

УДК 008

Katarzyna Sujkowska-Sobisz

O TOŻSAMOŚCI GRACZA. MOŻLIWOŚCI I OGRANICZENIA W KREOWANIU JAŻNI ORAZ BUDOWANIU RELACJI SPOŁECZNYCH

Суйковська-Собіш К.

ПРО ІДЕНТИЧНІСТЬ ГРАВЦЯ. МОЖЛИВОСТІ ТА ОБМЕЖЕННЯ У ТВОРЕННІ САМОСТІ ТА НАЛАГОДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН

У статті зосереджено увагу на соціальній групі комп'ютерних гравців, яка нещодавно постала і концентрується довкола нових технологій. Зокрема, звернено увагу на те, що можна визначити спільні для всіх гравців риси ідентичності на основі окреслення цілей гравців, цінностей, які вони визнають, ієрархічну структуру групи, а також повагу до прав та обов'язків групи. Дослідження ніків привели авторку до висновку, що спільнота витворюється не довкола технологій, а довкола її витворів, тобто конкретних типів ігор.

Ключові слова: власні назви, індивідуальна ідентичність, соціальна ідентичність, віртуальний простір.

Суйковская-Собиш К.

O ИДЕНТИЧНОСТИ ИГРОКА. ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ В СОЗДАНИИ САМОСТИ И ВЫСТРАИВАНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

В статье концентрировано внимание на социальной группе компьютерных игроков, которая недавно появилась и формируется вокруг новых технологий. В частности обращает внимание на то, что можно определить общие для всех игроков черты идентичности на основании опеределения целей игроков, ценностей, которые они признают, иерархическую структуру группы, а также уважение к правам и обязанностям группы. Исследование ником привело авторку к выводу, что сообщество создается не вокруг технологии, а вокруг ее продуктов, то есть конкретных типов игр.

Ключевые слова: собственные названия, индивидуальная идентичность, социальная идентичность, виртуальное пространство.

Sujkowska-Sobisz K.

ABOUT PLAYER'S IDENTITY. OPPORTUNITIES AND LIMITS IN THE SELF (CONSCIOUSNESS) CREATION AND IN ESTABLISHMENT OF SOCIAL RELATIONSHIPS

The author of the presented study takes into consideration the newly established social group whose members are gathered around new technologies. It means that the community of computer games players is investigated. She points out that all studied players share common determinants of identity, concerning mainly such factors as: the targets of players activities, shared values by them, the hierarchical intra-group structure, and their compliance with group rules, including inner duties. Analysis of players' nicks conducted by the author leads to the conclusion that the discussed community is based not only on technology, but also on its products, i.e. the specified types of computer games.

Key words: proper names, individual identity, social identity, virtual environment.

Psychologowie określają tożsamość jako “świadomość własnej spójności w czasie i przestrzeni, w różnych okresach życia, w sytuacjach społecznych i pełnionych rolach, a także świadomość własnej odrębności, indywidualności, niepowtarzalności” [4, s. 26]. Spójność czasu i przestrzeni tak istotna w przywołanej definicji Małgorzaty Melchior w przestrzeni cyfrowego nomady nie ma żadnego znaczenia. Czyżby wirtualny wędrowiec był pozbawiony tożsamości? Nie o braku tożsamości w kontekście mieszkańców światów cyfrowych trzeba mówić, ale o jej zmienności, płynności, bezgraniczności. Możliwość kreacji tożsamości, takiej tożsamości która zyska akceptację w świecie pozbawionym spójności czasu i przestrzeni determinuje nomadę do gry tożsamością, czasami zabawy nią. Dodajmy również, że w warunkach ponowoczesnych ludzie kształtowani są – jak pisze Zygmunt Bauman – “pod kątem spożywczo-ludycznych funkcji; innymi słowy, rolę konsumenta i gracza (czy człowieka zabawy), które większości ludzi ponowoczesnych ma pełnić i do których pełnienia ich się sposobi, dostarczają podstawowych wzorów i kryteriów oceny czynnych w procesach formowania i samokształtowania się jednostek” [1, s. 54]. Modne oferty tożsamości dostępne bez problemu w świecie wirtualnym dyktowane standardami popkultury stają się coraz bardziej popularnym wyborem cyfrowych tubylców. Wybór w kontekście tożsamości, a właściwie symultaniczne posługiwanie się nieograniczoną ilością tożsamości z jednej strony uwalnia wirtualnego nomadę, a z

drugiej w stopniu najwyższym niewoli go w świecie cyfrowym. Takich możliwości gry identyfikacją świat realny nie daje. Rozumienie tożsamości jako jednej z odsłon jaźni właściwe psychologii, mocno różni się o podejścia socjologicznego, w którym odróżnia się od siebie tożsamość grupową od osobistej, zaznaczając bardzo wyraźnie, że bez tej pierwszej druga nie mogłaby się wykształcić. W grupie, zdaniem socjologów, tkwi siła kreacji tożsamości jednostkowej. W dyskusjach wokół socjologicznego pojęcia tożsamości, jak zauważa Magdalena Szpunar [6, s. 380], można wyróżnić dwa obozy: optymistów i pesymistów. Ci pierwsi podkreślają, że nowoczesny świat przyniósł ze sobą wzrost indywidualizmu i poszerzenie możliwości wyboru i dzięki temu ludzie mogą ustrzec się przed zniewoleniem przez tradycję, kulturę czy religię. Zdaniem drugich człowiek jako produkt społeczeństwa masowego staje się wyobcowany, samotny, wykorzeniony. Poszukiwanie wspólnot nie wydaje się naturalnym wyborem człowieka ponowoczesnego. Takiemu pesymistycznemu widzeniu współczesnego człowieka, a zwłaszcza cyfrowego nomady wyraźnie zaprzecza pojawienie się społeczności skupionej wokół nowych mediów, rozrywki i internetu. Przedstawiciele tej społeczności – żyjący przeciwieństwo w świecie wszechobecnego konsumpcjonizmu i przyzwyczajeni do postaw hedonistycznych – są gotowi na wyrzeczenia i niedogodności związane z kilkunastogodzinnym oczekiwaniem w kolejce, aby zobaczyć rozgrywkę e-sportowców na odbywającym się w Katowicach turnieju w ramach Intel Extreme Masters. Ci młodzi ludzie mówią o sobie, że są graczami, czy z angielska gmerami. Nie będę w przedstawianym opracowaniu zastanawiać się nad tym, czy każdy człowiek, który gra w gry komputerowe jest graczem. Magdalena Bednorz [2, s. 15] w interesującym opracowaniu dotyczącym kryzysu tożsamości graczy przywołuje taką oto wypowiedź „prawdziwego gracza”: *słowo „gamer” znaczy coś konkretnego: satysfakcję ze swoich osiągnięć i poczucie doniosłości. Prawdziwi gracze z dumą noszą to miano, które traktowane jest jak największy komplement. Istnieją tysiące ludzi, którzy niezashużenie określają siebie graczami, ale my wiemy na czym polega różnica. Gracze to ludzie, którzy rozumieją ten artykuł* [odwołanie do artykułu, pod którym znalazł się cytowany wpis – KSS] *bez sprawdzania znaczenia fraz i akronimów, bez drapania się po głowach w geście niedowierzania. Samozwańczy tzw. „social gamer” to tylko kiepscy naśladowcy, którzy nie byłiby w stanie przeżyć dnia w naszych butach, bo to my jesteśmy wyjątkowi* [2, s. 15].

Wypowiedź ta pochodzi z 2010 roku, w ostatnich latach na pewno status gracza bardzo ewoluował. Od ortodoksyjnych *geeków* czy introwertycznych *nerdów* do graczy okazjonalnych tzw. *casuali*. Nie będziemy jednak większej uwagi poświęcać rozważaniom o charakterze definicyjno-porządkującym, a mającym dać odpowiedź na pytanie, kto może nazywać siebie graczem. Czy graczem jest tylko doświadczający immersji *hardcorowiec*, czy też graczem jest również kilkuletnie dziecko grające okazjonalnie w grę *Minecraft*? W kolejce, która wiała się wręcz kilometrami przed katowickim Spodkiem, na wejście do środka oczekiwali bardzo młodzi – kilku lub kilkunastoletni – ludzie z opiekunami, grupki gimnazjalistów, studenci, a także uczniowie szkół ponadgimnazjalnych. Uczestniczenie jako widzowie w rozgrywce najlepszych e-sportowców świata grających w *League of Legends* czy *Counter Strike* okazuje się atrakcyjne dla przedstawicieli młodszej generacji, ale amplituda wieku między najmłodszymi miłośnikami gier, a najstarszymi zadeklarowanymi *gamerami* wydaje się mieć już temporalnie charakter pokolenia. Wydaje się, że w branży gier można już mówić o konieczności komunikacji międzypokoleniowej, a zatem tożsamość tejże wspólnoty zaczyna się rozmywać, zmieniać, ewoluować. Jaki jest zatem współczesny gracz? W kolejnych akapitach będę odwoływać się do unikalnego badania sondażowego prowadzonego w Polsce od 13 października do 11 listopada 2014 roku na dużej próbie respondentów, a mianowicie 79 543 osobach. Badanie nosiło tytuł „Jestem graczem”, a ankiety online zawierały pytania z różnych sfer życia osób deklarujących się jako gmerzy. Okazuje się, że to jest przede wszystkim młody mężczyzna, uczący się lub studiujący i mieszkający w miastach. Gracze średnio poświęcają aż jedną dobę w tygodniu na oddawanie się swojej ulubionej rozrywce – zadeklarowana przez respondentów średnia liczba godzin poświęconych na rozgrywki w Sieci wynosi 21. Najwięcej respondentów gra na komputerze (92%), rzadziej wybierają telefony, tablety czy konsole. Wybór konkretnych gier determinowany jest nie tylko wiekiem, ale i płcią graczy. Autorzy przywoływanego raportu podkreślają, że najpopularniejsze są tzw. *strzelanki*, gry RPG oraz gry akcji. Kobiety częściej poświęcają czas na gry przygodowe, zręcznościowe, logiczne czy muzyczne¹. Niemal wszyscy gracze grają w Sieci. Większość przynajmniej od czasu do czasu gra w trybie *multiplayer*, respondenci deklarują, że najczęściej grają z kolegami, rzadziej z przypadkowymi osobami. Przestrzeń gry okazuje się zatem przestrzenią spotkania. Młodzi ludzie umawiają się, aby razem zagrać, ale nie spotykają się w świecie realnym, komunikują się via komputer. Zbigniew Borowski redaktor naczelny blogu *PolskiLive.pl* – blogu o grach wideo, marce Xbox, nowych technologiach – zauważa „Nareszcie możemy mówić o czasach, w których dla pewnej grupy społecznej, w tym przypadku graczy, gry wideo zastąpiły inne rozrywki, jak np. oglądanie telewizji. To krok naprzód, bo granie jest zdecydowanie mniej bierną aktywnością, z której jesteśmy w stanie wyciągnąć więcej niż z pochłaniania kolejnych odcinków *Na Wspólnej*” [5, online].

Gracze definiowani są jako grupa społeczna, a skoro tak się o nich myśli, zakłada się, że przedstawiciele tejże grupy łączą jakieś więzy (w przypadku graczy byłoby to wspólne hobby, podobny sposób spędzania wolnego czasu), że tworzą jakąś hierarchiczną strukturę. Miejsce w hierarchii w przypadku interesującej nas tutaj grupy

¹ Ulubione tytuły grających mężczyzn to *League of Legends* oraz *Counter Strike*, natomiast wśród kobiet najczęściej przywoływano *League of Legends* ale kolejne miejsca zajmowały już niekoniecznie męskie faworytki, czyli *Assassin's Creed*, *Wiedźmin* i *Diablo*.

społecznej wydaje się zależne po pierwsze od umiejętności często wiązanych z doświadczeniem w grach komputerowych oraz po drugie od popularności wśród sympatyków gier. Mówiąc o graczach popularnych, mam na myśli przede wszystkim tzw. youtuberów, którzy prowadzą swoje *gamerskie* kanały na portalu YouTube². Są oni swoistego rodzaju cewebrytami³ prowadzącymi tematyczne vlogi dotyczące gier komputerowych. Youtuberzy ci nazywani również *zagrajmerami*, *gamerami*, czy też *let's playerami* prowadzą w rankingach najczęściej subskrybowanych polskich kanałów. Ich działania vlogerskie polegają przede wszystkim na demonstrowaniu swojej rozgrywki przy jednoczesnym komentarzu, często widz takiego amatorskiego filmu zobaczyć również można miniaturowe wstawki z kamery skierowanej na twarz autora⁴. Najbardziej popularni *youtuberzy* mają prawdziwe rzesze lojalnych fanów, stając się swoistymi przywódcami w strukturze tej nowej, ciekawej grupy społecznej. *Gamerzy* – jak każda inna grupa społeczna – ma swoje wspólne cele. Mają one – co oczywiste – charakter ludyczny. Przedstawiciele starszego pokolenia dość często piętnują nie tylko cele, ale i sposoby ich osiągania przez graczy. Ci drudzy nie mają jednak wątpliwości, że preferowany przez nich sposób spędzania wolnego czasu dobrze wpływa na ich rozwój intelektualny czy społeczny. Jeden z *youtuberów*, nazywający siebie – co symptomatyczne – *ludologiem*, Patryk “Rojo” Rojewski jest zdania, że “granie w gry wyrabia wiele cech, które nierzadko pomagają w okresie nauki czy pracy. Zręczność, koncentracja, współpraca, komunikacja, spostrzegawczość, myślenie przestrzenne, planowanie perspektywiczne czy wyobraźnia, to zaledwie część profitów płynących z faktu uczestnictwa w wirtualnych światach [5, online].

Wedle przywoływanego już raportu osoby deklarujące się jako *gamerzy* dobrze oceniają swoje relacje z rodziną i deklarują, że angażują się w życie rodzinne. Ich zdaniem gry komputerowe mają pozytywny wpływ na relacje z innymi – granie ma wymiar społeczny, buduje relacje, zapewnia tematy do rozmów, pozwala na poznawanie nowych ludzi (również z innych krajów) oraz uczy współpracy. Gracze są przekonani, że granie w gry komputerowe nie wpływa negatywnie na ich wyniki w nauce – potwierdza to deklarowana średnia ocen, która dla tej grupy wynosi 4.0. W opinii samych graczy wpływ gier na naukę jest zdecydowanie pozytywny. Gry przede wszystkim pomagają w nauce języków obcych (aż 98% graczy zna język angielski, a tylko 1% graczy deklaruje brak znajomości jakiegokolwiek języka obcego), ale również poprawiają relacje z kolegami ze szkoły oraz mają pozytywny wpływ na pamięć [5, online].

Wspólne cele, poczucie odrębności, własna hierarchiczna struktura to niejedyne własności grupy społecznej. Bardzo ważnym elementem tejże jest identyfikacja z pewnymi wartościami, respektowanie praw i obowiązków grupy, wspólnota symboliczna. I te właściwości charakterystyczne dla grupy społecznej pojawiają się wśród braci *gamerskiej*. Przestrzeganie netykiety jest na tyle oczywiste, że gdy ktoś jej nie przestrzega jest przez administratora lub moderatora wykluczany z grupy grającej. Przyczyną wykluczenia może być np. używanie nielegalnego oprogramowania, *griefing* lub *trolling*, czyli przeszkadzanie innym graczom, a także przemoc słowna, czyli werbalne dyskryminowanie innych graczy. Najważniejszymi wartościami dla gracza obok, co oczywiste, wygranej są rów-

² YouTube od momentu powstania cieszył się popularnością, głównie ze względu na możliwość dodawania dowolnej liczby filmów przez użytkowników, swój rozrywkowy charakter, prostotę interfejsu oraz darmowy dostęp do treści. Użytkownicy sami mogą zdecydować co i kiedy będą oglądać, a ich preferencje prowadzą ich dalej, dzięki zakładce filmów proponowanych, podobnych tematycznie do już obejrzanych. Daje to możliwości personalizacji swojej witryny i przemieszczania się w interesujących odbiorcę kategoriach. Idea przewodnia całego serwisu to “*Broadcast yourself*”, czyli “*Transmituj samego siebie*” [3, s. 27]. Użytkownicy współtworzą witrynę, mając możliwość do autoekspresji, a spośród wielu filmów niektóre zdobywają masową popularność. Dla zobrazowania fenomenu YouTube przywołajmy statystyki poświadczające globalność tego zjawiska.

1. “YouTube odwiedza miesięcznie ponad miliard unikalnych użytkowników.
2. Każdego miesiąca użytkownicy spędzają ponad 6 miliardów godzin na oglądaniu filmów w YouTube – to prawie godzina oglądania na każdego mieszkańca Ziemi.
3. Co minutę do YouTube trafia 100 godzin filmów.
4. YouTube jest dostępny w 61 krajach i 61 językach.
5. Liczba widzów w wieku od 18 do 34 lat oglądających YouTube w Stanach Zjednoczonych jest większa niż w przypadku jakiegokolwiek telewizji kablowej.
6. Liczba widzów, którzy każdego dnia subskrybują kanały w YouTube, wzrosła od zeszłego roku trzykrotnie, a liczba nowych subskrypcji dziennie – ponad czterokrotnie” [7, online].

³ W odróżnieniu od *celebryty*, *cewebryta* wyrósł na innym gruncie, a jego charakterystyczną cechą jest normalność rozumiana jako przeciętność, zwyczajność jego życia codziennego, która staje się jego siłą. Jest on osobą, z którą internauci się identyfikują, którą rozumieją i traktują prawie jak znajomego, z którym mogą porozmawiać. *Cewebryci* są bliżsi przeciętnemu użytkownikowi Internetu, niż niejako niedostępni i wyróżniający się ponad przeciętność celebryci. Ponadto, *cewebryci* pojawiają się głównie w środowisku internetowym, rzadko wychodząc poza jego granice, natomiast celebryci wykorzystują wszystkie możliwe kanały komunikacji do podtrzymywania swojej popularności.

⁴ Taki rodzaj filmów cieszy się uznaniem wśród odbiorców dzięki temu, iż mogą oni zapoznać się z daną grą, jeśli nie mają możliwości sami w nią zagrać, mogą także zobaczyć, jakie emocje wywołuje rozgrywka u innej osoby i nawet wybrać tego *zagrajmera*, którego ekspresja odpowiada im samym. Takie materiały służąć mogą również jako poradniki, gdy widz szuka rozwiązania jakiegoś etapu rozgrywki. Aspekt konkurencji między *zagrajmerami* odgrywa ważną rolę, zmuszając ich do tworzenia filmów o coraz to wyższych standardach w celu pozyskania i utrzymania uwagi odbiorców.

niez przyjemność z rozgrywki oraz drużyna jako zespół. W świecie indywidualistów właściwe graczom myślenie zespołowe wydaje się ważnym aspektem ich hobby.

Najczęstszymi graczami są nastolatki, a zatem Ci młodzi ludzie, którzy w największym stopniu czują niepewność swojej tożsamości, poszukują jej. Takie poszukiwania zarówno w świecie realnym, jak i wirtualnym jest pełne zasadzek, niespodzianek, zagrożeń. Poszukujący tożsamości zarówno indywidualnej, jak i grupowej w świecie wirtualnym mogą testować wiele różnych tożsamości naraz. Sami wybierają kim chcą być, kreując siebie mogą powielać wzorce właściwe ich realnej jaźni, jak i całkowicie się od nich dystansować. Jednym z elementów kreacji są nicki wybierane przez graczy. Różne powody skłaniają młodych ludzi do wyboru konkretnej nazwy. Możemy o nickach myśleć jako o przejawach indywidualizacji w kreowaniu tożsamości, albo wręcz przeciwnie jako o takich nazwach, które w pewien sposób definiują gracza w przestrzeni grupy, będąc czytelne dla pozostałych jej członków, określają miejsce gracza wśród pozostałych *gamerów*. Czy wreszcie możemy myśleć o nicku w wymiarze czysto funkcjonalnym – np. młody gracz zapytany, dlaczego używa nicku xpl odpowiedział, że w Minecrafcie, czyli grze, którą lubi najbardziej, krótki nick umożliwia mu “znikanie” – wystarczy, że jego awatar “kucnie”, a pozostali gracze przestają widzieć jego nick. Nicki dłuższe są bardziej jednoznaczne i czytelne, ale niestety uniemożliwiają “opcję znikania” w każdym momencie rozgrywki.

Przywołajmy nicki prawie stu losowo wybranych nazw graczy spędzających czas na kopaniu i budowaniu w Minecrafcie. Gra ta kierowana jest do młodych tubylców świata wirtualnego, polega na poszukiwaniu surowców i budowaniu rozmaitych konstrukcji umożliwiających przetrwanie w tym “kwadratowym świecie”.

1. Tabela. Zestaw losowo wybranych nicków graczy.

| | | | | |
|------------------|------------------|------------------|--------------|----------------|
| skajla | Ofames | lukaYT29 | GALIUSEK | ShawyHD |
| Dzik0002 | Rudaduda | babeczka | Tyreks | 5oksin |
| Ciasteczko10945 | wodzien | maniochal | Filip13 | TheMaster_PVP |
| KhanMan450 | Karmel05 | Kubolos1 | PyNone | UltraGaming |
| Lenami | jestemkoxemxd123 | Qubekss | Ktosiek1234 | artur456 |
| XForteZ | Misia18 | SubZero_pl | super_kozak | gorgonzol |
| TechnoZlew | Neonek | Andredpl. | Piesek22222 | igor1337 |
| Nikosek | MiłoszXpompa123 | Maciejka_xD | Alienausor | konrad555111 |
| klaudia8 | stanek2001 | maxln47 | Dzebetto | ktolubibananki |
| JaKochamReal | Ziomek10 | Piesek_TM | Micu | pużian17 |
| MasterKuba5 | CptKittah | 1234Hubert1234 | Maxcraft321 | Thesweetlaura |
| PI97 | Julka_55 | Waleczny123 | Eriok | urban1234 |
| Marcel9999 | blaska | ThellowakxD | RVT | ShawyHD |
| rybaaa | fernandero777 | MarinetteLadyBug | Aliancraft | Mokoloko |
| czarpimpkox | filipskywars | xpl | mapljula2005 | Juxpufek |
| Generalmichal244 | tomek221 | Mrtynka992211 | Creages | Kornelia_troll |
| Ninjas55 | domin1234567890 | xP55xVenom | HuBixPoMpa | PolishTiger |
| Kubon312 | Lodziki666PRO | Nodi20 | Kuba2995 | |
| ajsza2008 | mikimega | krulowaPL | Natka14 | |

Właściciele nicków najczęściej inspirowani są językiem angielskim i kontaminują słowa z liczbami często nadając im nowe sensy. Nicki te zostały poddane interpretacji przez przedstawicieli trzech różnych grup docelowych, a mianowicie o skojarzenia jakie nicki niosą ze sobą poprosiłam:

- 20 nastolatków grających w Minecrafcie;
- 20 studentów I roku polonistyki nieokreślających się jako gracze;
- 20 stałych bywalców *gamerskiego* pubu, deklarujących się jako gracze⁵.

Przyjrzyjmy się kilkunastu przykładom interpretacji, jako pierwszą podaję dominującą interpretację, jako kolejne przywołuję interpretacje rzadkie lub okazjonalne:

⁵ Badania mają charakter pilotażowy, stąd tak niewielka grupa testująca. W zależności od kierunku dalszych badań zostanie poszerzona o kolejnych respondentów.

2. Tabela. Omówienia wybranych nicków graczy z perspektywy różnych użytkowników języka.

| nick | Nastolatki grający w Minecrafta | Studenci nie określający się jako gracze | Pełnoletni gamerzy |
|-----------------|--|---|--|
| skajla | a) niebo po angielsku | a) kobieta (końcówka żeńska – a) nazywająca się fonetyczną nazwą nieba po angielsku b) od Lorda Skywalker z Gwiezdnych Wojen | a) niebo po angielsku, b) skala – coś związanego z matematyką |
| XForteZ | a) słowo X i Z często pojawiają się w nickach b) silny | a) <i>brak odpowiedzi</i> b) ktoś silny | a) nazwa leku (skojarzenia z wersją leku forte) b) kto silny |
| TechnoZlew | a) <i>brak odpowiedzi</i> | a) <i>brak odpowiedzi</i> , b) nazwa żartobliwa c) lubi słuchać techno przy zmywaniu naczyń, | a) nazwa ironiczna |
| JaKochamReal | a) Real Madryt – drużyna piłkarska | a) Real Madryt – drużyna piłkarska | a) gra komputerowa: FIFA b) Real Madryt – drużyna piłkarska |
| MiłoszXpompa123 | a) fan youtubera o nicku IsAmUxPompa | a) Miłosz, który ma dużo siły b) fan rapera Miusza | a) <i>brak odpowiedzi</i> b) ktoś, kto lubi zabawę |
| ktolubibananki | a) fan youtubera o nicku SKKF b) amator bananów | a) amator bananów | a) ukryty gej b) amator bananów |
| CptKittah | a) <i>brak odpowiedzi</i> b) kapitan “kotel” (slangowo kot) | a) <i>brak odpowiedzi</i> b) kapitan | a) <i>brak odpowiedzi</i> |

Ogląd wszystkich zebranych ankiet pozwala na hipotezę, że najspójniejsze wydają się interpretacje osób grających w Minecrafta, skojarzenia respondentów z pozostałych dwu grup są bardzo różnorodne, często indywidualne, ankietowani bardzo często poddawali się nie umiając znaleźć motywacji semantycznej dla konkretnej nazwy. Wydaje się, że najliczniejsza grupa nicków to imiona graczy, ich zdrobnienia lub przekształcenia połączone z liczbami, które są albo przypadkowe, albo odzwierciedlają datę urodzenia gracza (np. klaudia8, Marcel19999, 1234Hubert1234 czy Kubolos1). Dość częsta jest motywacja innymi tekstami kultury np. MarinetteLadyBug była oczywista dla nastolatków, bo wiązała się z kreskówką “Biedronka i Czarny Kot”, starsi respondenci nie potrafili dojść do motywacji semantycznej tego nicku. Równie oczywisty był dla młodych graczy w Minecrafta nick: MiłoszXpompa123, a sporadycznie tylko dekodowali go starsi ankietowani. Nazwa ta nawiązuje do jednego ze znanych młodym nomadom świata wirtualnego youtubera, a mianowicie IsAmUxPompy.

Wydaje się, że gamerzy są już bez wątpienia społecznością. Łączy ich zainteresowanie nowymi technologiami, chęć osiągania przyjemności z gry, a także, jak wynika z raportu “Jestem graczem”, pozytywny obraz samych siebie – definiują się jako ludzie weseli, pomagający innym, wrażliwi, kreatywni, a także odpowiedzialni. Zaznaczymy jednak wyraźnie, że nie tylko nowe technologie, czy hedonistyczne wartości wyróżniają tę nową społeczność. Bardzo ważne jest również jej wewnętrzne zróżnicowanie. Wpływają na to nie tylko takie socjologiczne parametry, jak wiek czy płeć, ale także gra czy typy gier, w które gracz grać lubi najbardziej. Wspólnota buduje się nie wokół technologii, ale wokół jej wytworów.

Literatura:

- Bauman Z. Ciało i przemoc w obliczu ponowoczesności, Toruń, 1995.
- Bednorz M. Kryzys tożsamości gracza – znaczenie terminu “gamer” wobec popularyzacji gier komputerowych, “Homo Ludens” 2/(8), 2015, s. 10–21.
- Burgess J., Green J. YouTube. Wideo online i kultura uczestnictwa. Warszawa, 2011, s. 27.
- Melchior M. Społeczna tożsamość jednostki (w świetle wywiadów z Polakami pochodzenia żydowskiego w latach 1944–1955), Warszawa, 1990.
- Raport “Jestem graczem” online: <http://www.jestemgraczem.com/> [data dostępu: 17 marca 2017 r.].
- Szpunar M. Internet jako pole poszukiwania i konstruowania własnej tożsamości, w: Konstruowanie jaźni i społeczeństwa. Europejskie warianty interakcjonizmu symbolicznego, pod red. E. Hałas i K. T. Koneckiego, Warszawa, 2005, s. 378–403.
- Szram W.: YouTube – marketingowa kostka Rubika, online: <http://nowymarketing.pl/a/3699,youtube-marketingowa-kostka-rubika> [data dostępu: 10 marca 2017 r.].