

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Blaž Kranjc

Odnos Slovencev do igranja namiznih družabnih iger

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Blaž Kranjc

Mentorica: doc. dr. Kamin Tanja

Odnos Slovencev do igranja namiznih družabnih iger

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

Zahvala

*Mentorici doc. dr. Tanji Kamin za strokovne nasvete, usmerjanje in
potrpežljivost v odločilnih trenutkih pisanja diplomske naloge.*

*Moji družini, ki kljub mojemu počasnemu in samosvojemu tempu
študija nikoli ni izgubila zaupanja v mojo študijsko prihodnost.*

*Maši za neskončne količine kave in razumevanje posledic po
neprespanih nočeh.*

Odnos Slovencev do igranja namiznih družabnih iger

V diplomskem delu sem na podlagi teoretičnih izhodišč o igri, namiznih družabnih igrah in prostem času ter raziskave, v kateri je sodelovalo 757 prebivalcev Slovenije, ugotavljal, kakšen odnos imajo ljudje oziroma določene podskupine do igranja namiznih družabnih iger in kakšno je njihovo poznavanje najbolj priljubljenih družabnih iger podjetja Laser plus in samega podjetja kot založnika družabnih iger. Podatki raziskave kažejo, da med anketiranci o namiznih družabnih igrah prevladuje pozitivno mnenje, ki ni zaznamovano s stereotipi ne med najstniki kot tudi ne med odraslimi, a da se kljub temu med prostim časom večina vprašanih še vedno raje ukvarja z drugimi dejavnostmi, podobno kot tudi v ostalih evropskih državah. Rezultati raziskave so pokazali tudi, da so določene družabne igre podjetja Laser plus med anketiranci dobro poznane, da ime založnika in tržne znamke družabnih iger le redkokomu ostane v spominu, ter da so družabne igre v trgovinah po Sloveniji po mnenju velike večine anketirancev predrage.

Ključne besede: igra, družabne igre, prosti čas, Slovenija

The Slovenian attitude towards board game playing

The aim of this thesis was to examine the prevalent attitude towards the playing of board games in Slovenia and to find out how well known the most popular board games of the Slovenian board game publisher Laser plus are by studying the underlying theories of play, board games and leisure time and through the conducted opinion poll, which involved 757 respondents from Slovenia. The empirical research has shown that there is a generally positive opinion of board games in Slovenia, which is not defined by stereotypes in teenagers or adults, but that most people still rather choose other activities in their leisure time, similarly to other European countries. Moreover, results have shown that certain Laser plus board games are well known by the respondents, that they seldomly remember the name of the board game publisher and that the board games throughout the Slovenian market are thought of as too expensive by almost everyone.

Key words: game, board games, leisure time, Slovenia

Kazalo

1 Uvod	6
2 Igra.....	8
2.1 Vrste igre	9
2.2 Igre s pravili.....	11
3 Prosti čas.....	13
4 Družabne igre	19
4.1 Zgodovina družabnih iger.....	20
4.2 Nemški tip družabnih iger	22
4.2.1 Lastnosti nemškega tipa družabnih iger	23
4.3 Namizne družabne igre v Sloveniji	25
4.4 Laser plus.....	25
5 Raziskava odnosa do igranja namiznih družabnih iger	27
5.1 Namen in cilji raziskovalne naloge	27
5.2 Metodologija.....	27
5.3 Opis vzorca.....	29
5.4 Rezultati: odnos do igranja družabnih iger.....	31
5.4.1 Odnos najstnikov do igranja namiznih družabnih iger.....	31
5.5.2 Odnos odraslih do igranja namiznih družabnih iger.....	32
5.5.3 Priljubljenost igranja namiznih družabnih iger	35
5.6 Poznavanje namiznih družabnih iger podjetja Laser plus d.o.o.	39
5.6.1 Prepoznavnost Laser plusovih družabnih iger.....	39
5.6.2 Cene namiznih družabnih iger v Sloveniji	46
5.7 Povzetek raziskave	52
5.8 Potencialne tržne rešitve za družabne igre Laser plus.....	54
6 Sklep	57
7 Literatura	59
8 Priloge.....	65
Priloga A: Anketni vprašalnik	65
Priloga B: Podrobnejši rezultati.....	68

1 Uvod

Igranje je aktivnost, ki nam prinaša užitek, obenem pa v času odraščanja pripomore k razvoju posameznika v celovito osebnost (Marjanovič Umek in Zupančič 2004, 278-280). Igrali so se naši daljni predniki, igrali smo se kot otroci, nekateri tudi kot odrasli, igrali se bodo tudi naši zanamci. Čeprav gre za dejavnost, ki ni omejena le na pripadnike človeške rase, smo jo prav mi skozi tisočletja in neštete generacije otrok razvili in prilagodili okolju in času ter poskrbeli, da se današnji otroci lahko igrajo na tisoč in en način.

Družabne igre imajo za seboj že zavidljivo zgodovino. Zgodovinske najdbe kažejo, da so jih igrali že pred več kot pet tisoč leti na območju Egipta (Murray 1952, 12; Splichal 2003, 7). Zaznamo jih v ostankih iz skorajda vsake civilizacije, katerih zapuščino raziskujemo v sodobnem času. Afrika, Južna Amerika, Azija in Evropa – družabne igre so se razvijale povsem samostojno ali pa se širile med sosedi in potovale s trgovci in raziskovalci, ki so njihove principe razširili po vsem svetu (Murray 1952, 228).

V današnjem svetu bi marsikdo trdil, da je igranje skomercializirano in težko bi mu bilo oporekati. Otroci in odrasli so z vseh strani obkroženi s tisočnimi načini zadovoljevanja svoje otroške žilice, preko oglasov nam ponujajo najnovejše in najbolj napredne igrače in igre, otroški oddelki trgovin so večji kot kadarkoli prej. Izbire na tem področju otrokom in odraslim ne manjka. V času prevlade elektronike in interneta pa se zopet vedno bolj izpostavlja t.i. »odklopljeno« igranje, kjer ne strmimo v računalniški ali TV ekran, da bi se igrali z umetnim ali brezimnim soigralcem, temveč se usedemo za mizo s pravimi soigralci. Z igralno ploščo, raznobarvnimi figuricami in domišljeno družabno igro.

In prav izbira, ozr. mnenje o družabnih igrah na slovenskem trgu je raziskovalni cilj moje diplomske naloge. Zanima me, kakšen je odnos do igranja namiznih družabnih iger med potrošniki v Sloveniji, kaj si o odklopljenih igrah mislijo današnji vedno »priklopljeni« najstniki, in ali odrasli igranje družabnih iger pripisujejo le otrokom in družinam. Obenem bi rad raziskal specifično tržno situacijo podjetja Laser plus, ki je

edino slovensko podjetje, ki se ukvarja z založništvom poslovenjenih namiznih družabnih iger.

V ta namen bom v prvem, teoretskem delu diplome analiziral različne teoretične poglede na igro in različne vrste le-te, s poudarkom na igrah s pravili, in na nastanek in vplive na prosti čas, ki je v večini primerov predpogoj za igranje. Obenem bom pregledal zgodovino namiznih družabnih iger od prvih nastankov do 20. stoletja, ko se razvije t.i. nemški tip družabnih iger, ki je bistven za drugi, empirični del mojega diplomskega dela. V njem bom na podlagi anketne raziskave in s pomočjo podjetja Laser plus poizkušal odgovoriti na zastavljena vprašanja o odnosu prebivalcev Slovenije do igranja namiznih družabnih iger in razkriti specifične dejavnike, ki bi lahko imeli vpliv na tržno situacijo podjetja Laser plus.

2 Igra

Človek se igra, ker mu je to všeč, ker je igra zanj prijetna in ker v njej uživa. V njej je igralec osredotočen predvsem na samo dejavnost, njegovo vedenje pa je spontano. Cilj(e) si postavlja sam oziroma jih v socialni igri, ko se igra z drugimi, oblikuje skupaj s soigralci. Lahko bi rekli, da nam je potreba po igranju prirojena. (Stariha 2006, 10)

Johan Huizinga v svojem klasičnem delu o igri »*Homo Ludens*« igro definira kot

svobodno delovanje, za katero čutimo, da »ni tako mišljeno« in je zunaj običajnega življenja, pa vendar lahko igrajočega popolnoma prevzame; s katerim ni povezan nikakršen materialni interes in s katerim ne pridobivamo nobene koristi; ki se dogaja znotraj posebej določenega časa in prostora; ki redno poteka po določenih pravilih in oživlja skupnostne vezi; ki se rado odeva v skrivnost ali pa se s preobleko, kot drugačno, ločuje od običajnega življenja.

(Huizinga 1992, 19, prevod v Huizinga 2003, 24-25)

Roger Caillois za igro pravi, da obstaja le tam, kjer igralci hočejo igrati in igrajo z namenom, da bi se razvedrili ali pozabili na svoje skrbi. Obenem morajo imeti vedno pravico, da, kadarkoli se jim zahoče, z igro zaključijo (Caillois 2003, 144). Definira jo kot dejavnost, ki je (1) svobodna (nepriprisiljena), (2) ločena (časovno in prostorsko omejena), (3) negotova (razplet in rezultati ne smejo biti vnaprej določeni), (4) neproduktivna (ne ustvarja niti dobrin, niti bogastva, niti novih prvin), (5) urejena s pravili in (6) fiktivna (Caillois 2003, 148).

Igra je dejavnost, ki jo posameznik izvaja zaradi lastnega zadovoljstva ne glede na njen končni izid in ni vezana na neposredno zadovoljevanje njegovih potreb ali na zahteve, ki jih predenj postavlja okolje (Zupančič 1999, 116). Obenem pa je pomemben tudi sociokulturni vidik igre, v njej se namreč zrealijo pravila, vrednote, norme, prepričanja, vloge in tradicija širšega okolja (Lešnik Musek in Marjanovič Umek 1999, 37).

Rudi in Božo Janhuba v uvodu svoje knjige *Družabne igre* (1970, 3) zapišeta: »Igra je sestavni del človekovega življenja, in taka je tudi njena starost. Zato bi težko zagovarjali miselnost, da so igre izključno domena *otrok* in mogoče še njihovih staršev in vzgojiteljev. Prav tako ni *smisel in cilj* iger samo zabava in umska ali telesna rekreacija. Igre vsebujejo bogate prvine učenja in vzgoje ter dajejo vsem velike možnosti za opazovanje in spoznavanje značajev vseh tistih, ki pri igrah sodelujejo.«

Tudi Petra Lešnik Musek (v Splichal 2003, 12) ugotavlja podobno: »Prepričanje, da se v odraslosti ne igramo več, ne drži. Res pa je, da je malo raziskav o tem, kaj se dogaja z igro v odraslosti. Vendar strokovnjaki ugotavljajo, da igra ni le značilnost otroštva. Pojavlja se tudi v kasnejših življenjskih obdobjih, vendar se v primerjavi z otroško igro drugače manifestira. Ne gre torej za to, da se odrasli ne znamo več igrati, temveč bolj za to, da je naša igra drugačna od igre otrok«.

Slovar slovenskega knjižnega jezika igro definira kot »(otroško) dejavnost, navadno skupinsko, za razvedrilo, zabavo«, med primeri pa navede tudi družabne igre.

2.1 Vrste igre

Kljub avtorjem, ki igro opredeljujejo širše, je le-ta v današnjem svetu večinoma še vedno obravnavana kot domena otrok. Le malo raziskav se nanaša na igro v odraslosti, večina jih je vezana na otroško igro (Janhuba 1970, 3; Splichal 2003, 12). Smilansky (v Marjanovič Umek in Zupančič 2001, 33) otroško igro razvrsti v štiri skupine, ki si na razvojni ravni otroka sledijo ena za drugo:

- **Funkcijska igra:** ponavljajoči se gibi mišic s predmeti ali brez njih, ki imajo osnovo v otrokovi potrebi po aktiviranju svojega telesa, ter ponavljanje in posnemanje glasov. Vključuje tudi tekanje in skakanje, nalaganje in podiranje, rokovanje s predmeti (npr. vrtenje koles na avtomobilčku) ali materiali (npr. pesek, plastelin, testo).

- **Konstruktivska igra:** otrok nadomesti enostavno rokovanje s predmeti ali materiali s sestavljanjem, ustvarjanjem z njimi. Otrok si je sposoben določene stvari predstavljati, zamisliti in se osredotočiti na »rdečo nit« svoje igre.
- **Dramska igra:** za to vrsto igre je značilno pretvarjanje in/ali igra vlog. Otroke spodbuja k različnim gibalnim dejavnostim, miselni aktivnosti, iskanju novih povezav in ustvarjalnosti, večji socialni občutljivosti in kompetentnosti.
- **Igre s pravili:** v njih otrok prepozna, sprejme in se podredi vnaprej določenim, dogovorjenim in sprejetim pravilom. Med igre s pravili sodijo npr. igre lovljenja, igre na igralnih ploščah, športne igre.

Na podoben način se z otroško igro ukvarja tudi Singer (v Marjanovič Umek in Zupančič 2001, 34), ki jo prerazporedi v tri razvojne ravni:

- **1. raven:** ki poteka v obdobju od rojstva do drugega leta otrokove starosti in vključuje dve vrsti dejavnikov: (1) imitacijo (uporaba refleskov, ponavljanje zvokov in gibov, začetek simbolne imitacije) ter (2) vajo in obvladanje (senzorna in ritualna igra, pretvarjanje)
- **2. raven:** ki poteka v starostnem obdobju od dveh do petih let in je opredeljena predvsem s simbolno igro (pretvarjanje, vzporedna igra, nadomeščanje)
- **3. raven:** ki prevladuje po sedmem letu otrokove starosti in za katero so značilne igre s pravili, ki vključujejo tekmovalnost in pravila (skrivalnice in namizne družabne igre)

Roger Caillois (2003) kot eden izmed redkih raziskovalcev igre in iger na splošno na podlagi svojih ugotovitev predlaga razdelitev različnih vrst igre na štiri poglavitne razdelke:

- **Agon:** igre, kjer mora biti zagotovljena enakost začetnih možnosti za zmago vsem tekmovalcem, da se zmagovalec izkaže kot najboljši v določeni kategoriji (športna tekmovanja in igre z začetno popolnoma enakovredno razporeditvijo, npr. šah, dama).

- **Alea:** igre, ki temeljijo na odločitvi, ki ni odvisna od igralca in na katero ne more imeti nobenega vpliva, temveč je odvisna od naklonjenosti usode, npr. kockanje, loterija.
 - **Mimikrija:** kjer subjekt igra, bodisi da sam verjame, bodisi da mu drugi verjamejo, da je nekdo drug, kot on sam, npr. otroško pretvarjanje, gledališke predstave in igre.
 - **Ilinks:** igre, ki temeljijo na ustvarjanju vrtočlavice in želijo začasno omamiti telo in čute v težnji, da bi razrušile trdnost zaznavanja, npr. otroško vrtenje, zabaviščne naprave kot vlakci smrti.
- (Caillois 2003)

To osnovno razdelitev je obogatil še z vpeljavo merila intenzitete, ki ga deli na dva pola, oziroma načina igranja: **paidia**, kjer prevladuje razvedrilo, domišljija in improvizacija, ter nasprotni **ludus**, ki narekuje podrejenost pravilom in konvencijam (Caillois 2003).

V teoriji iger pa se igre delijo na tri ravni glede na odnos med soigralci (Zagal in drugi 2006, 25-26):

- **tekmovalne igre**, kjer igralci razvijajo strategije, ki nasprotujejo ostalim igralcem, njihovi cilji pa so diametralno nasprotni,
- **kooperativne igre**, kjer igralci stremijo proti ciljem, ki si niso niti nasprotni, niti izključujoči, to pa jim omogoča situacije, kjer lahko sodelujejo za skupno dobro,
- in **kolaborativne igre**, ki so bile priznane naknadno, kjer imajo vsi igralci en skupen cilj, ki ga dosežejo vsi skupaj ali pa nihče: celotna ekipa zmagata ali izgubi.

2.2 Igre s pravili

Igra s pravili je najpogostejša igra med osnovnošolskimi otroki, mladostniki in odraslimi. Igra s pravili se zaradi celovitosti razvojnih procesov, ki jih ta igralna dejavnost zahteva, pojavlja od tretjega leta otrokove starosti naprej (Marjanovič Umek 2001, 42). Piaget pravi, da se takšne igre v glavnem pojavljajo med 4. in 7. letom starosti

(v Duran 2003, 20), Smith in Berk pa ugotavljata, da predstavljajo prevladujočo igralno dejavnost v obdobju od 6. oz. 7. leta naprej ter otroke navajajo na upoštevanje pravil igre, prav tako pa pogosto zahtevajo sodelovanje med igralci (v Marjanovič Umek in Zupančič 2004, 383). Tudi C. Hutt (v Marjanovič Umek in Zupančič 2001, 42) igro s pravili povezuje s kooperativnim vedenjem.

Igre s pravili otroci odkrijejo preko že izdelanih iger, ki so del kulture, toda tudi sami sodelujejo pri ustvarjanju novih tovrstnih iger (Duran 2003, 20).

Bistvena značilnost iger s pravili je, da od otroka zahtevajo prepoznavanje, sprejemanje in podrejanje vnaprej določenim, dogovorjenim in sprejetim pravilom (Marjanovič Umek in Zupančič 2004, 383). Različni avtorji med igre s pravili uvrščajo različne igre: Smilansky k njim uvršča gibalne igre s pravili, ki lahko potekajo v prostoru ali na prostem, npr. igre lovljenja, slepe miši; igre z vodjo, igre petja, namizne (človek, ne jezi se, domine, karte) in športne igre, Singer jih opredeli kot skrivalnice in druge prostorske igre s pravili ter igralne igre na ploščah, Hutt pa vedenju po pravilih pripisuje igre slučaja, tekmovalnost in spretnostne igre (Marjanovič Umek in Zupančič 2001, 34-35).

Cohen in MacKeith (v Marjanovič Umek in Zupančič 2004, 385) ugotavljata, da se tudi mladostniki in odrasli igrajo in svoj prosti čas pogosto preživljajo z vključevanjem v različne igralne dejavnosti. V obdobju odraslosti se posameznik poleg v igro s pravili vključuje v različne oblike igre, za mnoge pa igra ostaja izkušnja, v kateri zelo uživajo. Izdelovalci igrač zato oblikujejo številne igre za odrasle, npr. igre z igralnimi ploščami in vse večje število računalniških in videoiger (Marjanovič Umek in Zupančič 2004, 385).

3 Prosti čas

Rudi Lešnik (1982, 124) prosti čas opredeli kot:

Ves čas zunaj subjektivih nujnih obveznosti, ko le-ta ravna v konkretnih okoliščinah razmeroma svobodno, skladno s svojo identiteto. To je opredelitev, ki dopušča človeku, da si oblikuje prosti čas po svojih interesih, potrebah in smotrih od počitka do ustvarjalno izrabljenega prostega časa, ki ne izključuje niti produktivne dejavnosti niti počitka. Prosti čas je dopolnilo delu, je v funkciji človeka in njegovih hotenj, dejavnik uresničevanja njegove osebnosti in vsestranskih dejavnosti. Prosti čas izgubi svojo identiteto v trenutku, ko niso več upoštevana načela prostosti in prostovoljnosti, možnosti samoodločanja in potrjevanja svojih sposobnosti.

Najpogosteje se ga definira kot »nedelovni čas, čas zase, za predah, zabavo, umiritev in počitek; čas, ko lahko počneš, kar želiš, po lastni izbiri oz. ko se ukvarjaš z aktivnostmi, ki nudijo raznolikost, razvedrilo, sprostitev, socialno in osebno izpolnitev« (Kuhar 2007, 455).

Stanley Parker (v Haralambos 2001, 260) opredeli prosti čas kot preostanek časa: to je čas, ki ostane, ko so izpolnjene druge obveznosti. Razlikuje pet vidikov življenja ljudi:

1. **Delo** je čas, ki ga preživiš na plačanem delovnem mestu.
2. **Delovne obveznosti** se nanašajo na čas, ki ga porabiš kot posledico zaposlitve, vendar pa ga dejansko ne preživiš delovno. Primer delovne obveznosti sta vožnja na delo in z njega.
3. **Nedelovne obveznosti** vključuje dejavnosti, kot je gospodinjsko delo in nega otrok.
4. Čas zavzamejo tudi **fiziološke potrebe**. Ljudje morajo preživeti čas tudi za opravljanje dejavnosti, kot so prehranjevanje, spanje, umivanje in opravljanje potrebe.
5. Preostali čas pa označimo kot **prosti čas**.

Glede na odnos med delom in prostim časom Parker (2001, 28-34) loči tri glavne tipe:

1. **Razširitveni** tip, kjer so prostočasne aktivnosti pogosto vsebinsko podobne aktivnostim pri delu in ne obstaja jasna delitev med delom in prostim časom. Posamezniki delo brez zadržkov prenesejo tudi v prosti čas, saj jih delo zanima samo po sebi. Delo predstavlja osrednji življenjski interes. Ta tip je povezan s poklici, ki zagotavljajo visoko stopnjo avtonomije in izkoriščenosti sposobnosti posameznika.
2. **Nevtralni** tip vsebuje prostočasne aktivnosti, ki so načeloma, a ne načrtno, drugačne od delovnih, posameznik pa loči in ceni razliko med delom in prostim časom, a ju ne definira striktno kot odsotnost drugega. Če pride do prenosa dela v prosti čas, je to ponavadi le zaradi specifičnega cilja, npr. določene zadolžitve, ki bo pripomogla k napredovanju. Osrednji življenjski interes predstavlja prosti čas, saj je posameznik povsem nezainteresiran za svoje delo, ki tudi nikakor ne vpliva na njegovo preživljanje prostega časa. Ta tip je povezan s poklici, ki zagotavljajo le nizko stopnjo avtonomije in izkoriščenosti posameznikovih zmožnosti.
3. Pri **opozicijskem** tipu so prostočasne aktivnosti namerno drugačne od delovnih, obstaja tudi ostra ločitev prostega časa od dela. Delo posega v prosti čas le v smislu, da se mora posameznik najprej spočiti od dela, preden lahko začne uživati v prostem času. V primerih izjemnega sovraštva do dela tvori prosti čas osrednji življenjski interes, manj jasno definiran pa je v primeru, ko ima posameznik protisloven odnos do dela in sovraži samo določen del le-tega. Povezan je z ekstremnimi poklici, ki posameznika ali popolnoma izčrpajo ali pa jih le-ta brezpogojno sovraži.

Parkerjeva teorija je naletela na precej kritik, saj je kot edini dejavnik na oblikovanje prostega časa izpostavil le delo. Kritiki trdijo, da pri oblikovanju vzorcev prostega časa ne upošteva tudi vpliva razreda (njegov opozicijski vzorec predstavlja tradicionalni način delavskega razreda), vpliva nacionalne kulture (ameriški menedžerji popolnoma ustrezajo razširjenemu vzorcu, angleški poslovneži pa se najbolj približajo Parkerjevemu

nevtralnemu vzorcu), vpliva razlik med spoloma (vpliv gospodinjskega dela in družinskih obveznosti pri ženskah) ter da je precej determinističen (ne omogoča individualne izbire pri dejavnostih prostega časa) (Haralambos 1999, 262).

Rhona in Robert Rapoport (2001, 66-68) za obravnavo prostega časa predlagata uporabo teorije življenjskih ciklov. Posamezniki svoje življenje gradijo po treh linijah – delo, družina in prosti čas. Prepletanje teh linij tvori t.i. življenjsko linijo, vendar pa se ta po njunem radikalno spremeni ob »življenjskih krizah«, pomembnih dogodkih v posameznikovem življenju (poroka, rojstvo otrok, zamenjava službe), ki privedejo do reorganizacije njihovega odnosa do dela, družine in prostega časa.

Na različnih stopnjah življenja imajo tako posamezniki različna stališča do dela, družine in prostega časa. Ločita štiri glavne stopnje (Rapoport in Rapoport 1975):

1. **Adolescenca** se nanaša na tiste, ki so stari približno med petnajst in devetnajst let, ko je glavna skrb iskanje identitete – mladi preiskujejo okolje, iščejo nova okolja, izkusijo nova doživetja. Značilne dejavnosti so umetnost in rokodelstvo, igranje instrumentov, udeležba na festivalih, ples, potovanja, šport.
2. **Mlajša polnoletnost** traja približno deset let od časa, ko oseba neha obiskovati šolo, glavna skrb pa je bolj oblikovanje družbene kot osebne identitete – poklici, odnosi s pripadniki nasprotnega spola, starševski in družinski odnosi ter prijateljski interesi. Pogosto obiskujejo nočne klube, disko klube, pivnice in športne centre.
3. **Stopnja graditve**, ki se pojavi med petindvajsetim in petinpetdesetim letom, ko ljudje ne vadijo več bodočih vlog, temveč poskušajo zgraditi zadovoljujoč življenjski slog. Pomembni so delo, družina, prijatelji in dejavnosti v skupnosti. Bolj pomembne postanejo dejavnosti prostega časa, ki so osredotočene na dom, npr. otroci, vrtovi, gledanje televizije.
4. **Kasnejša leta** nastopijo pri približno petinpetdesetih ali z upokojitvijo, glavna skrb pa postane osebni smisel in harmonija s svetom okoli sebe. Vzorci prostega časa se v veliki meri razlikujejo in so odvisni od dejavnikov, kot sta zdravje in

dohodek. Opažena je težnja, da se v prostem času bolj osredotočijo na dom in vnuke, ki postanejo središče prostega časa.

Rapoportova poudarjata, da na vzorce prostega časa poleg življenjskega cikla vplivajo mnogi drugi dejavniki in da na določeni stopnji prihaja do veliko razlik, a kljub temu menita, da prosti čas lahko razumemo le v odnosu do skrbi, ki so značilne za različne stopnje (Rapoport in Rapoport 1975).

Kritika njune teorije je usmerjena v pretirano poudarjanje življenjskega cikla, ki je po mnenju Clarkea in Critcherja pogojen družbeno in ne biološko, Ken Roberts pa poudarja neustreznost dokazov, saj trdi, da jima za teorijo manjka sistematičnih dokazov (Haralambos 1999, 263).

Ken Roberts (2001a, 39-40) ne zanika, da delo vpliva na prosti čas, vendar zavrača trditve avtorjev, ki pripisujejo centralni pomen pri oblikovanju prostega časa prav posameznikovemu delu. Kot pluralist poudarja tudi druge dejavnike, npr. družbeni razred, družino, spol, izobrazbo in pripadnost religiji, ki prav tako zaznamujejo preživljanje prostega časa, in obenem meni, da prosti čas vključuje svobodo izbire. Pripadniki družbe se, kolikor jim to dopuščajo vplivi teh dejavnikov, udeležujejo tistih dejavnosti, pri katerih uživajo.

Življenjskemu ciklu družine pripisuje večji pomen kot pa delu, saj so njegove ugotovitve na splošno skladne z ugotovitvami Rapoportovih, vendar pa se od njiju razlikuje predvsem po tem, da poleg življenjskega cikla družine poudarja tudi druge dejavnike. Po njegovem mnenju je prosti čas opredeljen kot stvar izbire in ga označuje raznolikost (Roberts 2001b, 242).

John Clarke in Chas Critcher (v Rojek 1995, 20-22) sta prosti čas obravnavala skozi kulturološko perspektivo in na podlagi marksističnega pogleda na družbo. Trdita, da imajo posamezniki nekaj svobode pri dejavnostih prostega časa, vendar jih omejuje in ovira kapitalizem - čeprav si delavski razred med ponujenimi možnostmi lahko izbere, kako preživljati prosti čas, nima dejanskega vpliva na raznolikost ponujenih možnosti

(Rojek 1995, 21). Sprejemljivi vzorci preživljanja prostega časa se konstantno spreminjajo z medsebojnim prilagajanjem idej vladajočega in podrejenega razreda (Rojek 1995, 22).

Čeprav se v osnovi osredotočata na kapitalistično prevlado nad usmerjanjem prostega časa, pa kljub temu kot dejavnike pri oblikovanju prostega časa navajata tudi družino in specifičnost odnosov družinskih članov (Clarke in Critcher 2001a, 59) ter narodnost in starost (Clarke in Critcher 2001a, 63).

Eileen Green, Sandra Hebron in Diane Woodward (2001, 134-139) se kot predstavnice feminističnega pogleda na prosti čas osredotočajo predvsem na vpliv spola pri oblikovanju le-tega. Ostale raziskovalce kritizirajo, da njihove definicije in obravnave prostega časa temeljijo na moških, medtem ko so ženske pri izkoriščanju prostega časa dodatno omejene.

Na podlagi svoje raziskave so Greenova in sodelavke (2001, 138) ugotovile, da (1) se ženske bojijo same hoditi naokoli ponoči, kar jih omejuje pri kakršnihkoli večernih pristočasnih aktivnostih, (2) da imajo zaradi gospodinjskih in družinskih obveznosti manj prostega časa kot moški, (3) manj denarja za pristočasne aktivnosti ter (4) da jih pri izbiri omejujejo tako kulturni in družbeni stereotipi kot tudi moška stališča o primernosti načinov ženske izrabe prostega časa. Do podobnih zaključkov sta prišla tudi Clarke in Critcher (2001b, 253).

Greenova in sodelavke (v Haralambos 1999, 270) ne trdijo, da edino spol vpliva na prosti čas, niti ne menijo, da so vse ženske v enakem položaju, saj na prosti čas vplivajo tako razred kot višina dohodka, starost, etnična skupina kot tudi »delo in položaj v gospodinjstvu«. Na razlike v ženski izrabi prostega časa glede na status, razred in tip gospodinjstva opozarja tudi Rojek (1995, 32).

Ameriški sociolog Harold Wilensky (v Haralambos 1999, 272) trdi, da je viden splošen umik od dela kot osrednjega življenjskega interesa, kar je bilo značilno predvsem za delavski razred, razširja na veliko večino prebivalstva. V moderni industrijski družbi bo

delo na vseh nivojih postajalo vedno bolj rutinsko, s tem pa bo ponujalo malo priložnosti za samoizpolnitev. Zato bo vedno več ljudem delo postalo le sredstvo za ustvarjanje dohodka, namenjenega prostemu času.

C. Wright Mills (v Haralambos 1999, 272) meni, da prosti čas ne zagotavlja izpolnitve, ki jo delo odreka. Tehnike množične proizvodnje, ki se uporabljajo tudi pri industriji prostega časa, ustvarjajo prosti čas, ki ponuja beg, ne pa izpolnitve. Ustvarjajo domišljjski svet, kamor beži množica v nedelovnih urah.

Drugi avtorji, kot Golthorpe in Lockwood ter Dumazedier (v Haralambos 1999, 273) so mnenja, da prosti čas vedno bolj vpliva na delo. Vedno več je primerov, ko mnogi ljudje, zlasti mladi, izbirajo poklic glede na vrsto prostega časa, ki ga želijo. Ta vpliva na njihovo izbiro poklica, njihovo definicijo dela, njihova stališča do podjetij in njihov pogled na vlogo sindikatov. Čeprav Roberts (v Haralambos 1999, 273) priznava, da je prosti čas vse bolj pomemben v industrijskih družbah, pa ne verjame, da postaja tako pomemben, kot želijo prikazati določeni avtorji.

4 Družabne igre

»Igre, ki so podobne šahu, dami in backgammonu v tem, da se igrajo na posebni, oblikovani podlagi, s figuricami, katerih načela premikanja in zavzemanja so določena s pravili posamezne igre, so poimenovane angleško »board-games«, nemško »Brettspiele«, pravi Murray (1952, 1). V slovenščini jim pravimo »namizne družabne igre«.

Večina namiznih družabnih iger je namenjena dvema igralcem ali dvema nasprotujočima skupinama z vsaj dvema igralcema, nekatere pa tudi trem, štirim ali več igralcem in le redke samo enemu. Vsak igralec prejme določeno število figuric, ki se med seboj razlikujejo le v toliko, da se enostavno ločijo od nasprotnikovih. Nekatere igre začetno razporeditev figuric določijo same, v drugih gre za odločitev vsakega igralca posebej in jih soigralci na ploščo postavljajo izmenično ali hkrati – v nekaterih igrah določeno število figuric ostane igralcu za kasnejše vključevanje v igro. Ko je končano začetno razporejanje, si v večini iger nasprotniki izmenjujejo poteze, prvi igralec, ki doseže cilj igre, pa postane zmagovalec.

(Murray 1952, 1)

Murray (1952, 1) po lastnih besedah v svojem delu ne opisuje modernih družabnih iger, razvitih v Evropi, pravilnost in uporabnost njegove definicije pa omejuje tudi razvoj in vzpon novih tipov družabnih iger, nastalih v poznem 20. stoletju. Te bi Murrayevi definiciji dodale še sodelovalne igre, kjer se soigralci s skupnimi močmi borijo za dosego cilja in vsi hkrati ali zmagajo ali so poraženi, »žurerske igre« (t.i. party games), ki pogosto sploh ne uporabljajo figuric, a od igralcev zahtevajo motorične spretnosti ali hitre reflekse, besedne igre, ki temeljijo na jezikovnih ali besednih znanjih ter igre kvizov (t.i. »trivia games«), kjer igralci odgovarjajo na vprašanja iz mnogih področij.

4.1 Zgodovina družabnih iger

Družabne igre so se igrale v večini kultur in družb skozi zgodovino; človeštvo je z njimi obkroženo že več kot 5000 let (Piccione 1980). O zgodnih družabnih igrah pričajo številna zgodovinska najdišča, izdelki in dokumenti.

Za najstarejšo družabno igro velja igra Senet, odkrita v grobnicah preddinastijskega Egipta (okoli 3500 p.n.št.) in ponazorjena na več slikah iz egipčanskih grobnic. Ker Senet vključuje elemente sreče, stari Egipčani pa so trdno verjeli v determinizem, se je za zmagovite igralce Seneta verjelo, da jih varujejo sami bogovi, umrlim pa so pogosto za pot skozi posmrtno življenje v grobnico položili tudi Senet (Piccione 1980). Poleg egipčanskega Seneta so bili iz istega časovnega obdobja odkriti tudi ostanki domnevnih družabnih iger civilizacije Jiroft na območju današnjega Irana (Newton 2007).

Iz obdobja okoli leta 3000 p.n.št. se v preddinastijskem Egiptu pojavi tudi igra Mehen, igrana na igralni površini v obliki zvite kače, s figuricami levje oblike in z več kroglicami (Mehen - Egyptian Mythology - Board Game 2010), na območju najdišča Shahr-e Sukhteh, povezanega s civilizacijo Jiroft, pa v istem času obstaja že zelo zgodnja oblika današnje igre s kockami Backgammon (Newton 2005).

Približno petsto let kasneje so na območju sumerijskega mesta Ur igrali t.i. kraljevo igro Ur-a, eno izmed prvih odkritih antičnih družabnih iger, ki je dolgo veljala tudi za najstarejšo v obstoju (Soubeyrand 2007; Murray 1952, 19). V naslednjih dveh tisočletjih se družabne igre pojavljajo predvsem v poslikavah, okoli leta 500 p.n.št. pa se zgodovina družabnih iger razširi tudi na azijski kontinent. Sam Buddha naj bi napisal seznam iger, ki jih ni želel igrati (Murray 1952, 35), indijski ep Mahabharata omenja (Huizinga 1992, 57) indijsko igro, ki bi bila lahko ali Chaturaji ali Pachisi, na Kitajskem pa se pojavi igra Liubo, ki jo 700 let kasneje popolnoma izpodrine go (Liubo 2009).

Na evropskih tleh so antični Rimljani v času okoli začetka našega štetja opisali šahu podobno taktično igro Latrunculi in backgammonu podobno Ludus Duodecim Scriptorum (Murray 1952, 30-33), od leta 400 n. št. naprej pa se v severni Evropi

pojaviijo t.i. tafl igre (tafl = miza, ploskev), ki so potovale skupaj z Vikingi (Murray 1952, 56). Približno 200 let kasneje se v Indiji pojavijo omembe iger Chaturanga in Chatrang, ki veljata za predhodnici ozr. antični verziji igre kraljev – šaha (Chess around the world 2010).

Naslednjih nekaj stoletij ni zaznamovanih z izumi novih, pomembnih družabnih iger, leta 1283 pa kastilski kralj Alfonz X. svojim pisarjem naroči izdelavo Libro de Juegos, »knjige iger«, ki opiše tri najbolj priljubljene igre španskega okolja tistega časa: šah, kockanje in backgammon ozr. igre iz družine »tables«, ki v mnogem spominjajo na backgammon. S prvim evropskim delom o igrah je ustvaril eno izmed bolj pomembnih literarnih del za raziskovanje zgodovine namiznih družabnih iger (Grinfeld 1993, 9).

Dvajseto stoletje zaznamuje izum verjetno najbolj prepoznavne predstavnice današnjih namiznih družabnih iger – Monopoly. Igra, ki je pod založbo Parker Brothers okoli leta 1930 dobila svojo prepoznavno obliko in pravila, je bila osnovana že ob začetku stoletja, kasneje pa je spodbudila nastanek mnogih podobnih finančnih iger, kot tudi strateško zahtevnejših in dolgotrajnejših družabnih iger, ki so do izida Monopolyja veljale za komercialno neperspektivne (Weber 2010). Ista založba je leta 1957 izdala tudi strateško družabno igro Risk (Riziko), ki prav tako velja za eno izmed najprepoznavnejših in najbolj popularnih družabnih iger. V 80-ih letih prejšnjega stoletja postane Nemčija žarišče razvoja novih družabnih iger, katerih podobnost v določenih elementih pripelje do uveljavitve nove zvrsti v široki ponudbi družabnih iger: nemški tip družabnih iger (Batty 2007).

Mnoge družabne igre so dandanes na voljo tudi kot računalniške/video igre, pri katerih tekmujejo z računalniško vodenimi soigralci, mnoge igre pa se da igrati tudi preko interneta proti drugim, 'živim' soigralcem.

4.2 Nemški tip družabnih iger

Začetek iger nemškega tipa sega v šestdeseta leta prejšnjega stoletja, ko se na trgu pojavi igra Acquire, bolj množično pa se igre te zvrsti uveljavijo šele v poznih sedemdesetih in v začetku osemdesetih v Nemčiji. Dandanes so razširjene po vsem svetu (Hartford 2010). Za razširitev izven meja Evrope je zaslužna predvsem igra Naseljenci otoka Catan, ki je z več kot deset milijoni prodanih izvodov igranje namiznih družabnih iger iz početja ozke skupine navdušencev povzdignila v priljubljeno zabavo družin in mladostnikov po vsem svetu. Poleg Naseljencev otoka Catan lahko med druge široko razširjene igre nemškega tipa štejemo tudi igre Acquire, Ticket to Ride, Carcassone in Tikal (Arneson 2010a; 2010b).

Nemški tip družabnih iger je široka zvrst namiznih družabnih iger, ki jih družijo podobne lastnosti: enostavno razumljiva pravila, krajši igralni čas, visoka stopnja interakcije s soigralci in lepo oblikovani igralni delci. Igre tega tipa imajo poudarek na strategiji, zmanjšujejo pomen sreče in konfliktov, se usmerjajo bolj v ekonomske kot vojaške teme in ponavadi ne izključijo nobenega od igralcev do konca igre. Igre nemškega tipa so pogosto prikazane kot nasprotje ameriških iger, ki ponavadi vključujejo več elementov sreče, konfliktov in drame (Woods 2009b, 208).

Navadno niso tako abstraktne kot šah, a bolj kot vojaške igre, ki se ukvarjajo s tematiko realističnega vojskovanja. Načeloma zahtevajo več razmišljanja in načrtovanja kot »žurerske igre«, kot sta Pictionary in Trivial Pursuit, vendar manj kot abstraktno-strateške igre, kot sta šah in go. Navodila za igranje so ponavadi dolga od štiri do dvanajst strani, igralni čas pa od 30 do 120 minut. Te igre igrajo vsakdanji igralci, ki igre igrajo z družino in prijatelji, kot tudi bolj resni hobi igralci.

Niso vse igre nemškega tipa nemške, niti niso vse namizne družabne igre. Zato se za igre te vrste uporabljajo tudi mnogi drugi izrazi. 'Euroigre' je pogost, a nenatančen naziv. Uporabljajo se tudi druga imena, kot npr. 'družinske strateške igre' in 'hobi igre' (Mayer in Harris 2010, 3).

Ime avtorja igre se pogosto izrazito izpostavi na škatli igre ali pa vsaj v navodilih. Najbolj priznani avtorji imajo mnogo privrženecv in pravcate klube oboževalcev. Zato se za to zvrst iger pogosto uporablja tudi izraz 'dizajnerske igre', ki je priljubljen predvsem v Združenih državah Amerike (Arneson 2010; Mayer in Harris 2010, 3).

4.2.1 Lastnosti nemškega tipa družabnih iger

Kolikor pri tako široko in raznoliki skupini sploh lahko posplošujemo, za igre nemškega tipa ponavadi velja, da so večigralske, lahko razumljive, zaključijo pa se relativno hitro, tako da se lahko odigra tudi več iger zaporedoma. Med igranjem se pričakuje tudi komuniciranje s soigralci, za razliko od določenih strateških iger, kot sta šah in go, ki se jih ponavadi igra v relativni tišini (Arneson 2000). Navadno so precej bolj enostavne kot 'vojaške igre' založnikov SPI in Avalon Hill, ki so cvetele v 70-ih in 80-ih, a kljub temu pogosto nudijo precejšno globino.

Igre nemškega tipa se načeloma držijo določene teme (igralec postane npr. naseljevalec otoka, vladar pokrajine ali drzni raziskovalec), na katero pogosto le namigujejo, a dovolj, da se razlikujejo od izrazito abstraktnih iger (npr. šah ali go) (Mayer in Harris 2010, 6-7). Redkokatera igra nemškega tipa poudarja bojevanje z nasprotniki, tekmovalnost je navadno poudarjena indirektno (npr. boj med soigralci za redko surovino) (Batty 2010).

Čeprav se mnogo iger (predvsem bolj strateško usmerjenih) navdušeno igra med igričarji kot hobi, pa so igre nemškega tipa v večini primerne predvsem za 'povprečno' družabno igranje. Temu so prilagojene tudi mnoge lastnostni te zvrsti iger, ki so postale precej razširjene. Ponavadi nimajo določenega števila igralcev (kot npr. šah) – čeprav obstaja kar nekaj iger, ki so namenjene le dvema igralcema, jih lahko večino igra od dva do šest igralcev. Igre za šest in več igralcev so bolj redke ali pa potrebujejo razširitve, ki omogočijo igranje več igralcev, kot npr. Naseljenci otoka Catan in Carcassonne. Navadno vsak igralec igra sam zase in ne v ekipi s soigralci.

Čas igranja je lahko od pol ure do več ur, tipična igra pa traja med eno in dvema urama. V nasprotju z igrami kot sta Risk in Monopoly, kjer se izenačena igra lahko vleče praktično v nedogled, imajo igre nemškega tipa ponavadi v pravila vključene načine, da se igro zaključi v določenem časovnem obdobju – vnaprej določeno zmagovalno število točk, omejeno število potez, igralnih sredstev, ipd (Woods 2009a, 3).

Še ena izmed izrazitih lastnosti teh iger je odsotnost izločevanja igralcev. Izločiti igralca pred koncem igre se šteje kot neproduktivno. Večina iger nemškega tipa je zasnovanih tako, da obdržijo v igri vse igralce kar se da dolgo. Določene mehanike, kot npr. skrito točkovanje ali točkovanje ob koncu igre, so vključene z namenom izogibanja predčasne izločitve igralcev. Pogosto so v pravila vključeni tudi 'ravnotežni mehanizmi', ki zaostajajočim igralcem omogočijo rahlo prednost, vodilnim pa otežijo igranje, kar ohrani določeno igro tekmovalno do samega konca (Mayer in Harris 2010, 6).

Igre nemškega tipa se ponavadi ne omejujejo le na lokalni trg, ampak so narejene za mednarodne kupce, zato so redkokdaj 'besedne igre' in navadno izven navodil ne vsebujejo veliko teksta. Sestavni deli iger pogosto namesto besed uporabljajo simbole in ikone, kar zmanjša potrebne prevode za lokalne izdaje igre. Medtem ko večina iger komunikacijo med soigralci vzpodbuja, pa se pri drugih pogosto zmanjšuje pomen (ali pa kar popolnoma izključi) verbalne komunikacije kot elementa igre, kar mnogim igram omogoči, da so popolnoma igralne tudi, če vsi igralci govorijo različne jezike, a poznajo pravile igre.

V igrah se uporablja širok razpon pogosto inovativnih igralnih mehanik, kot tudi že znane, npr. metanje kock in premikanje po plošči (Mayer in Harris 2010, 7). Igralne plošče so lahko klasično simetrične, pogosto pa tudi neenakomerne in neenotne ali simetrične (npr. kot Risk in ne kot šah ali Scrabble); igralna površina je pogosto naključno sestavljena (Naseljenci otoka Catan) ali pa ima naključne elemente (Tikal). Nekatere igralne plošče so le organizacijske in pomagajo pri lažjem igranju (Puerto Rico). Pogosto so prisotni tudi naključni elementi, a ti nimajo prevladujočega vpliva na potek igre. Čeprav so navodila večinoma enostavna, omogočajo igram globino in

zahtevajo razmišljanje, načrtovanje in spremembe taktik med igro, pogosto pa imajo kot šah ločen začetni, srednji in zaključni del igre.

4.3 Namizne družabne igre v Sloveniji

Pred devetdesetimi leti prejšnjega stoletja so bile edine poznane družabne igre v Sloveniji že takorekoč ponarodele »klasike«, kot npr. človek ne jezi se, halma in mlin, ter predvsem igre s kartami, kot npr. tarok, remi, črni peter in dama, ki so posebej uveljavljene v slovenskih domovih. Ostale igre so bile dosegljive le v sosednjih državah in v tujem jeziku.

Sredi devetdesetih let sta podjetji Eurom-Denis-Toys in Spectra International kot prvi v Sloveniji pričeli z uvažanjem tujih družabnih iger in prevajanjem navodil v slovenski jezik, v začetku predvsem tujih podjetij Ravensburger, Piatnik in Hasbro. V naslednjih letih se je ponudba tujih družabnih iger na slovenskem trgu vztrajno povečevala, proti koncu devetdesetih let pa so se pojavile tudi prve poslovenjene igre – ena izmed prvih je bila Monopoly, verjetno najbolj prodajana družabna igra vseh časov.

Leta 2000 se je trgu družabnih iger pridružilo tudi podjetje Laser plus, ki se je posvetilo izključno slovenjenju tujih družabnih iger, dandanes pa je na slovenskem trgu družabnih iger aktivnih več podjetij, ki povečini vsako uvaža ali sloveni igre določenega tujega založnika.

4.4 Laser plus

Podjetje Laser plus je bilo ustanovljeno v Ljubljani leta 1989, v začetku pa se je ukvarjalo z razvojem in proizvodnjo laserskih sistemov za industrijo in medicino. Štiri leta kasneje je podjetje po naključju postalo distributer videoiger Nintendo, to pa je

pripeljalo do popolne preusmeritve v distribucijo igrač in opustitev ukvarjanja z laserskimi sistemi.

Leta 2000 je Laser plus poslovenil svojo prvo namizno družabno igro, Zofijin svet (zgodovinski in filozofski kviz po istoimenski knjižni uspešnici), in s tem načrtno pot za nadaljni razvoj podjetja.

Šest let kasneje je Laser plus prenehal z distribucijo igrač in se posvetil izključno založništvu družabnih iger – prodajo pa so prevzela partnerska podjetja.

Do sedaj je bilo pod okriljem Laser plusa izdanih že preko 50 iger v slovenščini, v zadnjem času pa tudi nekaj v hrvaščini. V zadnjih desetih letih so kupci v Sloveniji kupili že več kot 100.000 družabnih iger pod blagovno znamko »Laser plus – igre za izbran okus«. Daleč največ je k temu pripomogla igra Naseljenci otoka Catan z več kot 19.000 prodanimi izvodi (skupaj z razširitvami in izpeljankami pa več kot 43.000) ter druge uspešnice, kot npr. otroška igra Ekec Pekec kurji drekec (prodanih več kot 8.000 izvodov) in igra za dva igralca Izgubljena mesta (prodanih več kot 7.000 izvodov).

5 Raziskava odnosa do igranja namiznih družabnih iger

5.1 Namen in cilji raziskovalne naloge

Ker na področju družabnih iger nasplošno, še posebej pa v slovenskem okolju, ni bilo izvedenih veliko raziskav, sem želel z raziskavo preučiti poznavanje in odnos do namiznih družabnih iger v Sloveniji. Reprezentativna raziskava bi zahtevala nepremostljive finančne obveznosti, zato sem se omejil na neverjetnosti vzorec. Z anketnim vprašalnikom sem želel dobiti čim boljšo predstavo o odnosu ljudi do družabnih iger in o tržni situaciji družabnih iger podjetja Laser plus, ki bi lahko služila za razmislek o tržnih možnostih družabnih iger podjetja Laser plus na slovenskem trgu.

Cilj raziskave je ugotoviti:

- kakšen odnos imajo do igranja namiznih družabnih iger najstniki,
- ali se odraslim igranje namiznih družabnih iger zdi predvsem dejavnost za otroke in njihove starše,
- ali so v Sloveniji druge vrste zabave bolj priljubljene kot igranje namiznih družabnih iger,
- kako prepoznavne so družabne igre podjetja Laser plus,
- ali so cene namiznih družabnih iger v Sloveniji ustrezne.

5.2 Metodologija

V raziskavi sem se osredotočil na kvantitativno metodo raziskovanja z uporabo strukturiranega vprašalnika. Ta je bil sestavljen iz sklopa štirinajstih (večinoma zaprtih) vprašanj o igranju, ceni in poznavanju družabnih iger, trinajstih trditev, namenjenih določanju odnosa do družabnih iger, vprašanja o pogostosti izvajanja specifičnih prostočasnih aktivnosti in sklopa osmih vprašanj za pridobitev demografskih podatkov,

oceno medijske uporabe in virov pridobivanja informacij udeležencev. Pri ugotavljanju odnosa do družabnih iger so anketiranci na trditve odgovarjali na lestvici od 1 do 5, pri čemer je odgovor »1« pomenil, da se s trditvijo v celoti ne strinjajo, odgovor »5« pa, da se s trditvijo popolnoma strinjajo. Priljubljenost aktivnosti v prostem času so anketiranci ocenjevali na lestvici od 1 do 5, pri čemer je odgovor »1« pomenil, da aktivnosti ne izvajajo nikoli, odgovor »5« pa, da aktivnost izvajajo zelo pogosto.

Pridobljene vrednosti pri ocenjevanju odnosa do trditev tretjega vprašanja sem za potrebe lažje analize združil, tako da sem:

- vrednosti 1 – “Popolnoma se ne strinjam” in 2 – “Bolj se ne strinjam, kot strinjam” pretvoril v vrednost **1** – “**Ne strinjam se**”,
- vrednost 3 – “Ne morem se odločiti” pretvoril v vrednost **2** – “**Ne morem se odločiti**” ter
- vrednosti 4 – “Bolj se strinjam, kot ne strinjam” in 5 – “Popolnoma se strinjam” združil v skupno vrednost **3** – “**Strinjam se**”.

Anketa je bila izvedena v treh sklopih med novembrom 2007 in avgustom 2009:

- prvič je bil vprašalnik razdeljen udeležencem 5. Festivala iger, ki je potekal 17. in 18. novembra leta 2007, nanj je odgovorilo 52 anketirancev;
- drugič so na vprašalnik odgovarjali obiskovalci 9. Študentske arene med 14. in 16. oktobrom 2008, pridobljenih je bilo 32 izpolnjenih vprašalnikov;
- zadnji, najbolj obširen sklop, pa je potekal med 3. junijem in 17. avgustom 2009, ko je na enak vprašalnik, a v elektronski obliki, odgovarjalo 796 anketirancev. Za večji odziv sem uporabil metodo snežne kepe, kjer sem znancem preko elektronske pošte poslal povezavo do spletnega vprašalnika in jih prosil, naj ga razpošljejo naprej čim večjemu in čim bolj raznolikemu vzorcu prejemnikov. Tako sem pridobil 683 izpolnjenih vprašalnikov.

Skupaj sem pridobil 767 pravilno izpolnjenih vprašalnikov.

5.3 Opis vzorca

Pridobljene vprašalnike sem za potrebe raziskave in medsebojne primerjave razdelil v štiri podskupine udeležencev: (1) izkušeni igralci namiznih družabnih iger, (2) študenti, (3) najstniki in (4) nedefinirani.

Za pridobitev podatkov o **izkušenih igralcih namiznih družabnih iger** sem se osredotočil na obiskovalce 5. Festivala iger, največjega slovenskega dogodka za ljubitelje vseh vrst »odklopljenih« (ne-elektronskih) iger, kjer ob vsaki ponovitvi to dvo-ali trodnevno prireditev obišče okoli 5.000 igralcev. Ker se je po prvih analizah izkazalo, da udeleženci 8. Študentske arene, ki je potekala leta 2008, po odgovorih precej bolj ustrezajo izkušenim igralcem družabnih iger kot študentom, sem med obstoječe igralce vključil tudi vzorec s Študentske arene. O razlogih za to odstopanje lahko le ugibam, najverjetneje pa gre za posledico dejstva, da so bili vprašalniki na Študentski areni deljeni le na prostoru društva Igroljub, kamor so verjetno pristopili le študentje, v katerih je interes do družabnih iger obstojal že prej. Podskupino obstoječih igralcev namiznih družabnih iger sestavlja 84 rešenih vprašalnikov, oziroma 11 % vseh.

Podskupino **študentov** sem pridobil iz elektronske različice vprašalnika, kjer sem primerne ankete dobil z omejitvijo na vprašalnike, katerih odgovor na vprašanje »Trenutno ste ...« je bil »šolar(ka), dijak(inja), študent(ka)«. Da sem izločil osnovnošolce in srednješolce sem izmed teh izbral le vprašalnike, katerih odgovori o starosti so vključevali vrednost vsaj 20 let ali več (povprečna starost študenta v prvem letniku fakultete je 20 let). Vzorec študentov obsega 238 vprašalnikov, oziroma 31 % vseh.

Vzorec **najstnikov** sem pridobil tako, da sem vanj združil vse udeležence, katerih starost je bila 18 let ali manj (naziv »najstniki« sem izbral kljub odstopanju od slovenske definicije najstnika (»od enajst, dvanajst do osemnajst, devetnajst let star fant« v SSKJ), saj podskupina vključuje tudi odgovore dveh devetletnikov). Tako sem dobil vzorec 44 vprašalnikov, ki sem ga zmanjšal še za ankete, pridobljene na 5. Festivalu iger, saj gre za obiskovalce le-tega predvideti, da imajo zaradi predhodnega poznavanja in navdušenja

nad družabnimi igrami do njih bolj pozitiven odnos kot ostali sovrstniki. Končni vzorec je tako vseboval 32 vprašalnikov, oziroma 4,2 % vseh anket.

Podskupina **nedefinirani** obsega vse udeležence, ki ne spadajo v nobeno izmed specifičnih podskupin. V to podskupino spada 413 rešenih vprašalnikov, oziroma 53,8 % vseh. Sestavljajo jo večinoma dobro izobraženi (več kot polovica jih ima visoko univerzitetno izobrazbo ali več) in zaposleni posamezniki, stari med 26 in 45 let. Več kot dve tretjini podskupine predstavljajo ženske.

Povprečna starost anketirancev v raziskavi je 29,81 let, pri čemer ima najmlajši 4 leta, najstarejši pa 65 let. V raziskavi je sodelovalo 555 (74 %) žensk in 195 (26 %) moških. Med udeleženci jih ima 47,2 % končano srednjo šolo, kar 47,3 % višjo ali visoko univerzitetno izobrazbo in le dobrih 5 % zaključeno le osnovno ali poklicno šolo. Podrobnejši demografski podatki, deljeni tudi po podskupinah, se nahajajo med prilogami (glej Tabele št. B.1 do B.5 v Prilogi B).

V vzorcu izstopata dve posebnosti: izjemno visoka udeležba žensk v primerjavi z moškimi ter visoka stopnja povprečne izobrazbe udeležencev raziskave. Ker sem skoraj 90 % izpolnjenih vprašalnikov pridobil preko spletne različice, lahko razlog za nesorazmerno visoko udeležbo predstavnic ženskega spola (glede na trende v Sloveniji (Statistični urad RS 2008b) in po svetu (CIA – The World Factbook 2010)), pojasnim z dvema domnevama: (1) za razpošiljanje spletnega vprašalnika sem uporabil metodo snežene kepe, med prvimi prejemniki pa je bilo več kot 50 % več žensk kot moških, ki so vprašalnik verjetno tudi naprej razpošiljale bolj ženskam kot moškim; (2) za ženske so značilni drugačni vzorci uporabe interneta v primerjavi z moškimi, zaradi katerih so bolj pripravljene sodelovati v spletnih vprašalnikih (Smith 2008, 13). Tudi nadpovprečno visoka izobrazba vzorca (Statistični urad RS 2008c) je verjetno posledica uporabe metode snežene kepe pri širjenju spletnega vprašalnika. Prvi prejemniki so bili vsi nadpovprečno izobraženi, vprašalnik pa so najverjetneje širili med znanci s podobnim življenjskim stilom.

5.4 Rezultati: odnos do igranja družabnih iger

5.4.1 Odnos najstnikov do igranja namiznih družabnih iger

Za razjasnitev vprašanja o odnosu najstnikov do igranja namiznih družabnih iger sem se osredotočil na analizo trditve iz tretjega vprašanja. Relevantne so predvsem trditve št. 2 do 8 (glej Tabelo 5.1), ki se nanašajo na splošen odnos do igranja namiznih družabnih iger.

Tabela 5.1: Relevantne trditve pri raziskovanju odnosa najstnikov do igranja namiznih družabnih iger

2.	Namizne družabne igre igrajo samo otroci.
3.	Če bi igral namizne družabne igre, bi me prijatelji in znanci čudno gledali.
4.	V družbi prijateljev bi z veseljem predlagal, da bi šli igrati kakšno namizno družabno igro.
5.	Namizne družabne igre so namenjene le družinam z otroki.
6.	Odrasli ljudje, ki nimajo otrok, a igrajo namizne družabne igre, so čudni.
7.	Ob druženju s prijatelji in znanci (npr. ob pijači) bi z veseljem igral namizne družabne igre.
8.	Igranje namiznih družabnih iger se mi zdi izguba časa.

V tabelah z rezultati v nadaljevanju so navedene trditve zaradi pomanjkanja prostora skrajšane.

Trditve se glede na izražanje odnosa delijo v dve skupini: (1) tiste, ki odražajo pozitiven odnos do igranja družabnih iger, in (2) tiste, ki odražajo negativen odnos. V prvo, pozitivno naravnano skupino spadata trditvi 4 in 7, trditve 2, 3, 5, 6 in 8 pa v negativno skupino.

Vrednost aritmetične sredine in mediane vseh odvisnih spremenljivk je pokazala (glej Tabelo 5.2), da se najstniki s pozitivnima trditvama “V družbi prijateljev bi z veseljem predlagal, da bi šli igrati kakšno namizno družabno igro.” in “Ob druženju s prijatelji in znanci (npr. ob pijači) bi z veseljem igral namizne družabne igre.” strinjajo, ter da vse negativne trditve zavračajo.

Tabela 5.2: Povprečne vrednosti najstnikov pri trditvah št. 2 do 8

	2 – NDI igrajo samo otroci.	3 - Če bi igral NDI, bi me prijatelji čudno gledali.	4 - V družbi prijateljev bi predlagal igranje NDI.	5 - NDI so namenjene le družinam z otroki.	6 - Odrasli brez otrok, ki igrajo NDI, so čudni.	7 - Ob druženju bi z veseljem igral NDI.	8 - Igranje NDI je izguba časa.
Arit. sred.	1,27	1,20	2,38	1,12	1,15	2,50	1,24
Mediana	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	3,00	1,00
Std. odklon	,667	,500	,804	,431	,543	,707	,523

Med najstniki prevladuje povsem pozitiven odnos do igranja namiznih družabnih iger, saj so, razen redkih izjem, vsi zavrnil trditve, ki izražajo negativen odnos do družabnih iger, in potrdili tiste, ki izražajo pozitiven odnos.

Iz razširjenih rezultatov (glej Tabele št. B.6 do št. B.19 v Prilogi B) sta opazni tudi dve posebnosti. Med vsemi podskupinami udeležencev so prav najstniki najmanj izrazito zavračali negativne in podpirali pozitivne trditve, kar kaže, da so ostale podskupine, čeprav gre za majhne razlike, bolj prepričane v dobre lastnosti igranja družabnih iger.

Izstopa tudi frekvenca odgovorov najstnikov pri trditvi “V družbi prijateljev bi z veseljem predlagal, da bi šli igrat kakšno namizno družabno igro.”, s katero se skoraj petina najstnikov ni strinjala. Čeprav se jim glede na ostale trditve igranje družabnih iger zdi povsem normalno in nestigmatizirano početje, bi v družbi prijateljev in znancev med vsemi skupinami igranje družabnih iger najmanj radi predlagali. Kljub temu, da imajo o družabnih igrah dobro mnenje, pa je zanje igranje namiznih družabnih iger očitno dejavnost, ki jih ne zanima. To so potrdili tudi podatki o izbiri prostočasnih dejavnosti, kjer so najstniki kot edina podskupina igranje namiznih družabnih iger uvrstili na povsem zadnje mesto.

5.5.2 Odnos odraslih do igranja namiznih družabnih iger

Tudi za raziskavo odnosa odraslih do igranja namiznih družabnih iger sem se osredotočil na analizo trditev iz tretjega vprašanja. Tokrat so relevantne predvsem trditve št. 2, 3, 4,

5, 6 in 7 (glej Tabela 5.3), ki odkrivajo pripravljenost igranja družabnih iger v družbi in odobravanje ideje, da so družabne igre namenjene zgolj otrokom in družinam..

Tabela 5.3: Relevantne trditve za raziskovanje odnosa odraslih do igranja namiznih družabnih iger

2.	Namizne družabne igre igrajo samo otroci.
3.	Če bi igral namizne družabne igre, bi me prijatelji in znanci čudno gledali.
4.	V družbi prijateljev bi z veseljem predlagal, da bi šli igrat kakšno namizno družabno igro.
5.	Namizne družabne igre so namenjene le družinam z otroki.
6.	Odrasli ljudje, ki nimajo otrok, a igrajo namizne družabne igre, so čudni.
7.	Ob druženju s prijatelji in znanci (npr. ob pijači) bi z veseljem igral namizne družabne igre.

Trditvi 4 in 7 izražata odnos do igranja namiznih družabnih iger v družbi, trditve 2, 3, 5 in 6 pa mnenje o ciljni publiku namiznih družabnih iger.

Za pridobitev ustreznega vzorca za statistično analizo sem udeležence razdelil v več starostnih skupin znotraj nove intervalne spremenljivke, "Starost po skupinah". Relevantni sta predvsem skupini "do 45" (starost od 36 do 45 let) in "nad 45" (starost 46 let ali več), saj so me zanimali predvsem odgovori odraslih udeležencev, ki imajo ali pa bi lahko imeli dovolj stare otroke, da bi z njimi igrali družabne igre¹.

Vrednost aritmetične sredine in mediane vseh odvisnih spremenljivk je pokazala (glej Tabela 5.4), da bi udeleženci, starejši od 35 let, z veseljem v družbi prijateljev in znancev igrali namizne družabne igre, obenem pa kategorično zavračajo mnenje, da so namenjene le otrokom in družinam.

Tabela 5.4: Povprečne vrednosti odraslih, starejših od 35 let, pri trditvah št. 2 do 7

	2 – NDI igrajo samo otroci.	3 - Če bi igral NDI, bi me prijatelji čudno gledali.	4 - V družbi prijateljev bi predlagal igranje NDI.	5 - NDI so namenjene le družinam z otroki.	6 - Odrasli brez otrok, ki igrajo NDI, so čudni.	7 - Ob druženju bi z veseljem igral NDI.
--	-----------------------------	--	--	--	--	--

¹ Za starost nad 35 let sem se odločil na podlagi podatkov Statističnega urada RS (2008a), ki povprečno starost matere ob rojstvu prvega otroka postavlja na 28,4 let.

Arit. sred.	1,21	1,20	2,47	1,17	1,13	2,52
Mediana	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	3,00
Std. odklon	,498	,525	,780	,498	,440	,738

Raziskava je pokazala, da med odraslimi, starejšimi od 35 let, ne obstajajo predsodki glede igranja namiznih družabnih iger v družbi prijateljev in znancev, niti niso mnenja, da so namizne družabne igre namenjene le otrokom in družinam.

Analiza frekvence odgovorov (glej Tabele št. B20 do št. B.31 v Prilogi B) zopet izpostavi posebnost: čeprav se večina udeležencev, starejših od 35 let, strinja s trditvama “V družbi prijateljev bi z veseljem predlagal, da bi šli igrat kakšno namizno družabno igro” in “Ob druženju s prijatelji in znanci (npr. ob pijači) bi z veseljem igral namizne družabne igre”, je ta odstotek precej manjši, kot pri ostalih trditvah, saj se z njima ne strinja kar 19 % in 16,1 % vprašanih, neodločenih pa je 17,8 % in 19,5 % vprašanih. Rezultati na vprašanje “S kom jih (družabne igre) igrate?” (Glej tabeli B.34 in B.35 v Prilogi B), potrdijo to odstopanje: medtem ko je 77 % vprašanih, starejših od 36 let, odgovorilo, da z družino, jih je le 46 % odgovorilo, da s prijatelji. Pri vprašanih, starih med 19 in 35 leti, so odgovori obratni: le 46 % jih je odgovorilo, da z družino, kar 86 % pa s prijatelji.

Čeprav bi glede na analizo navedenih trditev večina udeležencev, starejših od 35 let, v družbi z veseljem igrala namizne družabne igre, obstaja nezanemarljiv delež udeležencev, ki si tega ne želi, drugačno sliko pa kaže tudi vprašanje o izboru soigralcev.

Odgovori tako najstnikov kot odraslih nakazujejo, da so namizne družabne igre v Sloveniji postale nekakšna “cenjena dobrina”. O njih imajo vprašani dobro mnenje, saj se družabne igre v zadnjih letih v medijih izpostavljajo kot dobre igrače, ob katerih otroci razvijajo svoje miselne sposobnosti in se učijo novih načinov reševanja problemov (Splichal 2005, 10; Radio Slovenija 2009;), a sami vseeno raje počnejo kaj drugega, kar jih v prostem času bolj zanima. To potrjujejo tako podatki podjetja Laser plus, da so družabne igre cenjene kot darila in se v veliki meri prodajajo predvsem v

mesecih pred decembrskimi obdarovanji, kot tudi ugotovitve o priljubljenosti igranja družabnih iger med prostim časom anketirancev v nadaljevanju raziskave.

5.5.3 Priljubljenost igranja namiznih družabnih iger

V pomoč pri ugotavljanju priljubljenosti igranja namiznih družabnih iger so mi bili odgovori na 4. vprašanje anketnega vprašalnika, ki se glasi: “Kako pogosto za zabavo in sproščanje izvajate naslednje aktivnosti?”, kjer so udeleženci lahko izbirali med sedmimi različnimi odgovori: “kofetkanje, druženje s prijatelji ob pijači”, “obisk kina, koncerta, teatra”, “gledanje televizije”, “izleti, športne aktivnosti”, “branje”, “igranje računalniških iger” in “igranje namiznih družabnih iger”. Pomagal si bom tudi z odgovori na prvo vprašanje vprašalnika, ki se glasi: “Kako pogosto igrate namizne družabne igre?”.

Primarno me je zanimala splošna priljubljenost na celotnem vzorcu, za boljši vpogled v zastavljeno vprašanje pa sem se odločil še za bolj podrobno analizo v podskupinah izkušenih igralcev družabnih iger, študentov, najstnikov in nedefiniranih.

Z izračunom povprečnih vrednosti za vse možne načine preživljanja prostega časa sem prišel do podatkov o priljubljenosti določene dejavnosti med udeleženci raziskave. Od največkrat do najmanjkrat izbrane dejavnosti si sledijo: (1) druženje s prijatelji ob pijači, (2) izleti, športne aktivnosti, (3) gledanje televizije, (4), branje, (5) obisk kina, koncerta, **(6) igranje namiznih družabnih iger** in (7) igranje računalniških iger (glej Tabelo 5.5).

Tabela 5.5: Povprečne vrednosti pogostosti izvajanja določene dejavnosti v prostem času na celotnem vzorcu

	Druženje s prijatelji ob pijači	Obisk kina, koncerta	Gledanje televizije	Izleti, športne aktivnosti	Branje	Igranje rač. iger	Igranje nam. druž. iger
Povprečje	3,65	2,90	3,50	3,61	3,17	2,03	2,75
Mediana	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	2,00	3,00
Std. odklon	1,107	,923	1,166	,924	1,183	1,144	,946

Na celotnem vzorcu se igranje namiznih družabnih iger po priljubljenosti uvrsti šele na predzadnje, šesto mesto. Udeleženci manj prostega časa posvetijo le igranju računalniških iger, medtem ko se med prostim časom največkrat družijo s prijatelji, hodijo na izlete in gledajo televizijo.

Eurostatova raziskava prostega časa (European Commission in Eurostat 2004, 83-103) desetih držav Evropske unije je prebivalcem Slovenije pripisala podobne vzorce prostega časa: tri najbolj popularne dejavnosti so (izključujoč "počivanje", ki ga ni bilo med možnimi odgovori v mojem vprašalniku) prav tako (1) gledanje televizije, (2) socializiranje in (3) fizične aktivnosti, le da je gledanje televizije časovno najbolj prevladujoča dejavnost (1 uro in 58 minut na dan, na drugem mestu socializiranje z 58 minutami na dan). Igranje družabnih iger je, skupaj z igranjem računalniških iger, v Eurostatovi raziskavi zajeto pod "hobiji in igre", med prebivalci Slovenije pa zavzema le 12 minut na dan.

Izmed držav, vključenih v Eurostatovo raziskavo, le prebivalci Estonije in Madžarske namenijo manj prostega časa hobijem in igram kot prebivalci Slovenije, v Nemčiji pa takšnim aktivnostim namenijo skoraj trikrat več časa kot pri nas.

Ob analizi **izkušenih igralcev družabnih iger** se pričakovano razgrne precej drugačna slika prostočasnih dejavnosti kot med celotnim vzorcem: najraje **(1) igrajo namizne družabne igre**, sledijo pa (2) druženje s prijatelji, (3), gledanje televizije, (4) izleti, športne aktivnosti, (5) branje in (6) igranje računalniških iger (glej Tabela 5.6).

Tabela 5.6: Povprečna vrednost pogostosti izvajanja določene dejavnosti v prostem času med izkušenimi igralci družabnih iger

	Druženje s prijatelji ob pijači	Obisk kina, koncerta	Gledanje televizije	Izleti, športne aktivnosti	Branje	Igranje rač. iger	Igranje nam. druž. iger
Povprečje	3,32	2,90	3,30	3,25	3,18	2,55	3,45

Študenti se od celotnega vzorca po izboru dejavnosti ne ločijo: najraje imajo (1) druženje s prijatelji ob pijači, (2) izlete, športne aktivnosti, (3) gledanje televizije, (4),

branje, (5) obisk kina, koncerta, **(6) igranje namiznih družabnih iger** in (7) igranje računalniških iger. Igranje namiznih družabnih iger in igranje računalniških iger med prostim časom izberejo še malce manj pogosto od skupnega povprečja, izrazito najraje pa se družijo s prijatelji ob pijači (glej Tabelo 5.7).

Tabela 5.7: Povprečna vrednost pogostosti izvajanja določene dejavnosti v prostem času med študenti

	Druženje s prijatelji ob pijači	Obisk kina, koncerta	Gledanje televizije	Izleti, športne aktivnosti	Branje	Igranje rač. iger	Igranje nam. druž. iger
Povprečje	3,99	3,02	3,51	3,64	3,06	1,90	2,65

Najstniki posvečajo namiznim družabnim igram najmanj časa. Najraje se posvetijo (1) gledanju televizije, (2) druženju s prijatelji, (3) izletom, športnim aktivnostim, (4) obiskom kina, koncerta, (5) branju, (6) igranju računalniških iger ter na zadnjem mestu **(7) igranju namiznih družabnih iger** (glej Tabelo 5.8).

Tabela 5.8: Povprečna vrednost pogostosti izvajanja določene dejavnosti v prostem času med najstniki

	Druženje s prijatelji ob pijači	Obisk kina, koncerta	Gledanje televizije	Izleti, športne aktivnosti	Branje	Igranje rač. iger	Igranje nam. druž. iger
Povprečje	3,61	3,33	4,00	3,50	3,00	2,61	2,44

Podobne vzorce prostočasnih dejavnosti so ugotovile tudi raziskave na različnih vzorcih mladih v Sloveniji, ki kažejo, da so med najpogostejšimi prostočasnimi dejavnostmi mladih gledanje televizije, poslušanje glasbe in ukvarjanje s športom, precej mladih pa hodi tudi v kino, gledališče ali na koncerte, na sprehode, ali se ukvarjajo z računalnikom (Kuhar 2007, 458).

Izbor prostočasnih dejavnosti pri **nedefiniranih** ni zelo odstopajoč od celotnega vzorca, saj se najraje odločijo za (1) izlete, športne aktivnosti, (2) druženje s prijatelji, (3) gledanje televizije, (4) branje, (5) obisk kina, koncerta, **(6) igranje namiznih družabnih iger** in (7) igranje računalniških iger (glej Tabelo 5.9).

Tabela 5.9: Povprečna vrednost pogostosti izvajanja določene dejavnosti v prostem času med nedefiniranimi

	Druženje s prijatelji ob pijači	Obisk kina, koncerta	Gledanje televizije	Izleti, športne aktivnosti	Branje	Igranje rač. iger	Igranje nam. druž. iger
Povprečje	3,53	2,81	3,52	3,69	3,24	1,96	2,67

Tudi ob podrobnejši analizi prostočasnih dejavnosti posameznih podskupin sem prišel do istega zaključka: udeleženci za preživljanje prostega časa precej raje izberejo druge dejavnosti kot igranje namiznih družabnih iger. Izjema so le izkušeni igralci namiznih družabnih iger, ki tej dejavnosti posvečajo največ svojega prostega časa.

Tako analiza prostočasnih aktivnosti celotnega vzorca kot tudi bolj podrobne analize za vsako izmed podskupin udeležencev so pokazale, da (z izjemo izkušenih igralcev družabnih iger) vprašani igranju namiznih družabnih iger ne posvečajo znatnega dela svojega prostega časa, ampak ga raje preživijo ob drugih dejavnostih, izmed katerih najraje izberejo druženje s prijatelji, izlete in športne aktivnosti ter gledanje televizije. Bolj priljubljene so vse ostale dejavnosti, ki so jih imeli udeleženci možnost izbrati, razen igranja računalniških iger, ki ga večina podskupin uvršča povsem na dno priljubljenosti. Tudi v evropskem merilu prebivalci večine drugih držav igranju družabnih iger in podobnim dejavnostim namenjajo znatno večji delež prostega časa kot pri nas (European Commission in Eurostat 2004, 83-103).

Rezultate potrди tudi analiza odgovorov (glej Tabelo št. B.32 v Prilogi B) na vprašanje "Kako pogosto igrate namizne družabne igre?". Medtem ko med izkušenimi igralci večina vprašanih družabne igre igra nekajkrat na mesec, je velika večina vprašanih v vseh treh preostalih podskupinah odgovorila, da igrajo družabne igre le nekajkrat na leto ali še manj pogosto kot to.

5.6 Poznavanje namiznih družabnih iger podjetja Laser plus d.o.o.

Čeprav je slovenski trg namiznih družabnih iger, vsaj glede na število prebivalcev, v primerjavi z ostalimi evropskimi trgi relativno velik in dobro razvit, je glede na največje svetovne trge (Nemčija, Nizozemska, Avstrija) in glede na prodajne rezultate najbolj uspešnih družabnih iger v Sloveniji prostora za širitev in razvoj tega tržnega segmenta še veliko.

Zato sem v raziskavi želel raziskati prepoznavnost dveh najbolj prodajanih Laser plusovih družabnih iger in tržne znamke »Laser plus – igre za izbran okus« nasploh, ter ugotoviti, kakšno je prevladujoče mnenje o cenah družabnih iger na slovenskem trgu, da bi tako vsaj malo osvetlil obstoječe stanje na slovenskem trgu družabnih iger.

5.6.1 Prepoznavnost Laser plusovih družabnih iger

Z raziskavo sem želel preveriti seznanjenost anketirancev z družabnimi igrami podjetja Laser plus. Zanimalo me je predvsem poznavanje njihovih dveh najbolj znanih in medijsko izpostavljenih iger, Naseljenci otoka Catan in Ekec Pekec kurji drekec, ter splošna seznanjenost z igrami Laser plusa.

V ta namen sem v vprašalniku zastavil vprašanja št. 6 do 9 ter odgovore analiziral za vsako relevantno podskupino posebej.

a) Prepoznavnost igre Naseljenci otoka Catan

Koliko je igra Naseljenci otoka Catan poznana med anketiranci, sem lahko sklepal na podlagi odgovorov na 6. vprašanje, ki se glasi "Ali poznate igro Naseljenci otoka Catan?" (glej Tabelo št. 5.10).

Tabela št. 5.10: Odgovori na vprašanje “Ali poznate igro Naseljenci otoka Catan?” po podskupinah

	da	ne
Izk. igralci druž. iger	69	15
	82,1%	17,9%
Študenti	131	106
	55,3%	44,7%
Nedefinirani	178	234
	43,2%	56,8%
Najstniki	11	10
	52,4%	47,6%
Skupaj	389	365
	51,6%	48,4%

Več kot polovica vseh udeležencev je odgovorila, da igro poznajo, ostali pa z njo niso seznanjeni. Najbolj seznanjeni z Naseljenci otoka Catan so, pričakovano, med izkušenimi igralci družabnih iger, kjer igro pozna več kot štiri petine vprašanih. V ostalih podskupinah je odstotek precej nižji, saj med študenti in najstniki Naseljence pozna dobra polovica vprašanih, pri nedefiniranih pa le še dobri dve petini.

Glede na to, da gre za daleč najbolj znano, prodajano in medijsko izpostavljeno igro Laser plusa v Sloveniji, je odstotek izkušenih igralcev družabnih iger, ki Naseljence otoka Catan poznajo, pričakovano visok. Nasprotno pa je nepričakovano visok predvsem pri nedefiniranih, kjer se približa skorajda polovici vseh vprašanih, kot tudi pri študentih in najstnikih, kjer igro pozna skoraj tri petine vseh vprašanih.

Na podlagi rezultatov lahko zaključim, da je igra Naseljenci otoka Catan med anketiranci dobro poznana.

b) Prepoznavnost igre Ekec Pekec kurji drekec

Podobno kot pri Naseljencih otoka Catan, sem si tudi pri vprašanju prepoznavnosti otroške igre Ekec Pekec kurji drekec lahko pomagal z odgovori na 7. vprašanje, ki se glasi “Ali poznate igro Ekec Pekec kurji drekec?” (glej Tabelo št. 5.11).

Tabela št. 5.11: Odgovori na vprašanje “Ali poznate igro Ekec Pekec kurji drekec?” po podskupinah

	da	ne
Izk. igralci druž. iger	43	41
	51,2%	48,8%
Študenti	39	198
	16,5%	83,5%
Nedefinirani	90	319
	22,0%	78,0%
Najstniki	5	16
	23,8%	76,2%
Skupaj	177	574
	23,6%	76,4%

Igro Ekec Pekec kurji drekec, ki je najbolj priljubljena otroška igra Laser plusa, pozna (za razliko od Naseljencev otoka Catan) le četrtnina vseh vprašanih. Tudi Ekca pekca najboljše poznajo izkušeni igralci, kjer je z igro seznanjenih več kot polovica vprašanih. Ostale podskupine so z njim slabše seznanjene: najbolj je znan med najstniki, od katerih jih igro pozna manj kot četrtnina, med nedefiniranimi le par odstotkov manj, najmanj pa med študenti, kjer igro Ekec pekec pozna le šestina vprašanih.

Iz odgovorov je opazno, da Ekec Pekec kurji drekec, druga najbolj prodajana igra Laser plusa v Sloveniji, ni tako poznana kot Naseljenci otoka Catan. Ker gre za igro, ki je primarno namenjena mlajšim otrokom in ne družinam oziroma odraslim družbam, tako kot Naseljenci, bi težko pričakovali drugače.

c) Prepoznavnost blagovne znamke namizne družabne igre Laser plus

Za oceno prepoznavnosti celotne tržne znamke namizne družabne igre Laser plus sem se osredotočil na 8. in 9. vprašanje, ki se navezujeta eno na drugo: “Ste že kdaj slišali za namizne družabne igre podjetja Laser plus?” (glej Tabelo št. 5.12) in “Če ste odgovorili “da” pri prejšnjem vprašanju – se kakšne spomnite? Katere?”.

Tabela št. 5.12: Odgovori na vprašanje “Ste že kdaj slišali za namizne družabne igre podjetja Laser plus?” po podskupinah

	da	ne
Izk. igralci druž. iger	54	30
	64,3%	35,7%
Študenti	43	194
	18,1%	81,9%
Nedefinirani	90	320
	22,0%	78,0%
Najstniki	5	16
	23,8%	76,2%
Skupaj	192	560
	25,5%	74,5%

Odgovori na vprašanje o poznavanju družabnih iger podjetja Laser plus so podobni odgovorom o poznavanju igre Ekec Pekec kurji drekec, le izkušeni igralci družabnih iger so z njimi bolj seznanjeni. Med anketiranci pozna Laser plusove igre približno četrtnina vprašanih. Od tega so z njimi najbolj seznanjeni izkušeni igralci, od katerih jih je kar dve tretjini že slišalo za igre Laser plusa, slabše pa so z njimi seznanjeni v ostalih podskupinah: med najstniki je zanje slišala manj kot četrtnina vprašanih, pri študentih in nedefiniranih pa le še okoli ene petine.

Pred raziskavo sem pričakoval, da bodo vprašani z igrami podjetja Laser plus seznanjeni vsaj toliko, kolikor so poznani Naseljenci otoka Catan, a temu ni tako. Medtem ko Naseljence pozna več kot polovica vseh vprašanih, pozna igre podjetja Laser plus le dobra četrtnina vprašanih, kar nakazuje na precejšen razkorak med povezanostjo ene in druge blagovne znamke. Razen izkušenih igralcev družabnih iger, ki očitno družabnim

igram, avtorjem in proizvajalcem namenijo več pozornosti in pri katerih ni takšnega razkoraka med poznavanjem ene in druge blagovne znamke, ostalim podskupinam v spominu precej bolj kot založnik ostane ime igre.

Ker je na 9. vprašanje, **“Če ste odgovorili “da” pri prejšnjem vprašanju – se kakšne spomnite? Katere?”**, odgovarjalo tudi 64 anketirancev, ki so pri prejšnjem vprašanju odgovorili, da za igre podjetja Laser plus še niso slišali, sem odgovore omejil le na ankete, ki so pri vprašanju o poznavanju iger podjetja Laser plus odgovorili pritrdilno. Vzorec za to vprašanje je tako obsegal 192 anket, od tega 2 anketiranca na vprašanje nista odgovorila.

Na vprašanje je pritrdilno odgovorila točno polovica vprašanih, polovica pa se ni spomnila nobene Laser plusove igre. Na podvprašanje **“Katere?”** ena oseba ni odgovorila, tako da je končni vzorec obsegal 94 pravilno izpolnjenih odgovorov. Osem odgovorov ni vsebovalo sploh nobene Laser plusove igre, ampak le igre drugih založnikov (npr. Risk, Monopoly, Cluedo ipd), dva odgovora sta vsebovala Laser plusove bivše tržne programe (Nintendo in Pokemon), en odgovor pa naziv podjetja, ki je z Laser plusom sodelovalo pri izdajanju družabnih iger (Spektra). Vzorec pravilno izpolnjenih odgovorov, ki so dejansko vsebovali vsaj po eno Laser plusovo družabno igro, je tako vseboval 83 vprašalnikov.

Posamezen odgovor je lahko vseboval ali eno ali več različnih iger, zato sem navedene igre razvrstil po pogostosti v odgovorih:

Tabela št. 5.13: Pogostost navajanja igre pri podvprašanju »Katere?«

Naseljenci otoka Catan	53	Amazonka	3
Mesto Modrega meseca	8	Moje ovce tvoje ovce	3
Ekec Pekec kurji drekec	8	Manga manga	2
Niagara	7	Strahek	2
Izgubljena mesta	5	Mala čarovnica	2
Cezar & Kleopatra	5	Catan za dva igralca	1
Ubongo	5	Cromagnon	1

Spletke	4		Hobit	1
Preprosto genialno	4		Izida in Oziris	1
Zofijin svet	4		Just4Fun	1
Drzni pomorščaki	3		Keltis	1
Kitajski zid	3		Ali veš, kje so Nebesa?	1

Z izjemno prednostjo se na vrh lestvice uvrsti igra Naseljenci otoka Catan, s skoraj sedemkrat manj omembami pa se na drugem mestu znajdeti igri Mesto Modrega Meseca in Ekec Pekec kurji drekec, ki jima z eno omembo manj na tretjem mestu sledi igra Niagara. Ostale igre so bile omenjene petkrat ali manj, vprašani pa so se spomnili kar 24 različnih Laser plusovih iger.

Vsaj izpostavljene (in verjetno najbolj znane) igre Laser plusa so med vprašanimi dobro poznane, sama znamka "Laser plus – igre za izbran okus" in povezava med tržno znamko in specifičnimi igrami pa daleč od tega.

Iz odgovorov je očitno, da je igra Naseljenci otoka Catan dejansko Laser plusova daleč najbolj razpoznavna in poznana družabna igra, saj sta se je spomnili skoraj dve tretjini vseh vprašanih, ki so se spomnili vsaj ene Laser plusove igre. Vsekakor pa odgovori nakazujejo tudi dejstvo, da se le redki anketiranci zavedajo, da so Naseljenci otoka Catan igra podjetja Laser plus – čeprav jih je samo zaporedje vprašanj v anketi neposredno pred vprašanjem o poznavanju iger podjetja Laser plus spomnilo na obstoj te igre, je kljub temu le dobra četrtnina tistih, ki so odgovorili, da Laser plus igre poznajo, med njimi navedla tudi Naseljence otoka Catan. Še večji razkorak se pokaže pri igri Ekec Pekec kurji drekec, kjer je skorajda četrtnina udeležencev odgovorila, da igro poznajo, kot igro podjetja Laser plus pa jo je navedlo le osem vprašanih.

Čeprav igre Laser plusa pozna skorajda četrtnina vseh udeležencev, se le-ti precej slabše odrežejo, ko se je treba spomniti konkretne igre podjetja Laser plus. Med študenti in nedefiniranimi je le vsak trinajsti uspel navesti vsaj eno pravilno igro, pri najstnikih pa tega ni uspelo niti enemu vprašanemu. Popolno nasprotje temu so izkušeni igralci namiznih družabnih iger, ki očitno igre Laser plusa dobro poznajo – skoraj polovica

vprašanih je navedla vsaj eno njihovo družabno igro. Če podatke združimo, je izmed 767 izpolnjenih vprašalnikov 83 vprašalnikov vsebovalo po vsaj eno Laser plusovo igro, kar pomeni, da je dobrih 11% vseh vprašanih dovolj seznanjenih z njihovimi igrami, da povežejo konkretno igro z imenom Laser plus in da jim ta asociacija ostane v spominu.

Če pa pridobljene rezultate analiziramo iz druge smeri, dobimo drugačno sliko. V 6. vprašanju vprašalnika, "Ali poznate igro Naseljenci otoka Catan?", je 389 vprašanih (ozr. več kot polovica vseh) odgovorila, da igro poznajo. Kljub temu pa je v 9. vprašanju Naseljence otoka Catan med igrami Laser plus navedlo le 53 anketirancev, oziroma le slaba sedmina vseh tistih, ki naj bi igro poznali - kljub temu, da jih je na igro le par vprašanih prej spomnila že sama struktura vprašalnika. Čeprav so Naseljenci v Sloveniji izjemno dobro poznani, pa le minimalen odstotek vprašanih ve, da je igro založilo podjetje Laser plus v okviru njihove blagovne znamke "Laser plus – igre za izbran okus".

Do podobnih ugotovitev sem prišel tudi pri 7. vprašanju in igri Ekec Pekec kurji drekec, kjer je slaba četrtnina vprašanih odgovorila, da je za igro že slišala, med naštevanjem Laser plusovih iger pa je bil Ekec pekec naveden le osemkrat. Le slabih pet odstotkov tistih, ki igro poznajo, se torej zaveda, da gre za igro podjetja Laser plus.

Ker gre za majhno družinsko podjetje, z zelo omejenim proračunom, se Laser plusova marketinška strategija primarno osredotoča na širjenje dobrega glasu preko zadovoljnih kupcev in z ustvarjanjem zavesti o igrah Laser plus kot dobrih igrah, ki so vredne svojega denarja. Potrošnikom naj bi naziv "Laser plus – igre za izbran okus" vzbudil pozitivne občutke in asociacije, zaradi katerih bi igri s takšnim nazivom posvetili več pozornosti kot takšni brez.

A osnova za uspešnost takšne strategije je pozitiven sprejem njihovih iger med potrošniki, ti pa se morajo obenem zavedati, da gre za igro Laser plus in to asociacijo obdržati v zavesti. Medtem ko so Laser plusove igre med potrošniki vsekakor povečini pozitivno sprejete in dobro poznane, pa je glede na pridobljene podatke težko zaključiti, da udeleženci ankete dovolj dobro poznajo samo blagovno znamko družabne igre Laser

plus, da jo obravnavajo kot uspešno in da jim naziv “Laser plus – igre za izbran okus” predstavlja kakršenkoli dejavnik pri izbiri oziroma zaznavanju določene družabne igre.

5.6.2 Cene namiznih družabnih iger v Sloveniji

Poleg splošnega odnosa do družabnih iger in seznanjenosti z njimi med anketiranci me je zanimalo tudi mnenje o cenah družabnih iger v Sloveniji.

V ta namen sem anketirancem zastavil 11. vprašanje, “Se vam zdijo cene namiznih družabnih iger v Sloveniji previsoke?” in 12. vprašanje, “Koliko bi bili pripravljeni največ plačati za namizno družabno igro velikega formata, ki je popolnoma poslovenjena (prevedena navodila iste kakovosti, kot so v tujem jeziku, slovenska škatla in vsa vsebina – podlaga, kartice itn.)”, ki sem ga primerjal s priporočenimi maloprodajnimi cenami Laser plusovih iger in tako poizkušal ugotoviti ali se potrošnikom le-te zdijo predrage.

a) Se vam zdijo cene namiznih družabnih iger v Sloveniji previsoke?

Tabela št. 5.14: Odgovori na vprašanje “Se vam zdijo cene namiznih družabnih iger v Sloveniji previsoke?” po podskupinah

	da	ne	ne vem
Obst. igralci druž. iger	54	9	21
	64,3%	10,7%	25,0%
Študenti	151	16	69
	64,0%	6,8%	29,2%
Nedefinirani	174	40	197
	42,3%	9,7%	47,9%
Najstniki	8	2	11
	38,1%	9,5%	52,4%
Skupaj	387	67	298
	51,5%	8,9%	39,6%

Splošni rezultati so nedvoumni: le slaba desetina izmed vseh vprašanih meni, da družabne igre v Sloveniji niso predrage, več kot polovica pa, da so cene družabnih iger previsoke. Preostali vprašani se očitno o problematiki niso počutili dovolj informirani, da bi se lahko odločili, in so odgovorili z “ne vem” (glej Tabela 5.14). Če neopredeljenih v izračunu ne upoštevamo, je le šestina tistih, ki imajo o cenah izoblikovano mnenje, menila, da družabne igre v Sloveniji niso predrage.

Rezultati, ločeni po podskupinah, ne pokažejo bistveno drugačne slike. Največji odstotek tistih, ki menijo, da so igre v Sloveniji predrage, se nahaja med izkušenimi igralci družabnih iger in študenti (skoraj dve tretjini), najmanj pa med najstniki in nedefiniranimi, kjer se je tako opredelilo okoli dve petini vprašanih. Med izkušenimi igralci družabnih iger je največji odstotek tistih, ki se jim igre pri nas ne zdijo predrage, najmanjši pa zopet med študenti, ki so očitno najbolj enotni glede slovenskih cen (skorajda največji odstotek meni, da so predrage, in najmanjši, da niso), vendar gre le za majhne razlike med skupinami.

V povprečju se je kar dve petini vseh vprašanih odpredelilo za možnost “ne vem”. Iz tega lahko sklepamo, da gre za anketirance, ki z družabnimi igrami nimajo dovolj izkušenj in informacij o cenah po slovenskih trgovinah, da bi si o problematiki oblikovali svoje mnenje.

b) Koliko bi bili pripravljeni največ plačati za namizno družabno igro velikega formata, ki je popolnoma poslovenjena (prevedena navodila iste kakovosti, kot so v tujem jeziku, slovenska škatla in vsa vsebina – podlaga, kartice itn.?)”

Laser plus se na slovenskem trgu osredotoča predvsem na popolno poslovenjenje tujih družabnih iger. Poslovenjenje bi lahko postavili kot nasprotje hitremu, površnemu in čim bolj poceni (ponavadi kar z “domačim” tiskanjem na črnobelega A4 listu) prevodu navodil določene družabne igre, ki jih trgovci zaradi zahtev slovenske zakonodaje prilagajajo igram v svoji ponudbi. Igre Laser plusa so prevedene natančno in domišljeno, tako škatla kot navodila in ostali igralni elementi pa ohranijo enak izgled kot v izvorniku, le v

slovenskem jeziku – s tem pa se povišajo stroški izdelave in končna cena igre v slovenskih trgovinah.

Zato me je predvsem zanimalo, koliko bi bili anketiranci pripravljeni največ plačati za tako poslovenjene igre in koliko se njihovi odgovori razlikujejo od dejanskih cen Laser plusovih iger po slovenskih trgovinah. Samo vprašanje ni bilo optimalno zastavljeno, saj vsebuje opis »namizno družabno igro velikega formata«, ki je pojem, ki najverjetneje ni znan večini anketirancev – gre za klasično velikost škatle družabne igre (30 cm x 30 cm x 7 cm), ki je značilna za večino družabnih iger nemškega tipa.

Tabela št. 5.15: Odgovori na vprašanje “Koliko bi bili pripravljeni največ plačati za namizno družabno igro velikega formata, ki je popolnoma poslovenjena (prevedena navodila iste kakovosti, kot so v tujem jeziku, slovenska škatla in vsa vsebina – podlaga, kartice itn.?)” po podskupinah

	do 15€	15 do 25€	25 do 35€	nad 35€
Izk. igralci druž. iger	6	33	32	12
	7,2%	39,8%	38,6%	14,5%
Študenti	44	118	64	9
	18,7%	50,2%	27,2%	3,8%
Nedefinirani	64	208	113	27
	15,5%	50,5%	27,4%	6,6%
Najstniki	5	4	8	4
	23,8%	19,0%	38,1%	19,0%
Skupaj	119	363	217	52
	15,8%	48,3%	28,9%	6,9%

Skorajda polovica vseh vprašanih meni, da je še sprejemljiva cena za popolnoma poslovenjeno družabno igro med 15€ in 25€. Skoraj tretjina vprašanih je zgornji limit postavila pri 25€ do 35€, približno šestina je za takšne igre pripravljena plačati le do 15€, le majhnemu odstotku vprašanih pa se zdi takšna igra vredna več kot 35€ (glej Tabela 5.15).

Rezultati so si po podskupinah dokaj enotni, odstopajo le najstniki ter izkušeni igralci družabnih iger, ki so za poslovenjeno družabno igro pripravljene plačati več od

povprečnega anketiranca. Študentom, nedefiniranim in izkušenim igralcem družabnih iger se najbolj primerna cena za igro zdi med 15€ in 25€, slaba tretjina vprašanih iz navedenih podskupin bi bila pripravljena za igre plačati od 25€ do 35€.

Izkušeni igralci družabnih iger se od študentov in nedefiniranih razlikujejo predvsem po "ekstremnih" vrednostih. Medtem ko bi šestina izkušenih igralcev družabnih iger za takšno igro plačala tudi več kot 35€, le majhen odstotek pa samo do 15€, so rezultati pri študentih in nedefiniranih ravno obratni – zelo malo vprašanih bi za poslovenjeno igro plačalo več kot 35€, medtem ko bi zanjo približno šestina plačala le do 15€. Najstniki so najbolj izstopajoča skupina, saj so edini, kjer bi bil največji odstotek (dve petini) vprašanih pripravljen plačati od 25€ do 35€, ostale vrednosti pa so enakomerno razporejene, vsaka s po približno petino glasov.

Glede na rezultate je očitno, da je po mnenju anketirancev najbolj primerna cena za poslovenjeno družabno igro do 25€ - takšna cena bi se namreč zdela primerna skoraj 85% vseh vprašanih, torej bi zajela največji potencialni tržni segment. Višanje cene na 25€ do 35€ zmanjša odstotek strinjanja med vprašanimi na le še dobro tretjino – v primerjavi s cenejšimi igrami odtujimo skoraj polovico potencialnih potrošnikov. Izjema so izkušeni igralci družabnih iger in najstniki, med katerimi bi bilo skoraj 60% vprašanih igro še vedno pripravljeni kupiti po ceni med 25€ in 35€. Cena nad 35€ predstavlja že precejšnje tržno tveganje, saj bi bila toliko za igro pripravljena plačati manj kot desetina vprašanih nasplošno in le četrtnina izkušenih igralcev družabnih iger. S takšno ceno si igra izjemno zmanjša potencialni trg potrošnikov.

c) Maloprodajne cene iger Laser plus in primerjava

Na osnovi pridobljenih podatkov o mnenju anketirancev glede slovenskih cen družabnih iger me je zanimalo, kam se cenovno uvrščajo družabne igre Laser plus in kakšen vpliv bi to lahko imelo na prodajo. Podatke o cenah sem pridobil neposredno od podjetja, ki mi je posredovalo seznam aktualnih iger in priporočene maloprodajne cene – te so v praksi in ob mnogih akcijah in popustih po slovenskih trgovskih centrih pogosto precej

cenejše, a bi bilo relevantne podatke iz različnih trgovin v okviru te raziskave izjemno težko pridobiti.

Laser plusove igre se delijo v tri specifične razrede glede na lastnosti iger in njihovo ceno:

Igre velikega formata so klasične igre nemškega tipa, z velikostjo škatle 30 cm x 30 cm x 7 cm, ki navadno vsebujejo precej igralnega materiala in več strani dolga navodila za igranje. V to skupino se uvrsti največ izmed Laser plusovih družabnih iger, maloprodajne cene pa se z izjemami gibljejo med 30€ in 35€.

Med Laser plusovimi igrami stanejo manj kot 25€ v veliki večini le igre, ki ne se ne uvrstijo med igre velikega formata. Gre za igre, ki imajo manjše, bolj prenosne škatle in pogosto tudi manj igralnega materiala ter navodil, čeprav same igre niso nič manj kompleksne kot tiste velikega formata. A zaradi manjše velikosti škatel kupci od takšnih iger pričakujejo tudi nižje cene. Te so navadno med 20€ in 25€.

Laser plusov izbor ponuja še skupino posebnih, najmanjših družabnih iger, ki so navadno poenostavljene različice obstoječih iger velikega formata, ki funkcije in velikost izgubijo zavoljo lažje prenosljivosti in izjemno nizke cene. Priporočena maloprodajna cena je ponavadi manj kot 10€.

Tabela št. 5.16: Maloprodajne cene Laser plusovih družabnih iger

nad 35€:		15€ do 25€:	
Naseljenci otoka Catan - Trgovci in barbari	38,00	Mala čarovnica	24,00
		Nas. otoka Catan - razš. za 5 in 6 igralcev	23,00
25€ do 35€:		Naseljenci otoka Catan - potovalna verzija	23,00
Naseljenci otoka Catan	34,00	Nas. otoka Catan za 2 - igra s kartami	22,00
Naseljenci otoka Catan - Mesta in vitezi	34,00	Strahek	20,00
Sinovi Sahare	34,00	Kahuna	20,00
Pračloveki iz Cromagnona	34,00	Pingvin	20,00
Dominion	34,00	Ali veš, kje so Nebesa?	19,50

Mesto Modrega meseca	34,00		Kitajski zid	18,00
Ubongo	34,00			
Just4Fun	34,00		do 15€:	
Naseljenci otoka Catan - Mornarji	30,00		Naseljenci otoka Catan - igra s kockami	8,00
Ekec Pekec	30,00		Čarodej	8,00
Naseljenci otoka Catan Junior	30,00		Ubongo BMM	8,00
Keltis	25,00			

Skoraj vse Laser plusove igre se cenovno gibljejo med 15€ in 35€ - le ena igra je dražja in tri cenejše. Skoraj polovica iger pade v cenovno skupino med 25€ in 35€, dve petini iger pa med 15€ in 25€ (glej Tabela 5.16). Skupno je torej skoraj polovica njihovih iger dražja od 25€ (ob tem je vredno omeniti, da najcenejša igra, ki je dražja od 25€, stane 30€, torej že 20% več), kar je bilo med anketiranci postavljeno kot meja, ki bi se največjemu odstotku vprašanih še zdela primerna za poslovenjeno igro velikega formata.

Če iz tabele izločim igre, ki ne spadajo v skupino iger »velikega formata« (sivo obarvane igre), se stanje precej spremeni. Izmed iger velikega formata le še ena spada v cenovno skupino od 15€ do 25€ (a še to v sam vrh), vse ostale igre pa stanejo med 25€ in 35€ ali več.

Rezultati 12. vprašanja ob upoštevanju maloprodajnih cen Laser plusovih družabnih iger potrjujejo to, kar je bilo razvidno že v rezultatih analize 11. vprašanja – družabne igre na slovenskem trgu so predrage, obenem pa skoraj nobena Laser plusova igra velikega formata cenovno ne pade v optimalno skupino, v kateri bi imela dostop do največ potencialnih kupcev. Večina Laser plusovih iger stane celo 30€ ali več, kar jih še bolj oddalji od skorajda polovice potencialnih kupcev, ki za tovrstne igre niso pripravljeni plačati več kot 15€ do 25€.

Medtem ko bi po takšnih cenah med izkušenimi igralci družabnih iger in najstniki igre kupovala dobra polovica vprašanih, pa bi bil med nedefiniranimi in študenti le še vsak tretji pripravljen kupiti igro po takšni ceni. Če ne upoštevamo tiste šestine vprašanih, ki so za igro pripravljeni plačati le do 15€ (kar realno ob tržnih razmerah ni dosegljivo), s takšnimi cenami Laser plus izgubi skoraj polovico svojih potencialnih kupcev.

5.7 Povzetek raziskave

Čeprav je imela raziskava in sam anketni vprašalnik določene pomanjkljivosti, ki bi se jih v retrospektivi dalo bolje zastaviti in izpeljati, sem s precej obširnim vzorcem dobil zadostno količino podatkov, da sem izpeljal potrebne analize in odgovoril na temeljna raziskovalna vprašanja. Obenem sem pridobil vsaj delni vpogled v odnos anketirancev do igranja namiznih družabnih iger in specifično tržno problematiko edinega slovenskega založnika namiznih družabnih iger, podjetja Laser plus.

Raziskava je pokazala, da moje predvidevanje, da imajo slovenski najstniki do igranja namiznih družabnih iger bolj negativen kot pozitiven odnos, ni bilo pravilno. Odgovori najstnikov so pokazali, da najstniki, tako kot večina vprašanih, nasplošno nimajo negativnih predsodkov glede igranja namiznih družabnih iger. V odgovorih glede igranja družabnih iger s sovrstniki se kažejo namigi, da gre morda vseeno za aktivnost, ki je najstniki v pričo sovrstnikov raje ne bi predlagali ali izvajali, a konkretnih podatkov, ki bi to potrdili, nisem pridobil. Čeprav imajo najstniki o samih namiznih družabnih igrah očitno dobro mnenje, je igranje družabnih iger dejavnost, ki jih ne privlači preveč, saj se v prostem času raje posvetijo drugim dejavnostim. Pri dobljenih podatkih bi izpostavil dva možna dejavnika vpliva na rezultate: po mojem mnenju so bile določene trditve preveč negativno zastavljene, da bi se anketiranci opredelili glede njih drugače kot z zanikanjem, obenem pa je bil vzorec najstnikov precej majhen in zaradi metode razpošiljanja verjetno omejen na bolj situirane posameznike, kar zopet ni omogočilo povsem realne slike stanja.

Glede na njihove odgovore pri trditvah o družabnih igrah sem zavrnil tudi predpostavko, da odrasli igranje namiznih družabnih iger obravnavajo le kot dejavnost otrok in družin, ne pa tudi kot popestritev družabnih večerov. A tudi pri odraslih rezultati niso povsem jasni: (1) odgovori anketirancev, starih med 35 in 45 let ter več kot 45 let, so navadno najbolj odstopali od povprečij vseh vprašanih, (2) starejši od 45 let so se, podobno kot pri najstnikih, pri obeh trditvah povezanih z igranjem družabnih iger s sovrstniki že precej nagibali k neodločenosti, in nenazadnje, (3) medtem ko mlajši od 35 let družabne igre največkrat igrajo s prijatelji, jih starejši najraje igrajo z družino in le redko s

prijatelji. Čeprav so mnenja, da družabne igre niso namenjene zgolj otrokom in družinam, v praksi tega ne potrdijo.

Kljub pozitivnemu odnosu do igranja namiznih iger pri anketirancih pa se je izkazalo, da je igranje družabnih iger aktivnost, ki se je le poredko lotijo. Izmed vseh navedenih aktivnosti je igranje družabnih iger – razen pri izkušenih igralcih – zasedalo predzadnje mesto po priljubljenosti, pri najstnikih pa celo zadnje. Podskupini študentov in nedefiniranih sta se manj pogosto ukvarjali le z igranjem računalniških iger, med anketiranci pa je najbolj priljubljeno druženje s prijatelji, izleti ozr. fizične aktivnosti ter gledanje televizije. Mednarodne raziskave kažejo, da tudi prebivalci večine ostalih evropskih držav hobijem in igram namenijo več prostega časa, kot prebivalci Slovenije.

Pri analizi prepoznavnosti podjetja Laser plus in njihovih družabnih iger sem prišel do zaključka, da so njihove najbolj znane namizne družabne igre (npr. Naseljenci otoka Catan in Ekec Pekec kurji drekec) sicer presenetljivo prepoznavne med anketiranci, a zato toliko manj vprašanih ve, da gre za igre Laser plus, kljub temu, da jih na to posredno opomni že sam anketni vprašalnik. Poznavanje in dober glas o družabnih igrah nasplošno kot tudi o konkretnih igrah se očitno uspešno širita med prebivalci Slovenije, manjka pa zavedanje o založniku družabnih iger in skupni tržni znamki, ki sta za podjetje Laser plus kritičnega pomena. Brez asociacije med priljubljeno družabno igro in tržno znamko “Laser plus – igre za izbran okus”, podjetje pri potrošnikih izgubi izjemno pomembno konkurenčno prednost.

Analiza mnenja o cenah namiznih družabnih iger v Sloveniji je pripeljala do pričakovanih ugotovitev – le šestini tistih, ki imajo o cenah izoblikovano mnenje, se te niso zdele previsoke, precejšen razkorak pa je pokazala tudi primerjava željenih cen med anketiranci in dejanskih cen družabnih iger podjetja Laser plus. Medtem ko so cene družabnih iger v Sloveniji na primerljivem nivoju z večjimi evropskimi državami, tega ne moremo reči za povprečne plače in življenjski standard. Tako pride do razkoraka med ceno, ki so jo potrošniki še pripravljeni plačati, in dejanskimi cenami družabnih iger v Sloveniji, ki so pogojene z nizkimi nakladami in visokimi stroški poslovenjenja.

5.8 Potencialne tržne rešitve za družabne igre Laser plus

Za največji problem podjetja Laser plus pri prodaji njihovih družabnih iger se je izkazalo premajhno poznavanje blagovne znamke “Laser plus – igre za izbran okus” ter samega podjetja kot založnika specifičnih, bolje poznanih družabnih iger. Ker se Laser plus za primarni način oglaševanja zanaša predvsem na pozitivne izkušnje svojih kupcev in prenos dobrih vtisov od ust do ust je za njih bistvenega pomena, da si kupci v zavesti zgradijo asociacijo med njihovimi igrami in imenom podjetja.

V ta namen bi predlagal tri možne ukrepe, ki bi pripomogli k večji razpoznavnosti:

a) Bolj opazen in izpostavljen Laser plus logotip na sprednji strani vsake njihove družabne igre

Čeprav imajo vse Laser plus igre na sprednji strani škatle natisnjen tudi logotip podjetja in ime blagovne znamke, sta ponavadi neopazna in nevpadljiva, odvisno od dizajna škatle tudi v različnih barvah in velikostih, tako da ju lastniki kot tudi potencialni kupci težko opazijo in si ju zapomnijo.

Zato predlagam, da se oboje ali pa vsaj naziv podjetja na vsaki bodoči igri vedno postavi na isto mesto (najverjetneje spodnji levi ali desni kot), z enako barvno podlago, na kateri napis pride do izraza in je bolj opazen. Dober primer takšne prakse sta nemška založnika Kosmos in Ravensburger:

Slika št. 5.1: Primera izpostavljenega logotipa



Primer podobnega principa na igri podjetja Laser plus:

Slika št. 5.2: Predlagana postavitev logotipa



Pred izvedbo bi bilo potrebno narediti raziskavo, kakšna barvna podlaga in kakšen napis (logo, ime podjetja ali oboje) imata največji učinek pri potrošnikih in od uvedbe naprej skrbeti za enotno podobo preko vseh kasneje izdanih družabnih iger.

b) Promocijski material znotraj vsake izdane igre

K vsaki izdani igri bi bilo potrebno poleg igralnega materiala in navodil za igranje priložiti še kratek katalog najbolj znanih ter najnovejših namiznih družabnih iger podjetja Laser plus. Dovolj bi bil že dvostransko potiskan A4 list papirja, na katerem bi bili na eni strani kratki opisi največjih uspešnic, na drugi strani pa najnovejše igre ter povezava do internetne strani, kjer lahko potrošniki najdejo več informacij.

S tem kupci takoj po nakupu pridejo do dodatnih informacij o ostalih igrah Laser plus, obenem pa za pravkar kupljeno in za oglaševane igre ustvarijo asociacijo z znamko

Laser plus. Majhen format in nekompliciranost reklamnega materiala poskrbita za nizke stroške in enostavnost sprememb v primeru dodajanja ali zamenjave oglaševanih iger.

c) Enoten Laser plus prostor znotraj trgovin ali posebna stojala za Laser plus igre

Izmed navedenih ukrepov je zadnji najtežje izvedljiv, saj ni odvisen le od založnika, ampak tudi od pripravljenosti trgovcev in zaposlenih v trgovinah.

V idealnih pogojih bi se določen del polic v trgovinah, na katerem se prodajajo le igre podjetja Laser plus, opremilo z barvami in napisi v stilu enotne podobe iz prvega predloga, ki bi označevale predel trgovine, namenjen samo igram podjetja Laser plus. Tako bi bilo bolj enostavno najti njihove igre, kupci bi bili izpostavljeni večim igram hkrati in poudarjenemu nazivu založnika, ki je drugače razviden le s škatle.

Ena izmed možnosti so tudi posebna kartonska stojala, namenjena izključno Laser plusovim igram, ki bi v oddelku z igrami stala neodvisno od iger na policah. Igre tako izstopajo iz množice na policah, stojalo pa je lahko opremljeno z nazivom ali logotipom, ki ga kupci lažje opazijo.

Verjetno edina realna in najlažje izvedljiva možnost pa je vsaj skupen prostor oziroma postavitev vseh iger podjetja Laser plus, ki so na voljo v trgovini, na isto mesto znotraj trgovine. Tako bi bolj do izraza prišel enoten logotip iz prvega predloga, kupci pa bi dobili boljši pregled nad njihovimi igrami in bi med seboj lažje povezali specifične igre in Laser plus kot tržno znamko.

6 Sklep

Vsi podatki, ki sem jih tekom raziskave zbral, kažejo, da imajo Slovenci o namiznih družabnih igrah presenetljivo pozitiven odnos, a svoje navdušenje le redko pokažejo z dejanskim igranjem družabnih iger. Vprašani so si bili ne glede na spol, starost ali izobrazbo večinoma enotni v svojih pogledih na družabne igre: te niso namenjene le določenim specifičnim podskupinam, kot npr. otrokom ali družinam, igranje družabnih iger te ne naredi za čudaka in večinoma bi jih vsi povsem z veseljem občasno igrali v družbi prijateljev.

Enotni pa so si tudi v tem, da to le redkokdaj dejansko storijo. Prosti čas si Slovenci zapolnijo z raznoraznimi aktivnostmi, med katerimi pa so družabne igre po pogostosti povsem pri dnu. Čeprav sem med raziskavo ugotovil, da najstniki do družabnih iger nimajo negativnega odnosa, odraslim pa se družabne igre ne zdijo le zabava za otroke, je bila neprijetnost igranja družabnih iger med prostim časom neomajno potrjena. Slovenska igralna kultura je očitno prišla do točke, ko so potrošniki igranje družabnih iger sprejeli kot povsem primerno in zanimivo prostočasno aktivnost, manjka pa nam pripravljenost stopiti še korak dlje, in, kot so to storili že v marsikateri evropski državi, igranje družabnih iger sprejeti kot odlično nadomestilo pasivnemu preživljanju prostega časa ali kot popestritev družabnih večerov, ki jih tako radi preživljamo ob "kofetkanju" in druženju s prijatelji.

Na to gotovo vpliva tudi prevladujoče mnenje, da so slovenske namizne družabne igre enostavno predrage. Medtem ko bi bila večina udeležencev raziskave za klasično igro nemškega tipa pripravljena plačati do največ 25€, se cene Laser plusovih poslovenjenih iger pričnejo šele pri 30€ in večinoma dosegajo cene tudi do 35€, kar odvrne marsikaterega potencialnega potrošnika. V raziskavi sem prišel tudi do zaključka, da so sicer določene družabne igre podjetja Laser plus v Sloveniji nepričakovano dobro poznane, a zato le minimalen odstotek vprašanih ve, da je založnik teh iger prav Laser plus. Za manjše družinsko podjetje, ki se zanaša predvsem na dober glas in širjenje pozitivne reklame o svojih igrah od ust do ust potrošnikov, je odločilno, da v zavest

kupcev s pozitivno konotacijo zapišejo svoje ime. To bo poskrbelo, da se bodo kljub višjim cenam kupci ob naslednji nakupni odločitvi zopet odločili prav za njihove igre.

S svojo raziskavo in diplomskim delom sem, upam, osvetlil vsaj majhen del slovenske igralne kulture in navad, ki narekujejo preživljanje našega prostega časa. V okviru časovnih in finančnih zmožnosti sem pridobil relativno velik anketni vzorec, ki pa bi lahko bil bolje izkoriščen z bolj dodelanim vprašalnikom in dodatnimi vprašanji, ki so se mi utrnila šele ob analizi rezultatov. Bi bili slovenski potrošniki morda bolj odprti do iger slovenskega porekla? Kakšne zvrsti iger jim najbolj ustrezajo? Zakaj prosti čas raje preživljajo ob drugih dejavnostih? V čem se razlikujemo od drugih evropskih narodov, ki so nad družabnimi igrami bolj ali manj navdušeni? Naj bodo zastavljena vprašanja potencialno izhodišče bodočim nadobudnim raziskovalcem, ki bodo relativno neraziskano in izjemno zanimivo področje namiznih družabnih iger želeli raziskati še bolj podrobno.

7 Literatura

Abramis, David. 1990. Play in work: Childish hedonism or adult enthusiasm? *The American Behavioral Scientist* 33 (3): 353-374.

Arneson, Erik. 2000. *Rio Grande Games - Interivew with Jay Tummelson*. Dostopno prek: http://boardgames.about.com/od/companies/a/rio_grande_games_interview.htm (24. avgust 2010).

--- 2010a. *Designer Games 101 - What are Designer Board Games?* Dostopno prek: http://boardgames.about.com/od/news/a/designer_games.htm (15. avgust 2010).

--- 2010b. *Top 5 Introductory Designer (German) Games* Dostopno prek: <http://boardgames.about.com/od/carcassonne/tp/intro-designer.htm> (24. avgust 2010).

Batty, Ward. 2007. *Four Days In The Center Of The Board Game Universe*. Dostopno prek: http://www.gamasutra.com/view/feature/2007/four_days_in_the_center_of_the_.php (25. avgust 2010)

Berk, Laura E. 2006. *Child development*. Boston: Pearson/Allyn and Bacon.

Caillois, Roger. 2003. Igre in ljudje. V *Teorije igre pri Johanu Huizingi, Rogerju Cailloisu in Eugenu Finku*, ur. Janez Strehovec. 139-226. Ljubljana: Študentska založba.

Charis Games Article: What are Designer Board Games? 2010. Dostopno prek: http://www.charisgames.com/content/What_are_Designer_Board_Games.htm (14. april 2010).

Chaturanga, Traditional Games. 2010. Dostopno prek: http://www.indianetzone.com/39/chaturanga_chess.htm (14. april 2010).

Chess around the world. 2010. Dostopno prek:
<http://www.thechessworld.com/learn/articles/18-general-information/29-chess-around-the-world> (20. marec 2010).

CIA - The World Factbook. 2010. *World*. Dostopno prek:
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/xx.html> (25. avgust 2010)

CIA - The World Factbook. 2010. *Germany*. Dostopno prek:
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/gm.html> (15. april 2010).

Clarke, John in Chas Critcher. 2001a. Coming home to roost. V *Sociology of leisure: a reader*, ur. Chas Critcher, Peter Bramham in Alan Tomlinson, 56-64. London: E & FN Spon.

--- 2001b. Leisure and inequality. V *Sociology of leisure: a reader*, ur. Chas Critcher, Peter Bramham in Alan Tomlinson, 247-255. London: E & FN Spon.

Duran, Mirjana. 2003. *Dijete i igra*. Jastrebarsko: Naklada Slap.

European Commission in Eurostat. 2004. *How Europeans spend their time: Everyday life of women and men: data 1998-2002*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

Green, Eileen, Sandra Hebron in Diane Woodward. 2001. Women's leisure today. V *Sociology of leisure: a reader*, ur. Chas Critcher, Peter Bramham in Alan Tomlinson, 131-140. London: E & FN Spon.

Grunfeld, Frederic V. 1993. *Igre sveta : zgodovina, igre, naredimo sami*. Ljubljana: DZS.

Haralambos, Michael. 1999. *Sociologija: Teme in pogledi*. Ljubljana: DZS.

Harford, Tim. 2010. *FT.com / Reportage - Why we still love board games*. Dostopno prek: http://www.ft.com/cms/s/2/1aab09a4-8fb2-11df-8df0-00144feab49a,dwp_uuid=a712eb94-dc2b-11da-890d-0000779e2340.html (24. avgust 2010)

Huizinga, Johan. 1992. *Homo ludens: o podrijetlu kulture u igri*. Zagreb: Naprijed.

--- 2003. O izvoru kulture v igri. V *Teorije igre pri Johanu Huizingi, Rogerju Cailloisu in Eugenu Finku*, ur. Janez Strehovec. 7-137. Ljubljana: Študentska založba.

Igelspacher, Martha, ur. 2005. Catan von A bis Z. *Catan News 1/2005*. Dostopno prek: <http://www.catan.de/de/download/?Catan-News-2005-1.pdf> (10. april 2010).

Janhuba, Rudi in Božo Janhuba. 1970. *Družabne igre*. Ljubljana: Prešernova družba.

Kuhar, Metka. 2007. Prosti čas mladih v 21. stoletju. *Socialna pedagogika* 11 (4): 455-471.

Lešnik, Rudi. 1982. *Prosti čas: delo, človek, družba, vzgoja*. Maribor: Obzorja.

Lešnik Musek, Petra in Ljubica Marjanovič Umek. 1999. Simbolna igra: kaj jo določa in kako igra določa otrokov razvoj. *Psihološka obzorja* 8 (2, 3): 35-58.

Liubo. 2009. Dostopno prek: <http://history.chess.free.fr/liubo.htm> (12. april 2010).

Marjanovič Umek, Ljubica in Maja Zupančič, ur. 2001. *Psihologija otroške igre: od rojstva do vstopa v šolo*. Ljubljana: Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.

Marjanovič Umek, Ljubica in Maja Zupančič, ur. 2004. *Razvojna psihologija*. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

Mayer, Brian in Christopher Harris. 2010. *Libraries Got Game: Aligned Learning Through Modern Board Games*. Chicago: American Library Association.

Mehen - Egyptian Mythology - Board Game. 2010. Dostopno prek:
<http://www.egyptiandreams.co.uk/mehen.php> (18. april 2010).

Murray, Harold James Ruthven. 1952. *A History of Board-games other than Chess*. Oxford: Clarendon Press.

Newton, Jan. 2005. *Chess Quest: Twenty Squares - Jan Newton, November 2005*. Dostopno prek: <http://www.goddesschess.com/chessquest/twentysquares.html> (22. april 2010).

--- 2007. *Chess Quest: Jiroft Game Boards*. Dostopno prek:
<http://www.goddesschess.com/chessquest/jiroft.html> (18. april 2010).

Parker, Stanley. 2001. Towards a theory of work and leisure. V *Sociology of leisure: a reader*, ur. Chas Critcher, Peter Bramham in Alan Tomlinson, 28-37. London: E & FN Spon.

Piccione, Peter A. 1980. *In Search of the Meaning of Senet*. Dostopno prek:
<http://www.gamesmuseum.uwaterloo.ca/Archives/Piccione/index.html> (20. april 2010).

Radio Slovenija, 1. program. 2009. *Svetovalni servis*. Ljubljana, 25. november.

Rapoport, Rhona in Robert N. Rapoport. 1975. *Leisure and the Family Life-Cycle*. London: Routledge & Kegan Paul.

--- 2001. Leisure and the Family Life-Cycle. V *Sociology of leisure: a reader*, ur. Chas Critcher, Peter Bramham in Alan Tomlinson, Alan, 66-70. London: E & FN Spon.

Roberts, Ken. 2001a. Work and its corollaries. V *Sociology of leisure: a reader*, ur. Chas Critcher, Peter Bramham in Alan Tomlinson, 38-42. London: E & FN Spon.

--- 2001b. The pluralist scenario. V *Sociology of leisure: a reader*, ur. Chas Critcher, Peter Bramham in Alan Tomlinson, 236-246. London: E & FN Spon.

Rojek, Chris. 1995. *Decentring leisure: Rethinking leisure theory*. London: Sage.

Slovenia.si - Useful Data. 2010. Dostopno prek:

http://www.slovenija.si/slovenia_in_brief/useful_data/ (2. april 2010).

Smith, William G. 2008. *Does Gender Influence Online Survey Participation?* Dostopno

prek: [http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/contentdelivery/servlet/](http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/contentdelivery/servlet/ERICServlet?accno=ED501717)

[ERICServlet?accno=ED501717](http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/contentdelivery/servlet/ERICServlet?accno=ED501717)

Splichal, Urška. 2005. Potreba po igranju je prirojena. *Delo & dom: priloga Dela in Slovenskih novic* 12 (24. november).

Stariha, Stanko. 2006. *Razlogi za igranje računalniških iger: diplomsko delo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Statistični urad Republike Slovenije. 2008a. *Povprečna starost matere ob otrokovem rojstvu*. Dostopno prek: http://www.stat.si/letopis/2009/04_09/04-08-09.htm (22. avgust 2010).

--- 2008b. *Prebivalstvo po starosti in spolu, 30. 6. 2008 in 31. 12. 2008*. Dostopno prek: http://www.stat.si/letopis/2009/04_09/04-04-09.htm (26. avgust 2010).

--- 2008c. *Prebivalstvo, staro 15 let in več, po stopnjah dosežene izobrazbe, po starostnih razredih in spolu, 2008*. Dostopno prek: http://www.stat.si/letopis/2009/06_09/06-01-09.htm

Soubeyrand, Catherine. 2007. *The Royal Game of Ur*. Dostopno prek:

<http://www.gamecabinet.com/history/Ur.html> (20. april 2010)

Weber, Susan. 2010. *History of the Game Monopoly - LoveToKnow Board Games*.
Dostopno prek: http://boardgames.lovetoknow.com/History_of_the_Game_Monopoly
(10. april 2010)

Woods, Stewart. 2009a. Last Man Standing: Risk and Elimination in Social Game Play.
Leonardo Electronic Almanac, 16 (2-3): 1-9. Dostopno prek:
http://www.leonardo.info/LEA/PerthDAC/SWoods_LEA160203.pdf

--- 2009b. (Play) Ground Rules: The Social Contract and the Magic Circle. *Observatorio (OBS*)* 3 (1): 204-222. Dostopno prek:
<http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/243>

Zagal, José P., Jochen Rick in Idris Hsi. 2006. Collaborative games: Lessons learned from board games. *Simulation & Gaming* 37 (1): 24-40.

Zupančič, Maja. 1999. Zgodnji razvoj otrokove igre z igračami: struktura, predmetno obnašanje in vsebina. *Psihološka obzorja* 8 (2, 3): 115-135.

8 Priloge

Priloga A: Anketni vprašalnik

Pozdravljeni!

Sem absolvent Fakultete za družbene vede, smer Komunikologija – trženje in tržno komuniciranje, za diplomsko delo pa sem si izbral temo "Odnos Slovencev do igranja namiznih družabnih iger". Pred seboj imate povsem anonimno anketo, ki mi bo v oporo pri praktičnem delu mojega diplomskega dela. Če se anketo odločite izpolniti, se vam za vaš čas in informacije iskreno zahvaljujem!

Pri vprašanjih je možen le en odgovor, če ni ob vprašanju zapisano drugače.

1. Kako pogosto igrate namizne družabne igre?

- nikoli
- manj kot enkrat na leto
- nekajkrat na leto
- nekajkrat na mesec
- nekajkrat na teden

Če ste na 1. vprašanje odgovorili "Nikoli", naslednje vprašanje preskočite.

2. S kom jih igrate? (Obkrožite lahko več odgovorov.)

- z družino
- s prijatelji in znanci
- ostalo: _____

3. V nadaljevanju je naštetih nekaj trditev.

Pri vsaki trditvi na lestvici od 1 do 5 ocenite, v kakšni meri se strinjate z njo. Ocena 1 pomeni, da se s trditvijo v celoti ne strinjate, višja ocena pomeni, da se s trditvijo vse bolj strinjate, z oceno 5 pa potrdite strinjanje z izjavo v celoti.

1.	Poznam veliko ljudi, ki igrajo namizne družabne igre.	1	2	3	4	5
2.	Namizne družabne igre igrajo samo otroci.	1	2	3	4	5
3.	Če bi igral namizne družabne igre, bi me prijatelji in znanci čudno gledali.	1	2	3	4	5
4.	V družbi prijateljev bi z veseljem predlagal, da bi šli igrati kakšno namizno družabno igro.	1	2	3	4	5
5.	Namizne družabne igre so namenjene le družinam z otroki.	1	2	3	4	5
6.	Odrasli ljudje, ki nimajo otrok, a igrajo namizne družabne igre, so čudni.	1	2	3	4	5
7.	Ob druženju s prijatelji in znanci (npr. ob pijači) bi z veseljem igral namizne družabne igre.	1	2	3	4	5
8.	Igranje namiznih družabnih iger se mi zdi izguba časa.	1	2	3	4	5
9.	Raje kot malce dražjo slovensko bi kupil tujo ali neprevedeno igro in pri tem prihranil par evrov.	1	2	3	4	5
10.	Glavni razlog, da ljudje ne igrajo družabnih iger, je, da nimajo družbe, s katero bi jih igrali.	1	2	3	4	5
11.	Če bi imel možnost izposoje namiznih družabnih iger (kot v knjižnicah – letna članarina, brezplačna izposoja), bi jo uporabljal.	1	2	3	4	5
	Naziv "Slovenska igra leta" bi imel vpliv na mojo nakupno odločitev ...					
12.	- ... če bi ga podeljevala strokovna komisija.	1	2	3	4	5
13.	- ... če bi ga podeljevali slovenski igralci iger z glasovanjem.	1	2	3	4	5

4. Kako pogosto za zabavo in sproščanje izvajate naslednje aktivnosti? Ocenite na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni, da tega ne počnete nikoli, 5 pa, da to počnete zelo pogosto.

1.	"Kofetkanje", druženje s prijatelji ob pijači	1	2	3	4	5
2.	Obisk kina, koncerta, teatra	1	2	3	4	5
3.	Gledanje televizije	1	2	3	4	5
4.	Izleti, športne aktivnosti	1	2	3	4	5

5.	Branje	1	2	3	4	5
6.	Igranje računalniških iger	1	2	3	4	5
7.	Igranje namiznih družabnih iger	1	2	3	4	5

5. Prve tri namizne družabne igre, ki vam padejo na pamet:

- _____
- _____
- _____

6. Ali poznate igro Naseljenci otoka Catan?

- da
- ne

7. Ali poznate igro Ekec Pekec kurji drekec?

- da
- ne

8. Ste že kdaj slišali za namizne družabne igre podjetja Laser plus?

- da
- ne

9. Če ste odgovorili "da" pri prejšnjem vprašanju (drugače vprašanje preskočite) – se kakšne spomnite?

- da **Katere?** _____
- ne

10. Ali vas pri namiznih družabnih igrah po slovenskih trgovinah moti, če so slovenska navodila le v obliki črno-belega (in pogosto slabega) prevoda in ne v takšni obliki, kot so tuja (barvna, lepši format)?

- da
- ne
- vseeno mi je

11. Se vam zdijo cene namiznih družabnih iger v Sloveniji previsoke?

- da
- ne
- ne vem

12. Koliko bi bili pripravljeni največ plačati za namizno družabno igro velikega formata, ki je popolnoma poslovenjena (prevedena navodila iste kakovosti, kot so v tujem jeziku, slovenska škatla in vsa vsebina – podlaga, kartice itn.?)

- do 15€
- 15 do 25€
- 25 do 35€
- nad 35€

13. Ali bi bili za popolnoma poslovenjeno namizno družabno igro pripravljeni plačati več kot za tuje igre s samo prevedenimi navodili?

- da
- ne
- ne vem

14. Če ste pri prejšnjem vprašanju odgovorili »da«, do koliko več bi bili pripravljeni odšteti? Če ste odgovorili »ne« ali »ne vem«, vprašanje preskočite.

- do 10% več
- do 20% več
- do 30% več
- več kot 30%
- ne vem

15. Na podlagi česa se odločite za nakup namizne družabne igre? (Obkrožite lahko več odgovorov.)

- izgleda embalaže in opisa na zadnji strani škatle
- branja recenzij in kritik
- priporočila drugih igralcev

- predhodnega preizkusa igre
- oglasov in medijske izpostavljenosti
- namiznih družabnih iger ne kupujem

16. Če bi obstajal slovenski klub ljubiteljev namiznih družabnih iger (izposoja iger, prostor za igranje, organizirani dogodki ...) bi se mu pridružil.

- da
- da, a le, če bi bil zastoj
- ne
- mogoče
- ne vem

DEMOGRAFSKI PODATKI

17. Starost: _____

18. Spol: Moški Ženski

19. Kolikšen je vaš povprečen neto mesečni osebni dohodek?

- do 500 €
- med 500 in 1.000 €
- med 1.000 in 1.500 €
- nad 1.500 €
- nimam lastnih dohodkov
- ne želim odgovoriti

20. Kakšna je vaša šolska izobrazba?

- osnovna šola
- poklicna šola
- srednja šola
- višja šola
- visoka univerzitetna izobrazba ali več

21. Trenutno ste...

- šolar(ka), dijak(inja), študent(ka)
- zaposlen(a)
- samozaposlen(a), zasebnik/ca
- nezaposlen(a)
- upokojen(a)

22. Tip naselja, kjer trenutno živite:

- vas
- primestje
- mesto

23. Kako pogosto uporabljate naslednje medije? Ocenite medije z 1 do 5, kjer ocena 1 pomeni, da jih ne uporabljate, z višanjem ocene jih uporabljate vse bolj pogosto, ocena 5 pa pomeni, da jih uporabljate zelo pogosto.

1.	TV	1	2	3	4	5
2.	radio	1	2	3	4	5
3.	časopisi in revije	1	2	3	4	5
4.	internet	1	2	3	4	5
5.	plakati ob cestah	1	2	3	4	5

24. Od kod pridobite pomembnejše informacije o izdelkih, ki vas zanimajo? Ocenite medije z 1 do 5, kjer ocena 1 pomeni, da določenega medija ne uporabljate za iskanje informacij o izdelkih, ocena 5 pa pomeni, da določen medij zelo pogosto uporabljate za iskanje informacij o izdelkih.

1.	TV	1	2	3	4	5
2.	radio	1	2	3	4	5
3.	časopisi in revije	1	2	3	4	5
4.	internet	1	2	3	4	5
5.	plakati ob cestah	1	2	3	4	5
6.	od ust do ust	1	2	3	4	5

Najlepša hvala za sodelovanje!

Priloga B: Podrobnejši rezultati

Tabela št. B.1: Starost anketirancev po podskupinah

	Povprečje	N	Std. odlon	Minimum	Maksimum
Izk. igralci druž. iger	26,20	84	9,311	8	55
Študenti	22,97	238	2,061	20	29
Nedefinirani	35,88	411	9,880	19	65
Najstniki	12,16	32	4,009	4	18
Total	29,81	765	10,615	4	65

Tabela št. B.2: Spol anketirancev po podskupinah

	moški	ženski
Izk. igralci druž. iger	32	52
	38,1%	61,9%
Študenti	33	204
	13,9%	86,1%
Nedefinirani	126	286
	30,6%	69,4%
Najstniki	4	13
	23,5%	76,5%
Skupaj	195	555
	26,0%	74,0%

Tabela št. B.3: Dohodek anketirancev po podskupinah

	do 500€	med 500 in 1000€	med 1000 in 1500€	nad 1500€	nimam lastnih dohodkov	ne želim odgovoriti
Izk. igralci druž. iger	27	10	14	7	22	4
	32,1%	11,9%	16,7%	8,3%	26,2%	4,8%
Študenti	109	33	5	0	74	15
	46,2%	14,0%	2,1%	0%	31,4%	6,4%
Nedefinirani	14	151	145	52	10	37
	3,4%	36,9%	35,5%	12,7%	2,4%	9,0%
Najstniki	5	1	0	1	10	1

	27,8%	5,6%	0%	5,6%	55,6%	5,6%
Skupaj	155	195	164	60	116	57
	20,7%	26,1%	22,0%	8,0%	15,5%	7,6%

Tabela št. B.4: Izobrazba anketirancev po podskupinah

	osnovna šola	poklicna šola	srednja šola	višja šola	vis.univ. izob. ali več
Izk. igralci druž. iger	9	0	47	8	20
	10,7%	0%	56,0%	9,5%	23,8%
Študenti	2	6	186	9	35
	,8%	2,5%	78,2%	3,8%	14,7%
Nedefinirani	2	14	112	60	221
	,5%	3,4%	27,4%	14,7%	54,0%
Najstniki	7	1	8	0	1
	41,2%	5,9%	47,1%	0%	5,9%
Skupaj	20	21	353	77	277
	2,7%	2,8%	47,2%	10,3%	37,0%

Tabela B.5: Tip naselja anketirancev po podskupinah

	vas	primestje	mesto
Izk. igralci druž. iger	16	13	55
	19,0%	15,5%	65,5%
Študenti	101	41	96
	42,4%	17,2%	40,3%
Nedefinirani	111	85	217
	26,9%	20,6%	52,5%
Najstniki	7	5	6
	38,9%	27,8%	33,3%
Skupaj	235	144	374
	31,2%	19,1%	49,7%

Tabela B.6: Povprečne vrednosti po podskupinah za trditev "Poznam veliko ljudi, ki igrajo namizne družabne igre."

	Povprečje	Std. odklon
Izk. igralci druž. iger	2,31	,711
Študenti	2,08	,815
Nedefinirani	1,98	,788
Najstniki	2,19	,895
Skupaj	2,06	,798

Tabela B.7: Frekvenca odgovorov najstnikov za trditev "Poznam veliko ljudi, ki igrajo namizne družabne igre."

	Frekvenca	Odstotek
Ne strinjam se	8	30,8%
Ne morem se odločiti	5	19,2%
Strinjam se	13	50,0%

Tabela B.8: Povprečne vrednosti po podskupinah za trditev "Namizne družabne igre igrajo samo otroci."

	Povprečje	Std. odklon
Izk. igralci druž. iger	1,18	,495
Študenti	1,16	,459
Nedefinirani	1,20	,516
Najstniki	1,27	,667
Skupaj	1,19	,502

Tabela B.9: Frekvenca odgovorov najstnikov za trditev "Namizne družabne igre igrajo samo otroci."

	Frekvenca	Odstotek
Ne strinjam se	22	84,6%
Ne morem se odločiti	1	3,8%
Strinjam se	3	11,5%

Tabela B.10: Povprečne vrednosti po podskupinah za trditev "Če bi igral namizne družabne igre, bi me prijatelji in znanci čudno gledali."

	Povprečje	Std. odklon
Izk. igralci druž. iger	1,13	,465
Študenti	1,09	,340
Nedefinirani	1,15	,457
Najstniki	1,20	,500
Skupaj	1,13	,427

Tabela B.11: Frekvenca odgovorov najstnikov za trditev “Če bi igral namizne družabne igre, bi me prijatelji in znanci čudno gledali.”

	Frekvenca	Odstotek
Ne strinjam se	21	84%
Ne morem se odločiti	3	12%
Strinjam se	1	4%

Tabela B.12: Povprečne vrednosti po podskupinah za trditev “V družbi prijateljev bi z veseljem predlagal, da bi šli igrati kakšno namizno družabno igro.”

	Povprečje	Std. odklon
Izk. igralci druž. iger	2,83	,492
Študenti	2,66	,631
Nedefinirani	2,50	,734
Najstniki	2,38	,804
Skupaj	2,83	,692

Tabela B.13: Frekvenca odgovorov najstnikov za trditev “V družbi prijateljev bi z veseljem predlagal, da bi šli igrati kakšno namizno družabno igro.”

	Frekvenca	Odstotek
Ne strinjam se	5	19,2%
Ne morem se odločiti	6	23,1%
Strinjam se	15	57,7%

Tabela B.14: Povprečne vrednosti po podskupinah za trditev “Namizne družabne igre so namenjene le družinam z otroki.” in trditev “Odrasli ljudje, ki nimajo otrok, a igrajo namizne družabne igre, so čudni.”

	Namizne družabne igre so namenjene le družinam z otroki.		Odrasli ljudje, ki nimajo otrok, a igrajo namizne družabne igre, so čudni.	
	Povprečje	Std. odklon	Povprečje	Std. odklon
Izk. igralci druž. iger	1,08	,387	1,08	,354
Študenti	1,05	,287	1,06	,285
Nedefinirani	1,11	,406	1,07	,350
Najstniki	1,12	,431	1,15	,543
Skupaj	1,08	,387	1,07	,340

Tabela B.15: Frekvenca odgovorov najstnikov za trditev "Namizne družabne igre so namenjene le družinam z otroki." in trditev "Odrasli ljudje, ki nimajo otrok, a igrajo namizne družabne igre, so čudni."

	Namizne družabne igre so namenjene le družinam z otroki.		Odrasli ljudje, ki nimajo otrok, a igrajo namizne družabne igre, so čudni.	
	Frekvenca	Odstotek	Frekvenca	Odstotek
Ne strinjam se	24	92,3%	24	92,3%
Ne morem se odločiti	1	3,8%	0	0%
Strinjam se	1	3,8%	2	7,7%

Tabela B.16: Povprečne vrednosti po podskupinah za trditev "Ob druženju s prijatelji in znanci (npr. ob pijači) bi z veseljem igral namizne družabne igre."

	Povprečje	Std. odklon
Izk. igralci druž. iger	2,86	,443
Študenti	2,64	,666
Nedefinirani	2,56	,705
Najstniki	2,50	,707
Skupaj	2,62	,674

Tabela B.17: Frekvenca odgovorov najstnikov za trditev "Ob druženju s prijatelji in znanci (npr. ob pijači) bi z veseljem igral namizne družabne igre."

	Frekvenca	Odstotek
Ne strinjam se	3	11,5%
Ne morem se odločiti	7	26,9%
Strinjam se	16	61,5%

Tabela B.18: Povprečne vrednosti po podskupinah za trditev "Igranje namiznih družabnih iger se mi zdi izguba časa."

	Povprečje	Std. odklon
Izk. igralci druž. iger	1,04	,244
Študenti	1,11	,359
Nedefinirani	1,18	,488
Najstniki	1,24	,523
Skupaj	1,04	,433

Tabela B.19: Frekvenca odgovorov najstnikov za trditev "Igranje namiznih družabnih iger se mi zdi izguba časa."

	Frekvenca	Odstotek
Ne strinjam se	20	80%
Ne morem se odločiti	4	16%
Strinjam se	1	4%

Tabela B.20: Povprečne vrednosti po starostnih podskupinah za trditev "Namizne družabne igre igrajo samo otroci."

	Povprečje	Std. odklon
Najstniki	1,27	,667
Od 19 do 25 let	1,16	,469
Od 26 do 35 let	1,19	,529
Od 36 do 45 let	1,15	,463
Nad 45 let	1,26	,519
Skupaj	1,19	,504

Tabela B.21: Frekvenca odgovorov odraslih, starih nad 35 let, za trditev “Namizne družabne igre igrajo samo otroci.”

	Frekvenca	Odstotek
Ne strinjam se	147	84%
Ne morem se odločiti	21	12%
Strinjam se	7	4%

Tabela B.22: Povprečne vrednosti po starostnih podskupinah za trditev “Če bi igral namizne družabne igre, bi me prijatelji in znanci čudno gledali.”

	Povprečje	Std. odklon
Najstniki	1,20	,500
Od 19 do 25 let	1,09	,336
Od 26 do 35 let	1,12	,416
Od 36 do 45 let	1,20	,540
Nad 45 let	1,19	,480
Skupaj	1,13	,423

Tabela B.23: Frekvenca odgovorov odraslih, starih nad 35 let, za trditev “Če bi igral namizne družabne igre, bi me prijatelji in znanci čudno gledali.”

	Frekvenca	Odstotek
Ne strinjam se	149	85,6%
Ne morem se odločiti	16	9,2%
Strinjam se	9	5,2%

Tabela B.24: Povprečne vrednosti po starostnih podskupinah za trditev “V družbi prijateljev bi z veseljem predlagal, da bi šli igrati kakšno namizno družabno igro.”

	Povprečje	Std. odklon
Najstniki	2,38	,804
Od 19 do 25 let	2,63	,626
Od 26 do 35 let	2,56	,697
Od 36 do 45 let	2,55	,757
Nad 45 let	2,31	,821
Skupaj	2,55	,707

Tabela B.25: Frekvenca odgovorov odraslih, starih nad 35 let, za trditev “V družbi prijateljev bi z veseljem predlagal, da bi šli igrati kakšno namizno družabno igro.”

	Frekvenca	Odstotek
Ne strinjam se	33	19%
Ne morem se odločiti	31	17,8%
Strinjam se	110	63,2%

Tabela B.26: Povprečne vrednosti po starostnih podskupinah za trditev “Namizne družabne igre so namenjene le družinam z otroki.”

	Povprečje	Std. odklon
Najstniki	1,12	,431
Od 19 do 25 let	1,05	,284
Od 26 do 35 let	1,06	,319
Od 36 do 45 let	1,16	,491
Nad 45 let	1,19	,508
Skupaj	1,09	,370

Tabela B.27: Frekvenca odgovorov odraslih, starih nad 35 let, za trditev “Namizne družabne igre so namenjene le družinam z otroki.”

	Frekvenca	Odstotek
Ne strinjam se	153	87,9%
Ne morem se odločiti	12	6,9%
Strinjam se	9	5,2%

Tabela B.28: Povprečne vrednosti po starostnih podskupinah za trditev “Odrasli ljudje, ki nimajo otrok, a igrajo namizne družabne igre, so čudni.”

	Povprečje	Std. odklon
Najstniki	1,13	,475
Od 19 do 25 let	1,04	,242
Od 26 do 35 let	1,06	,318
Od 36 do 45 let	1,12	,421
Nad 45 let	1,14	,468
Skupaj	1,07	,340

Tabela B.29: Frekvenca odgovorov odraslih, starih nad 35 let, za trditev “Odrasli ljudje, ki nimajo otrok, a igrajo namizne družabne igre, so čudni.”

	Frekvenca	Odstotek
Ne strinjam se	176	91,7
Ne morem se odločiti	8	4,2
Strinjam se	8	4,2

Tabela B.30: Povprečne vrednosti po starostnih podskupinah za trditev “Ob druženju s prijatelji in znanci (npr. ob pijači) bi z veseljem igral namizne družabne igre.”

	Povprečje	Std. odklon
Najstniki	2,50	,707
Od 19 do 25 let	2,65	,628
Od 26 do 35 let	2,61	,697
Od 36 do 45 let	2,53	,772
Nad 45 let	2,42	,742
Skupaj	2,59	,692

Tabela B.31: Frekvenca odgovorov odraslih, starih nad 35 let, za trditev “Ob druženju s prijatelji in znanci (npr. ob pijači) bi z veseljem igral namizne družabne igre.”

	Frekvenca	Odstotek
Ne strinjam se	28	16,1%
Ne morem se odločiti	34	19,5%
Strinjam se	112	64,4%

Tabela B.32: Povprečne vrednosti po podskupinah za vprašanje “Kako pogosto igrate namizne družabne igre?”

	Povprečje	Std. odklon	Mediana
Izk. igralci druž. iger	3,86	,730	4,00
Študenti	3,07	,720	3,00

Nedefinirani	3,01	,766	3,00
Najstniki	3,04	,824	3,00
Celotni vzorec	3,12	,792	3,00

Tabela B.33: Spearmanov korelacijski koeficient med podskupinami in vprašanjem “Se vam zdijo cene namiznih družabnih iger v Sloveniji previsoke?”

	Se vam zdijo cene namiznih družabnih iger v Sloveniji previsoke?
Korel. koef.	,140
Signifikanca	,000

Tabela B.34: Odgovori po starostnih podskupinah za vprašanje “S kom jih igrate”, možnost “z družino”

	Z družino	
	da	ne
Najstniki	24	20
	54,5%	45,5%
do 25	134	152
	46,9%	53,1%
do 35	108	133
	44,8%	55,2%
do 45	94	18
	83,9%	16,1%
nad 45	55	27
	67,1%	32,9%
Skupaj	415	350
	54,2%	45,8%

Tabela B.35: Odgovori po starostnih podskupinah za vprašanje “S kom jih igrate”, možnost “s prijatelji”

	S prijatelji	
	da	ne
Najstniki	28	16
	63,6%	36,4%
do 25	258	28
	90,2%	9,8%
do 35	197	44
	81,7%	18,3%
do 45	58	54
	51,8%	48,2%
nad 45	32	50
	39,0%	61,0%
Skupaj	573	192
	74,9%	25,1%