

UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI  
FACULTATEA DE SOCIOLOGIE ȘI ASISTENȚĂ SOCIALĂ  
ȘCOALA DOCTORALĂ DE SOCIOLOGIE

# Relațiile sociale din jocurile video: capitalul social și jocurile video

**Autor:** Doctorand Cosmin Ghețau

**Coordonator:** Conf. univ. dr. Mihai-Bogdan Iovu

Rezumatul extins al tezei de Doctorat

**Cluj-Napoca**  
**2022**

## Cuprins

|  |           |
|--|-----------|
| Introducere .....  | 1         |
| <b>1. Aspecte generale privind jocurile video .....</b>  | <b>6</b>  |
| 1.1 Definiția jocurilor video .....  | 7         |
| 1.2 Istoria jocurilor video .....  | 8         |
| 1.3 Industria jocurilor video .....  | 13        |
| 1.4 Clasificarea jocurilor video .....   | 16        |
| 1.4.1 Genurile de jocuri video .....   | 17        |
| 1.4.2 Interconectarea genurilor .....  | 22        |
| 1.4.3 Jocurile online, o formă de joc social? .....  | 23        |
| 1.5.1 Elementele audiovizuale din jocurile video .....   | 28        |
| 1.5.2 Gameplay .....   | 30        |
| <b>2. Jucătorul de jocuri video și lumea socială din jurul lui .....</b>   | <b>31</b> |
| 2.1 Relațiile sociale și capitalul social .....  | 31        |
| 2.1.1 Relațiile sociale și prietenia .....   | 32        |
| 2.1.2 Conceptul modern al capitalului social .....   | 34        |
| 2.1.3 Provocări în utilizarea conceptului de capitalul social .....  | 38        |
| 2.1.4 Măsurarea capitalului social .....   | 39        |
| 2.2. Formarea relațiilor în spațiul virtual din jocurile video și elementele din jocurile video specifice acestuia ..... | 40        |
| 2.2.1 Cine sunt pasionații de jocuri video .....   | 41        |
| 2.2.2 Formarea și menținerea relațiilor sociale în jocurile video .....  | 45        |
| 2.2.3 Formarea și menținerea relațiilor sociale bazate pe pasiuni comune .....   | 48        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>3. Influențe asupra capitalului social al jucătorilor de jocuri video.....</b>              | <b>53</b> |
| <b>3.1 Elemente specifice individului .....</b>  | <b>53</b> |
| 3.1.1 <i>Vârsta</i> .....  | 54        |
| 3.1.2 <i>Tipul de jucător</i> .....  | 55        |
| 3.1.3 <i>Genul</i> .....   | 57        |
| 3.1.4 <i>Trăsăturile de personalitate</i> .....  | 58        |
| 3.1.5 <i>Timpul dedicat jocurilor video</i> .....  | 61        |
| 3.1.6 <i>Stigmatizarea</i> .....   | 63        |
| <b>3.2 Elemente specifice grupului social.....</b>   | <b>64</b> |
| 3.2.1 <i>Comunicarea prin voce</i> .....   | 65        |
| 3.2.2 <i>Anonimitatea percepută a jucătorului</i> .....  | 66        |
| <b>3.3 Elementele de natură socio-economică ce țin de accesibilitatea la jocul video .....</b> | <b>67</b> |
| 3.3.1 <i>Accesibilitatea la joc și restricțiile economice</i> .....                            | 68        |
| <b>4. Studiul empiric: Prieteni în joc, dar și afară.....</b>                                  | <b>71</b> |
| <b>4.1 Scopul și ipotezele studiului .....</b>   | <b>73</b> |
| 4.1.1 <i>Scopul și ipoteza centrală</i> .....  | 73        |
| 4.1.2 <i>Ipoteze de cercetare</i> .....  | 74        |
| <b>4.2 Aspecte metodologice.....</b>   | <b>77</b> |
| 4.2.1 <i>Instrumentalizare</i> .....   | 77        |
| 4.2.2 <i>Colectarea datelor</i> .....  | 88        |
| 4.2.3 <i>Procedura de analiză</i> .....  | 89        |
| <b>4.3 Participanții la studiu și descrierea lotului.....</b>                                  | <b>90</b> |
| <b>4.4 Aspecte etice .....</b>   | <b>94</b> |
| <b>4.5 Rezultate .....</b>   | <b>95</b> |

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 4.5.1 | Rezultate privind jucătorul <i>hardcore</i> , timpul petrecut în joc și vârsta.....           | 95  |
| 4.5.2 | Rezultate privind comunicarea vocală și anonimitatea.....                                     | 100 |
| 4.5.3 | Rezultate privind rolul trăsăturii de personalitate de tip extrovert.....                     | 103 |
| 4.5.4 | Rezultate privind accesibilitatea și stigmatizarea.....                                       | 105 |
| 4.5.5 | Interpretarea rezultatelor pe scurt.....  | 107 |
| 4.6   | Discuții .....  | 109 |
| 4.6.1 | <i>Discuții generale</i> .....  | 109 |
| 4.6.2 | <i>Jucătorul hardcore, timpul petrecut în joc și vârsta</i> .....                             | 113 |
| 4.6.3 | <i>Comunicarea vocală și anonimitatea</i> .....   | 115 |
| 4.6.4 | <i>Extraversie, singura variabilă ce prezintă o relație cu capitalul social offline</i> ..... | 116 |
| 4.6.5 | <i>Stigmatizare și accesibilitate</i> .....   | 118 |
| 4.7   | Limite ale cercetării cantitative .....   | 119 |
| 4.8   | Concluzii și noi direcții de cercetare .....  | 121 |
| 5.    | Validarea externă a rezultatelor.....   | 123 |
| 5.1   | Aspectele metodologice ale validării externe a rezultatelor .....                             | 123 |
| 5.1.1 | Colectarea datelor .....  | 124 |
| 5.1.2 | Procedura de analiză a datelor .....  | 125 |
| 5.2   | Date privind vizualizările .....  | 126 |
| 5.3   | O privire de ansamblu asupra datelor și comentarii privind validarea externă .....            | 130 |
| 5.3.1 | <i>Analiza temelor centrale</i> .....   | 131 |
| 5.4   | Rezultate specifice pe tematicile de interes în validarea externă .....                       | 134 |
| 5.4.1 | <i>Jucătorul hardcore</i> .....   | 134 |
| 5.4.2 | <i>Comunicarea vocală</i> .....   | 136 |

|  |            |
|--|------------|
| 5.4.3 Extroversiunea și relațiile offline .....  | 137        |
| 5.4.4 Stigmatizarea .....  | 139        |
| 5.5 Concluzii ale validării externe a rezultatelor cercetării cantitative „prieteni în joc, dar și afară” .....                      | 140        |
| <b>6. Concluzii finale.....</b>  | <b>143</b> |
| 6.1 Concluzii privind studiul cantitativ.....  | 143        |
| 6.2 Concluzii privind validarea externă .....  | 144        |
| 6.3 Implicațiile tezei .....   | 145        |
| 6.4 Contribuții proprii .....  | 149        |
| <b>Referințe.....</b>  | <b>150</b> |
| <b>Anexe.....</b>  | <b>176</b> |
| Anexa 1: Prezentarea sintetizată a instrumentului în funcție de conceptele abordate. .   | 176        |
| Anexa 2: Instrumentul de cercetare .....   | 178        |
| Anexa 3: Comentariile colectate pe parcursul etapei de validare externe a rezultatelor studiului „Prieteni în joc dar și afară”..... | 187        |

**Cuvinte cheie:** *jocuri video; relațiile sociale; capital social; jucătorii de jocuri video; gaming*

În prezenta lucrare urmează să discutăm despre jucătorii de jocuri video aplecându-ne asupra lumii sociale ce îi înconjoară în încercarea de a înțelege modul în care relațiile sociale dintre jucători se formează. Jocurile video sunt descrise ca jocuri jucate prin *manipularea electronică a imaginilor produse de un program de computer pe un monitor sau alt ecran* (Lexico.com, 2020), sunt un produs al digitalizării și influențează societatea contemporană asemănător tuturor celorlalte inovații aduse de către internet precum rețelele media de socializare sau comerțul digital. Legătura strânsă cu lumea digitală poate ar fi suficient să argumenteze interesul față de acest tip de jocuri, însă conexiunea jocurilor la internet a reprezentat o revoluție cu efecte de o relevanță exponențial mai mare pentru științele sociale, crescând puternic influența socială exercitată de jocuri. Internetul nu doar că a făcut mai facil accesul către jocuri, dar a transformat jocurile într-o activitate socială. Jocurile video erau evident, chiar și anterior, activități sociale, dacă ne gândim la tinerii care se adunau în fața unui monitor pentru a juca împreună un joc. Cu toate acestea, internetul a făcut posibilă crearea unor societăți virtuale în care fiecare individ poate lua parte, chiar și în lipsa proximității fizice. Jocurile ce sunt conectate la internet nu mai reprezintă un program digital axat doar pe amuzament, ci unul ce oferă adițional și o conexiune cu alți oameni, deci un program cu elemente specifice formării relațiilor sociale. Conexiunea la internet și posibilitatea de a juca împreună cu alte persoane, așa cum se poate observa în lucrarea de față, au crescut popularitatea jocurilor video, popularitate ce a încurajat interesul și investițiile în dezvoltarea și implementarea unor sisteme în jocurile video axate asupra formării relațiilor sociale. În prezent, cele mai populare jocuri video incorporează sisteme dedicate comunicării cu ajutorul conexiunii la internet, lumea jocurilor video promovând intens formarea relațiilor sociale și colaborarea. Jucătorii de jocuri video online interacționează pentru a participa la sarcini și obiective comune în lumea virtuală unde se întâlnesc (Molyneux, Vasudevan, & Gil de Zúñiga, 2015). Deși jocurile video pot prezenta uneori și aspecte negative, pentru majoritatea indivizilor, interacțiunea cu alte persoane prin intermediul acestor activități reprezintă o experiență pozitivă care le permite să comunice cu alții chiar și în absența contactului fizic direct. Lumea virtuală a acestor jocuri elimină barierele geografice și construiește un pod peste diferențele culturale din lumea reală. Aceste jocuri au capacitatea de a reduce diferențele dintre generații, statutul socio-economic și barierele lingvistice (Granic, Lobel și Engels, 2014). Fenomenul este favorizat și de sistemele dedicate formării relațiilor sociale ce facilitează formarea unor comunități virtuale. Un astfel de sistem integrat în jocuri este cel de bresle (guilds) (Ducheneaut și alții, 2007; Nardi, 2010) ce în funcție de joc pot avea denumiri diferite (

„alianță” în jocurile de strategie online). Indiferent de denumire, sistemul de bresle facilitează formarea unor comunități cu o structură socială clară, în general regăsindu-se un lider sau un corp de conducere cât și subordonați cărora uneori le sunt atribuite ranguri cu diferite autorități sau scopuri (Nardi, 2010, p. 15).

Pentru a putea măsura relațiile sociale am ales să utilizăm conceptul sociologic al capitalului social, concept des folosit în lucrările științifice ce abordează formarea relațiilor sociale din lumea digitală, inclusiv în lucrările ce abordează formarea relațiilor sociale din interiorul jocurilor video. De interes sunt în special două tipuri distincte de capital social. **Capitalul social de tip bridging** ce privește relațiile ocazionale, utile către lărgirea orizonturilor deschizând calea către informații noi sau accesarea unor resurse din afara cercului apropiat al individului (Steinkuehler & Williams, 2006) și, **capitalul social de tip bonding** ce privește cercul apropiat nouă sau persoanele ce sunt unite prin legături puternice, precum familia și prietenii apropiați, persoane ce oferă sprijin atât emoțional cât și de fond (Steinkuehler & Williams, 2006; Huvila și alții, 2010). Altfel, cele două tipuri de capital prezintă avantaje dar și dezavantaje, bridging permite accesarea unor resurse noi (precum informații privind oportunități de angajare) dar nu oferă sprijin emoțional (către persoanele cu care avem întâlniri sporadice nu descriem lucruri intime), bonding pe de altă parte oferă suport emoțional (cu persoanele apropiate putem discuta orice) dar nu este benefic către obținerea informațiilor sau a unor resurse noi (cel mai probabil ne cunoaștem prietenii apropiați, în căutarea unui loc de muncă dacă ar exista un post disponibil în cercul apropiat am fi știut deja).

În urma beneficiilor asociate capitalului social, în cadrul analizei literaturii de specialitate, am identificat diverse elemente care au implicații asupra acestuia, dintre care cele mai substanțiale sunt: similaritatea dintre jucători, anonimitatea, provocarea din joc, motivația pentru joc, timpul petrecut în joc și genul jucătorului. În afara elementelor menționate anterior, există aspecte specifice legate de interacțiunea socială și tipurile de relații care ar putea avea implicații asupra capitalului social din jocurile video. Printre acestea se numără proximitatea fizică, care este percepută ca un factor care contribuie la formarea unor relații mai puternice sau a unui capital social de tip bonding. Trepte, Reinecke & Juechems (2012) au investigat jucătorii de jocuri video, descoperind într-adevăr efecte pozitive privind proximitatea fizică. Aceasta pare să influențeze formarea capitalului social, în special al celui de tip bonding (Trepte, Reinecke, & Juechems, 2012). De asemenea și calitatea relației exterioare jocului este un factor ce poate contribui. Jucătorii ce se cunosc deja exterior jocului și care decid să joace împreună își întăresc relația. Existența unei prietenii premergătoare jocului o putem pune în relație cu formarea unui capital social de tip bonding facilitată de o mai

bună cunoaștere reciprocă prin timpul petrecut în jocurile video (Perry și alții, 2018). De regulă însă printre jucători regăsim mai de grabă relații sporadice, lucrările ce s-au axat asupra impactului jocurilor în dezvoltarea capitalului social arată cum în jocurile video achiziționarea capitalului social pare să se limiteze la unul de tip „bridging”, rareori având în compoziție elemente specifice celui de tip „bonding” precum suportul emoțional (Trepte, Reinecke, & Juechems, 2012; Williams, și alții, 2006), asemănător rețelelor de socializare (Steinfeld, Ellison, & Lampe, 2008). Studiile ce s-au aplecat asupra breslelor (alianțele) amintite anterior, au observat cum deși unele legături se formează, acestea nu pot fi privite ca și un capital social de tip bonding. Chiar dacă se pare că legăturile de tip bonding sunt mai rare, nu se poate nega capacitatea jucătorilor de a forma relații sociale diversificate de mari dimensiuni. Capitalul social din jocurile video este influențat de către numeroase elemente ce au legătură cu interacțiunea pe care jucătorul o are cu jocul în sine. Indiferent de platformă, gen de joc sau alte caracteristici, cercetările sugerează că interacțiunea din jocurile video online *multiplayer* încurajează comportamente prosociale precum munca în echipă, dezvoltarea încrederii și consolidarea comunității.

În continuare, vom acorda atenție celor 6 variabile distincte, identificate prin intermediul analizei literaturii și menționate anterior, care au efecte recunoscute asupra capitalului social, analizând în detaliu modul în care acestea afectează capitalul social al jucătorilor de jocuri video.

**Vârsta jucătorilor** de jocuri video este din ce în ce mai echilibrată, persoanele vârstnice reprezentând singura categorie de vârstă puternic disproporționată față de celelalte. Dacă în trecut jocurile video erau populare mai ales în rândul adolescenților (Tejeiro Salguero & Morán, 2002), în timp, o dată cu creșterea în vârstă a primei generații de jucători, și vârsta medie a crescut, persoanele adulte fiind acum consistent reprezentate printre jucători (Entertainment Software Association, 2019; Entertainment Software Association, 2020; Entertainment Software Association, 2021). Diversitatea poate fi explicată de tinerele generații ce și-au menținut deschiderea către jocuri și vechile generații care și-au păstrat interesul față de acestea (Quandt, Grueninger, & Wimmer, 2009). Această tendință a adus provocări formării relațiilor sociale, observate în studiul antropologic al lui Nardi (2010) unde autoarea, deși empatiza puternic asupra avantajului coechipierilor de vârste diverse, a observat limitele impuse de caracteristicile etapelor specifice ale vieții. Este posibil să existe înțelegere între persoane ce aparțin unor categorii de vârstă diferite, însă pentru ca acest lucru să se petreacă trebuie înțelese limitările specifice persoanelor aflate în diverse etape ale vieții, ce aduc cu sine un anumit rol social. Un astfel de rol este cel de părinte ce reduce timpul alocat jocului sau chiar cere întreruperi bruște ale sesiunilor de joc, ca



urmare a sarcinilor aferente rolului influențând dinamica jocului și coeziunea grupului (un exemplu ilustrat de Nardi, 2010). Din dorința de a evita nepotrivirile, jucătorul preferă să joace și să socializeze cu persoane de vârsta lui ce își împart timpul asemănător (Quandt, Grueninger, & Wimmer, 2009; Howe Jr, Livingston, & Lee, 2019). Jocul cu persoane care au un program (tipar cotidian) asemănător asigură o liniaritate în progresul grupului în joc, reducând posibilitatea rămânerii în urmă a unui membru ce poate încurca progresul întregului grup. Pentru a exemplifica acest progres, ne putem imagina doi jucători ce joacă același joc împreună, să zicem că cei doi au pornit de la același punct, iar unul din ei joacă mai mult și altul mai puțin, în timp cel ce joacă mai mult va progresa mai rapid în joc și diferența dintre cei doi va fi tot mai evidentă.

**Tipul de jucător:** În literatură, găsim de obicei împărțirea jucătorilor în jucători *hardcore* și *casual*, în funcție de dedicarea lor pentru jocuri. Un jucător *hardcore* este văzut ca fiind un jucător mai dedicat, care joacă jocuri diverse și complexe, pe care le-a achiziționat mai des decât le-a descărcat gratuit (Morin, și alții, 2016). Jucătorii *casual* sunt de obicei văzuți ca jucători care preferă jocuri mai simple și, de obicei, joacă pe dispozitive mobile (Trefry, 2010; Risi și alții, 2015). Cu toate acestea, preferința pentru un joc *casual*, în sine, nu indică tipul de jucător. Jucătorul ocazional este o „persoană care joacă jocuri într-un mod ocazional sau care are o atitudine ocazională față de jocurile video” (Kuittinen și alții, 2007), se poate spune chiar că „îi displac jocurile dificile” (Juul, 2010, p. 29). În investiții în jocuri, jucători *hardcore* investesc resurse suplimentare economice, emoționale și de timp. Chiar dacă un jucător pasionat joacă un joc gratuit, de cele mai multe ori este deschis să investească bani în serviciile suplimentare oferite de aceste jocuri, în achiziționarea de jocuri (un sistem popular în care jocurile gratuite obțin venituri) sau pur și simplu să doneze dezvoltatorului (Howard, 2019; Gattig, Marder și Kietzmann, 2017). În viitor, complicând situația, rapoartele indică diferențe de gen în clasificarea jucătorilor din cele două tipuri, dar și posibilitatea ca jucătoarele pasionate să aibă alte caracteristici decât băieții (Poels și alții, 2012).

**Genul jucătorului:** Jocurile video s-au stabilit de-a lungul timpului ca un mediu dominat de bărbați, motiv pentru care unele elemente din jocurile video par a fi concepute astfel încât să fie pe plac mai ales bărbaților. Nu există însă niciun motiv să credem că datorită acestor elemente fetelor le-ar plăcea mai puțin jocurile video sau că ar avea performanțe slabe în ele (Hayes, 2007; Walkerdine, 2007). Numeroase studii au arătat, în ceea ce privește performanța în joc, că nu există diferențe semnificative între genuri (Fran & Lori, 2004; Walkerdine, 2007; Shen și alții, 2016; Ratan și alții, 2015), unele studii subliniind avantajele pe care fetele le aduc grupurilor de coechipieri din interiorul jocurilor online precum beneficiile evidente în a menține coeziunea

echipei (Kim, și alții, 2017). În ciuda acestui fapt, fetele nu sunt luate în serios atunci când își expun pasiunea pentru jocurile video, evident mai ales în jocurile competitive unde fetele trebuie să-și demonstreze abilitățile mai des în comparație cu băieții (Walkerdine, 2007; Greenberg și alții, 2010; Nardi, 2010; Ruvalcaba și alții, 2018; Kaye, Pennington, & McCann, 2018; Ratan și alții, 2015).

Pe lângă stereotipurile privind performanța fetelor, observăm un alt fenomen social care afectează preponderent genul feminin cu o amploare îngrijorătoare în jocurile video și anume hărțuirea sexuală. Preponderent întâlnită în jocurile online, hărțuirea pare să fie influențată de gradul de cunoaștere reciprocă dintre jucători, cu o prevalență mai mică în grupurile de prieteni (McLean & Griffiths, 2013; Kim, și alții, 2017; Cote, 2017) și mai probabilă în grupurile formate din necunoscuți (precum cele aleatorii generate de joc) (Cote, 2017). Fenomenul are efecte evidente asupra formării relațiilor sociale, fetele recurgând deseori la strategii specifice pentru a atenua hărțuirea din jocurile online, inclusiv ascunderea activă a identității lor, evitarea tuturor formelor de comunicare verbală cu alți jucători (Cote, 2017; McLean & Griffiths, 2019) și participarea în activități online doar cu persoane cunoscute (Cote, 2017).

**Trăsăturile de personalitate:** Studiile au identificat posibile legături între trăsăturile de personalitate și motivația pentru jocurile video (Park, Song, & Teng, 2011), indivizii care se joacă pentru a socializa tind să aibă un nivel ridicat de extroversiune, agreabilitate, nevrotism și deschidere (Graham & Gosling, 2013). Yee, unul dintre cei mai cunoscuți specialiști în motivația pentru jocuri video, a analizat o legătură între motivația pentru joc și trăsăturile de personalitate. Inițial autorul a observat că jucătorii de jocuri video se încadrează de regulă în 3 clustere de motivație: **Acțiune-Social, Stăpânire - Realizare și Imersiune - Creativitate**. Ulterior legând aceste clustere de 3 trăsături de personalitate respectiv: **Extroversiunea de Acțiune-Social; Conștiinciozitatea de Stăpânire - Realizare; Deschiderea de Imersiune - Creativitate** (Yee, 2016).

În jocurile video, comportamentul specific persoanelor cu scoruri ridicate în scalele de extroversiune și agreabilitate poate fi favorabil dezvoltării unor relații sociale în jocurile video și implicit către capitalul social. Literatura scoate în evidență faptul că o bună colaborare și un mediu plăcut în interiorul grupurilor sunt preferate de jucători (Kou & Gui, 2014), persoanele cu trăsături ale personalității specifice factorului agreabil și al celui de extroversiune sunt mai probabil să încurajeze un astfel de mediu într-un grup (Tov, Nai, & Lee, 2016).

**Timpul petrecut în joc:** Unele teze științifice, mai ales cele ale deceniului trecut, privesc

timpul pe care jucătorii îl petrec în jocuri ca un element problematic (Wood, 2008; Wood, Griffiths, & Parke, 2007). Lucrările timpurii ce au analizat problema dependenței în jocurile video au considerat Timpul petrecut jucând (TPJ) (*Time spent playing*, TSP) un element cu o influență crescută asupra utilizării patologice a jocurilor video (Yang & Oh, 2007; Wood, Griffiths, & Parke, 2007; Tejeiro Salguero & Morán, 2002). Recent însă, un număr tot mai mare de lucrări văd timpul ca un element cu un impact ambiguu (Tisseron & Gravillon, 2010), scăzut (Seok & DaCosta, 2014) sau chiar inexistent (Kovess-Masfety și alții, 2016) în relație cu dependența sau utilizarea patologică a jocurilor video. Timpul, conform acestor lucrări, este problematic doar atunci când un jucător își petrece timpul în jocuri fără a lua pauze (Seok & DaCosta, 2014). Aceste momente sunt descrise în literatură cu ajutorul termenului de „binge gaming” ce reprezintă timpul petrecut în joc fără a lua pauze sau a face pauze ne semnificative (foarte scurte). Rapoartele recente indică un trend crescător privind binge-gaming-ul, majoritatea jucătorilor din SUA raportând că au jucat mai mult de patru ore consecutive (Limelight Networks, 2020). Este important însă de subliniat că un jucător poate să petreacă o cantitate substanțială de timp într-un joc și să aibă în același timp o viață echilibrată măsurată prin relații bune cu familia, prietenii și școala (Tisseron & Gravillon, 2010).

**Stigmatizarea:** În cazul jucătorilor de jocuri video, deși în prezent concepția asupra lor este în continuă schimbare ca urmare a popularității lor, de-a lungul timpului prin prisma numeroaselor controverse promovate în spațiul comunitar, pasionații de jocuri video au fost expuși stereotipurilor/etichetării (Kowert, Festl, & Quandt, 2014). Până și în prezent regăsim în media descrieri ale jucătorului pasionat sub forma unei persoane cu lipsa respectului față de îngrijirea personală (ce ignoră toaleta zilnică și mănâncă nesănătos) sau ca a unei persoane fără ocupație și leneșă.

**Comunicarea vocală:** Deoarece jocurile necesită menținerea unui flux constant de comunicare, dar și concentrarea asupra comenzilor jocului, jucătorii preferă să folosească comunicarea vocală în detrimentul altor metode de comunicare tradiționale precum comunicarea prin text. Comunicarea vocală permite jucătorului să se concentreze la sarcinile jocului în contrast cu comunicarea prin text ce necesită împărțirea atenției între acțiunea din joc și scrisul sau cititul mesajelor (Wadley și alții, 2003; Wadley, Carter, & Gibbs, 2015).

**Anonimitatea percepută:** Noi, oamenii, aspirăm constant către conexiune (Sharon & John, 2018), iar o metodă prin care ne putem conecta este internetul. Creșterea conexiunii în rândul oamenilor prin intermediul internetului are efecte asupra vieții noastre personale, evidente mai ales când vorbim despre anonimitate. În prezent, **anonimatul** este dificil dacă nu *imposibil de dobândit*

(Hite, Voelker, & Robertson, 2014, p. 22). La nivel global există o preocupare crescută pentru anonimat cât și pentru datele personale vizibile pe internet (Comisia Europeană, 2021). Anonimitatea scăzută poate dezvălui puncte slabe pe care abuzatorii ar putea să le folosească în scopuri ilicite (Sharon & John, 2018) în același timp anonimitatea crescută încurajează prin prisma protecției oferite actele de discriminare, cei ce postează mesaje deviante având identitatea ascunsă (Curlew, 2019). Cu toate acestea, nu există doar consecințe negative. Un studiu arată că reducerea anonimatului într-un grup poate spori calitatea deciziilor, poate crește cantitatea de idei și soluții generate de un grup sau chiar poate crește satisfacția participanților față de o activitate socială (Tsikerdekis, 2013).

**Accesibilitatea:** În problema **accesibilității** la jocurile video ne putem concentra pe două aspecte centrale. În primul rând cerințele tehnologice necesare rulării jocului, cerințe ce au caracter progresiv în funcție de complexitatea jocului. Cu cât un joc este mai complex, cerințele tehnologice sunt mai mari. În al doilea rând vorbim despre conexiunea la internet, pentru a putea juca jocurile împreună cu alte persoane este necesară o conexiune stabilă și puternică ce să faciliteze prezentarea acțiunilor coechipierilor în timp real. Ambele aspecte țin de resursele economice ale jucătorului, investițiile monetare având scopul să asigure atât un dispozitiv puternic, cât și o conexiune bună.

### **Studiul empiric**

În lucrarea de față s-a luat decizia implementării unui studiu cantitativ a cărui scop stă identificarea și explorarea modului în care diferite elemente specifice jucătorilor și jocurilor video pot contribui la formarea capitalului social al jucătorului. Această decizie a fost luată în contextul cunoașterii factorilor ce pot avea un impact asupra formării relațiilor sociale în cadrul jocurilor video. Ca urmare, studiul se concentrează pe identificarea relațiilor care au un impact asupra capitalului social. Pentru atingerea acestui obiectiv, s-a adoptat o metodologie care implica analizarea diferitelor dimensiuni relaționale compuse din variabile cu caracteristici distincte (individuale, microsociale, macrosociale și elemente specifice jocurilor video) care prin interacțiunea lor pot avea impact asupra creșterii sau diminuării capitalului social. Studiul investighează relațiile dintre capitalul social și următoarele variabile: tipul de jucător, timpul petrecut în joc, comunicarea vocală, anonimitatea percepută, accesibilitatea, stigmatizarea și tipul de personalitate cu scopul de a confirma sau infirma presupunerile privind legătura acestora cu capitalul social. De asemenea, sunt investigate posibilele medieri ale unor variabile în relațiile cu capitalul social, prin intermediul cărora poate fi generată o interpretare mai profundă a relațiilor.

Sunt presupuse două medieri, o mediere a variabilei timpul petrecut în joc în relația dintre tipul de jucător și Capitalul Social Online și o mediere a variabilei Anonimității Percepute în relația dintre comunicarea vocală și Capitalul Social Online.

Analizele efectuate confirmă majoritatea ipotezelor. Putem observa cum jucătorii de tip hardcore dezvoltă mai mult capital social online prin prisma timpului petrecut în jocurile video. Asemănător putem vedea cum cei ce folosesc comunicarea vocală în jocurile video dezvoltă un capital social online mai mare ca o consecință a reducerii anonimatului perceput în grup. Persoanele stigmatizate pentru pasiunea lor către jocurile video dezvoltă un capital social online mai ridicat dar prezintă un capitalul social offline scăzut. Vorbind despre capitalul social offline, persoanele ce prezintă caracteristici ale tipului de personalitate extrovert dezvoltă un capital social offline mai ridicat, de menționat acesta este singurul element investigat ce are efecte asupra capitalului social offline. Analizele de regresie au confirmat relația dintre utilizarea comunicării vocale și capitalul social online, folosirea cu regularitate a comunicării vocale promovând dezvoltarea capitalului social online. Asemănător, tipul de jucător *hardcore* relaționează cu capitalul social online. Legătura se poate explica prin caracteristicile jucătorului *hardcore*, jucătorii ce se încadrează în această tipologie sunt persoane dedicată jocurilor video ce iau în serios jocurile video și mecanismele conexe lor, inclusiv aspectele sociale (precum munca în echipă) (Bossler & Nakatsu, 2006; Howard, 2019).

Sintetizând, studiul „*Prieteni în joc dar și afară*” a urmărit investigarea variabilelor cu influențe asupra capitalului social al utilizatorilor de jocuri video. Noutatea cercetării constă atât în faptul că tratează un subiect relativ nou pentru spațiul academic din România, cât și în construirea și propunerea unei scale proprii pentru măsurarea caracteristicilor tipului de jucător *hardcore* ce se bazează în construcția sa pe datele din lucrările științifice precedente realizate de numeroși autori ce au identificat individualitățile tipului de jucător *hardcore*. Necesitatea realizării prezentului studiu, cât și continuării studierii tematicii jocurilor video este una evidentă prin prisma numărului ridicat de jucători ce este estimat a se poziționa și pe viitor într-un trend ascendent, cât și a importanței economice a domeniului jocurilor video ce se bucură actual de venituri majore și care se estimează în a deveni o industrie cu un impact societal considerabil. De menționat este și că studiul nu se oprește doar la sesizarea unor corelații și încearcă să explice posibilele mecanisme din spatele relațiilor identificate. O relație observată este cea dintre comunicarea vocală și anonimitatea percepută. Este probabil ca dezvoltarea capitalului social să nu fie o urmare directă a comunicării prin voce, ci comunicarea prin voce să conducă la o anonimitate percepută mai redusă ce

încurajează un comportament benefic dezvoltării capitalului social.

Cercetarea de față nu este una exhaustivă, dimpotrivă, însă este o cercetare ce dorește să contribuie cu date noi cu privire la o temă rar abordată în sfera academică românească. Subiectul socializării în rândul jucătorilor de jocuri video, deși de interes în străinătate, este puțin explorat în România. Nevoia unor studii avansate pe tema de față este evidentă prin numărul în creștere al jucătorilor, cât și prin creșterea importanței jocurilor video în timpul liber al oamenilor. Studiul de față aduce date noi cu privire la specificul jucătorului de jocuri video din România, dar și rezultate generale cu privire la formarea relațiilor sociale din aceste jocuri. Tema formării relațiilor sociale din jocurile video este de interes și cu timpul presupunem că importanța socializării digitale din jocuri o să crească, astfel lucrarea de față o considerăm, cu limitările sale, benefică domeniului sociologiei în ansamblu și nu doar a sociologiei românești. Cercetări suplimentare sunt necesare pentru a aduce mai multe cunoștințe în privința unor relații identificate ce ar putea fi de interes pentru publicul larg precum corelația dintre extroversiune și capitalul social offline. Această corelație este de interes, fiind singura legătură identificată între mediul online și offline, un studiu longitudinal ar putea oferi indicii cu privire la originile relațiilor și dacă într-adevăr acestea sunt formate în afara mediului virtual. Variabile favorabile în transpunerea relațiilor online în mediul offline ar putea să traverseze domeniul jocurilor video și să fie de folos pentru alte domenii sociale ce prezintă interes în lumea virtuală.

### **Validarea externă**

Deoarece rezultatele studiului ar putea avea efecte directe asupra jucătorilor de jocuri video prin posibila utilizare de către industria jocurilor video, este oportună necesitatea consultării grupului țintă în privința rezultatelor. Acest lucru vine și din probabilitatea omiterii de către cercetător, din dorința de a respecta cu strictețe tehnicile științifice, unele aspecte familiare grupului țintă. În această privință lucrarea de față dorește să expună rezultatele în primul rând în fața populației jucătorilor de jocuri video, populație ce nu își impune limitările specifice procesului științific în evaluarea rezultatelor și ce ar putea contribui activ prin oferirea unor viziuni alternative în interpretarea rezultatelor. Metoda de distribuire și colectare a datelor poate fi considerată una inovativă pentru o lucrare românească. Am ales să distribuim rezultatele cu ajutorul unui material video postat pe o platformă populară dedicată distribuției a unor astfel de materiale, iar feedback-ul a fost colectat cu ajutorul unei funcții încorporate în această platformă, respectiv secțiunea de comentarii. Adăugând caracterului inovativ, materialul video este conceput pe baza unor materiale

originale, toate secțiunile din videoclip de la imagine la sunet fiind concepute special pentru prezenta lucrare și nu sunt preluate din surse externe. Pentru a asigura conținut original, în realizarea videoclipului au fost contactați studenți din cadrul Facultății de Teatru și Film cât și a Facultății de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, ambele din cadrul Universității Babeș-Bolyai, studenți ce au contribuit la realizarea unor cadre specifice din conținutul materialului folosit.

Metoda aleasă pentru diseminarea și colectarea datelor respectiv feedback-ului deși cu limitările sale evidente și-a dovedit oportunitatea mai ales în privința răspândirii prin numărul mare de vizualizări de care se bucură materialul video. Este evident un interes activ în societatea românească cu privire la jocurile video cât și față de studiile ce adresează această tematică. Implicarea comunității cuantificată prin rata răspunsurilor oferite prin funcția de comentarii la videoclip a fost mai redusă, însă acest aspect poate fi pus în seama unei tendințe generale ce nu este neapărat legată de materialul în discuție. Prin feedback-ul oferit din partea comunității cu ajutorul comentariilor putem observa că rezultatele noastre sunt confirmate de către jucători, aceștia oferă exemple practice din lumea jocurilor pentru majoritatea fenomenelor observate și confirmă interpretările noastre. Îmbucurător, adițional confirmărilor despre care am vorbit anterior, am obținut în unele cazuri din partea comunității și explicații sau interpretări alternative ale rezultatelor, interpretări la care noi inițial nu ne-am gândit. O astfel de alternativă vine în relația dintre comunicarea vocală și capitalul social ce poate fi explicată și prin folosirea comunicării vocale exclusiv cu persoanele cu care jucătorul se cunoaște (are deja relații de prietenie). La fel de îmbucurător este și faptul că aceste explicații alternative nu contrazic interpretările noastre, dar le pot completa. În privința transpunerii relațiilor din mediul online în cel offline sau fizic, datele calitative reiterează importanța realizării unui studiu longitudinal. Studiu în care prietenii unui individ să fie analizați în funcție de mediul lor (online sau fizic) în diferite puncte temporale pentru o perioadă îndelungată. Mențiunea preconcepțiilor ce există în continuare în societate cu privire la jocurile video cât și persoanele pasionate de acestea demonstrează o oarecare prevalență a acestora în societate, aspect întărit în lipsa menționării acestor stereotipuri de către autor în materialul video.

## BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

1. Comisia Europeană. (2021). Data protection Rules for the protection of personal data inside and outside the EU. Preluat de pe ec.europa.eu: [https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection_en)
2. Cote, A. C. (2017). "I Can Defend Myself" women's strategies for coping with harassment while gaming online. *Games and Culture*, 12(2), 136-155.
3. Curlew, A. E. (2019). Undisciplined Performativity: A Sociological Approach to Anonymity. *Social Media + Society*, 5(1), 1-14. doi:10.1177/2056305119829843
4. Ducheneaut, N., Yee, N., Nickell, E., & Moore, R. (2007). The life and death of online gaming communities: a look at guilds in world of warcraft. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pg. 839-848). San Jose: Association for Computing Machinery.
5. Entertainment Software Association. (2019). *2019 Essential Facts About the Computer and Video Game Industry*. Entertainment Software Association. Preluat de pe [https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2019/05/ESA\\_Essential\\_facts\\_2019\\_final.pdf](https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2019/05/ESA_Essential_facts_2019_final.pdf)
6. Entertainment Software Association. (2020, July). *2020 Essential Facts About the Video Game Industry*. Preluat de pe theesa.com: <https://www.theesa.com/esa-research/2020-essential-facts-about-the-video-game-industry/>
7. Entertainment Software Association. (2021). *2021 Essential Facts About the Video Game Industry*. Entertainment Software Association. Preluat de pe <https://www.theesa.com/resource/2021-essential-facts-about-the-video-game-industry/>
8. Fran, B. C., & Lori, S. M. (2004). Boys' and girls' use of cognitive strategy when learning to play video games. *The Journal of General Psychology*, 131(2), 151-158.
9. Gattig, D., Marder, B., & Kietzmann, J. (2017). The Avatar's New Clothes: An Examination of the Motivations to Purchase Cosmetic Virtual Items in Free-to-Play Games (A Structured Abstract). *Creating Marketing Magic and Innovative Future Marketing Trends*, 327-332. doi:10.1007/978-3-319-45596-9\_65
10. Graham, L. T., & Gosling, S. D. (2013). Personality profiles associated with different motivations for playing World of Warcraft. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(3), 189-193. doi:10.1089/cyber.2012.0090



11. Granic, I., Lobel, A., & Engels, R. R. (2014). The benefits of playing video games. *American Psychologist*, 69(1), 66–78. doi:10.1037/a0034857
12. Greenberg, B. S., Sherry, J., Lachlan, K., Lucas, K., & Holmstrom, A. (2010). Orientations to video games among gender and age groups. *Simulation & Gaming*, 41(2), 238-259.
13. Hayes, E. (2007). Gendered identities at Play: Case studies of two women playing Morrowind. *Games and culture*, 2(1), 23-48.
14. Hite, D. M., Voelker, T., & Robertson, A. (2014). Measuring Perceived Anonymity: The Development of a Context Independent Instrument. *Journal of Methods and Measurement in the Social Sciences*, 5(1), 22-39. doi:10.2458/v5i1.18305
15. Howard, K. T. (2019). Free-to-Play or Pay-to-Win? Casual, Hardcore, and Hearthstone. *Transactions of the Digital Games Research Association*, 4(3). doi:10.26503/todigra.v4i3.103
16. Howe Jr, W., Livingston, D., & Lee, K. S. (2019). Is# NotMyBattlefield rooted in gamer identity? An examination of demographic factors, genre preference, and technology use of gamers. *Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences*, (pg. 2496-2505).
17. Huvila, I., Holmberg, K., Ek, S., & Widen, G. (2010). Social capital in Second Life. *Online Information Review*, 34(3), 295-316. doi:10.1108/14684521011037007
18. Juul, J. (2010). *A casual revolution: Reinventing video games and their player*. MIT press.
19. Kaye , L. K., Pennington, C. R., & McCann, J. J. (2018). Do casual gaming environments evoke stereotype threat? Examining the effects of explicit priming and avatar gender. *Computers in Human Behavior*, 78, 142-150.
20. Kim, Y. J., Engel, D., Woolley, A. W., Lin, J. Y.-T., McArthur, N., & Malone, T. W. (2017). What makes a strong team? Using collective intelligence to predict team performance in League of Legends. *Proceedings of the 2017 ACM conference on computer supported cooperative work and social computing*, (pg. 2316-2329). doi:10.1145/2998181.2998185

21. Kou, Y., & Gui, X. (2014). Playing with strangers: understanding temporary teams in League of Legends. In *Proceedings of the first ACM SIGCHI annual symposium on Computer-human interaction in play*, (pg. 161-169).
22. Kovess-Masfety, V., Keyes, K., Hamil, A., Hanson, G., Bitfoi, A., Golitz, D., . . . Pez , O. (2016). Is time spent playing video games associated with mental health, cognitive and social skills in young children? *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 51, 349–357. doi:10.1007/s00127-016-1179-6
23. Kowert, R., Festl, R., & Quandt, T. (2014). Unpopular, overweight, and socially inept: Reconsidering the stereotype of online gamers. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 141-146.
24. Kuittinen, J., Kultima, A., Niemelä , J., & Paavilainen, J. (2007). Casual Games Discussion. *Proceedings of the 2007 conference on Future Play*, (pg. 105-112). doi:10.1145/1328202.1328221
25. Lexico.com. (2020). gamer. Preluat de pe lexico.com: <https://www.lexico.com/definition/gamer>
26. Limelight Networks. (2020). *The State of Online Gaming 2020*. Limelight Networks.
27. McLean, L., & Griffiths, M. D. (2013). Female gamers: A thematic analysis of their gaming experience. *International Journal of Game-Based Learning*, 3(3), 54-71.
28. Molyneux, L., Vasudevan, K., & Gil de Zúñiga, H. (2015, July). Gaming Social Capital: Exploring Civic Value in Multiplayer Video Games. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(4), 381–399. doi:10.1111/jcc4.12123
29. Morin, R., Léger, P.-M., Senecal, S., Bastarache-Roberge, M.-C., Lefèbrve, M., & Fredette, M. (2016). The Effect of Game Tutorial: A Comparison Between Casual and Hardcore Gamers. *Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play Companion Extended Abstracts*, (pg. 229-237). doi:10.1145/2968120.2987730
30. Nardi, B. (2010). *My Life as a Night Elf Priest: An Anthropological Account of World of Warcraft*. University of Michigan Press.
31. Park, J., Song, Y., & Teng, C.-I. (2011). Exploring the links between personality traits and motivations to play online games. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(12), 747-751. doi:10.1089/cyber.2010.0502

32. Perry , R., Drachen, A., Kearney, A., Kriglstein, S., Nacke, L. E., Sifa, R., . . . Johnson, D. (2018). Online-only friends, real-life friends or strangers? Differential associations with passion and social capital in video game play. *Computers in Human Behavior*, 79, 202-210. doi:10.1016/j.chb.2017.10.032
33. Poels, Y., Annema, J., Verstraete, M., Zaman, B., & De Grooff, D. (2012). Are you a gamer? A qualitative study on the parameters for categorizing casual and hardcore gamers. *IADIS International Journal*, 1-16.
34. Quandt, T., Grueninger, H., & Wimmer, J. (2009). The gray haired gaming generation: Findings from an explorative interview study on older computer gamers. *Games and Culture*, 4(1), 27-46. doi:10.1177/1555412008325480
35. Ratan, R. A., Taylor, N., Hogan, J., Kennedy, T., & Williams, D. (2015). Stand by your man: An examination of gender disparity in League of Legends. *Games and culture*, 10(5), 438-462.
36. Risi, S., Lehman, J., D'Ambrosio, D. B., Hall, R., & Stanley, K. O. (2015). Petalz: Search-based procedural content generation for the casual gamer. *IEEE Transactions on Computational Intelligence and AI in Games*, 8(3), 244-255. doi:10.1109/TCIAIG.2015.2416206
37. Ruvalcaba, O., Shulze, J., Kim, A., Berzenski, S. R., & Otten, M. P. (2018). Women's experiences in esports: Gendered differences in peer and spectator feedback during competitive video game play. *Journal of Sport and Social Issues*, 42(4), 295-311.
38. Seok, S., & DaCosta, B. (2014). An Investigation into the Questionable Practice of Using Excessive Massively Multiplayer Online Game Play as a Marker of Pathological Video Game Dependence among Adolescent and Young Adult Male. *Players. Psychology*, 5(4), 11. doi:10.4236/psych.2014.54039
39. Sharon, T., & John, N. A. (2018). Unpacking (the) secret: Anonymous social media and the impossibility of networked anonymity. *New Media & Society*, 20(11), 4177-4194. doi:10.1177/1461444818768547
40. Shen, C., Ratan, R., Cai, D. Y., & Leavitt, A. (2016). Do men advance faster than women? Debunking the gender performance gap in two massively multiplayer online games. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 21(4), 312-329.

41. Steinfield, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of applied developmental psychology*, 29(6), 434-445. doi:10.1016/j.appdev.2008.07.002
42. Steinkuehler, C., & Williams, D. (2006). Where Everybody Knows Your (Screen) Name: Online Games as “Third Places”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(4), 885-909. Preluat pe 3 17, 2019, de pe <https://academic.oup.com/jcmc/article/11/4/885/4617703>
43. Tejeiro Salguero, R. A., & Morán, R. M. (2002). Measuring problem video game playing in adolescents. *Addiction*, 97(12), 1601-1606. doi:10.1046/j.1360-0443.2002.00218.x
44. Tisseron, S., & Gravillon, I. (2010). Psihologia Jocurilor Video (org. Qui a peur des jeux video?). (M. Mărculescu, Ed., & D. Jipa, Trad.) București, Romania: original version: Edition Albin Michel, romanian version by: Editura Trei.
45. Tisseron, S., & Gravillon, I. (2010). Psihologia Jocurilor Video (org. Qui a peur des jeux video?). (M. Mărculescu, Ed., & D. Jipa, Trad.) București, Romania: original version: Edition Albin Michel, romanian version by: Editura Trei.
46. Tov, W., Nai, Z., & Lee, H. (2016). "Extraversion and agreeableness: Divergent routes to daily satisfaction with social relationships." *Journal of Personality*, 84(1), 121-134. doi:10.1111/jopy.1214
47. Trefry, G. (2010). *Casual Game Design: Designing Play for the Gamer in ALL of Us*. Morgan Kaufmann.
48. Trepte, S., Reinecke, L., & Juechems, K. (2012). The social side of gaming: How playing online computer games creates online and offline social support. *Computers in Human Behavior*, 28, 832–839. doi:10.1016/j.chb.2011.12.003
49. Tsikerdekis, M. (2013). The effects of perceived anonymity and anonymity states on conformity and groupthink in online communities: A W ikipedia study. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(5), 1001-1015. doi:10.1002/asi.22795
50. Wadley, G., Carter, M., & Gibbs, M. (2015). Voice in virtual worlds: The design, use, and influence of voice chat in online play. *Human–Computer Interaction*, 30(3-4 ), 336-365.

51. Wadley, G., Gibbs, M., Hew, K., & Graham, C. (2003). Computer Supported Cooperative Play, “Third Places” and Online Videogames. In S. Viller, & P. Wyeth (Ed.), *Proceedings of the Thirteenth Australian Conference on Computer Human Interaction (OzChi 03)* (pg. 238-241). Brisbane: University of Queensland.
52. Walkerdine, V. (2007). Remember Not to Die: Girls Playing Video Games. In *Children, Gender, Video Games* (pg. 47-72). London: Palgrave Macmillan.
53. Williams, D., Ducheneaut, N., Xiong, L., Zhang, Y., Yee, N., & Nickell, E. (2006). From Tree House to Barracks: The Social Life of Guilds in World of Warcraft. *Games and Culture*, 1(4), 338-361. Preluat pe 3 17, 2019, de pe [http://nickyee.com/pubs/tree house to barracks 2006.pdf](http://nickyee.com/pubs/tree%20house%20to%20barracks%202006.pdf)
54. Wood, R. T. (2008). Problems with the concept of video game “addiction”: Some case study examples. *International journal of mental health and addiction*, 6(2), 169-178. doi:10.1007/s11469-007-9118-0
55. Wood, R. T., Griffiths, M. D., & Parke, A. (2007). Experiences of time loss among videogame players: An empirical study. *Cyberpsychology & behavior*, 10(1), 38-44. doi:10.1089/cpb.2006.9994
56. Yang, K. M., & Oh, O. W. (2007). Effects of the Internet Game Addiction Prevention Educational Program on Self-control and Time Spent on Internet Games by Elementary School Students. *Journal of Korean Academy of Child Health Nursing*, 13(3), 282-290. Preluat de pe <https://www.e-chnr.org/journal/view.php?number=1283>
57. Yee, N. (2016, 01 5). *Gaming Motivations Align with Personality Traits*. Preluat de pe QuanticFoundry: <https://quanticfoundry.com/2016/01/05/personality-correlates/>