

Genderové aspekty hrania hier

Pohlavie je jedným z prvotných činiteľov dojmu o danom človeku, z pohľadu psychológie je gendrová identita dôležitou súčasťou sebauvímania jedinca. Rozlišujeme medzi pojmami pohlavie a rod (gender). Pohlavie je biologickou kategóriou odrážajúcou rozdiely v genetike a reprodukčných orgánoch, gender je kultúrnym a sociálnym konštruktom obsahujúcim významy spájané s feminitou a maskulinitou. Znevažovanie a diskriminácia jedného pohlavia (na úkor druhého) je sexizmus. Vo všeobecnosti sexistický mediálny obsah nezobrazuje výlučne nahé ženské či mužské telo. Nie každé zobrazenie, ktoré prezentuje ženu a muža v ich tradičnej roľe, je sexistické. K sexizmu dochádza, ak sú potláčané alebo dehonestované vlastnosti alebo schopnosti muža alebo ženy (napr. presvedčenie, že ženy sú neschopné šoférky alebo že sa muži nedokážu adekvátne postarať o bábätko). Pri posudzovaní sexizmu je potrebné zvážiť aj ďalšie aspekty ako jazyková stránka či kontext. Medzi základné znaky sexizmu radíme stereotypizáciu, fragmentáciu a objektivizáciu ľudských tiel, propagáciu násilia voči určitému pohlaviu, podporovanie mýtu krásy a jazykový sexizmus. Všetky formy sú nezriedka identifikovateľné aj v digitálno-hernom kontexte. Sexizmus do veľkej miery závisí od vnímania recipientov a tiež od gendrovej roly daného vnímajúceho. Niektorí môžu Laru Croft vnímať ako hypersexualizovanú prezentáciu ženy, niektorí iní ako vzor narušajúci stereotypné zobrazenie ženy, ženy – hrdinky.

- Význam pojmov pohlavie a rod
- Charakteristika sexizmu a jeho znaky
- Najčastejšie stereotypy a prejavy sexizmu v digitálnych hrách
- Vysvetlenie teórie sociálnej kognície
- Proteov efekt
- Otázky, úlohy a doplňujúce čítanie

Význam pojmov pohlavie a rod

Na druhého človeka nazeráme už od jeho narodenia cez naučené obrazy a pohlavie je prvým indikátorom toho, ako sa budeme k danému človeku správať. Rozlišujeme pritom medzi pojmom pohlavie zastrešujúcim biologické rozdiely medzi ženami a mužmi[1] a termínom gender (rodový rozdiel), ktorý zahŕňa sociálne konštruované role, správanie, aktivity a atribúty, ktoré spoločnosť považuje za vhodné pre mužov a ženy.[2] Pohlavie a rod sú dôležitou súčasťou sebaidentifikácie.[3] Charakteristiky biologického pohlavia sa príliš nelíšia v závislosti od kultúry, kým vnímanie gendra sa môže v závislosti od kultúry veľmi líšiť a tiež sa meniť v čase. Kultúrne ponímanie rodu má na jednotlivca výrazný dosah, pretože jedinec internalizuje kultúrne očakávania týkajúce sa gendra, pričom môže pociťovať tlak okolia na to, aby zapadal do predpísaných gendrových rolí. Médiá vrátane digitálnych hier pôsobia ako formatívne prostriedky a komunikujú očakávania týkajúce sa gendra a obrazu rodových rolí, môžu teda ovplyvniť vnímanie (aj sebavnímanie), postoje a správanie hráčov v tomto smere.

[1] Yee, N.: Motivations for Play in Online Games. In *CyberPsychology and Behavior*, 2006, roč. 9, č. 6, s. 218.

[2] BRYCE, J., RUTTER, J, SULLIVAN, C.: 11 Digital games and gender. In BRYCE, J., RUTTER, J. (Eds.): *Understanding digital games*. USA : Sage Publishing, 2006, s. 186.

[3] FARKAŠOVÁ, E., KICZKOVÁ, Z., SZAPUOVÁ, M.: Rodovo diferencovaný pohľad na človeka/spoločnosť. In KOLLÁRIK, T. a kol.: *Sociálna psychológia*. Bratislava : Univerzita Komenského, s. 217.

Charakteristika sexizmu a jeho znaky

Ako problematické vnímame znevažovanie jedného pohlavia na úkor druhého[1], čo je v podstate jednoduchá charakteristika **sexizmu**. Ide o stereotypy, predsudky alebo diskrimináciu jedného pohlavia na úkor druhého.[2] Sexizmus môžeme identifikovať na základe niekoľkých charakteristických znakov: [3] [4]

1. Stereotypizácia

Stereotypné myslenie ako také nie je samo o sebe negatívnym procesom. Naopak, je to jeden zo základných poznávacích procesov, ktorý nám umožňuje na základe klasifikovania povrchných vlastností, znakov a signálov[5] lepšie porozumieť svetu okolo nás. Podľa Jiráka a Köpplovej je stereotyp „sociálna klasifikácia určitých skupín a ich reprezentácia pomocou zjednodušených, neoveriteľných, zovšeobecňujúcich znakov, ktoré výslovne (explicitne) či nepriamo (implicitne) predstavujú súbor hodnôt, súdov a predpokladov týkajúcich sa správania takýchto skupín, ich vlastností, minulosti a vývoja.“[6] Podľa Pravdovej je stereotyp „... sociálna konštrukcia reality, ktorá je spoločensky, kultúrne i osobnostne podmienená a etabluje sa na základe jej sústavného komunikovania v skupine i v celej spoločnosti... Predstavuje zjednodušené pohľady, postoje, hodnotenia či predsudky.“ [7] Médiá bývajú často kritizované za posilňovanie stereotypov. V rámci sociálneho konštruktivismu je potrebné brať do úvahy, že na jednej strane odrážajú sociálnu realitu, na strane druhej ju spoluvytvárajú. Sú tak obrazom danej doby, ale i jej spolutvorcom. Niektorí odborníci nevidia rozdiel medzi predsudkami a stereotypmi. Iní odlišujú predsudky ako tie názory a postoje, ktoré obsahujú nepriaznivý alebo nepriateľský vzťah voči iným, zatiaľ čo stereotypy môžu byť postoje neutrálne alebo dokonca obsahujú priaznivý, pozitívny vzťah.[8]

Schauer[9] rozdeľuje stereotypy na škodlivé a menej škodlivé. Medzi škodlivé zaraďuje stereotypy podľa rasy, pohlavia, sexuálnej orientácie a etnického pôvodu, za menej škodlivé označuje stereotypy založené na štátnej príslušnosti (napr. Taliani ako hluční a Slováci ako pracovití). V digitálnych hrách sa najčastejšie stretávame so stereotypným vnímaním ženy ako sexuálneho objektu/femme fatale, ženy ako obete, ženy v stereotypnej ženskej role (žienka domáca, matka, opatrovateľka), ženy ako hrdinky.[10] Stereotypné zobrazenia v hrách ale neobchádzajú ani mužské postavy, a tak náš hrdina môže vystupovať ako ľahkovážny mladík, zvodca/playboy, profesionál[11] či nešikovný muž. Najčastejšie sú však mužskí protagonisti v hrách prezentovaní ako hypermaskulínni a násilní (napr. Duke Nukem).[12] Môžeme vnímať aj snahy o porušovanie stereotypov. V anglickom jazyku tento termín označujeme za kontrastereotyp (counterstereotype), môžeme hovoriť o antistereotype alebo o nestereotypných prezentáciách, konkrétnejšie narúšanie

gendrových stereotypov môžeme v literatúre nájsť pod skratkou NSGR (non-stereotypical gender role – nestereotypná gendrová rola).

2. **Fragmentácia** ľudského tela. Keď dochádza k fragmentácii ľudského tela, na prezentáciu je vyčlenená iba časť ľudského tela, a to taká, ktorá sa považuje za atraktívnu. Prezentovaný fragment tela je väčšinou sexualizovaný so zámerom prilákať pozornosť. V reklame to býva záber na ženské prsia alebo pozadie, v hrách sa fragmentácia môže vyskytovať vo forme priblížených záberov.

3. **Objektivizácia** je jav, keď prezentujeme človeka ako objekt bez vlastnej vôle, názoru, alebo ako doplnok k produktu či inému človeku. Často sa nezobrazuje ani tvár osoby, čím sa osoba dehumanizuje.

4. **Propagácia násilia voči určitému pohlaviu.** Krajnými prípadmi sú hry zobrazujúce znásilnenie, ako napr. Custer's Revenge[13], Phantasmagoria[14].

5. **Podpora mýtu krásy.** Mýtus krásy je pomenovaný podľa rovnomennej publikácie autorky Naomi Wolf a označuje spoločenský fenomén prezentujúci, že krása objektívne a univerzálne existuje, ženy ju majú chcieť stelesňovať a muži majú chcieť ženy, ktoré ju stelesňujú. V prípade žien sa kladie dôraz na štíhlosť, atraktívnosť a mladosť, u mužov je to najmä atraktívnosť a fyzická zdatnosť.[15] Autorka sa zameriava predovšetkým na kritiku reklamného priemyslu, termín sa ale rozšíril aj do iných mediálnych sfér.

6. **Jazykový sexizmus.** Sexizmus sa netýka nutne iba vizuálnych zobrazení, môže byť výsledkom kontextu alebo voľby jazykových prostriedkov, často vo forme dvojzmyslov.

[1] ĎAĎOVÁ, Z.: *Fighting sexism. 10 let aktivismu za nesexistickou reklamou*. Brno : Nesehnutí, 2018, s.4.

[2] Abrams et al., 2003 In TOMKINS, J. E., LYNCH, T.: The Concerns Surrounding Sexist Content in Digital Games. In FERGUSSON, CH. J. (Ed.): *Video Game Influences on Aggression, Cognition, and Attention*. USA: Springer, 2018, s. 120.

[3] KRŠKOVÁ, M., PÁNIKOVÁ, N.: *Sexistické reklamy na Slovensku alebo čo má spoločné sťahovanie, prášková lakovňa a bankové služby*. Bratislava : Slovenské národné stredisko pre ľudské práva, 2016. s.13.

[4] *O sexistickej reklame*. [online]. [2022-08-01]. Dostupné na: <<https://www.sexistickykix.sk/o-sexistickej-reklame>>.

- [5] SPÁLOVÁ, L., FICHNOVÁ, K.: Diskurz gender stereotypov vytváraných médiami a ich vplyv na deti mladšieho a staršieho školského veku. In *(KO)MÉDIÁ: monografia odborných a vedeckých štúdií*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, 2007, s. 375.
- [6] JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B.: *Média a spoločnosť*. 2. vyd. Praha : Portál, s. 145.
- [7] PRAVDOVÁ, H.: Fenomén zábavy a úloha stereotypov v produkcii a recepcii mediálnej kultúry. In *Communication today*, 2011, roč. 2, č.1, s. 18.
- [8] PRŮCHA, J. WALTEROVÁ, E., MAREŠ, J.: *Pedagogický slovník*. 3. vyd. Praha : Portál, 2001, s. 35-36.
- [9] SCHAUER, F.: *Profiles, probabilities and stereotypes*. USA : Harvard University Press, 2006, s. 6.
- [10] T. L. Diezt In MAGO,Z.: Avatar ako genderizačný faktor vo virtuálnom prostredí digitálnych hier. In *Dot.comm*, 2014, roč. 2, č.1-2, s. 34.
- [11] SRPOVÁ, H. a kol.: *Od informace k reklamě*. Ostrava: Ostravská univerzita, 2007, s. 123.
- [12] Burgess et al., 2007 In TOMKINS, J. E., LYNCH, T.: The Concerns Surrounding Sexist Content in Digital Games. In FERGUSSON, CH. J. (Ed.): *Video Game Influences on Aggression, Cognition, and Attention*. USA : Springer, 2018, s. 120.
- [13] JHM Ltd.: *Custer's Revenge*. [digitálna hra]. USA: American Multiple Industries, 1982.
- [14] Sierra: *Phantasmagoria*. [digitálna hra]. Santa Monica, CA: Activision, 1995.
- [15] WOLF, N.: *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. 352 s.

Najčastejšie stereotypy a prejavy sexizmu v digitálnych hrách

Sexizmus považujeme vo všeobecnosti za už spoločensky prekonanú súčasť digitálnych hier bez výraznejšieho benefitu na hrateľnosť alebo príbeh, samozrejme, s výnimkou erotických titulov, kde je sex a erotika nosným motívom. V nasledujúcej stati si prezentujeme niektoré z podôb sexizmu v starších aj novších herných tituloch:

- Hranie prezentované ako primárne mužská aktivita, marginalizácia ženského hrania, ženy prezentované v hernej komunite ako niečo ojedinelé. Podiel hráčok sa napriek tomu v prieskumoch ukazuje ako takmer rovnocenný k mužským hráčom. Prieskum americkej asociácie pre zábavný priemysel ESA hovorí o 45% zastúpení žien[1], v Ázii sa populácia hráčok pohybuje okolo 40 – 45 %[2], európsky prieskum hovorí o 47 % ženských hráčok. [3] Vo všeobecnosti platí, že počet ženských hráčok je v posledných rokoch na vzostupe. Nesmieme zabúdať, že podiel hráčok (žien) závisí vo veľkej miere od herného žánru (a navyše sa vymedzenie žánrov medzi autormi líši). Dáta z rozsiahleho prieskumu Gamer Motivation Profile (v preklade hráčsky motivačný profil) spoločnosti Quantic Foundry z roku 2016 na súbore 270 000 hráčov ukázali podiel hráčok menej než 10 % v žánroch: MOBA, Grand strategy, FPS, Racing, Tactical shooter, v športových a akčných hrách – action RPG bol podiel hráčok 20 %, západné RPG 26 % a japonské RPG 33 %, Casual puzzle 42 %, Family farm/sim 69 % a Match three 69 %.[4]
- Sexizmus v hrách môže byť čiastočne spôsobený aj nižším zastúpením žien medzi vývojármi hier. Podľa portálu statista.com tvoril celosvetový podiel ženských vývojárov v roku 2021 30 %.[5] Existujú organizácie, ako napríklad Women in Games, ktoré sa usilujú o presadenie žien v tomto odvetví a bojujú s gendrovou diskrimináciou.
- Jediný spôsob progresu postavy v hre je vykonanie aktivity považovanej za prináležiacu k danému pohlaviu, pričom daná aktivita mnohokrát nie je ani veľmi zaujímavá a niekedy je aj mimo kontextu príbehu hry (napríklad ženská postava musí upiecť koláč v Paper Mario [6])[7].
- Kým muži majú na výber viacero podôb avatara, ženy len jednu, väčšinou sexualizovanú verziu.
- Close-ups (zábery zblízka) na prsia (napr. Tomb Rider[8]).
- Hlavný protagonista hry je muž a ak v hre vystupujú ženy, tak v lepšom prípade ako vedľajšie postavy, v horšom prípade ako prostitútky (napr. GTA San Andreas[9]).

- Prezentovanie ženy ako trofeje (napr. v The Witcher[10] hlavný hrdina zbiera karty s vyobrazením žien, s ktorými mal pomer; v Mafia 2[11] hráči zbierajú časopisy Playboy).
- V Saints Row III.[12] je misia, v rámci ktorej protagonista zachráni skupinu prostitútok a potom má možnosť ich buď predať naspäť únoscom, alebo byť ich novým pasákom. V tej istej hre jestvuje alternatíva hrať za ženu alebo muža, ale ak si hráč zvolí ženskú postavu, automaticky hrá ľahšiu úroveň.[13]
- V Postal 2[14] je meno družky hlavnej postavy „Postal Dude´s Bitch“, čo je objektivizujúce, dehumanizujúce a s ohľadom na význam slova „bitch“ (v preklade suka) aj dehonestujúce.
- Problematická prezentácia žien v hrách: jednak sexualizácia a stereotypizácia a jednak poddimenzovanie zastúpenia ženských protagonistiek v hrách. Zo štúdie diverzity postáv, obsahujúcej približne sto hier za posledných päť rokov od 2017 do 2021, zohľadňujúcej pre každý rok iba desať najpredávanejších hier, vyplýva, že z celkového množstva 810 postáv bolo 66,5 % mužských 27,7 % ženských a zvyšných 5,8 % bolo nebinárnych alebo nemalo zdokumentované pohlavie.[15] V obsahovej analýze hier sledovali Beasley a Steadley[16] zobrazovanie žien v 47 náhodne zvolených hrách pre Nintendo 64 a Sony Playstation. Z 597 analyzovaných postáv bolo 437 mužov (71,52 %), len 82 žien (13,74 %) a 88 (14,74 %) s neurčeným pohlavím (mimozemšťania, zvieratá). Navyše ženy mali nižšiu mieru zahalenia oblečením než muži, 41 % ženských postáv malo výrazne vyvinuté prsia. Dalibor Bartoš[17] vykonal komplexný výskum (výlučne) ženských postáv v hrách, pričom vychádzal z niekoľkých rebríčkov top 100 hier. V jeho finálnej analýze dvadsiatich troch herných titulov (uvedených medzi rokmi 1994 – 2018) šesťnásť tvorili hry, kde hlavná postava bola žena, a sedem hry, kde figurovali ženské postavy vo významnej vedľajšej úlohe. Rodové stereotypy v hrách identifikoval v podiele 31 % s hlavnými ženskými protagonistkami a ich výskyt pri vedľajších postavách 58 %, sexualizáciu v 25 % hier s hlavnou ženskou protagonistkou, pri vedľajších postavách bolo 50 % ženských postáv sexualizovaných. Vykonávané násilie voči ženským postavám alebo iniciované postavou bolo identifikované pri 81 % hlavných postáv (s výnimkou 19 % nenásilných hier, ktoré patria do formy nezávislého štýlu financovania), v prípade vedľajšej postavy sa násilie vyskytovalo vo všetkých skúmaných tituloch.

[1] 2021 Essential Facts About the Video Game Industry. [online]. [2022-08-01]. Dostupné na: <<https://www.theesa.com/resource/2021-essential-facts-about-the-video-game-industry/>>.

[2] YOKOI, T.: *Female Gamers Are On The Rise. Can The Gaming Industry Catch Up?*. [online]. [2022-07-25]. Dostupné na: <<https://www.forbes.com/sites/tomokoyokoi/2021/03/04/female-gamers-are-on-the-rise-can-the-gaming-industry-catch-up/?sh=20b3da25f9fe>>.

- [3] 2021 key facts about the European video game sector . [online]. [2022-08-01]. Dostupné na: <<https://www.isfe.eu/data-key-facts/key-facts-about-europe-s-video-games-sector/>>.
- [4] YEE, N.: Beyond 50/50: Breaking Down The Percentage of Female Gamers by Genre. [online]. [2022-07-25]. Dostupné na: <<https://quanticfoundry.com/2017/01/19/female-gamers-by-genre/>>.
- [5] CLEMENT, J.: *Game developer distribution worldwide 2014-2021, by gender*. [online]. [2022-07-25]. Dostupné na: <<https://www.statista.com/statistics/453634/game-developer-gender-distribution-worldwide/>>.
- [6] Intelligent Systems: Paper Mario. [digitálna hra]. Japonsko: Nintendo, 2000.
- [7] SINGH, S.: *15 Sexist Video Game Moments That Made People Extremely Uncomfortable*. [online]. [2022-07-25]. Dostupné na: <<https://www.buzzfeed.com/simrinsingh/sexist-video-game-moments>>.
- [8] Crystal Dynamics: Tomb Rider. [digitálna hra]. Square Enix, Feral Interactive, 2013.
- [9] Rockstar Games: Grand Theft Auto: San Andreas. [digitálna hra]. Rockstar Games, 2005.
- [10] CD Project Red: The Witcher. [digitálna hra]. Poľsko: CD Project, 2007.
- [11] 2K: Mafia 2. [digitálna hra]. Česká Republika: 2K, 2011.
- [12] Volition: Saints Row: The Third. [digitálna hra]. Veľká Británia: Deep Silver, 2011.
- [13] SINGH, S.: *15 Sexist Video Game Moments That Made People Extremely Uncomfortable* . [online]. [2022-07-25]. Dostupné na: <<https://www.buzzfeed.com/simrinsingh/sexist-video-game-moments>>.
- [14] Running with Scissors: Postal 2. [digitálna hra]. West Chester, PA: Whiptail Interactive, 2003.
- [15] LIN, B.: *Diversity in Gaming Report: An Analysis of Diversity in Video Game Characters*. [online]. [2021-11-14]. Dostupné na: <<https://diamondlobby.com/geeky-stuff/diversity-in-gaming>>.
- [16] BEASLEY, B., STANDLEY, T. C.: Shirts vs. Skins: Clothing as an Indicator of Gender Role Stereotyping in Video Games. In *Mass Communication and Society*, 2002, roč. 5, č. 3, s. 286.
- [17] BARTOŠ, D.: *Ženské postavy v digitálnych hrách*. [Diplomová práca]. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2022, s. 64-68.

Vysvetlenie teórie sociálnej kognície

Aj keď to implicitne tušíme, nie je na škodu si na tomto mieste pripomenúť, prečo je sexizmus v hrách (a môžeme to vzťahovať na médiá všeobecne) spoločenským problémom.

Prvým aspektom v pozadí je teória sociálnej kognície, predstavená Leonom Festingerom, ktorá sa veľmi zjednodušene zaoberá tým, že sa učíme jeden od druhého (pozorovaním). Týka sa to presvedčení, noriem, ako aj utvárania predstáv o gendrových rolách, teda toho, aké správanie je prijateľné pre jednotlivé rody, čo je normou. Pritom hodnotíme sami seba, ako do týchto schém zapadáme.^[1] Takisto sa sociálne porovnávanie týka porovnávania aspektov svojho ja s ostatnými, napríklad vzhľadu. Vnímanie gendrových rolí v mediálnych obsahoch pritom závisí aj od roly, ktorú recipient aktuálne zastáva. Slobodný muž zosobňujúci tradičnú maskulínnu rolu bude vnímať podobné zobrazenie v hre inak ako otec na rodičovskej dovolenke.^[2] V tejto súvislosti recipienti médií hodnotia aj sociálnu príťažlivosť, teda to, čo sa považuje v danej spoločnosti za vhodné (v tomto kontexte ako vhodné správanie a vzhľad určitého pohlavia v zmysle gendra). Ak ženy pociťujú, že spoločnosť považuje hranie za mužskú aktivitu nevhodnú pre ženy, môžu pri hraní pociťovať disonanciu (nesúlad), že nezapadajú do svojej sociálnej roly, dôsledkom čoho sa napríklad neprezentujú ako hráčky alebo pri výskume skreslia čas strávený hraním. Úlohu pri vnímaní gendrových rolí zohráva aj ich repetícia, opakovanie gendrových prezentácií v médiách. V konečnom dôsledku teda sexizmus môže viesť k negatívnym presvedčeniam o určitom pohlaví, jednak na strane prijímateľa a jednak na strane určitých skupín či dokonca spoločnosti. V prípade žien takéto presvedčenia môžu viesť k podpore akceptácie tzv. mýtu znásilnenia (v angl. rape myth) ako súboru falošných predpokladov a predstáv o znásilnení, jeho obetiach alebo páchatel'och.^[3] Príkladom takýchto mýtov je názor, že každá žena skryto túži byť znásilnená alebo za znásilnenie môže žena sama tým, že provokuje násilníka svojím správaním alebo oblečením.^[4]

^[1] TOMKINS, J. E., LYNCH, T.: The Concerns Surrounding Sexist Content in Digital Games. In FERGUSSON, CH. J. (Ed.): Video Game Influences on Aggression, Cognition, and Attention. USA : Springer, 2018, s. 122.

^[2] KOSUT, M. *Encyclopedia of Gender in Media*. USA : SAGE Publications, Inc., 2012, s.346.

[3] Burt, 1980 In BECK, V. S et al.: Violence Against Women in Video Games: A Prequel or Sequel to Rape Myth Acceptance? In *Journal of Interpersonal Violence*, 2012, roč. 27, č. 15, s. 3018.

[4] Ibid.

Proteov efekt

Virtuálne prostredie umožňuje vo veľkej miere upravovať našu digitálnu seba prezentáciu. Otázne je, ako naša virtuálna seba prezentácia mení nás. Možno ste postrehli rozdiel v štýle hrania v závislosti od toho, ako vyzerá váš avatar. Existuje efekt, ktorý hovorí o tom, že nielen my vytvárame a meníme našich herných avatarov, ale aj naše správanie sa mení podľa toho, aká je naša digitálna prezentácia. Efekt dostal názov podľa Gréckeho boha Protea, ktorý dokázal meniť svoju podobu na zvieratá, strom či vodu. Opísali ho Nick Yee a Jeremy Bailenson ako jav, keď správanie jedinca v hre zodpovedá jeho/jej digitálnej seba prezentácii bez ohľadu na to, ako jeho (digitálnu prezentáciu) vnímajú ostatní.[1] Proteov efekt hovorí o tom, že stelesnenie herného avatara vedie k zmene sebavnímania (a k následnému správaniu v súlade s touto zmenou). Výskumníkov Foxa a kol.[2] zaujímalo, ako nerealistické a hypersexuálne prezentácie žien v hernom prostredí ovplyvňujú sebavnímanie hráčov. Výskumnému súboru 86 žien (vo veku 18 až 40 rokov) prideliť sexualizovaných a nesexualizovaných avatarov, pričom avatar mal byť tvár účastníčky výskumu, alebo neznámu tvár. Účastníčky so sexualizovaným avatarom si internalizovali vzhľad avatarov a hlásili viac myšlienok zameraných na fyzický vzhľad a vyššiu mieru sexuálnej sebaobjektifikácie (ak žena sama seba vníma len ako sexuálny objekt). Navyše, ak sexualizovaný avatar mal tvár účastníčky výskumu, účastníčka pravdepodobnejšie prejavovala vyššiu mieru tolerance k akceptácii mýtu znásilnenia (akceptácie toho, že za znásilnenie si môže obeť sama napríklad tým, ako je oblečená alebo flirtovaním). Štúdia poukázala na negatívne dôsledky zosobňovania sexualizovaných avatarov, ale odborníci voči jej záverom vzniesli výčitky, lebo ako pri iných výskumoch vo virtuálnom prostredí nemožno jednoducho zistiť, aká je prenositeľnosť zistení do reálneho života účastníčok výskumu.

[1] Yee, N., Bailenson, J. N. The Proteus effect: The effect of transformed self-representation on behavior. In *Human Communication Research*, 2007, roč. 33, č. 3. s. 271.

[2] FOX, J., BAIENSON, J. N., TRICASE, L.: The embodiment of sexualized virtual selves: The Proteus effect and experiences of self-objectification via avatars. In *Computers in Human Behavior*, 29 (2013).s.930.

Otázky, úlohy a doplňujúce čítanie

- 1) *Charakterizujte rozdiely medzi pohlavím a rodom.*
- 2) *Uvedte príklady na jednotlivé ženské stereotypy z konkrétnych herných titulov.*
- 3) *Uvedte príklady na jednotlivé mužské stereotypy z konkrétnych herných titulov.*
- 4) *Naštudujte si rozdiel medzi archetypom a stereotypom.*
- 5) *Vymenujte znaky sexizmu.*
- 6) *Vysvetlite pojem „mýtus krásy“.*
- 7) *Nájdite príklad na fragmentáciu ľudského tela z konkrétneho herného titulu.*
- 8) *Nájdite príklad na objektifikáciu ľudského tela z konkrétneho herného titulu.*
- 9) *S akými podobami sexizmu ste sa osobne stretli počas hrania? Vníмали ste daný prejav ako neškodný alebo škodlivý? Ako ste naň reagovali?*
- 10) *Uvedte postavu digitálnej hry, ktorá zosobňuje kontrastereotypné zobrazenie daného pohlavia.*
- 11) *Charakterizujte Proteov efekt a uvedte na jeho prejavy príklad z konkrétnej hry.*
- 12) *Diskutujte o posune v odvetví digitálnych hier v oblasti sexizmu (v zmysle, či je postupom času v hrách menej alebo viac sexistických prejavov). Môžete sa rozdeliť na hráčov a hráčky.*

Doplňujúce čítanie:

MAGO, Z.: Avatar ako genderizačný faktor vo virtuálnom prostredí digitálnych hier. In *Dot.comm*, 2014, roč. 2, č. 1-2, s. 34.

PRAVDOVÁ, H.: Fenomén zábavy a úloha stereotypov v produkcii a recepcii mediálnej kultúry. In *Communication today*, 2011, roč. 2, č. 1, s. 18. ISSN 1338-130X.

YEE, N.: *The Proteus Paradox: How Online Games and Virtual Worlds Change Us And How They Don't*. USA : Yale University Press, 2014.