

Prikaz ženskih likova u video igrama

Sabol, Mihaela

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Organization and Informatics / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:211:352931>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Unported](#) / [Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-06-30**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Organization and Informatics - Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
VARAŽDIN**

Mihaela Sabol

**Prikaz ženskih likova u video igrama
ZAVRŠNI RAD**

Varaždin, 2023.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE

V A R A Ž D I N

Mihaela Sabol

Matični broj: 161449134

Studij: Primjena informacijske tehnologije u poslovanju

PRIKAZ ŽENSKIH LIKOVA U VIDEO IGRAMA

ZAVRŠNI RAD

Mentorica:

Antonela Čižmešija, mag. inf.

Varaždin, rujan 2023.

Mihaela Sabol

Izjava o izvornosti

Izjavljujem da je moj završni rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristila drugim izvorima osim onima koji su u njemu navedeni. Za izradu rada su korištene etički prikladne i prihvatljive metode i tehnike rada.

Autorica potvrdila prihvaćanjem odredbi u sustavu FOI-radovi

Sažetak

Završni rad obrađuje problematiku prikaza ženskih likova u video igrama s naglaskom na njihovu hiperseksualizaciju. U prvom dijelu rada istražen je povijesni razvoj fenomena ženskog igranja i prikazani su problemi diskriminacije žena u kulturi videoigra. U drugom dijelu rada napravljena je usporedna analiza muških i ženskih likova na primjerima iz najpopularnijih videoigara. Rezultati istraživanja upućuju na to da je većina ženskih likova u videoigrama prikazana uz naglašena ženska obilježja. Na kraju su istaknuti pozitivni primjeri gdje su fizičke i karakterne osobine ženskih likova prikazane na sličan način kao što su uobičajeno prikazani muški likovi.

Ključne riječi: videoigre; žene; hiperseksualizacija ženskih likova; internetsko zlostavljanje; spolne razlike

Sadržaj

1. Uvod	2
2. Razvoj fenomena ženskog igranja video igara	3
2.1. Pregled literature - fenomen ženskog igranja	5
2.1.1. Rodne razlike u igranju.....	5
2.1.2. Internetsko zlostavljanje igračica.....	8
2.1.3. Ženski likovi u video igrama	9
2.2. Diskriminacija žena u kulturi video igara.....	10
2.3. Internetsko zlostavljanje	11
2.4. Zaposlenice u industriji video igara	12
2.5. Ženski likovi u video igrama	14
3. Usporedna analiza muških i ženskih likova u popularnim video igrama.....	16
3.1. League of Legends	16
3.2. Overwatch.....	19
3.3. Mortal Kombat i Street Fighter	21
3.4. World of Warcraft	22
3.5. Legend of Zelda	24
3.6. Super Mario	24
3.7. Resident Evil.....	25
3.8. Pac-Man	26
4. Pozitivni primjeri prikaza ženskih likova u videoigrama	27
4.1. Lara Croft (Tomb Raider)	27
4.2. Aloy (Horizon Zero Dawn).....	28
4.3. Ellie (The Last of Us).....	29
5. Zaključak	30
Popis literature	31
Popis slika.....	35
Popis grafikona.....	37

1. Uvod

Cilj završnog rada je istražiti interes i položaj osoba ženskog spola za igranje video igara, koje se smatra da je tradicionalno popularnije i zastupljenije među muškarcima te povezano sa stereotipnim muškim karakteristikama.

Okosnica teorijskog dijela je pregled literature kojim su obuhvaćeni relevantni znanstveni članci i drugi internetski izvori povezani s temom završnog rada. Rezultati relevantnih znanstvenih istraživanja koji su pronađeni u znanstvenoj bazi *Google Scholar* interpretirani su u kontekstu problema središnjeg koji se rješava završnim radom: prikazom ženskih likova, ali s time bliskim temama: – internetskim zlostavljanjem i zaposlenicama u industriji videoigara.

U praktičnom dijelu rada korištena je metoda studije slučaja kako bi se prikazali ženski likovi u slijedećim video igrama: *League of Legends*, *Overwatch*, *Mortal Kombat*, *Street Fighter*, *World of Warcraft*, *Legend of Zelda*, *Super Mario*, *Resident Evil* i *Pac-man*.

S ciljem analize i interpretacije razlike prikaza fizičkih i karakternih obilježja muških i ženskih likova napravljena je usporedna analiza istih, s posebnim naglaskom na negativnu hiperseksualizaciju određenih karakteristika ženskih likova u poglavlju *Usporedna analiza muških i ženskih likova u popularnim video igrama*.

2. Razvoj fenomena ženskog igranja video igara

U svojim počecima, video igre bile su prvenstveno namijenjene obiteljima. Prva igra *Križić kružić* je osmišljena 1952. godine od strane profesora A.S. Douglasa. Zatim, 1958. godine William Higinbotham je kreirao igru *Tenis za dvoje* (Onion et al, 2017).

Perspektiva se dominantno okrenula 1989. godine kada je izašla igračka konzola *Sega Genesis* s borilačkim igrama kao što je na primjer *Mortal Kombat*. Tada su igrači postali većinom pripadnici muškog roda. Na dalje, računalne igre počele su se sve više reklamirati ciljano muškoj populaciji s pucačkim igricama, kao što su: *Doom* i *Duke Nukem*. Zbog toga, do početka 1990-ih igrači video igara su bili dominantno muškarci (Chess, 2017).

Što se tiče položaja žena, one su tada imale uglavnom sekundarni pristup uređajima za igranje i često su igrale u prisutnosti ili uz odobrenje muškaraca. U većini slučajeva to je sprječavalo igralice da steknu bolje vještine i znanje povezano s igranjem videoigara (Schott i Horell, kao što navodi Westecott 2018).

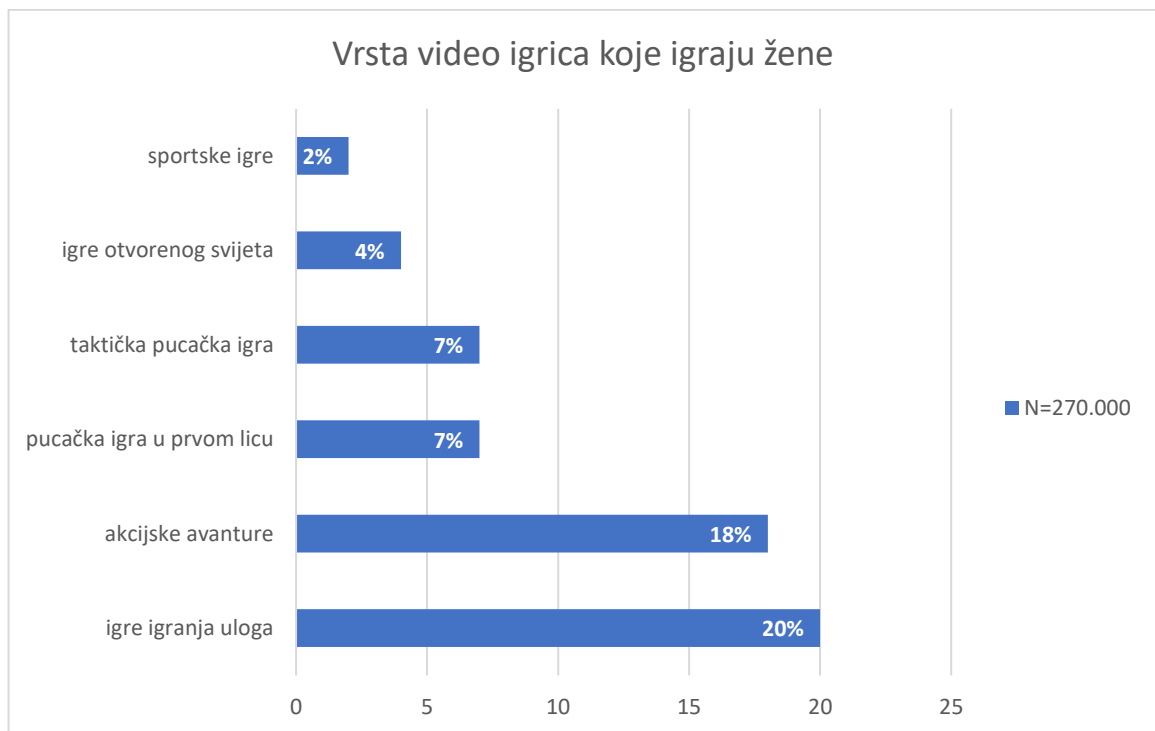
Kasnih 90-ih pojavljuju se videoigre posebno usmjerene na mlade djevojke zbog rezultata istraživanja koji su otkrili da bi to moglo povećati zanimanje žena za karijeru u računalnoj industriji. Nakon toga, slijedio je veći broj videoigara namijenjenih ženama (Chess, 2017).

Primjer takve igre je *Barbie Fashion Designer* iz 1996. godine. Osnovna ideja igre je bila ta da igralice mogu dizajnirati odjeću za Barbie lutke i potom ispisati odjeću na papir kako bi odjenule lutke. Potaknuti velikim uspjehom Barbie igre, drugi programeri videoigara počeli su razvijati igre na slične teme, kao što je npr. šminkanje jer su pretpostavili da to odgovara interesu djevojčica. Dodatno, smatralo se da većina djevojaka ima averziju prema pucačkim igricama, te su zato su zato razvijane igre namijene ženama koje su potpuna suprotnost agresivnoj tematici. Slijedom toga, produbljuju se i stereotipi o prikladnom ženskom ponašanju i interesima u videoigramama (Dakessian, 2021).

Ležerne igre (engl. *casual games*) su vrsta video igara u kojima su žene najzastupljenije te se opisuju kao igre niskog intenziteta. Najpoznatiji primjer igre ove vrste je *Candy Crush*. Takve igre su besplatne za preuzimanje i jednostavne za igranje. S druge strane, intenzivne igre (engl. *hardcore games*) prva su asocijacija većine u kontekstu kulture video igara. *AppLovin* definira intenzivne igre kao one koje zahtijevaju od igrača da uloži puno vremena na učenje kako ih igrati. Igrači intenzivnih igrica teže testirati svoje vještine, steći postignuća i pobjeđivati (Applovin, bez dat).

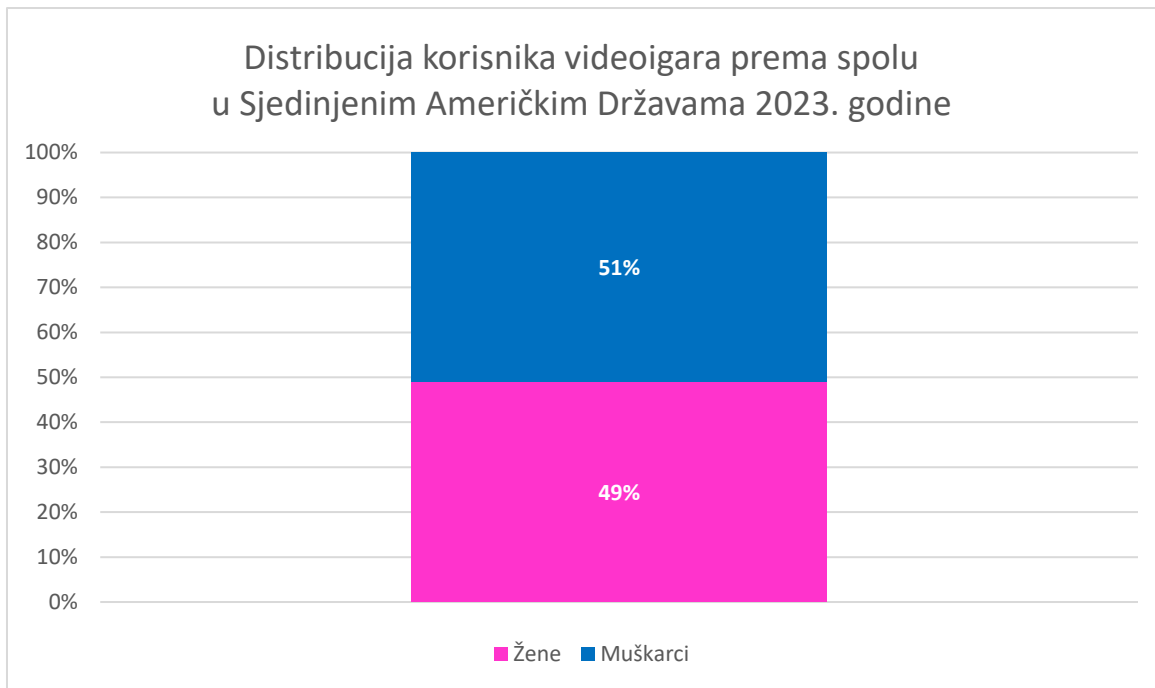
Primjer igre iz kategorije intenzivnih igra je *Call of Duty*. Ove igre zahtijevaju veći napor od strane igrača, a izgradnja vještina potrebnih za napredak smatra se jednim od primarnih rezultata iskustva igre. Takve igre često dolaze s natjecateljskom komponentom. Uvriježeno je mišljenje da igrači ležernih igrica nisu tako dobri kao što su igrači intenzivnih igrica. To mišljenje poprima seksističke konotacije jer su muškarci najviše zastupljeni u intenzivnim igrama, dok s druge strane, žene su zastupljenije u ležernim igrama (Heron et al., 2014).

Bailey et. al (2019) proveli su istraživanje na uzorku od 270.000 igračica, a rezultati istraživanja prikazani su na grafikonu 1. Vrsta koju najmanje igračica igra, točnije samo 2% su sportske igre. Igre otvorenog svijeta igra 4% igračica. Taktičke pucačke igre i pucačke igre u prvom licu igra podjednak postotak igračica - 7%. Akcijske avanture igra 18% igračica. Najviše žena igra igre igranja uloga, čak njih 20% (Bailey et al, 2019).



Grafikon 1: Vrste video igrica koje igraju žene (Izrađeno prema: Bailey et al.)

Trenutačno u Sjedinjenim Američkim Državama (SAD) ima oko 212 milijuna igrača. Gotovo polovica igrača video igrica u SAD-u su žene. Prema istraživanju *Statista* koje je provedeno 2023. godine 49 posto igrača videoigara u Sjedinjenim Državama bile su žene, dok su preostalih 51 posto bili muškarci. Na grafikonu 2 se može vidjeti distribucija korisnika videoigara prema spolu u Sjedinjenim Američkim Državama 2023. godine (Statista, 2023).



Grafikon 2: Distribucija korisnika videoigara prema spolu u SAD-u 2023. godine (Izrađeno prema: Statisa, 2023.)

2.1. Pregled literature - fenomen ženskog igranja

Cilj pregleda literature bio je dati prikaz teorijskih istraživanja o ženskom igranju i položaju žena unutar kultura igranja. U pregledu literature korišteni su relevantni znanstveni članci pronađeni u znanstvenim bazama podataka. Istraživanja su podijeljena u 3 velike skupine: 1) rodne razlike u igranju – navode se razlike u načinu igranja muškaraca i žena, razjašnjavaju se negativni učinci stereotipa prema ženskim igračicama i uspoređuju se sklonosti oba spola prema internetskoj ovisnosti, 2) internetsko zlostavljanje igračica - navode se stvarni primjeri kibernetičke agresije prema ženama i 3) prikaz ženskog lika u video igrama – predstavljena su istraživanja koja za cilj imaju dokazivanje seksualizacije ženskog lika.

2.1.1. Rodne razlike u igranju

Svrha istraživanja koje su provele Veltri i Krasnova 2014. godine je sustavna dokumentacija rodnih razlika u različitim aspektima video igara. Na kraju su došle do zaključka da mnoštvo studija ispituje različite aspekte ponašanja u igrama, ali malo njih navodi razlike u spolu. Dodatno, rezultati provedenih istraživanja se razlikuju (Veltri i Krasnova, 2014).

Veltri i Krasnova identificirale su šest područja u kojima postoje značajne rodne razlike: 1) usvajanje, 2) motivacija, 3) društvena interakcija, 4) samopredstavljanje, 5) vještine i izvedba i 6) igra. Usvajanje se odnosi na to da igrači počinju igrati u različito vrijeme u životu.

Muškarci ranije razvijaju interes za računalne igre, dok žene s druge strane počinju igrati kasnije u životu. Zato su u prosjeku igralice starije od igrača. Muškarci i žene također se razlikuju po vremenu koje provode igrajući i po učestalosti igranja. Istraživanja Chou i Tsai (2007), Hainey et al. (2011) i Chen (2010) prema Veltri i Krasnova (2014) sugeriraju da muškarci igraju češće i znatno dulje od žena. Međutim, nema dosljednosti jer istraživanja Williams et al. (2008) i Kuo et al. (2012) kao što navode Veltri i Krasnova (2014) pokazuju da žene provode više vremena igrajući igrice. Provela su se mnoga istraživanja sa pitanjima što motivira korisnike da igraju online igre. Lucas i Sherry (2004) prema Veltri i Krasnova (2014) identificiraju šest motiva za igranje: natjecanje, izazov, uzbuđenje, fantazija, diverzija i društvena interakcija. Yee (2006) i Hassouneh i Brengman (2014) kao što navode Veltri i Krasnova (2014) došli su do zaključka da je postignuće bitnije muškarcima. Lucas i Sherry (2004) prema Veltri i Krasnova (2014) navode da su muškarci više motivirani za izazov. Istraživanje Choi et al. (2021) prema Veltri i Krasnova (2014) pokazuje da su manipulacija avatarima i kupovina zabavnije aktivnosti ženskim igračicama. Na dalje, Chou i Tsai (2007) prema Veltri i Krasnova (2014) tvrde da je fantazija veći motiv muškarcima. Istraživanja Guadagno et al. (2011), Choi et al. (2012) i Hou (2012) kao što je navedeno u Veltri i Krasnova (2014) dokazuju da su igralice društvenije. Vjerojatnije je da će upoznati ljude dok igraju, uključiti se u grupne aktivnosti u virtualnim okruženjima i više sudjelovati u vršnjačkim raspravama. Rezultati istraživanja Hong i Hwang (2012) prema Veltri i Krasnova (2014) pokazuju da su igralice spremnije na suradnju i više ohrabruju svoje suigrače. Hou (2012) prema Veltri i Krasnova (2014) zaključuje da žene posvećuju više pažnje vizualnom izgledu svojih avatara i češće kupuju odjeću kako bi promijenile izgled. Ducheneaut et al. (2009) kao što navode Veltri i Krasnova spominju da je promjena spola popularnija među muškim igračima. Dokaz tome je statistika Hassouneh i Brengman (2014) kao što navode Veltri i Krasnova (2014) - 10% muškaraca nasuprot 4% žena. Objašnjenje Kuznekoff i Rose (2013) i Lehdonvirta et al. (2012) kao što navode Veltri i Krasnova (2014) je da ženski avatari dobivaju više pažnje u obliku poruka i zahtjeva za prijateljstvo, kao i više pomoći (Veltri i Krasnova, 2014).

Lever (1976) prema Fernandez et al. (2019) ističe da muškarci radije igraju igre u kojima se vještine mogu steći mnogo brže, te da zato žene možda neće razviti iste igrачke vještine kao muškarci. Quaiser-Pohl et al. (2005) prema Fernandez et al. (2019) navode da muškarci igraju više akcijskih igara, dok žene igraju logičke igre ili ih uopće ne igraju. Ferguson i Donnellan (2016) prema Fernandez et al. (2019) predlažu da su igralice pod stresom tijekom igranja ne zbog agresija videoigara, već zbog iritacije igrom koja im ne odgovara. To bi značilo da žene igraju manje od muškaraca zbog ljutnje što videoigre nisu razvijene s ženskom populacijom na umu (Fernandez et al, 2019).

Istraživanje Kaye i Pennington (2016) ima cilj ispitati kako učinak stereotipne prijetnje utječe na izvedbu igračica. U istraživanju je sudjelovalo 81 sudionika koji se identificiraju kao igrači video igara. Većina se izjasnilo da igra u prosjeku od 1 do 5 sati tjedno. Uspješnost igranja mjerena je putem igre koja je dizajnirana specifično za svrhe istraživanja. Cilj igre je bio skupiti što više novčića u dodijeljenom vremenskom roku. Ženama su prije igre istraživači napomenuli negativni stereotip da su muškarci kompetentniji u igrama nego žene. Na kraju su rezultati pokazali da negativna stereotipna percepcija zaista ima izravan učinak na rezultate igračica (Kaye i Pennington, 2016).

Prethodna istraživanja ilustriraju rodni jaz, sugerirajući da muškarci igraju više i bolje od žena. Istraživanje Shen et. al (2016) u Sjedinjenim Američkim Državama i Kini osporava korištenje rodnog jaza. Rezultati pokazuju da žene napreduju jednako brzo kao i muškarci. Zaključuje se da stereotip o igračicama kao inferiornim nije samo lažan, nego i potencijalni uzrok neravnopravnog sudjelovanja žena u igranju. Među ispitanicima bilo je 18% žena i 82% muškaraca. U jednotjednom istraživanju, 9483 igrača bilo je aktivno na poslužitelju. Pokazano je da su muškarci (medijan: 33,71) mlađi od žena (medijan: 35,75), što je u skladu s ranijim studijama. I muškarci i žene bili su aktivni igrači. Muškarci su u prosjeku imali ukupno 712,55 sati igranja, dok su žene igrale 681,74 sati. Na kraju su zaključili da razlika u vještinama nije bila značajna (Shen et. al, 2016).

Shaw i Black (2008) prema Su et al. (2019) navode da ovisnost o internetu karakterizira pretjerana ili loše kontrolirana ponašanja u vezi s korištenjem interneta koji mogu dovesti do problema. Cheng et al.(2018) prema Su et al.(2019) smatra da je ovisnost o internetu povezana sa suicidalnošću i depresijom. Unatoč rastućoj ženskoj populaciji igrača, gotovo sva istraživanja o ovisnosti o igricama usmjerena su na muške igrače. Anderson et al. (2017) i Liang et al. (2016) kao što navode Su et al. (2019) definiraju ovisnost o internetu kao klinički relevantan fenomen koji može utjecati na oba spola Cheng et al (2018) kao što navode Su et al.(2019), u analizi 31 zemlje procijenili su globalni utjecaj internetske ovisnosti na 6,0%. Unatoč istraživanjima Mei et al. (2016) i Tsitsika et al. (2014) koja sugeriraju da su muškarci skloniji utjecaju, kao što navode Su et al. (2019), malo se zna o razlikama vezanim uz spol na globalnoj razini. Tuchman (2010) prema Su et al. (2019) objašnjava da razlike vezane uz spol postoje u većini ovisničkih ponašanja. Minutillo et al. (2016), kao što navode Su et al (2019) potvrđuje da rezultati iz različitih područja ovisnosti također pokazuju očitu nejednakost vezanu uz spol, pri čemu su žene manje sklone ovisnom ponašanju. No, međutim u istraživanju Sun et al. (2012), kao što navode Su et al. (2019) postoje neki suprotni podaci. U unakrsnome kulturnom istraživanju, u Kini su muškarci imali više procjene (muškarci 15,7% u odnosu na žene 5,8%), dok su žene u SAD-u bile sklonije internetskoj ovisnosti nego muškarci (muškarci 7,3% u odnosu na žene 9,7%). Također, u istraživanju Aylaz et al. (2015) prema Su et al.

(2019) turske srednjoškolke imale su značajno više rezultate nego muškarci. Kuss et al. (2014) prema Su et al. (2019) navode da je moguće da postoji neusklađenost između rezultata istraživanja zbog neke nedosljednosti u neistraženim kulturnim razlikama. Mann (2005) prema Su et al. (2019) razmatra dostupnost kao važnu odrednicu ponašanja ovisnosti. International Telecommunication Union (2016) prema Su et al. (2019) navodi da je stopa korištenja interneta veća za muškarce nego za žene u gotovo svim regijama svijeta. Rodni jaz najveći je u Africi (23%), a najmanji u Americi (2%). Antonio et al. (2014) prema Su et al. (2019) navodi da postotak žena koje koriste internet zaostaje za postotkom muškaraca koji koriste internet u zemljama u razvoju u svim dobnim skupinama. Hipoteza o dostupnosti interneta ispituje da u zemljama u kojima je relativno lakši i pristupačniji pristup internetu, biti će veće tendencije internetske ovisnosti (Su et al., 2019).

2.1.2. Internetsko zlostavljanje igračica

Istraživanje World Wide Web Foundation (2020) prema (Jagayat i Choma, 2021) navodi da otprilike 52% mladih žena doživljava sljedeće oblike kibernetičke agresije: prima prijeteće poruke, dijeljenje privatnih fotografija bez pristanka ili seksualno uznemiravanje na internetu. Kibernetička agresija može imati mnoge oblike, a najpoznatiji je i najbolje istražen internetsko zlostavljanje. Prema Jagayat i Choma (2021), istraživanja Anderson (2018) i Kowalski et al. (2014) pokazuju da nema rodni razlika u internetskom zlostavljanju, dok istraživanja Sourander et al. (2010), Guo (2016), Li (2007), Olweus i Limber (2010) i Sest i March (2017) sugeriraju da su muškarci u većoj mjeri zlostavljali i žene češće meta. Ujedinjeni Narodi (bez dat.) kao što navode Jagayat i Choma (2021) predstavljaju šest domena internetskog zlostavljanja protiv žena i djevojaka: 1) hakiranje (neovlašteni pristup resursima u pokušaju da se stječu, manipuliraju ili zlonamjerno koriste osobni podaci), 2) nadzor i praćenje (uhodjenja i praćenje bez pristanka), 3) lažno predstavljanje, 4) uznemiravanje (ponovljeni pokušaji kontaktiranja bez pristanka), 5) vrbovanje (navođenje u kompromitirajuće situacije) i 6) zlonamjerna distribucija (neželjena distribucija privatnih podataka s namjerom nanošenja štete). Jagayat i Choma (2021) navode istraživanja Gray et al. (2017), Burgess et al. (2007), Downs i Smith (2010), Duggan (2014), Ivory (2006) i Lien (2013) koja imaju za zaključak da su zajednice video igara preuzele i normalizirale fenomene tradicionalnih patrijarhalnih društava, te da nasljeđuju dugu povijest nerazmjernog tretmana i zastupljenost Problem reprezentacije igračica mogao bi se riješiti povećanjem uključivanja žena i normaliziranje njihove prisutnosti unutar igara (Jagayat i Choma, 2021).

Ruvalcaba et al. (2018) navode da unatoč sve većoj popularnosti profesionalnog igranja igara, slaba je zastupljenost igračica. Istraživanje se usredotočuje na iskustva igračica i navode se negativne povratne informacije i seksualno uznemiravanje u prostoru

profesionalnog igranja igara kojim dominiraju muškarci. Spolne razlike analizirane su kroz promatranje stvarnog igranja. Istraživanje se usredotočilo na vrste komentara gledatelja usmjerenih prema igračicama i igračima na Twitchu (popularna stranica za internetski prijenos). Rezultati istraživanja upućuju na višu prisutnost seksualnog uznemiravanja kod žena u usporedbi s muškarcima (Ruvalcaba et al., 2018).

2.1.3. Ženski likovi u video igrama

Lynch et al. (2016) analizirali su igre izdane između 1983. i 2014. godine (n = 571). Najmanji broj seksualiziranih likova sadržavale su igre objavljene od 1983. do 1990. godine. Ova činjenica ne iznenađuje s obzirom na jednostavne grafičke mogućnosti ranih video igara. Vrhunac seksualizacije je bio 1990-ih. Od tada se seksualizacija smanjuje. Na kraju istraživanja su zaključili da borilačke igre, koje većinom igraju muškarci, imaju više seksualiziranih likova. S druge strane, igre igranje uloga, koje većinom igraju žene imaju manje seksualiziranih likova. Također, unatoč povećanju broja igara koje sadrže ženske likove, još uvijek se ženski likovi prikazuju u sekundarnim ulogama (Lynch et al, 2016).

Haigh (2010) prema Lynch et al. (2016) navodi da je računalna industrija u početku zapošljavala žene na poslovima s ograničenim tehničkim vještinama i nižim plaćama u usporedbi s muškim kolegama. Rodna diskriminacija je poticala jaz u tehnološkim područjima. Izvješća sugeriraju da su 1989. godine ženski programeri predstavljali samo 3% radne snage Cassell (2002) kako je navedeno u Lynch et al. (2016) ističe da društvo dječake predočava kao da posjeduju intuitivne sposobnosti i sklonosti prema računalima, dok se smatra da djevojke moraju naporno raditi kako bi svladale vještine potrebne za korištenje računalima. Ova razlika traje i u odrasloj dobi i direktno obeshrabruje bavljenje žena tehnologijom. To proizvodi ciklus u kojem "djevojke koje ne igraju postaju žene koje ne koriste računalnu tehnologiju i ne žele razvijati igre". Jedna komponenta ovog ciklusa je prikaz seksualiziranih ženskih likova i njegov učinak na percepciju žena o video igrama. Dokazi pokazuju da seksualizirani prikazi ženskih likova u videoigrama mogu obeshrabriti žene od igranja. Hartmann i Klimmt (2006) kako je navedeno u Lynch (2016) otkrili su da igračice biraju igre koje sadrže neseksualizirane ženske likove. Žene izražavaju nesklonost video igrama zbog sadržaja koji je, čini se, namijenjen muškarcima. Također, žene mogu prikazivanje ženskih likova kao seksualne objekte smatrati ponižavajućim. Braun i Giroux, (1989) prema Lynch (2016) naglašavaju da se 1980-ih samo mali broj ženskih likova pojavio u video igrama i ti likovi su primarno bili u rodno stereotipnim ulogama. Nadalje, Dietz (1998) prema Lynch (2016) izvještava da unatoč porastu proizvodnje videoigara tijekom ranih 1990-ih, ženski likovi su ostali nedovoljno zastupljeni i seksualno objektivizirani. U analizi 60 najprodavanijih igara iz 2003., Downs i Smith (2010) prema Lynch (2016) zaključili su da, u usporedbi s muškim

likovima, ženski likovi su bili djelomično goli i neprikladno odjeveni. Jansz i Martis (2007) prema Lynch (2016) primijetili su da je većina ženskih likova imala istaknute grudi, naglašenu zadnjicu, te izazovnu odjeću. Glick i Fiske (2001) kao što navodi Lynch (2016) primijetili su da su ženski likovi u videoigrama često oskudno odjeveni, ali nisu nužno nesposobne ili podređene svojim muškarcima. U skladu s time, definiraju dvije štetne problematike: „dobronamjerni seksizam“, koji proizlazi iz predodžbe o ženama kao delikatnim ili krhkim i „neprijateljski seksizam“, koji proizlazi iz predodžbi žena koje žele kontrolirati muškarce. Jansz i Matis (2007) prema Lynch (2016) ustvrdili su da video igre često predstavljaju likove, čak i ako su seksualizirani, kao sposobne. Ovaj fenomen su nazvali „Lara fenomen“ prema legendarnoj *Tomb Raider* junakinji Lari Croft. Nadalje, Schleiner (2001) prema Lynch (2016) primijetio je da iako je Lara grafički dizajnirana za muškarce, prema karakteru Croft je „visoko obrazovana i pustolovna, vješta u borbenoj tehnici, kao i u rješavanju zagonetki“. Stoga videoigre mogu imati jake i sposobne, ali seksualizirane ženske likove (Lynch, 2016).

Grogan (2007) kako je navedeno u Martins et al. (2009) tvrdi da se nezadovoljstvo izgledom tijela među adolescenticama i ženama smatra toliko uobičajenim da je to normalna komponenta života u zapadnom društvu. To potvrđuje Thompson (2004), također prema Martins et al. (2009), s dokazima da su od 40% do 60% adolescentica i žena nezadovoljne nekima aspekta njihovog izgleda. Činjenica je da mediji igraju važnu ulogu kod mladih. Igrice su česti medij i također, mogu promovirati nerealan ideal. Svrha istraživanja Martins et al., 2009. godine bila je ispitivanje ženskog tijela u video igrama i usporediti ga sa stvarnim ženama. Rezultati su pokazali da se veličina struka likova iz videoigara kretala od 87,50 do 92,50 centimetara, čime je dokazano da ženski likovi u igrama imaju manju veličinu struka od prosječnih žena u stvarnom životu (Martins et al., 2009).

2.2. Diskriminacija žena u kulturi video igara

U ovome poglavlju fokus je na diskriminaciji žena u kulturi video igara u sljedeća tri područja - (1) internetsko zlostavljanje igračica, (2) zaposlenim ženama u industriji videoigara i (3) prikazu ženskih likova u videoigrama. Prvo u potpoglavlju 3.1, definiran je pojam internetskog zlostavljanja, dani su primjeri za njega i objašnjeni su načini kako mu se žene suprotstavljaju. Zatim, u potpoglavlju 3.2 prikazan je omjer spolova u industriji igara, uspoređene su plaće muškog i ženskog zaposlenika i prikazan je rast ženskih zaposlenika kroz godine na konkretnom primjeru. Na poslijetku, u potpoglavlju 3.3 prikazan je teorijski pregled ženskih likova u videoigrama.

2.3. Internetsko zlostavljanje

Prema *Merriam-Webster* rječniku, internetsko zlostavljanje je „elektroničko objavljivanje zlobnih poruka o osobi koje se često obavlja anonimno“ (Merriam-Webster, bez dat).

Thomas i Devi definiraju internetsko zlostavljanje kao „namjerno, agresivno i ponavljano djelovanje prema nekome tko se ne može obraniti, a koje se provodi korištenjem tehnologije.“ Za razliku od tradicionalnog zlostavljanja, elektroničko zlostavljanje često je anonimno, što dodatno stvara neravnotežu moći i otežava žrtvama da se brane (Thomas i Devi, bez dat).

Centar za istraživanje internetskog zlostavljanja (engl. *Cyberbullying Research Center*) određuje elemente internetskog zlostavljanja:

- namjerno: ponašanje mora biti namjerno, ne slučajno.
- ponavljanje: ponavlja se zlostavljanje, nije samo jedan izolirani incident.
- šteta: mora biti nanesena šteta.
- računalo i drugi elektronički uređaji: razlikuje internetsko zlostavljanje od običnog.

Rezultati istraživanja *Centra za istraživanje internetskog zlostavljanja* iz 2021. godine pokazali su da su 45,5% tinejdžera tijekom života bili zlostavljeni preko interneta. Istraživanje je provedeno na reprezentativnom uzorku od približno 2500 srednjoškolaca u SAD-u (Cyberbullying Research Center, bez dat).

U Republici Hrvatskoj *Hrabri telefon* identificira sljedeće primjere zlostavljanja na internetu širenje uvredljivih komentara, nedopušteno objavljivanje nećijih fotografija, otvaranje lažnih profila, krađa lozinke, uhođenje i uznemiravanje i kreiranje uvredljivih sadržaja na internetu (Hrabri telefon, bez dat).

Unicef stavlja posljedice internetskog zlostavljanja u tri skupine: mentalne: osjećaj uzrujanosti i ljutnje, emocionalne: sram i gubitak interesa i fizičke: umor, nesanica, bol u truhu, glavobolje (Unicef, bez dat). Dodatno, istraživanje iz 2010. na 2000 učenika srednjih škola pokazalo je jasnu povezanost između zlostavljanja na internetu i nižeg samopoštovanja (Patchin, Hinduja, 2010).

Žene igralice videoigara često su žrtve internetskog zlostavljanja. Prema istraživanju koju su proveli *Reach3 Insights* i *Lenovo* 2021. godine, 77% žena odgovorilo je da se suočavaju s barem nekom vrstom frustracije pri igranju zbog svog spola. Osim toga, 44%

igračica primilo je neželjene upite o vezi tijekom igranja. Istraživanje je uključilo 900 žena diljem Kine, Njemačke i Sjedinjenih Država, prikupljajući kvantitativne i kvalitativne podatke kako bi se steklo dublje razumijevanje iskustva žena igračica (Reach3 Insights, 2021).

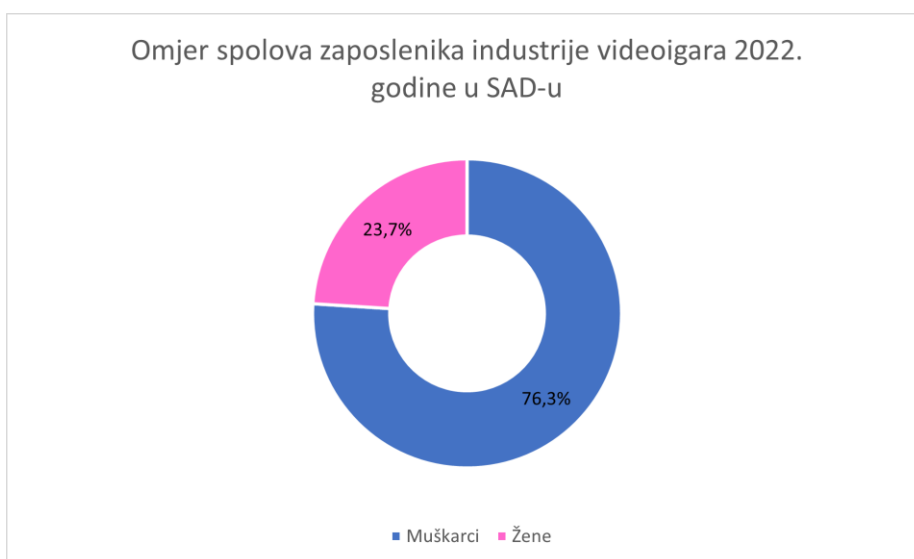
Općenito, neki od primjera strategije koje žene primjenjuju za suprotstavljanje uznemiravanju na internetu su: igranje izvan mreže, blokiranje igrača, potreba za dokazivanjem unutar igre, promijeniti spol avatara. (Chess, 2017).

Žene često koriste muške avatare kako bi sakrile svoj spol da bi se zaštitile od nasilnika. Prema istraživanju *Reach 3 Insights*, 59 posto ispitanih žena izbjegava ženski identitet kada igra igrice na internetu kako bi izbjegle sukobe. Alternativno, muškarci također mogu promijeniti spol, ali to rade zbog drugačijih razloga. Oni to koriste kako bi dobili pomoć od drugih igrača u igri. To ojačava stereotip da su igračice manje vješte i da traže povlašteni tretman (Chess, 2017).

2.4. Zaposlenice u industriji video igara

Poznata je činjenica da u informatičkoj industriji dominantno su zaposleni muškarci, dok je manji broj žena. Prema istraživanju tvrtke *Deloitte* iz 2021. godine omjer muškaraca i žena je 3:1 (Hupfer, et al, 2021.)

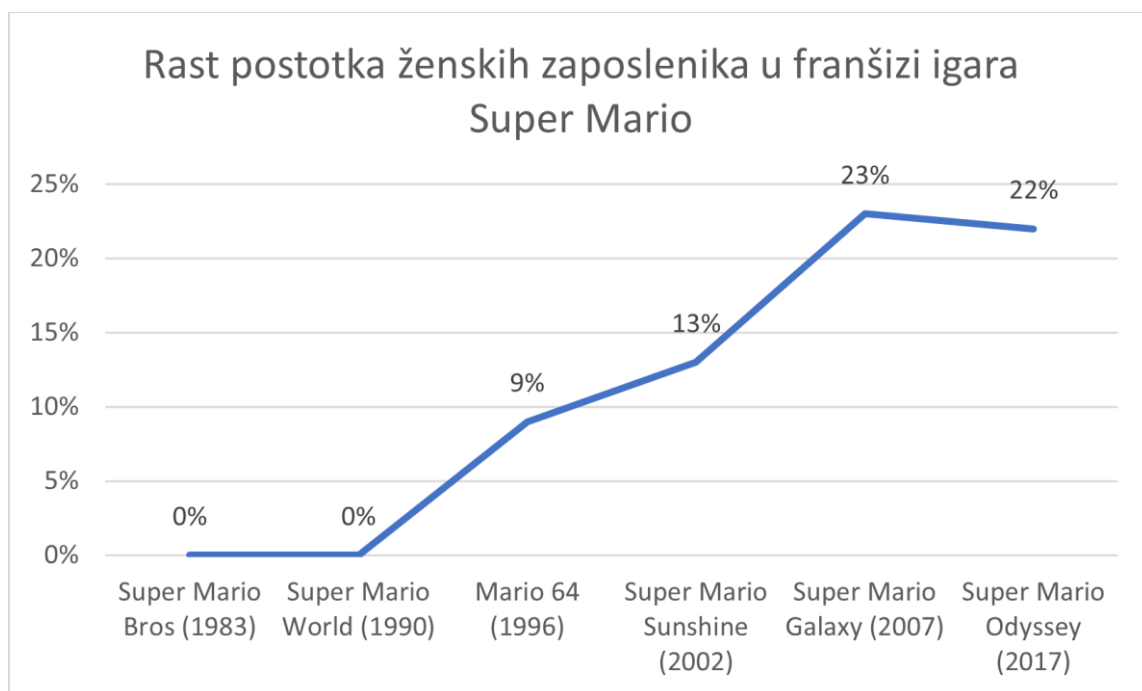
Taj jaz se odrazio i na industriju videoigara. Istraživanje koje je provela 2022. godine tvrtka *Zippia* u Sjedinjenim Američkim Državama pokazalo je da su 76,3 posto radnika bili muškarci, dok s druge strane samo 23,7 posto žene, što znači da žene predstavljaju manje od četvrtine zaposlenika (Zippia, 2022.)



Grafikon 3: Omjer spolova zaposlenika industrije videoigara 2022. godine u SAD-u (Izrađeno prema: Zippia, 2022).

Žene čine oko 20% zaposlenika u Riot Gamesu. Unutar Riotovog menadžment tima 21 od 23 uloge zauzimaju muškarci. Bitno je za napomenuti da su problemi rodne diskriminacije doveli do kolektivne tužbe protiv Riot Gamesa od strane zaposlenika (Bailey et al., 2019). Također, žene zarađuju manje u industriji. U tvrtki *Rockstar*, koja je poznata po igri „Grand Theft Auto“, baza podataka o razlikama u plaćama među spolovima otkrila je da tamo zaposlene žene u prosjeku zarađuju 36% primanja muškaraca (Bailey et al., 2019). Prema istraživanju tvrtke *Zippia* 2022. godine u Sjedinjenim Američkim Državama na zanimanju programera igara muškarci zarade \$91,282, dok s druge strane žene \$86,020. Što znači da žene zarađuju 94 centi za svaki dolar koji zarade muškarci (Zippia, 2022). Također, žene u tim ulogama dale su otkaz u većem broju nego muškarci jer su pronašle manje prilika za obuku i razvoj, dobile su manju potporu od menadžera i nisu dobile dovoljno podrške za usklađivanje posla s drugim odgovornostima (Bailey et al., 2019).

U grafikonu 4 kao pozitivan primjer, prikazan je rast postotka ženskih zaposlenika u igrama *Super Mario*. Franšiza *Super Mario* u prvoj igri *Super Mario Bros* (1983.) od ukupno 10 zaposlenika nema niti jedan ženskog spola. Također, u drugoj igri u serijalu *Super Mario World* (1990.) od 16 zaposlenika niti jedan nije bio žena. U igri *Mario 64* (1996.) od 44 zaposlenika 4 su bile žene. Na igri *Super Mario Sunshine* (2002.) od 70 zaposlenika radilo je njih 9 ženskog spola. *Super Mario Galaxy*(2007.) zapošljavao je 121 zaposlenika, od kojih su 28 žene. Na zadnjoj igri u serijalu, *Super Mario Odyssey* (2017.) bilo je zaposleno 205 zaposlenika, od kojih su 46 žene (Bailey et al., 2019).



Grafikon 4: Rast postotka ženskih zaposlenika u franšizi igara Super Mario (Izrađeno prema: Bailey et al.).

2.5. Ženski likovi u video igrama

Prva igra koja je imala glavnog lika bila je *Pac-man* 1980. godine, a taj je lik bio muškog spola. 1982. godine predstavljena je njegova ženska vezija, *Ms Pac-Man*. Zatim, 1983. godine s početkom franšize *Super Mario*, prezentiran je lik princeze Peach. Igrači su mogli igrati u ulozi lika Marija i cilj igre je bio spasiti princezu Peach na kraju. *Meteoroid*, razvijen od strane Nintendo 1986. godine je bila prva igra koja je imala ženski lik u čijoj ulozi se moglo igrati. Do tada nije bilo moguće igrati u ulozi ženskog lika. Ženski lik Samus Aran je tijekom cijele igre odjeven u svemirsko odijelo i svi su igrači mislili da je ona muški lik, dok se na kraju igre nije pojavila u bikiniju (Medium, 2019).

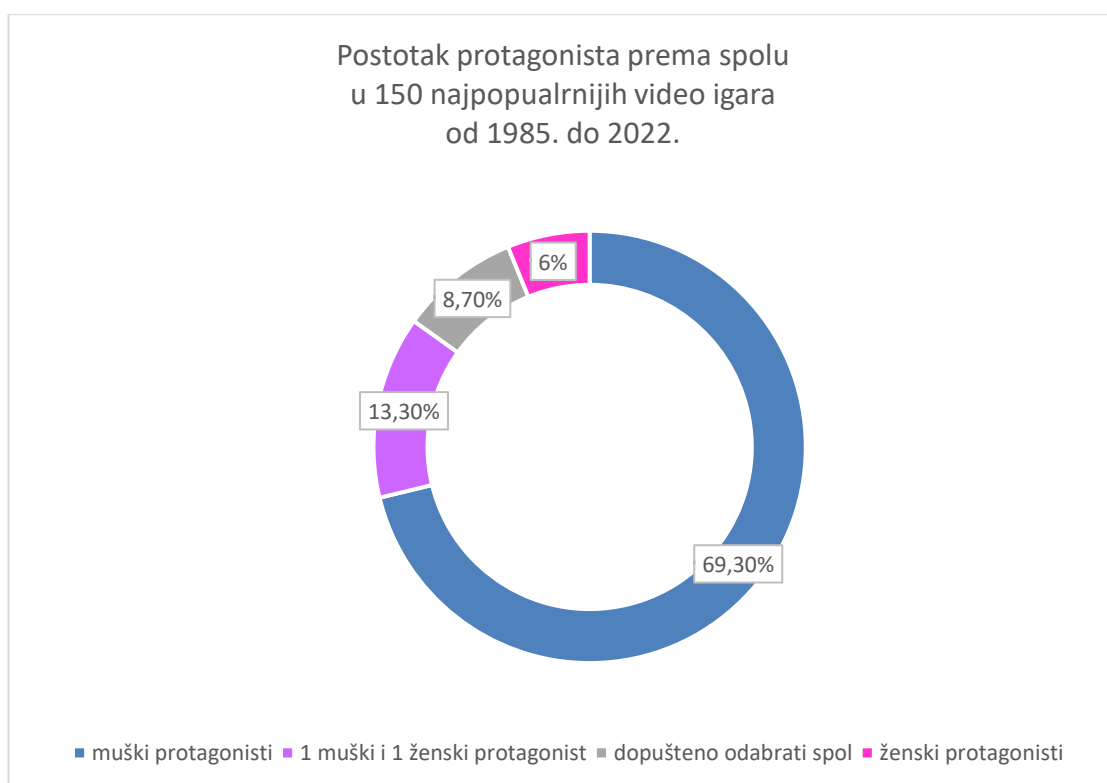


Slika 1: Samus Aran (Medium, 2019).

U igrama igranja uloga ženski likovi imali su ulogu pomoćnika, dok su glavni likovi bili muškarci. Kada je *Tomb Raider* objavljen 1996., Lara je postala jedan od najvažnijih ženskih likova u povijesti video igara. Iako je njezin fizički dizajn seksualiziran, ona nije pomoćnica ili princeza, nego protagonistica identično kao i muški likovi (Medium, 2019).

Istraživanje *Downs i Swith* iz 2010. je ispitalo seksualnost muških i ženskih likova u top 20 video igrica te godine. Zaključak je da je znatno veći udio muških likova (86%, N=419) nego ženskih likova (14%, N=70). Također, veći udio ženskih likova (41%) nego muških likova (11%) prikazanih je u oskudnijoj odjeći koja otkriva dijelove tijela. Rezultati ukazuju na izrazite razlike u načinu na koji su muškarci i žene tj. njihovi likovi prikazani u video igrama. Ne samo da su žene nedovoljno zastupljene, nego i kada su prikazani su često u seksualizirane (Downs i Smith, 2010).

2022. godine igrački portal *Solitaired* proveo je istraživanje prema čijim rezultatima 150 popularnih video igara objavljenih između 1985. i 2022., samo 6% njih ima ženske protagoniste. Istraživači su izabrali 150 videoigara s najvećom ocjenom na *IMDB*-u, a zatim su utvrdili imaju li odabrane igre ženskog protagonista. Rezultati su pokazali da 69,3% igara ima muškog protagonista, 13,3% igara sadržavalo je jednog muškog i jednog ženskog protagonista, 8,7% igara dopuštalo je igračima da odaberu spol svog lika, a samo 6% sadržavalo je ženskog protagonista. Ukupno, devet od 150 najboljih video igara na *IMDB*-u sadržavalo je samostalne ženske protagoniste. Te igre su: *Portal*, *Portal 2*, *Beyond: Two Souls*, *Tomb Raider*, *Life is Strange*, *Rise of the Tomb Raider*, *The Walking Dead: Season Two*, *Horizon Zero Dawn* i *Star Wars Battlefront 2* (Cooper, 2022.)



Grafikon 5: Postotak protagonista prema spolu u 150 najpopularnijih video igara od 1985. do 2022. (Izrađeno prema: *Solitaired*, 2022).

3. Usporedna analiza muških i ženskih likova u popularnim video igrama

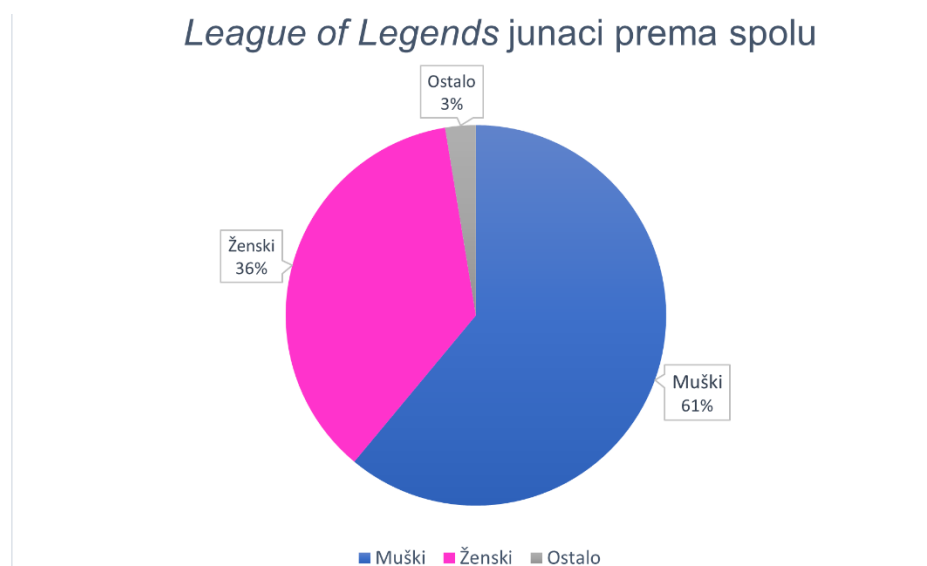
Četvrto poglavlje je realizirano putem metode studije slučaja. „Studija slučaja je kvalitativna metoda kojom se proučava određeni slučaj“ (Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, bez dat).

U slučaju završnog rada, napravljena je analiza sekundarnih podataka: statistika iz web stranica i postojeće analize iz znanstvenih radova. Fokus je na usporednoj analizi muških i ženskih likova u popularnim video igrama. Odabrana je metoda usporedne analize kako bi se paralelno prikazale razlike u izgledu i karakteru između likova suprotnog spola u identičnoj video igri putem više primjera, odnosno slučajeva.

3.1. League of Legends

League of Legends je timska strateška igra koju razvija *Riot Games*. Premisa igre je ta se dva tima od pet junaka (engl. „*champion*“) bore kako bi uništili bazu onog drugog. Tri su glavne rute na bojnopolju: gornja staza, srednja staza i donja staza. Šest je uloga dodijeljenih svim likovima: „*ubojica*“, „*borac*“, „*čarobnjak*“, „*strijelac*“, „*podrška*“ i „*tenk*“. Na gornjoj stazi se bore „*ubojice*“, na srednjoj „*čarobnjaci*“, dok na „*donjoj*“ „*podrška*“ i „*tenkovi*“ (*League of Legends*, bez dat).

U igri igrač može odabrati između 150 likova. Čak 94 (61,04%) junaka čine muškarci, dok su samo 56 (36,36%) žene. To znači da ženski likovi čine samo 3/5 muških likova (Leo, 2021).



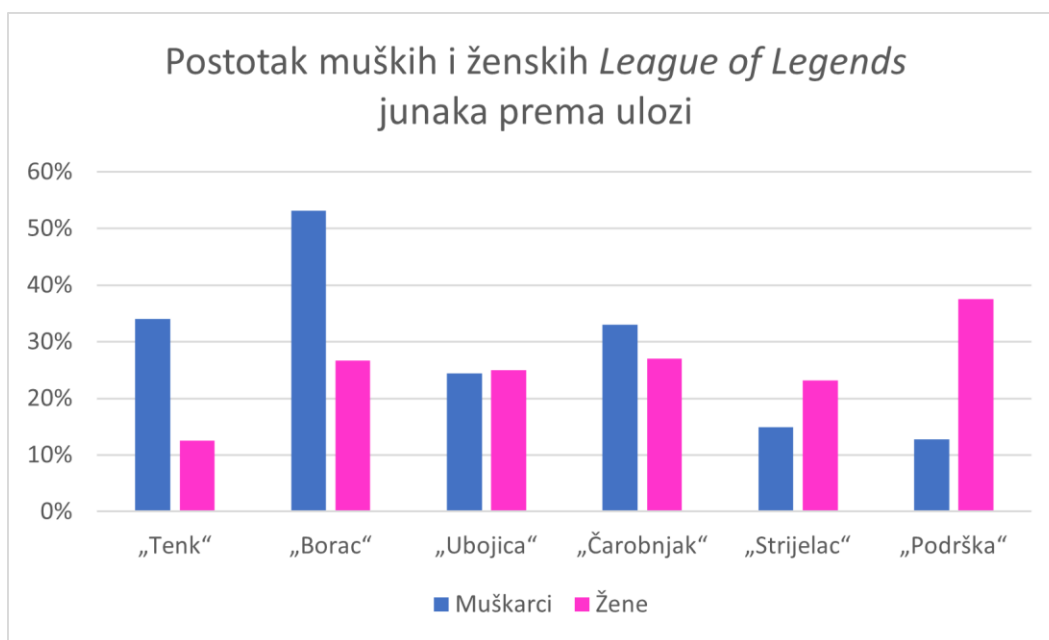
Grafikon 6: Postotak likova prema spolu (Izrađeno prema: Leo, 2021).

Jedina uloga u kojoj je jednak postotak muškaraca i žena je „*ubojica*“. „*Ubojicama*“ nedostaje otpornosti, ali oni to nadoknađuju svojom brzinom. Posebno su učinkoviti protiv „*čarobnjaka*“ i „*strijelaca*“. Ukupno je 23 muških „*ubojica*“ (24,47% svih muških prvaka). Ukupno ženskih „*ubojica*“ ima 14 (25,00% svih ženskih prvakinja).

Uloge u kojima dominiraju muškarci su „*borac*“ i „*tenk*“. „*Borci*“ zadaju puno štete, ali također tako mogu i podnijeti mnogo štete. Cilj „*tenkova*“ nije ubijanje protivnika, nego ometanje neprijatelja tako da preusmjere fokus na sebe. Ukupno muških „*boraca*“ ima 50 (53,19% svih muških prvaka); Ukupno „*borkinja*“ je 15 (26,79% svih prvakinja). Ukupno muških „*tenkova*“ ima 34 (36,17% svih muških prvaka), dok ukupno ženskih „*tenkova*“ 7 (12,50% svih ženskih prvaka).

Uloge u kojima dominiraju žene su „*čarobnjak*“, „*strijelac*“ i, naravno, „*podrška*“. „*Čarobnjaci*“ imaju veliki domet i mogu ubiti neprijatelja iz daljine, isto kao i „*strijelci*“. Cilj „*podrške*“ je pomoći suigračima. Ukupno muških „*čarobnjaka*“ ima 31 (32,98% svih muških prvaka); Ukupno ženskih „*čarobnjaka*“ ima 15 (26,79% svih ženskih prvakinja). Ukupno muških „*strijelaca*“ ima 14 (14,89% svih muških prvaka); Ukupno „*streljačica*“ 13 (23,21% svih prvakinja). Ukupna muška „*podrška*“ se sastoji od 12 (12,77% svih muških prvaka); Ukupna „*podrška*“ žena čini 21 (37,50% svih prvakinja)

(Leo, 2021).

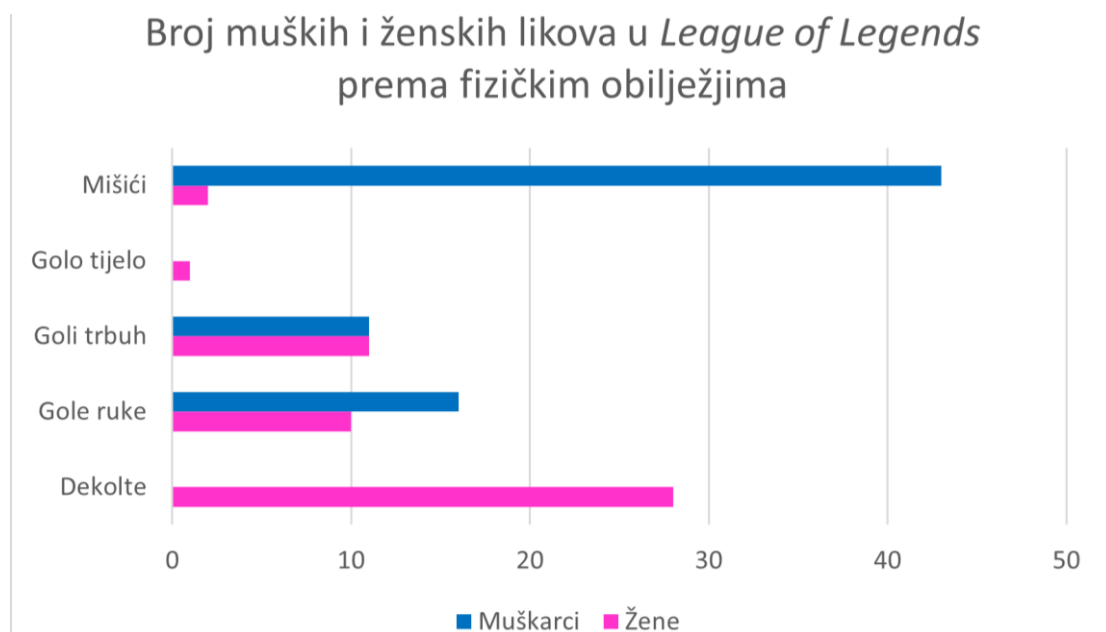


Grafikon 7: Postotak muških i ženskih *League of Legends* junaka prema spolu (Izrađeno prema: Leo, 2021).

Iz rezultata grafikona 7 možemo zaključiti da ima otprilike tri puta više muških likova u ulozi „*tenkova*“ i tri puta više ženskih likova s ulogom „*potpora*“. Raspodjela prvaka u ovim ulogama jača rodne norme. Muškarci se smatraju većim, jačim i zaštitnicima, stoga je puno

veći postotak „tenkova“. Dok, na žene se gleda kao na majčinske figure i brižne hraniteljice, stoga je puno veći postotak njih u ulogama povezanih s potporama (Leo, 2021).

Za analizu je odabran rad autora Carvalho i Capelli *Sexism and League of Legends: NFR aesthetic analyses*. Ovaj rad za cilj ima potvrditi prisutnost seksizma u igri *League of Legends*. Za izvor podataka o igrici koristili su Wiki. Analizirana verzija igre bila je 8.13 objavljena 2018. godine. Kriteriji po kojima su analizirali junake su: 1. mišići, 2. golo tijelo, 3. goli trbuh, 4. gole ruke, 5. dekolte. Rezultati istraživanja prikazani su u grafikonu 8. Na kraju su zaključili su da je seksizam prisutan u analiziranome aspektu igre (Carvalho i Cappeli, 2018).

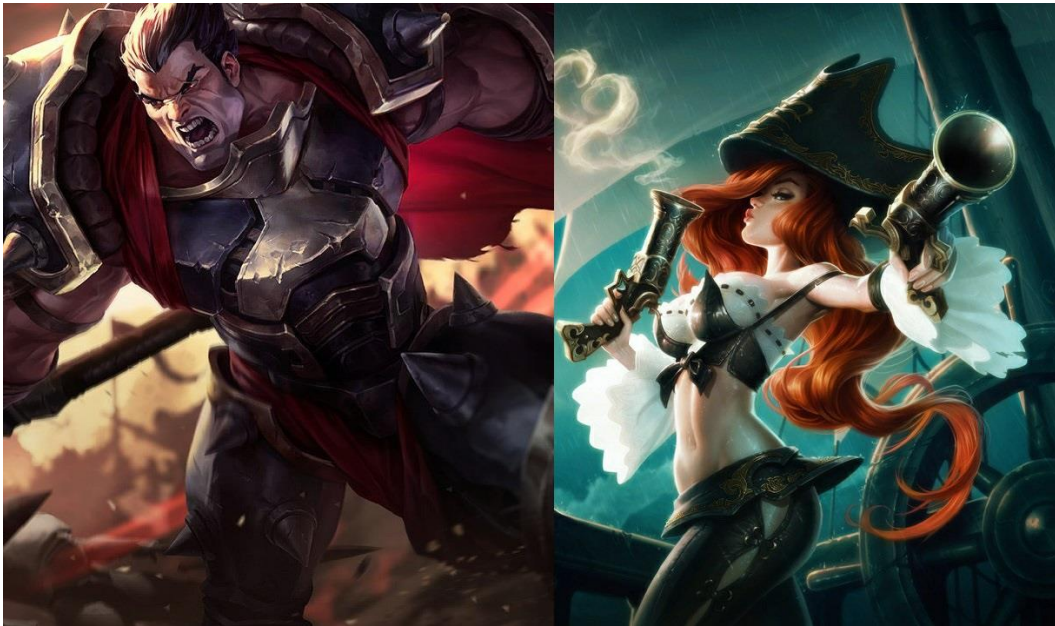


Grafikon 8: Broj muških i ženskih likova u League of Legends prema fizičkim obilježjima (Izrađeno prema: Carvalho i Cappeli, 2018).

Rezultati grafikona 8:

- Ako promatramo snagu, 43 muškaraca je mišićavo, dok s druge strane samo 2 žene imaju mišiće.
- Bitno je za napomenuti da je Zyra jedini neodjeveni lik u igrici. Ono što izgleda kao da je njezina odjeća, zapravo joj je koža.
- Što se tiče otkrivanja golog trbuha, tu nema relevantne disperzije.
- 16 muških likova ističe gole ruke. Zaključuje se da muški likovi prikazuju gole ruke iz razloga kako bi im se istaknuli mišići.
- Zanimljiva je činjenica da samo ženski likovi pokazuju dekolte i to čak njih 28. (Carvalho i Cappeli, 2018).

Ženski likovi imaju uvećane grudi i stražnjicu stavljene u prvi plan. Većinom nose usku i oskudnu odjeću koja im otkriva tijelo i naglašava obline. Miss Fortune, prikazana u nastavku ima velike grudi i mali struk. Struk joj je manji od noge. Njezina majica slabo pokriva tijelo. Otkriven joj je cijeli dekolte i trbuh. U njezinim hlačama postoje praznine koje otkrivaju cijelu stranu njezine noge. Dodatno, predstavljena je u seksualiziranom položaju. Izokrenuta je tako da su joj u fokusu prikazane grudi i zadnjica. Ima jaku šminku na licu s crvenim ružem i crnom olovkom za oči. Puše dim desne puške, koji se dodatno oblikuje u srce. Dizajnirana je da bude zavodljiva. Za usporedbu, muški lik Darius prikazan je kao agresivan i moćan ratnik. Ima velike mišiće i metalni oklop koji mu u potpunosti prekriva tijelo (Wright, 2015).



Slika 2: Darius i Miss Fortune (Riot Games, 2023).

3.2. Overwatch

Overwatch je besplatna timska pucačka igra, predstavljena od strane tvrtke Blizzard 2016. godine. Može se izabrati između 30 različitih junaka, od kojih svaki ima različite sposobnosti i osobnosti.

Tracer je u promotivnim medijima i igri karakterizirana kao junak šaljivog i dobrog duha. Većina promotivnih sadržaja za Tracer podržava te karakterne osobine, ali njezina pobjednička poza „preko ramena“ (engl. *over the shoulder*), prikazana na slici 3, čini se neprikladnom jer nije u skladu s njezinim karakterom. Zbog reakcije obožavatelja, koji su kritizirali pozu kao pretjerano seksualiziranu i neprimjerenu osobnosti lika, Blizzard kao kreator igre, bio je prisiljen ukloniti tu pobjedničku pozu iz igre (McWhertor, 2016).



Slika 3: *Over the shoulders* (McWhertor, 2016).

S druge strane, lik Widowmaker jest prikazan suprotno nego lik Tracer te utjelovljuje lik tzv. fatalne žene. Widowmaker je u igrici prikazana kao žena s naglašenom seksualnosti koja koristi svoje karakteristike da uništi protivnika, tj. muškarca s druge strane. Blizzard, kao tvorac igre prikazao je u promotivnim materijalima ovaj lik izrazito seksualizirano pomoću uske odjeće koja naglašava obline. Također i same kretnje lika, tj. način hoda je kreiran tako da se stave u fokus ženski atributi (Blizzard forum, 2023).



Slika 4: Widowmaker (McWhertor, 2016).

3.3. Mortal Kombat i Street Fighter

Cammy jest najpopularniji lik u seriji video igara *Street Fighter*, koju razvija tvrtka Capcom. Prvi puta je prikazana 1993. godine u igrici *Super Street Fighter 2*. Capcom programeri, koji su tada bili uglavnom muškarci, dizajnirali su ju iznimno seksualizirano. To se može primijetiti u činjenici da se njezina odjeća sastoji samo od trikoa i čizmi (Inglis, 2022).



Slika 5: Cammy (Capcom, 2023).

U igri *Mortal Kombat 9*, na primjer, mnogi ženski likovi nosili su nevjerojatno otvorene kostime. Za usporedbu, u *Mortal Kombat 11*, ženski likovi puno su manje seksualizirani nego u prethodnim igrama. No međutim, mnogi muški fanovi su to vidjeli kao nešto što će uništiti franšizu, zato su potpisivali peticiju da se vrati stari dizajn (Reddit, 2020).



Slika 6 : Mileena – Mortal Kombat 9 vs. 11 (Reddit, 2020).

3.4. World of Warcraft

World of Warcraft (WoW) je najpopularnija masovna online igra uloga za više igrača, s nešto više od 11 milijuna igrača. Igru je kreirala tvrtka Blizazrd 2004. godine.

Seksizam je naročito vidljiv u fantastičnim igrama poput WoW-a. Ženski likovi su dizajnirani kao seksualni objekti. Grudi im se miču tijekom kretnje. Njihov oklop, umjesto da pokriva tijelo, ima duboki dekolte. Obrazloženje tvrtke Blizzard kao kreatora igre je da je oklop „nevidljiv”. U slučaju odjeće, spolne razlike su očite. Na primjer, identičan oklop koji se na ženskome liku prikazuje kao kratke hlače, na muškome liku se usporedno pretvara u duge hlače. Što se tiče promocije igre, ženski kostimi su dizajnirani da budu provokativni, dok u slučaju muškaraca tome nije tako (Kalyviotou, 2017).

Na slici 7 vidimo ženski lik ratnice koja nosi oklop ne prikladan za borbu. Naime, otkriven joj je cijeli dekolte, truh i noge. S druge strane, što se tiče muških likova, njih karakterizira snaga i bijes. Njihovo tijelo je cijelo prekriveno teškim oklopom i drže ogromne mačeve (Kalyviotou, 2017).



Slika 7: Usporedba muškog i ženskog lika u World of Warcraft (Kalyviotou, 2017).



Slika 8: Razlike između spolova (Rubenstein, 2007).

Na slici 8 možemo vidjeti razlike između spolova. Ženski likovi imaju izražene grudi, mali struk i zaobljenu zadnjicu. Dok s druge strane, muški likovi imaju široka ramena, mišićave ruke i ne ističe im se zadnjica. Te razlike nisu vidljive samo na ljudskim likovima, nego i na čudovišnim vrstama kao što su orkovi (engl. *orcs*) i trolovi (eng. *trolls*) na slici 9 (Rubenstein, 2007).

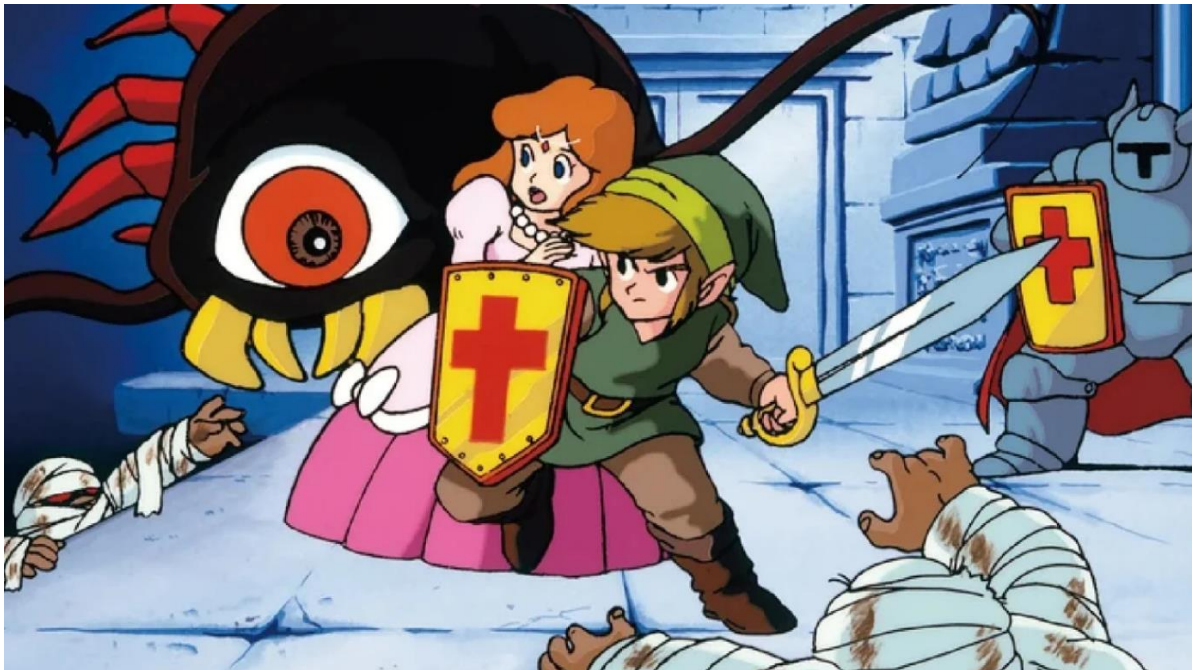


Slika 9: Spolni dimorfizam (Izvor: Rubenstein, 2007).

Ženski likovi nisu samo hiperseksualizirani, nego ih je i teško pronaći. Velik dio priče usredotočen je samo na muške likove. Kada su ženski likovi središnji u priči, one ovise o muškim likovima ili su karakterizirane kao zli likovi. Suprotno tome, većina muškaraca u igri predstavljeni su kao snažni likovi. Nedostaju snažni ženski likovi (Brehm, 2013).

3.5. Legend of Zelda

Svi povijesni klasici video igara, uključujući i *Legend of Zelda* sadržavali su stereotip tzv. djevojke u nevolji. U toj ulozi su ženski likovi, većinom princeze, koji su krajnji cilj junakove potrage. Ženski likovi nemaju ulogu u priči i moraju čekati da ih muški heroj spasi. Dodatno, radnja se odvija iz gledališta muškog glavnog junaka. Zanimljivo je za napomenuti da unatoč tome što je franšiza *Legend of Zelda* nazvana po njoj, Zelda nikada nije bila glavni heroj igre (Sarkeesian, 2013).



Slika 10: Zelda i Link (Izvor: Nintendo Life, 2023).

Slogan u reklami za igru *The Legend of Zelda: Ocarina of Time* 1998. godine bio je: „Hoćeš li dobiti djevojku? Ili igrati kao jedna?“. Time je *Nintendo* kao razvijatelj igre uvrijedio mnoge igrači. U igri *Ocarina of Time*, kao i u preostalim igrama u serijalu, princezu Zeldu treba spasiti glavni lik Link. No međutim, u zapletu igre, Zelda je predstavljena kao ratnica. Premda, ona to može postići samo prerasla u muškarca i oteta je nekoliko minuta nakon što otkrije svoj pravi identitet. Link je također ponekad ozlijeđen ili zarobljen. No, Link i drugi muški protagonisti, obično se sami izvuku iz nepovoljne situacije (Hochschartner, 2013).

3.6. Super Mario

Super Princess Peach napravljena je za igraču konzolu *Nintendo DS* 2005. godine. Bila je to prva igrica gdje je Peach heroj igre. U prethodnim igricama glavni protagonist je Mario.

Za razliku od preostalih igara u seriji, tema ove igre je ta da Peach spašava Mariju. No međutim, kada Peach krene spasiti Mariju, odmah dobiva muškog pratitelja i priča se počinje fokusirati na njega. Dodatno, igra prikazuje sposobnosti lika Peach kroz seksističke stereotipove. Igrica se temelji na stereotipu da su žene previše emotivne. Radnja igre se odvija na otoku Vibracija, sukladno tome kada Peach prikupi dovoljno vibracije, može aktivirati svoje sposobnosti. Njezine sposobnosti određuju njezine emocije. Ima sposobnosti zapaliti sve dok se naljuti i sposobnost leta kada je sretna (Fonesca, 2021).



Slika 11: Super Princess Peach (Fonesca, 2021).

3.7. Resident Evil

U igri *Resident Evil 4* muški likovi su prikazani kao muževni i agresivni, nasuprot tome ženski likovi su seksualizirani, što dovodi do rodnih uloga.

Ashley Graham predstavlja stereotip „djevojke u nevolji“, nemoćni ženski lik koji treba snažnog muškog protagonista da je spasi jer ne može sama pobjeći. Ona je oteta i cilj igrice je da je Leon pronađe i spasi. Ashley ne može nikamo bez Leona. Kada Leon ode predaleko, ona viče: „LEONE! Pomozi mi!“ što je u biti njezina krilatica. Igrač je zato doživljava kao dosadnu i gnjavažu. To je rezultat nedostatka razvoja lika. Dodatno, Ashley nije prikazana samo kao nesposobna osoba, već i kao seksualni objekt. To se primijeti kroz njenu odjeću. Iako je dvadesetogodišnja odrasla osoba, njezin kostim je tipična uniforma školarke sa kratkom kariranom suknjom. Budući da nosi suknju, igrač može podići njezinu suknju. Čak može i zumirati kako bi vidio njezino donje rublje. Osim toga, igrač može otključati posebnu odjeću za Ashley koja je uska i puno otkriva. Na kraju, tijekom zadnje scene, ona ukazuje na njezinu seksualnu želju za Leonom otkad ju je spasio (Lim, 2023).



Slika 12: Resident Evil 4 – karikatura (Lim, 2023).

3.8. Pac-Man

Ms. Pac-Man je arkadna video igra iz 1982. godine i ujedno prvi nastavak *Pac-Mana* koji je predstavljen 1980 godine.



Slika 13: Pac-man (Izvor: Seek Logo, bez dat.)

Ružičasta mašna lika gospođe Pac-Man stereotipno označava njezin spol i ujedno je razlikuje od originalnog Pac-Mana. Dodatno, jaka šminka sugerira da gospođa Pac-Man drži do održavanja izgleda, što je objektizira. Ilustracija gospođe Pac-Man na bočnoj i prednjoj strani arkadnog stroja je provokativnija od njenog prikaza u igrici, zbog njene sugestivne poze, koja asocira na *pin-up* stil koji potječe iz 1940-tih godina, kada su žene nosile odjeću koja je naglašavala njihove attribute (Williams, 2009).

4. Pozitivni primjeri prikaza ženskih likova u videoigrama

Ovo poglavlje tematizira ženske likove koji su pozitivno prikazani u videoigrama. Biti će obrađeni slijedeći likovi: Lara Croft iz serijala *Tomb Raider*, zatim Aloy iz *Horizon Dero Dawn* i na kraju Ellie iz *Last of Us*.

4.1. Lara Croft (Tomb Raider)

Tomb Raider je prvi značajan pomak od tipičnih uloga žena u popularnim video igrama. Iako su borbene igre u prošlosti nudile opciju ženskog lika, glavni heroji su bili tradicionalno muški, dok su žene bile uglavnom u sporednim ulogama. Lara Croft kao protagonist *Tomb Raidera* je prvi ženski glavni junak (Cassell i Jenkins, 1999).

Posljednjih godina primijećene su pozitivne promjene u pogledu ravnopravne rodne zastupljenosti. Primjer je fizička evolucija Lare Croft od 1996. do danas, koja se može vidjeti na slici 14, gdje je tijelo protagonistice progresivno manje seksualizirano. Starije verzije Lare Croft u prijašnjim igrama su bile oskudno odjevene i s izraženim prsima. Usporedno s time, najnovija verzija Lare Croft je dobrih proporcija, te prikladno odjevena mlada žena (Guintcheva, et al, 2022).



Slika 14: Lara Croft (Guintcheva, et al. 2022).

4.2. Aloy (Horizon Zero Dawn)

Priča igrice *Horizon Zero Dawn* je napisana s feminističkog aspekta. Glavni lik priče je Aloy, mlada žena koja je odrastala sama u postapokaliptičkoj zemlji. Ona nije nevažan objekt u muškom putovanju, štoviše kroz igricu pratimo njezino putovanje. Također ona nije samo ženska verzija prethodne igre u kojoj je muški lik glavni heroj, kao što je to u slučaju *Ms-Pacman*. Njezina priča je zasebna i ona je napisana kao jedinstven lik. Feminizam se vidi u činjenici da ona nije ženstvena. Na dalje, ženski likovi u ovoj igri nisu prikazani kao bespomoćni, niti seksualizirani. Nisu prikazane kroz ulogu „*dame u nevolji*“. Prikazane su žene koje su ratnice i vođe. Pored ostalog, može se zaključiti da je Aloy feministički lik i prema njenom izgledu. Odjeća joj je praktična za borbu i ni malo ne pokazuje tijelo. Aloy je cijenjena zbog svoje diplomacije i borbenih vještina. Ona je karakterizirana kao emocionalno inteligentna pregovaračica koju svi poštuju kao vođu (Brusuelas, 2018).



Slika 15: Aloy (Pink News, 2021).

4.3. Ellie (The Last of Us)

Last of us je horor igrica objavljena za *Playstation 3* 2013. godine. Tema igre je postapokaliptično putovanje starijeg muškarca po imenu Joel i djevojčice Ellie.

Lik Ellie jest karakteriziran kao pametan i hrabar. Ona predstavlja primjer ženskog lika koji nije bespomoćan. Ellie je sposobna spasiti samu sebe, ali ujedno i Joela, koji je puno stariji od nje i dodatno, muškarac. Također, ona stupa u konflikte i pregovore s Joelom. U brojnim trenucima u igri ona je glavni lik i na kraju igre se zaključuje da je ona Joelov heroj (Gibson, 2013).



Slika 16: Ellie (Playstation, bez dat.).

5. Zaključak

Pogrešno se smatra se da je igranje video igrica tradicionalno zastupljenije među muškarcima. Istina je da je to u prošlosti bilo točno, no međutim danas žene čine otprilike polovicu igrača. Premda su žene prema broju ravnopravne muškarcima, u kulturi video igara su često zanemarene. Naime, žene većinom igraju ležerne igre, dok muškarci igraju intenzivne igre. Uvriježeno je seksističko mišljenje da igrači ležernih igrica nisu tako dobri kao što su igrači intenzivnih igrica. Također, žene tijekom igranja često doživljavaju internetsko zlostavljanje od strane muškaraca. Nose se s time najčešće putem strategije promjena spola avatara, čime ih se simultano tjera da mijenjaju svoj identitet.

Žene, osim kao igračice imaju i ulogu kao zaposlenice u industriji. Nažalost, tu su u manjini. Samo oko 20 posto žena radi na videoigrama. Dodatno, žene imaju manja primanja u odnosu na muškarce. Također, bitno je napomenuti da su u menadžmentu većinom muškarci.

Kroz istraživanje likova u popularnim videoigrama utvrđeno je da su ženski likovi prikazani negativno hiperseksualizirano. Na primjerima igara *League of Legends*, *Mortal Kombat*, *Street Fighter* i *World of Warcraft* može se primijetiti da imaju manjak odjeće i prikazane su u sugestivnim pozama. Nadalje, ženski likovi su stereotipizirani kao nemoćni i traže pomoć muškaraca kroz uloge „*dame u nevolji*“, kao što je prikazano na primjerima igara *Legend of Zelda*, *Super Mario*, i *Resident Evil*. Također, često su sporedni likovi i nemaju nikakvu važnu ulogu u priči. S druge strane, prikazani su kao fatalne žene koje zavode muškarce i ubijaju ih, kao što je na primjeru lika *Widowmaker* iz igre *Owerwatch*. Na primeru *Pac-Mana* ilustrirano je da su ženski likovi, u tom konkretnom slučaju *Ms-Pacman*, napravljeni kao ženska verzija prethodno uspješnog lika. Činjenica je da su protagonisti videoigara većinom muškarci. Samo 9 od 150 najpopularnijih igara imaju ženskog protagonista. Na kraju, kao pozitivan primjer prikazani su ženski protagonisti: *Lara Croft*, *Alloy* i *Ellie*.

Može se zaključiti da je broj ženskih glavnih likova nedovoljan u odnosu na broj muških likova i također, da su ženski likovi prikazani znatno više seksualizirano nego muški likovi. Tijekom istraživanja, bio je problem pronaći dovoljno relevantnih istraživanja na ovu temu. Problem prikaza ženskih likova u video igrama trebao bi se više istraživati. Preporuke za buduća istraživanja su prikupiti igre koje imaju velik broj ženskih zaposlenika. Trebalo bi istražiti da li su u tim igrama ženski likovi protagonisti i dodatno, na koji način su karakterno i fizički prikazani, kako bi se dokazala konotacija da ako više žena radi na videoigrama, ženski likovi bi bili u većem broju na bitnijim ulogama i ujedno prikazani na manje seksualiziran način, čime bi se riješio problem prikaza ženskih likova u videoigrama.

Popis literature

Applovin (bez dat.). *Hardcore Games*. Preuzeto 20. Kolovoza sa

<https://www.applovin.com/glossary/hardcore-games/>

Bailey et al. (2019). *Gender Composition of Teams and Studios in Video Game Development*. Sage Journals, 16.1. Preuzeto 7. Kolovoza sa

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1555412019868381>

Blizzard forum (2023). *Is Widowmaker a problem*. Preuzeto 25. Lipnja sa

<https://us.forums.blizzard.com/en/overwatch/t/is-widowmaker-a-problem/799833>

Brehm, A. (2013). *Navigating the feminine in massively multiplayer online games: gender in World of Warcraft*. *Frontiers in Psychology*, 4.

Brusuelas, B. (2018). *Why Horizon: Zero Dawn is a breakthrough in feminist gaming*

Preuzeto 27. Lipnja sa [https://cbrucewillis.medium.com/why-horizon-zero-dawn-is-a-breakthrough-in-feminist-gaming-](https://cbrucewillis.medium.com/why-horizon-zero-dawn-is-a-breakthrough-in-feminist-gaming-4164a1b6ed7e#:~:text=3.%20Female%20characters%20are%20not%20sexualized&text=In%20appearance%2C%20Aloy%20is%20certainly%20a%20feminist%20character.)

[4164a1b6ed7e#:~:text=3.%20Female%20characters%20are%20not%20sexualized&text=In%20appearance%2C%20Aloy%20is%20certainly%20a%20feminist%20character.](https://cbrucewillis.medium.com/why-horizon-zero-dawn-is-a-breakthrough-in-feminist-gaming-4164a1b6ed7e#:~:text=3.%20Female%20characters%20are%20not%20sexualized&text=In%20appearance%2C%20Aloy%20is%20certainly%20a%20feminist%20character.)

Carvalho, L. i Cappelli, C. (2018). *Sexism and League of Legends: NFR aesthetic analyses*. Escola Regional de Sistemas de Informação do Rio de Janeiro.

Cassell, J. i Jenkins, H. (1999). *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*. The MIT Press.

Chess, S. (2017). *Ready Player Two: Women Gamers and Designed Identity*. University Of Minnesota.

Cooper, D. (2022). *Study Claims Only 6% of Popular Games Feature Standalone Female Protagonist*. Preuzeto 21. Kolovoza sa

[https://gamerant.com/video-games-with-female-protagonists-how-](https://gamerant.com/video-games-with-female-protagonists-how-many/#:~:text=A%20recent%20study%20claims%20that,of%20them%20feature%20female%20protagonists.)

[many/#:~:text=A%20recent%20study%20claims%20that,of%20them%20feature%20female%20protagonists.](https://gamerant.com/video-games-with-female-protagonists-how-many/#:~:text=A%20recent%20study%20claims%20that,of%20them%20feature%20female%20protagonists.)

Cyberbullying Research Center (bez dat.). *What is Cyberbullying?*. Preuzeto 21. Kolovoza sa <https://cyberbullying.org/what-is-cyberbullying>

Dakessian, D. (2021). *The 'Girl Games' of the '90s Were Fun and Feminist*. Preuzeto 21.

Kolovoza sa <https://www.wired.com/story/girl-games-90s-fun-feminist/>

Downs, E. i Smith, S. (2010). *Keeping Abreast of Hypersexuality: A Video Game Character Content Analysis*. *Sex Roles*, 62, 721–733.

Fernandez et al. (2019). *Female Gaming, Gaming Addiction, and the Role of Women Within Gaming Culture: A Narrative Literature Review*. *Frontiers in Psychiatry*.

Fonseca, J. (2021). *Princess Peach's Solo Platformer Game Is Embarrassingly Sexist*.

Preuzeto 23. Lipnja sa <https://screenrant.com/mario-princess-peach-solo-platformer-game-sexist-nintendo/>

Gibson, E. (2013). *The Last of Us isn't the solution to sexism in games, but it's a start*.

Preuzeto 28. Lipnja sa <https://www.eurogamer.net/the-last-of-us-isnt-the-solution-to-sexism-in-games-but-its-a-start>

Guintcheva et al. (2022). *Gender stereotypes in video game narratives*. Preuzeto 24. Lipnja sa <https://www.edhec.edu/en/research-and-faculty/edhec-vox/gender-stereotypes-in-video-game-narratives>

Heron et al. (2014). *Sexism in the Circuitry: Female Participation in Male-Dominated Popular Computer Culture*. *SIGCAS Computers & Society*, 44. 4.

Hochschartner, A. (2013). *"The Legend of Zelda" is classist, sexist and racist*. Preuzeto 25.

Lipnja sa

https://www.salon.com/2013/10/05/the_legend_of_zelda_is_classist_sexist_and_racist/

Hrabri telefon (bez dat.) *Cyberbullying – nasilje na internetu*. Preuzeto 21. Kolovoza sa

<https://tinejdzeri.hrabritelefon.hr/clanci/cyberbullying/>

Hupfer et al. (2021). *Women in the tech industry: Gaining ground, but facing new headwinds*.

Preuzeto 21. Kolovoza sa

<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/technology-media-and-telecom-predictions/2022/statistics-show-women-in-technology-are-facing-new-headwinds.html>

Inglis, L. (2022). *Street Fighter 6 Has the Chance to Fix the Series' Greatest Sin*. Preuzeto

27. Lipnja sa <https://www.cbr.com/street-fighter-6-female-characters-sexualization-capcom/>

Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje (bez dat.) *Studija slučaja*. Preuzeto 30. Srpnja sa

<http://struna.ihj.hr/naziv/studija-slucaja/20986/>

Jagart, A. i Choma, B. (2021). *Cyber-aggression towards women: Measurement and psychological predictors in gaming communities*. Ryerson University. Toronto.

Kalyviotou, M. (2017). *Women in the World of Warcraft*. Preuzeto 25. Lipnja sa

<https://www.linkedin.com/pulse/women-world-warcraft-maria-kalyviotou/>

Kaye, L. i Pennington, C. (2016). *„Girls Can't Play": The Effects of Stereotype Threat on Females' Gaming Performance*. *Computers in Human Behavior*.

Leo, J. (2021). *An analysis of gender and roles of league of legends champions*. Preuzeto 18. Lipnja sa <https://cileo.com/2021/02/08/an-analysis-of-gender-and-roles-of-league-of-legends-champions/>

Lim, N. (2014). *Gender Roles in Video Games: The Importance of Characterization and its Impact on Society*. Preuzeto 22. Lipnja sa <https://www.gamedeveloper.com/design/gender-roles-in-video-games-the-importance-of-characterization-and-its-impact-on-society#close-modal>

Lynch et al. (2016). *Sexy, Strong, and Secondary: A Content Analysis of Female Characters in Vide Games across 31 Years*. Journal of Communication.

Martins et al. (2009). *A Content Analysis of Female Body Imagery in Video Games*. Springer

McWhertor, M. (2016). *Blizzard is removing a sexualized pose from Overwatch, citing player feedback*. Preuzeto 25. Lipnja sa <https://www.polygon.com/2016/3/28/11321138/overwatch-tracer-pose-removal>

Medium (2019). *From 1985 to 2050: A History of Female Video Game Character Design*. Preuzeto 21. Kolovoza sa <https://medium.com/@yzhan342/from-1985-to-2050-a-history-of-female-video-game-character-design-3bd2a6e0274>

Merriam-Webster (bez dat.). *Cyberbullying*. Preuzeto 21. Kolovoza sa <https://www.merriam-webster.com/dictionary/cyberbullying>

Onion et al. (2022). *Video game history - timeline & facts*. Preuzeto 21. Kolovoza sa <https://www.history.com/topics/inventions/history-of-video-games>

Patchin, J. i Hinduja, S. (2010). *Cyberbullying and Self-Esteem*. Journal of School Health, 80(12), 614–621.

Reach3 Insights (2021). *The future of gaming is her*.

Reddit (2020). *I mean it's better than how she looked like in MK9. (Mileena Mortal Kombat) what do you guys think?*. Preuzeto 27. Lipnja sa <https://www.reddit.com/r/mendrawingwomen>

Rubenstein, A. (2007). *Idealizing fantasy bodies*. Iris Gaming Network.

Ruvalcaba et al. (2018). *Women's Experiences in eSports: Gendered Differences in Peer and Spectator Feedback During Competitive Video Game Play*. Journal of Sport and Social Issues, 1-17. Sage.

Sarkeesian, A. (2013). *Damsel in Distress: Part 1 - Tropes vs Women in Video Games* [Video]. Preuzeto 18. Lipnja sa https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r_Q

Shen et al. (2016). *Do Men Advance Faster Than Women? Debunking the Gender Performance Gap in Two Massively Multiplayer Online Games*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 21.

Statista (2023). *Distribution of video game users in the United States as of March 2023, by gender*. Preuzeto 21. Kolovoza sa <https://www.statista.com/forecasts/494867/distribution-of-gamers-by-gender-usa>

Su et al. (2019). *Are males more likely to be addicted to the internet than females? A meta-analysis involving 34 global jurisdictions*. *Computers in Human Behavior*, 99, 86-100.

Thomas, J. i Devi, M. (bez dat.). *New Perspective of Bullying: Cyber Bullying*

Unicef (bez dat.). *Cyberbullying: Kako ga spriječiti*. Preuzeto 21. Kolovoza sa <https://www.unicef.org/croatia/price/cyberbullying-kako-ga-sprije%C4%8Diti>

Veltri, N. i Krasnova, H. (2014). *Gender Differences in Online Gaming: A Literature Review*. *Twentieth Americas Conference on Information Systems*. Savannah.

Westecott, E. (2018). *Feminism and Gameplay Performance*. Ontario College of Art and Design.

Williams, C. (2019). *Ms. Pac-man: post feminist icon*. Preuzeto 21. Lipnja sa <https://www.popmatters.com/ms-pac-man-post-feminist-icon-2496134476.html>

Wright, S. (2015). *Why I don't play League of Legends: sexualization*. Preuzeto 26. Lipnja sa <https://www.gameskinny.com/opinion/why-i-dont-play-league-of-legends-sexualization/>

Zippia (2022). *Video game developer gender statistics*. Preuzeto 21. Kolovoza sa <https://www.zippia.com/video-game-developer-jobs/demographics/>

Popis slika

Slika 1: Samus Aran (Medium, 2019). Preuzeto 21. Kolovoza 2023. sa https://medium.com/@yzhan342/from-1985-to-2050-a-history-of-female-video-game-character-design-3bd2a6e0274	14
Slika 2: Darius i Miss Fortune (Izvor: Riot Games, 2023). Preuzeto 26. Lipnja 2023. sa https://www.leagueoflegends.com/en-pl/champions/	19
Slika 3: <i>Over the shoulders</i> (Izvor: McWhertor, 2016). Preuzeto 25. Lipnja sa https://www.polygon.com/2016/3/28/11321138/overwatch-tracer-pose-removal	20
Slika 4: Widowmaker (Izvor: McWhertor, 2016). Preuzeto 25. Lipnja sa https://www.polygon.com/2016/3/28/11321138/overwatch-tracer-pose-removal	20
Slika 5: Cammy (Izvor: Capcom, 2023). Preuzeto 27. Lipnja sa https://www.streetfighter.com/6/character	21
Slika 6: Mileena – Mortal Kombat 9 vs. 11 (Reddit, 2020). Preuzeto 27. Lipnja sa Preuzeto 27. Lipnja sa https://www.reddit.com/r/mendrawingwomen	21
Slika 7: Usporedba muškog i ženskog lika u World of Warcraft (Izvor: Kalyviotou, 2017.) Kalyviotou, M. (2017.) <i>Women in the World of Warcraft</i>	22
Slika 8: Razlike između spolova (Rubenstein, 2007). Rubenstein, A. (2007). <i>Idealizing fantasy bodies</i> . Iris Gaming Network.	23
Slika 9: Spolni dimorfizam (Rubenstein, 2007). Rubenstein, A. (2007). <i>Idealizing fantasy bodies</i> . Iris Gaming Network.....	23
Slika 10: Zelda i Link (Nintendo Life, 2023). Preuzeto 18. Lipnja sa https://www.nintendolife.com/features/rating-the-best-zeldalink-relationship-in-the-legend-of-zelda-games	25
Slika 11: Super Princess Peach (Fonesca, 2021). Preuzeto 23. Lipnja sa https://screenrant.com/mario-princess-peach-solo-platformer-game-sexist-nintendo/	25
Slika 12: Resident Evil 4 – karikatura (Lim, 2023). Preuzeto 22. Lipnja sa https://www.gamedeveloper.com/design/gender-roles-in-video-games-the-importance-of-characterization-and-its-impact-on-society#close-modal	26
Slika 13: Pac-man (Seek Logo, bez dat.). Preuzeto 21. Lipnja sa https://seeklogo.com/free-vector-logos/ms-pac-man	26

Slika 14: Lara Croft (Guinticheva, et al. 2022). Preuzeto 24. Lipnja sa
<https://www.edhec.edu/en/research-and-faculty/edhec-vox/gender-stereotypes-in-video-game-narratives>27

Slika 15: Aloy (Pink News, 2021). Preuzeto 27. Lipnja sa
<https://www.thepinknews.com/2021/06/01/horizon-forbidden-west-aloy-masculine-sony-state-of-play/>28

Slika 16: Ellie (Playstation, bez dat.). Preuzeto 28. Lipnja sa <https://www.playstation.com/en-hr/games/the-last-of-us-part-i/>29

Popis grafikona

Grafikon 1: Vrste video igrice koje igraju žene (Izrađeno prema: Bailey et al.).....	4
Grafikon 2: Distribucija korisnika videoigra prema spolu u SAD-u 2023. godine (Izrađeno prema: Statista, 2023.)	5
Grafikon 3: Omjer spolova zaposlenika industrije videoigara 2022. godine u SAD-u (Izrađeno prema: Zippia, 2022).	12
Grafikon 4: Rast postotka ženskih zaposlenika u franšizi igara Super Mario (Izrađeno prema: Bailey et al.).	13
Grafikon 5: Postotak protagonista prema spolu u 150 najpopularnijih video igara od 1985. do 2022. (Izrađeno prema: Solitared, 2022).	15
Grafikon 6: Postotak likova prema spolu (Izrađeno prema: Leo, 2021).....	16
Grafikon 7: Postotak muških i ženskih <i>League of Legends</i> junaka prema spolu (Izrađeno prema: Leo, 2021).	17
Grafikon 8: Broj muških i ženskih likova u League of Legends prema fizičkim obilježjima (Izrađeno prema: Carvalho i Cappeli, 2018).	18