3.4. eSport povećanje broja gledatelja od 2019. do 2024.

„Razvoj eSporta na razinama je kakve još nisu zabilježene i to se itekako prepoznaje kroz tržišta gdje prije nije postojao, a sad zauzima bitnu ulogu. Konkretnije, odnosi se to na Europu, ali ne samo one najbogatije zemlje, već općenito Europu. Primjerice, kroz 2020. je pristiglo šest milijuna novih gledatelja profesionalnih evenata, što je rast od 7,4 posto na godišnjoj razini. Naravno, tako nešto veže se uz pandemiju koronavirusa, koja je zatvorila ljude u njihove domove na duže vrijeme no što je inače slučaj. Samim time, 59 posto od 10.175 ispitanika starosti 18 do 45 godina u Europi kazalo je da gleda eSport događaje više no u 2019. Utječe tako nešto i na globalnu razinu pa tako eSport tržište vrijedi u ovoj godini oko 1,1 milijardi američkih dolara, što je odlično, ali samo djelić ukupne vrijednosti industrije videoigara - procijenjene u ovom trenutku na oko 180 milijardi dolara.“ (Perić, Tomić 2021)

3.2.1. League of Legends

Videoigra koju je razvio Riot Games 2009. godine. Iako je igrica sve do danas ostala besplatna, Riot Games ostvaruju velike prihode od mikro transakcija, odnosno, od kupovine unutar video igre. Igrica je inspirirana *Warcraft III: The Frozen Throne* modom *Defense of the Ancients*. (Riot Games 2022)

League of Legends stvorio četiri glavne regije LEC (Europa), LCK (Južna Koreja), LPL (Kina), LCS (Sjeverna Amerika). Tako je prvo osnovan LCK, odnosno Južna Koreja još 2012. godine, no ostale tri regije nisu dugo čekale i već 2013. godine su osnovale svoje regije i timove. Tako je regionalno i kulturno prihvatljivo natjecanje u Južnoj Koreji, preneseno na cijeli svijet. Svaka od pojedinih regija ima deset timova i svi se bore za *League of Legends World Championship*. Kako bi ostvarili taj uspjeh i ne samo osvojili značajan novčani iznos, već i prestiž najboljeg *League of Legends* tima, te pehar, timovi prvo trebaju osigurati mjesta u vlastitoj regiji. Postoje dvije sezone godišnje, *Spring season (First split)* i *Summer season (Second split)*. Također, postoji natjecanje između ove dvije sezone, a zove se MSI ili *Mid-Season Invitational*, te u njemu sudjeluju sve regije.



Slika 9. *League of Legends*,

Mid-Season Invitational 2022. godine bio je održan u Južnoj Koreji od 10. svibnja do 29. svibnja. 2022. godine. Pozvano je 11 timova i minimalni nagradni fond iznosio je 250 000,00 USD. Nagradni fond se je dijelio između timova prema dostignućima, a bio je podijeljen tako da je tim koji je osvojio MSI dobio 30% nagradnog fonda, drugi tim je dobio 20% nagradnog fonda, treći i četvrti su dijelili 10 %, peti i šesti su dijelili 7 % fonda, sedmi i osmi su dobili 3.33 %, deveti i deseti 2,67 %, a jedanaesti tim je dobio 2 % iz nagradnog fonda. (Fandom.com 2022)

Svaka od četiri spomenute regije ima deset natjecateljskih timova. Većinom ti timovi iz godine u godinu ostaju isti, no oni koji ne zadovolje uvjete, odnosno ne kvalificiraju se, u nekom periodu prepuštaju mjesto nekom drugom timu. Unutar regija, timovi se natječu za *playoffs* gdje mogu osvojiti novčane nagrade i pehare. Pobjedom na *playoffsu*, timovi si osiguravaju mjesto na *League of Legends World Championship*. Osim pobjednika, ovisno o regiji pravo na pristupanje na *League of Legends World Championshipu* osigurava si drugi i treći, te eventualno četvrti tim. U Europi se za *playoffs* trenutno bori deset timova: *Rouge, MAD Lions, EXCEL, G2 Esports, Team Vitality, Astralis, Fnatic, Misfits gaming, SK Gaming i Team BDS*. Iako je *Rouge* visoko na ljestvici i trenutno su prvi, najveći favoriti i rivali Europe već godinama su G2 Esports i Fnatic. (Riot Games 2021) U ova dva tima igrali su neki od, u League of Legends svijetu, najpoznatijih europskih igrača. Iako Europa ima igrača koji odlično igraju, kao i Amerika, nikad nisu uspjeli osvojiti naslov prvaka. Europa je 2019. godine uspjela osvojiti MSI i tu je titulu odnio G2 Esports s ponosom u Europu.



Slika 3.6. Svjetsko prvenstvo 2021. *League of Legends*

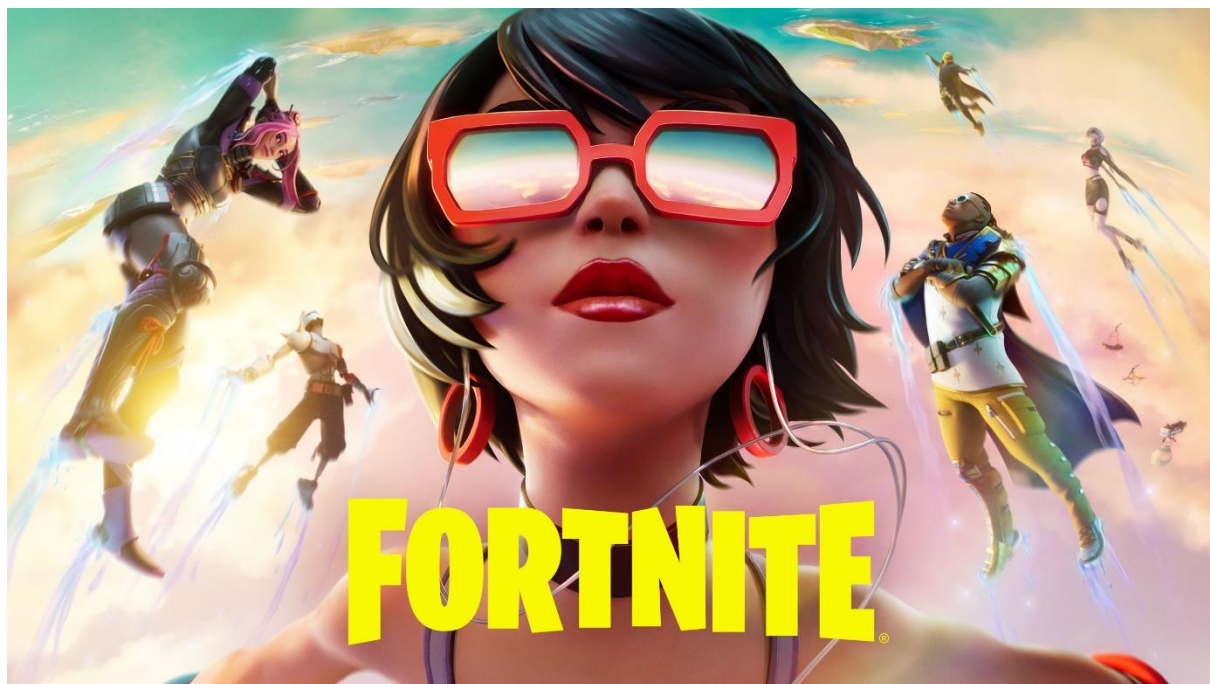
Svjetsko prvenstvo u *League of Legends* se je 2021. godine trebalo održavati u Kini, međutim, zbog Covid-19 mjera koje su ondje stupile na snagu, event je prebačen u Europu, odnosno, Reykjavík, Island. Prema analizi Fandoma, tada je svjetsko prvenstvo pratilo 4 018 728 ljudi, a ukupno vrijeme gledanja bilo je 174 826 794 sati. (Fandom 2021)

Tako već godinama titulu prvaka drže ili Južna Koreja ili Kina. Rivalstvo između ove dvije regije traje godinama unazad. Jer zapravo su ovo dvije jake regije sa nekim od najjačim imenima igrača. Južnokorejski igrač Lee Sang-hyeok, zvani *Faker*, smatra se jednim od najboljih igrača *League of Legends*sa ikad. Već godinama je u SK Telecom T1 timu i igra *mid lane*. Za razliku od spomenute Europe i Amerike, regije poput Kine i Južne Koreje, gdje je igranje video igra prihvatljivo kao druženje sa nekim, takve regije proizvode najbolje igrače e-sporta. Iz jednostavnog razloga, na Zapadu nije društveno prihvatljivo igrati igrice 10-16 sati dnevno. U Kini i Koreji jest. Stoga nije niti čudo što upravo ove regije prednjače kada je riječ o e-sport natjecanjima. Barem u *League of Legends*.

3.2.2. Fortnite

Online *multyplayer* video igra, razvio ju je Epic Games, a izašla je na tržište 2017. godine. Nakon što su joj u 2018. godini omogućili besplatno igranje, Fortnite imala je više od 200 milijuna igrača, što ju čini najpopularnijom igricom na svijetu. Igrica se može igrati na igračkoj konzoli, računalu ili mobitelu.

Kao što to ima League of Legends, tako ima i Fortnite, a to je Fortnite World Cup. Ove godine ovaj event će se održavati od 12 i 13. studenog u North Carolina, USA. Fortnina je relativno nova igrica na tržištu, ali i u e-sport kategoriji, stoga još uvijek nema velikih favorita kada je riječ o osvajanju ovog kupa.



Slika 3.7. Fornite

„Održat će se 10 tjednih kvalifikacijskih događaja, a samo 100 najboljih Solo i 50 najboljih Duo igrača proći će u finale Fortnite Svjetskog kupa. Igrači će biti podijeljeni u pet odvojenih regija, ovisno o regiji u kojoj igraju.“ (Chauhan 2022)

- **Faza 1** - Natjecanje će započeti s Arena modom, gdje će igrači morati zaraditi što više bodova kako bi došli do vrha i kvalificirali se za Open turnir.
- **Faza 2** - Igrači koji se kvalificiraju u Arena modu moći će se natjecati na turniru Fortnite Open. Imat će tri sata i do 10 mečeva da pokušaju osvojiti što više bodova. Određeni broj najboljih igrača tada će ići dalje u finale Opena.
- **Faza 3** - Najbolji igrači iz svake regije igrat će tri sata i do 10 mečeva kako bi osvojili što više bodova. Kada vrijeme istekne, Epic će odrediti tko će se kvalificirati za skupnu nagradu. (Chauhan 2022)

3.3. E-sport kao reklama za velike brendove

„Publika za 2019. i 2020. iznosila je 593,2 milijuna odnosno 662,7 milijuna. Rast od 11,7% u odnosu na 2020. uzrokovan je povećanjem vremena provedenog kod kuće i zahtjevima socijalnog distanciranja tijekom pandemije. Newzoo je predvidio daljnji rast od 10,0% na 728,8 milijuna gledatelja u 2021. Do 2024. vjeruju da će globalna publika *live streaming* igrice iznositi 830,3 milijuna, CAGR od 9,2% tijekom 2019.-2024. Kina je sada zrelo tržište. Međutim, Newzoo i dalje predviđa da će kineska publika *live streaminga* igara narasti sa 185,5 milijuna u 2020. na 214,3 milijuna u 2024. godini. Također očekuju dvoznamenkaste stope rasta u mnogim zemljama u razvoju, s predviđenim CAGR-om za sljedeće regije do 2024. za koji se očekuje da će biti: Latinska Amerika (+14,0%), Bliski istok i Afrika (+15,1%), središnja južna Azija (+14,8%), i jugoistočnoj Aziji (+14,8%).“ (Gejzer 2022)



Slika 3.8. BMW partner League of Legends timovima

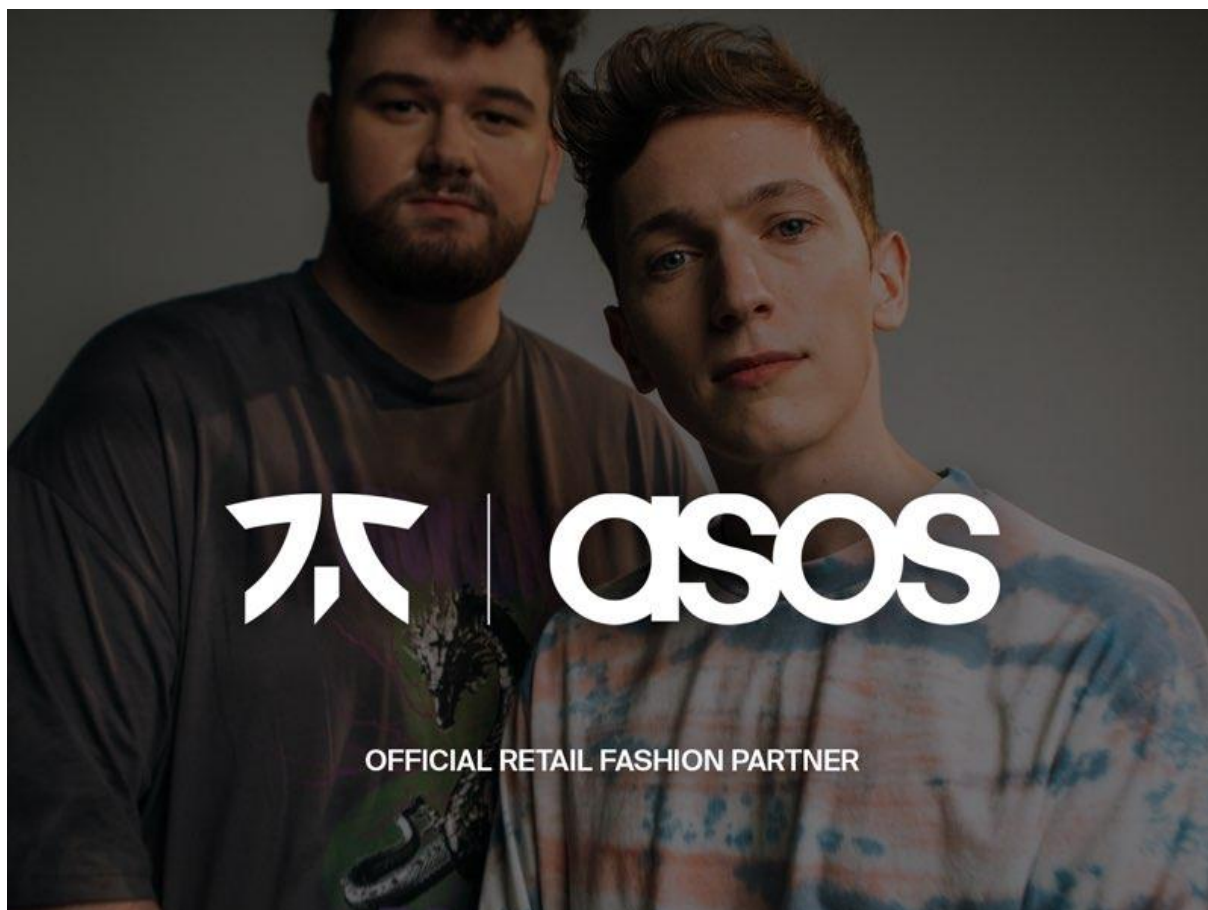
Ovakve brojke omogućuju velikim brendovima da se promoviraju putem velikih eSport natjecanja. BMW je bio među prvima koji je uvidio ovakve brojke i sam rast zainteresiranosti za eSport pa je tako želio doseći novu generaciju potrošača. „Luksuzni njemački proizvođač automobila predstavio je partnerstvo koje je uspostavio s pet gaming organizacija - *Cloud9* u Sjedinjenim Američkim Državama, *Fnatic* u Ujedinjenom Kraljevstvu, *FunPlus Phoenix* u Kini, *G2 Esports* u Njemačkoj i *T1* u Južnoj Koreji, a sve sa ciljem pronalaska novih potencijalnih kupaca koji ne koriste standardnu televiziju. League of Legends, DOTA 2, Fortnite i FIFA neke su od video igra gdje se ovaj popularan brend može pronaći.



Slika 10. BMW i G2, LEC.

Natjecanja u video igrama dosežu globalnu publiku od 454 milijuna, a očekuje se da će ih za tri godine gledati još najmanje 190 milijuna, po industrijskim analitičarima *Newzoo*. Velika većina njih su mlađi milenijalci i generacija Z, te favoriziraju *streaming* platforme poput Twitcha, YouTubea i *Mixera* u odnosu na tradicionalnu televiziju, što je atraktivna meta koju 104-godišnji proizvođač automobila namjerava iskoristiti kako bi naglasio svoj brend vrijedan 29,8 milijardi dolara. (Settimi 2020)

Velike su prepirke oko toga je li igranje igrice sport, no svi se možemo složiti u jednome, ovakva natjecanja na svjetskoj razini donose velike iznose ulagačima. A takvih ulagača je zaista mnogo. Najnoviji je ASOS, ženska publika zna, ASOS je britanski online trgovina sa modnim i kozmetičkim proizvodima. ASOS je potpisao sa Fnaticom trogodišnji ugovor kako bi spojili ljubav prema igranju igrice i modi. Vrlo je jednostavno zašto. U e-sportu se nalazi veliko tržište mlade populacije koju je sve teže privući reklamama na TV-u.



Slika 11. ASOS x Fnatic

Partnerstvo vrijedno nekoliko milijuna funti omogućilo je *gaming* i modnim markama, Fnatic i ASOS, udruživanje snaga kako bi se igračima omogućilo da izraze svoj fizički i digitalni stil. Fnatic, globalni brend za e-sport sa sjedištem u Londonu, potpisao je trogodišnje partnerstvo s ASOS-om, jednim od vodećih svjetskih online modnih trgovaca. Kao dio dogovora, oba brenda će razviti i implementirati više online i offline aktivacija, spajajući svijet igara i mode. Ovo je prvi takav ugovor e-sport tima i online trgovca. Kao dio dogovora, ASOS-ov logo će se pojaviti na prednjoj strani svih Fnatic timskih dresova, uključujući nadolazeći *League of Legends World Championship* dresove. Osim toga, dva brenda obvezala su se na zajednički rad na digitalnim kompletima u budućnosti i na proizvodnju brendiranih iskustava u igrama i digitalnih proizvoda. (ASOS 2021)

4. Nova generacija igranja

Generacija milenijalaca i starije sigurno su imale drugačiju vrstu zabave sa konzolama. Zbog toga što su većinom bile jeftine kopije NES-a, nerijetko su se znale kvariti, a jeftiniji dijelovi poput adaptera su se trebali često mijenjati. Video igre koje su onda bile dostupne sve su donekle bile jednostavne, ali svi su ih htjeli imati i igrati. Mnogi se sa nostalgijom prisjećaju starih dana Famicoma, disketa i prvog PlayStationa koji je većini bila i zadnja konzola koju su igrali, dok neki, poput mene, sjećaju se samo PlayStationa, ali zato nismo propustili niti jednu generaciju ove konzole, kao niti nove video igre namijenjene toj konzoli.



Slika 4.1. *Super Mario Bros.*

Razlika u generacijama i stajalište da video igre nisu dobre za djecu i njihov razvoj. Naime, kao i sve u pretjeranoj količini, video igre mogu izazvati ovisnost. Ali jednako tako, mogu potvrditi da su video igre, barem generaciju milenijalaca naučile, ni manje ni više, nego engleski jezik. S obzirom da prije u obrazovanju engleski jezik nije bio potreban, malo tko ga je učio. Sve dok nisu došle video igre sa kompleksnom pričom, koja je bila na engleskom jeziku. Osim toga, općenito igrice pružaju neke benefite za djecu i odrasle, a prvi je razonoda. Neki

smatraju i da su video igre dobre za razvoj mentalnih sposobnosti, jer kako se fokusiramo na rješavanje problema u video igrama, vrlo vjerojatno je da ćemo se fokusirati i na rješavanje drugih problema koji nas okružuju. Iste te probleme osobe koje igraju video igre bi trebale moći brže i učinkovitije riješiti jer su se sa sličnim problemima našli upravo u video igrama.

Ipak, tanka je granica između nekoliko sati opuštanja i zabave i nekoliko sati u „opasnom“ okruženju, bez kontakta sa vanjskim svijetom. Mnogi roditelji zasigurno znaju koja video igra prikazana na **Slika 4.1**. S obzirom da je najprodavanija video igra svih vremena, rijetko tko će reći da ju nije igrao. Problem je u tome što nove generacije, moja generacija, nije odrasla uz ovakve video igre. Za nas je bilo kasno i dosta toga se je izmijenilo. Mi smo odrasli uz video igre akcijskog ili horor žanra. Iskreno, ne znam koliko ostatak ženske populacije mlade generacije voli video igre i osobno smatram da video igre više igra muška populacija, pogotovo akcijski ili horor žanr, iz jednostavnog razloga. Meni osobno nikad nije bilo zanimljivo igrati ovaj žanr, no gledala sam druge kako igraju. I iako mnoge video igre imaju odličnu priču, tu tjeskobu i strah nisam mogla nadvladati i smatrala sam kako osobno nema smisla raditi nešto ako mi izaziva toliku razinu tjeskobe. Naime, pogotovo horor igrice su napravljene sa takvom pričom, popratnim radnjama, zvukom i vibracijom joysticka da izazovu što više adrenalina i tjeskobe iz osobe. Stoga se danas, pored svih mogućih video igara koje su dostupne na tržištu, bez obzira za konzole ili računala, nameće jedno pitanje svih osoba koji su roditelji. Jesu li video igre danas dobre za djecu?

Zašto danas? Jednostavno je. Video igra poput Super Mario Bros. osim što eventualno izaziva ovisnost, nije opasna za djecu. Video igra poput *Resident Evil* ili *Call of Duty*, možda. Opasnost video igra ne leži samo u ovisnosti od istih, već i o tome koliko utječu na djecu i potiču li ih na nasilje, upravo onakvo kakvo je prikazano u tim istim video igrama. Na neki način svi projiciramo to što negdje vidimo jer mislimo da je takvo ponašanje u redu. Danas se dosta upozorava i na činjenicu da djeca, s obzirom da imaju pristup Internetu i video igre se sad mogu igrati u većim timovima, mogu na taj način upoznati krive i sumnjive ljude.

Tako je nova generacija igranja video igrama na konzolama donijela sve svoje prednosti i nedostatke sa sobom.

5. Virtualna stvarnost

„Prividan okoliš simuliran s pomoću računala te posebnih računalnih periferija i programa, unutar kojega je korisniku omogućen privid boravka, kretanja i opažanja; također prividna stvarnost. To se trodimenzionalno multimedijско okružje ostvaruje vizualizacijom stvarnoga ili zamišljenoga okružja, slika kojega se predočuje na zaslonu računala ili posebnim stereoskopskim uređajima (naočale ili kaciga s dvama ugrađenim zaslonima od tekućih kristala); doživljaj se dopunjuje zvukovima (uz pomoć slušalica ili zvučnika), vibracijama, a iskušavaju se i mogućnosti pobuđivanja taktilnih i mirisnih osjeta. Međudjelovanje čovjeka i računala postiže se uobičajenim ulaznim jedinicama (tipkovnica ili miš), ili posebnim jedinicama (rukavice s osjetnicima za određivanje položaja ruke i pokreta prstiju, ili drugi uređaji za praćenje kretanja).“ (Hrvatska enciklopedija 2021)



Slika 5.1. VR headset

„Virtualna stvarnost (VR) je računalno generirano okruženje sa scenama i objektima koji izgledaju kao stvarni, zbog čega se korisnik osjeća da je uronjen u svoje okruženje. Ovo okruženje se percipira putem uređaja poznatog kao slušalice ili kacige za VR.“ (Iberdrola 2018) Virtualna stvarnost omogućuje da se uronimo u videoigre kao da smo jedan od likova, naučimo kako izvesti operaciju srca ili poboljšati kvalitetu sportskog treninga kako bismo maksimizirali izvedbu.

„Iako se ovo može činiti iznimno futurističkim, njegovo podrijetlo nije tako nedavno kao što bismo mogli misliti. Zapravo, mnogi ljudi smatraju da se jedan od prvih uređaja virtualne stvarnosti zvao Sensorama, stroj s ugrađenim sjedalom koji je puštao 3D filmove, ispuštao mirise i generirao vibracije kako bi iskustvo bio što življi. Izum datira još od sredine 1950-ih. Naknadni tehnološki i softverski razvoji tijekom sljedećih godina donijeli su sa sobom progresivnu evoluciju kako uređaja tako i dizajna sučelja.“ (Iberdrola 2018)

„Virtualna stvarnost jedna je od tehnologija s najvećim projiciranim potencijalom rasta. Danas su na tržištu zahtjevne aplikacije koje nadilaze slobodno vrijeme, turizam ili marketing i koje su korisnicima pristupačnije. Velike tehnološke tvrtke već rade na razvoju slušalice koje ne trebaju kabele i koje omogućuju da se slike vide u HD-u. Razvijaju slušalice za virtualnu stvarnost u 8K i s mnogo snažnijim procesorima. Čak se priča da bi u sljedećih nekoliko godina mogli integrirati umjetnu inteligenciju. Najnoviji 5G standard također može pružiti vrlo zanimljive scenarije za evoluciju VR-a. Ovaj standard će omogućiti povezivanje više uređaja i velikih korisničkih zajednica. Osim toga, njegova gotovo neprimjetna latencija omogućit će korisnicima da primaju slike u stvarnom vremenu, gotovo kao da ih vide vlastitim očima. Sve to znači da virtualna stvarnost više nije znanstvena fantastika. Integriran je u našu sadašnjost i u nadolazećim godinama dovest će do napretka koji će oblikovati budućnost.“ (Iberdrola 2018)

Virtualna stvarnost danas koristi se za mnogo toga, ne samo za igranje videoigrica. „Virtualna stvarnost omogućava korisnicima novu razinu interakcije s računalom, a pokazuje se posebno korisnom u edukativne svrhe jer dovodi do znatnih ušteda pri uvježbavanju složenih poslova. Zbog toga se rabi npr. za uvježbavanje upravljanja vozilima (automobilom, brodom, zrakoplovom), iskušavanje borbene taktike, predočavanje projektiranih građevina, za likovne izložbe, kao pomoć pri snalaženju u nepoznatom stvarnom okružju i dr., a osobito za zabavu i računalne igre.“ (Hrvatska enciklopedija 2021)

Ovo su neka polja gdje je virtualna stvarnost zaista promijenila značenje napretka tehnologije. (Iberdrola 2018)

- Medicina – Španjolsko nacionalno istraživačko vijeće uspjelo je smanjiti učinke Parkinsonove bolesti kod nekoliko pacijenata primjenom tretmana koji koristi VR.
- Obrazovanje – U učionicama, korištenje VR omogućuje učenicima da bolje zadrže znanje i pomaže učenicima s poteškoćama u učenju.
- Zabava – Korisnici mogu ući u scenu u video igrici ili prakticirati ekstremne sportove ne mičući se s sofe.
- Arhitektura – VR pomaže arhitektima da bolje osmisle prostor i prezentiraju projekt svojim klijentima.
- Kultura / Umjetnost – Neki muzeji i galerije nude virtualne posjete ili impresivna iskustva kako bi lakše razumjeli povijest i kulturu povezane sa svakim djelom.
- Vojska – Ministarstvo obrane Ujedinjenog Kraljevstva koristi VR za obuku u simuliranim borbenim okruženjima. (Iberdrola, 2018.)

6. Zaključak

Cilj ovoga rada bio je prikazati igraće konzole nekad i sada, kako bismo mogli usporediti što se je sve dogodilo proteklih godina i unatoč početnoj lošoj prognozi igračih konzola, zašto su još uvijek dostupni na tržištu. Neke stvari, baš poput ljubavi prema igračim konzolama, ne mogu promijeniti. I iako je na tržištu dostupno toliko različitih konzola, ali i računala i laptopa na kojima se mogu igrati razne video igre, većina kućanstava ima i igraču konzolu i računalo ili laptop. Zsigurno da je zadržavanje igraće konzole u kućanstvima dio europske kulture igranja igrica. Masovno kupovanje nove generacije konzola, a stara, iako možda i funkcionalna, odlazi u zaborav. Smatram kako smo od prvog PlayStationa iz 1994. godine do današnjeg PlayStationa 5 strmoglavili velikom brzinom i jednako tako smatram da je potrebno prisjetiti se samih početaka modernijih konzoli. Prije 30 godina nitko nije mogao zamisliti da će u budućnosti postojati razni gadgeti koji upotpunjavaju video igre, ali i same igraće konzole. Danas se nudi veliki izbor video igara koje pružaju stvarno iskustvo iz vlastitog doma. Nekada se je igrao Grand Turismo običnim *joystickom*, danas se to iskustvo može ispuniti sa volanom, papučicama za gas, kočnicu i kvačilom.

Iznimno brzi razvoj tehnologija i veliko umrežavanje ljudi, što putem društvenih mreža, što putem Interneta razvilo je nove grane zabave, kao što je eSport natjecanje. I dok jedni govore kako to nije sport, pro playerima vjerojatno nije niti bitno, jer sve dok sudjeluju u raznim natjecanjima, zarađuju, što za sebe, što za tim. A opet, s druge strane baš poput domino efekta, ono što je uvođenje Interneta zajedno sa kulturom igranja igrica učinilo u zadnjih nekoliko godina jest stvorila neke od poznatih streamera. *Streamer* je osoba koja se uživo emitira putem Interneta, dok igra video igre. Postoji nebrojeno mnogo streamera, ali jedan je već godinama među najpoznatijima, a to je Richard Tyler Blevins, odnosno Ninja. Američki je streamer koji ima preko 18 milijuna pratitelja. Osim *pro player* i *streamer* zarađuju pristojne iznose. Ova grana se je razvila zbog svima dostupnog Interneta. Da se je uvidjelo da u zadnjih nekoliko godina kultura igranja igrica i natjecanja dobiva sve više pažnje, najbolje pokazuje činjenica kako su mnogi veliki brendovi poput BMW-a potpisali ugovore sa raznim jakim timovima.



IZJAVA O AUTORSTVU

I SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Lea Halapa pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autorica završnog rada pod naslovom Igraće konzole - evolucija zabave te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

Lea Halapa

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Lea Halapa neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog rada pod naslovom Igraće konzole - evolucija zabave čiji sam autor/ica.

Student/ica:

Lea Halapa

(vlastoručni potpis)

7. Literatura

Internet izvori:

1. Brookhaven National Laboratory (2021.): *The First Video Game?*, Ghost Archive, dostupno na: <https://www.bnl.gov/about/history/firstvideo.php> [27.02.2022]
2. Ivan Šimić (2016.): *Konzole su krive: Kratka povijest gubljenja sati pred televizorom*, Netokracija, dostupno na: <https://www.netokracija.com/povijest-igracih-konzola-128913> [5.3.2022.]
3. *AltarOfGaming* (2019): *All PlayStation Console Models & Generations Ever Released (1994-2022)* dostupno na: <https://altarofgaming.com/all-playstation-consoles/> [9.09.2022.]
4. Nintendo Library (2014): *Nintendo Library Historical data*, dostupno na: https://www.nintendo.co.jp/ir/library/historical_data/pdf/consolidated_sales_e1509.pdf [9.09.2022.]
5. Beststreamer (2022): *All Xbox Console Generations & Models Released in Order*, dostupno na: <https://bestreamer.com/gaming-hardware/all-xbox-generations-in-order/> [9.09.2022.]
6. Goran Rakić (2022.): *Recenzija | Gran Turismo 7*, FFA, dostupno na: <https://ffa.hr/recenzije/recenzija-gran-turismo-7/72685/> [01.08.2022.]
7. Marko Perić, Dražen Tomić (2021.): *INFOGRAFIKA: Veliki razvoj eSporta u Europi*, ICT Business, dostupno na: <https://www.ictbusiness.info/vijesti/infografika-veliki-razvoj-esporta-u-europi> [02.08.2022]
8. Riot Games (2022.): *How to play*, dostupno na: <https://www.leagueoflegends.com/en-us/how-to-play/>, [20.07.2022.]
9. Fandom.com (2022.): *MSI 2022.*, dostupno na: https://lol.fandom.com/wiki/2022_Mid-Season_Invitational [20.07.2022.]
10. Sarthak Chauhan (2022.): *Fortnite World Cup 2022 (LAN): Start date and time, venue, and more*, Sportskeeda, dostupno na: <https://www.sportskeeda.com/fortnite/news-fortnite-world-cup-2022-lan-start-date-time-venue> [24.07.2022]

11. ¹Werner Gejzer (2022.): *Nevjerojatan rast eSporta [+ eSport statistika]*, Influencer MarkenigHub, dostupno na: <https://influencermarketinghub.com/esports-stats/> [01.08.2022.]
12. Kristina Settimi (2020.): BMW prebacuje marketinšku potrošnju na Esports s okom na sutrašnje vozače, dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/christinasettimi/2020/04/16/bmw-shifts-marketing-spend-to-esports-with-eyes-on-tomorrows-drivers/?sh=355e56541e7b> [02.08.2022.]
13. ASOS (2021.): *Fnatic and ASOS sign three-year deal to bridge the worlds of gaming and fashion*, dostupno na: <https://www.asosplc.com/news/fnatic-and-asos-sign-three-year-deal-bridge-worlds-gaming-and-fashion/> [1.09.2022.]
14. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje (2021.): *Virtualna stvarnost*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža,. dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=64795> [16.3.2022.]
15. Iberdrola (2018.): *Virtual Reality: another world within sight*, Iberdrola, dostupno na: <https://www.iberdrola.com/innovation/virtual-reality> [14.3.2022.]
16. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje (2021.): *Virtualna stvarnost*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža,. dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=64795> [16.3.2022.]

Popis slika

| | |
|---|----|
| Slika 1. <i>Tennis for Two, 1958.</i> | 4 |
| Slika 2. <i>PlayStation 1</i> | 6 |
| Slika 3. <i>PlayStation 5</i> | 8 |
| Slika 4. <i>Nintendo</i> | 9 |
| Slika 5. <i>Nintendo Switch 2021. g</i> | 11 |
| Slika 6. <i>Žuta disketa za Famicom</i> | 11 |
| Slika 7. <i>Microsoft Xbox</i> | 12 |
| Slika 8. <i>Xbox 2001. godine.</i> | 13 |
| Slika 9. <i>Amaterska natjecanja</i> | 14 |
| Slika 10. <i>Grand Turismo 1, 1997. g.</i> | 15 |
| Slika 11. <i>Grand Turismo 7, 2022 g.</i> | 16 |
| Slika 12. <i>eSport povećanje broja gledatelja od 2019. do 2024.</i> | 18 |
| Slika 13. <i>League of Legends,</i> | 19 |
| Slika 14. <i>Svjetsko prvenstvo 2021. League of Legends</i> | 21 |
| Slika 15. <i>Fornite</i> | 22 |
| Slika 16. <i>BMW partner League of Legends timovima</i> | 24 |
| Slika 17. <i>BMW i G2, LEC.</i> | 25 |
| Slika 18. <i>ASOS x Fnatic</i> | 26 |
| Slika 19. <i>Super Mario Bros.</i> | 27 |
| Slika 20. <i>VR headset</i> | 29 |