

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Факультет соціології
кафедра соціальних структур та соціальних відносин

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:
«ГЕНДЕРНА НЕРІВНІСТЬ В ІГРОВІЙ ІНДУСТРІЇ: ВИВЧЕННЯ ПРОЯВІВ
СЕКСИЗМУ В ОНЛАЙН СЕРЕДОВИЩІ»

Спеціальність: 054 Соціологія
Освітня програма: Соціальні технології»

Освітній ступінь: бакалавр
Кваліфікація: бакалавр з соціології

Авторка:

Константінова Анна Сергіївна,
студентка 4 курсу

Науковий керівник:

Мазурик Олег Володимирович,
доктор соціологічних наук, доцент

Бакалаврська робота допущена до захисту
рішенням кафедри соціальних структур та
соціальних відносин

Протокол № _____ від « ____ » _____ 20__ р.

Зав. кафедри _____ доц. Мазурик О.В.
підпис

Реєстрація

номер

дата

підпис лаборанта кафедри

Рекомендовано**до захисту**

підпис наукового керівника

ім'я, ПРІЗВИЩЕ наукового керівника

Результат захисту

оцінка

дата захисту

Голова ЕК

підпис

ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Члени ЕК

підпис

ім'я, ПРІЗВИЩЕ

підпис

ім'я, ПРІЗВИЩЕ

підпис

ім'я, ПРІЗВИЩЕ

підпис

ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Секретар ЕК

підпис

ім'я, ПРІЗВИЩЕ

ЗМІСТ

Зміст

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ПОНЯТЬ ГЕНДЕРУ, ГЕНДЕРНОЇ НЕРІВНОСТІ, СЕКСИЗМУ, ОБ’ЄКТИВАЦІЇ ТА СЕКСУАЛІЗАЦІЇ	5
1.1. Теоретичні засади понять «гендер», «стать», «гендерна нерівність» та «сексизм».....	5
1.2. Аналіз понять «сексуалізація» та «об’єктивація»	9
Висновок до розділу 1.....	11
РОЗДІЛ 2. ІНТЕГРАЦІЯ ВІДЕОІГОР У КУЛЬТУРНУ ПАРАДИГМУ: ВІД РОЗВАГИ ДО КУЛЬТУРНОЇ ЦІННОСТІ	14
2.1. Відеоігри як частина сучасної культури та потреба формування безпечного та інклюзивного віртуального простору для жінок	14
2.2. Залученість жінок у кіберспортивну індустрію	17
Висновок до розділу 2.....	19
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	21
3.1. Контент-аналіз: методологія та результати	21
3.2. Онлайн-опитування (CAWI): методологія та результати	27
Висновок до розділу 3.....	33
ВИСНОВКИ	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	38
ДОДАТКИ	40
Додаток А.	40
Додаток Б.....	42

ВСТУП

Сексизм в онлайн відеоіграх є однією з важливих і актуальних тем сучасних досліджень. Світ відеоігор, який стрімко розвивається та охоплює дедалі більшу аудиторію, виступає не лише засобом розваг, але й культурним продуктом, що відображає та формує суспільні цінності. Проблема гендерної нерівності та стереотипів у цьому середовищі стає дедалі помітнішою, що вимагає ретельного аналізу та осмислення.

Актуальність теми зумовлена тим, що жінки складають майже половину (45%) всіх гравців в онлайн середовищі [Crichton-Stuart: 2024]. Проте їхня репрезентація у відеоіграх залишається незбалансованою. Часто жіночі персонажі зображуються через призму традиційних гендерних стереотипів, які підкреслюють їхню сексуалізованість або обмежують до пасивних ролей. Такі підходи не лише впливають на сприйняття жіночих персонажів у ігровому контенті, але й закріплюють стереотипи щодо жінок у реальному світі. Це може негативно позначатися на самооцінці жінок, їхній участі в геймерській спільноті та формувати викривлене уявлення про гендерні ролі у суспільстві загалом.

Метою цього дослідження є визначення та аналіз проявів сексизму в онлайн відеоіграх, а також вивчення їхнього впливу на гендерну нерівність у геймерській спільноті. Досягнення поставленої мети передбачає реалізацію низки дослідницьких завдань, серед яких – концептуалізація понять гендеру, гендерної нерівності, сексизму, об'єктивації та сексуалізації; аналіз відеоігор як важливого елементу сучасної, зокрема й спортивної, культури; виявлення частоти та характеру сексуалізації персонажів у популярних онлайн-іграх; а також визначення основних параметрів досвіду жінок у цифровому ігровому середовищі.

Теоретична частина роботи базується на аналізі наукових статей та теорій, присвячених гендерним репрезентаціям у медіа, а також на розгляді гендерних стереотипів як культурного феномену. Зокрема, у роботі були розглянуті праці

таких дослідників, як Марта Нуссбаум, яка розкриває концепт об'єктивації як знеособлення й редукцію жінки до тіла; Барбара Фредріксон і Томі-Енн Робертс, які аналізують психологічні наслідки сексуалізації в межах теорії об'єктивації; Лора Малві, яка запропонувала концепт «чоловічого погляду» (male gaze) у візуальній культурі; а також Олена Стрельник, яка сформулювала дефініцію гендерної нерівності у контексті українського суспільства. Вивчено також позиції Американської психологічної асоціації щодо сексуалізації в медіа та використано соціологічний аналіз дискурсу маскулінності на основі досліджень Егіля Трасті Рогстада. Ці наукові підходи дали змогу вибудувати теоретичне підґрунтя для подальшого емпіричного аналізу.

Об'єктом дослідження є онлайн відеоігри як культурний продукт, що відображає та формує гендерні стереотипи. *Предметом* – прояви сексизму у відеоіграх, включаючи сексуалізацію персонажів, гендерні стереотипи та їхній вплив на сприйняття гравців. Вивчення цих аспектів є важливим не лише для розуміння поточного стану геймерської індустрії, але й для формування рекомендацій щодо зменшення гендерної нерівності в цій сфері.

Дослідження базується на логічно вибудованій структурі. На першому етапі розглядаються вже існуючі дослідження і наповнюється теоретична частина кваліфікаційної роботи. Наступним кроком здійснюється методологічна частина, в яку входить контент-аналіз популярних онлайн відеоігор, зокрема їх персонажів з метою виявлення сексистських елементів. Далі було проведено пілотне онлайн-опитування (CAWI) серед аудиторії онлайн-відеоігор, щоб оцінити їхній досвід у геймерському середовищі. Завершальним етапом є аналіз отриманих даних, який дозволить зробити висновки та запропонувати рекомендації для зменшення рівня дискримінації у відеоігровому середовищі.

Результати цього дослідження мають значення не лише для геймерської спільноти, але й для ширшого кола суспільства. Адже відеоігри, як популярний медіа-продукт, можуть або сприяти поширенню гендерних стереотипів, або стати платформою для їхнього подолання. У сучасному світі, де відеоігри

відіграють важливу роль у формуванні культурних цінностей, необхідно забезпечити їхній розвиток у напрямку соціальної справедливості та рівності.

РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ПОНЯТЬ ГЕНДЕРУ, ГЕНДЕРНОЇ НЕРІВНОСТІ, СЕКСИЗМУ, ОБ'ЄКТИВАЦІЇ ТА СЕКСУАЛІЗАЦІЇ

1.1. Теоретичні засади понять «гендер», «стать», «гендерна нерівність» та «сексизм»

Визначення основних понять є надзвичайно важливою складовою будь-якого наукового дослідження, зокрема й у межах даної теми. Чітке і однозначне розуміння ключових термінів дозволяє уникнути можливої плутанини у їх тлумаченні, що, своєю чергою, забезпечує концептуальну ясність і логічну структурованість наукового аналізу. Застосування термінів без належного уточнення може призвести до різночитань, а отже – до зміщення акцентів у розумінні суті досліджуваного явища. Саме тому визначення основних понять виконує методологічну функцію: воно встановлює концептуальні межі дослідження, задає аналітичну рамку й дозволяє послідовно інтерпретувати факти й явища, що розглядаються. Крім того, таке визначення сприяє глибшому усвідомленню природи досліджуваних процесів, їх соціального значення та впливу на загальні тенденції суспільного розвитку.

Одними із ключових понять у межах теми дослідження є «стать» і «гендер». Важливо зауважити, що хоча обидва ці поняття функціонують як інструменти поділу суспільства на чоловіків і жінок, вони не є тотожними. Поняття «стать» з'явилося раніше в науковому дискурсі та зазвичай трактується як сукупність біологічних характеристик людини, які визначають її належність до чоловічої чи жіночої статі. Це анатомо-фізіологічна відмінність, зумовлена природними чинниками, зокрема репродуктивними функціями.

Натомість поняття «гендер» має значно складнішу і соціально зумовлену природу. Воно сформувалося пізніше, як результат соціального усвідомлення того, що роль чоловіка і жінки в суспільстві виходить за межі лише біологічної статі. Гендер трактується як соціальний конструкт, тобто як така система уявлень, норм, моделей поведінки, що створюється і підтримується самим суспільством з метою впорядкування соціальних ролей відповідно до статевої

належності. В навчальному посібнику «Основи теорії гендеру» подається наступне визначення: «Гендер – це змодельована суспільством та підтримувана соціальними інститутами система цінностей, норм і характеристик чоловічої й жіночої поведінки, стилю життя та способу мислення, ролей та відносин жінок і чоловіків, набутих ними як особистостями в процесі соціалізації, що насамперед визначається соціальним, політичним, економічним і культурним контекстами буття й фіксує уявлення про жінку та чоловіка залежно від їх статі» [Мельник, 2004: с. 10]. Це визначення підкреслює тісний зв'язок між гендером і соціальною структурою суспільства, вказуючи на те, що уявлення про чоловіче і жіноче не є універсальними, а залежать від історичних, культурних і політичних умов.

У сучасному світі поняття «гендер» значно розширило своє значення і набуває дедалі більшого особистісного виміру. Особливо актуально це в контексті прав людини, ідентичності та визнання різноманіття соціальних ролей. Представники ЛГБТ-спільноти, активісти, а також частина сучасних дослідників акцентують увагу на тому, що гендер не обмежується лише соціальними очікуваннями щодо чоловіків і жінок. Вони наголошують, що гендер – це передусім ідентичність, яка базується на особистісному усвідомленні себе. Тобто людина має право самостійно визначати, ким вона є, незалежно від своєї біологічної статі. Такий підхід відкриває можливості для визнання трансгендерних осіб, небінарних і гендерно-неконформних людей, які не ідентифікують себе виключно як чоловіки чи жінки в традиційному розумінні.

Проте ця позиція викликає жваві дискусії, зокрема в межах самого феміністичного руху. Існує спектр феміністичних течій, серед яких найбільш критично до концепції гендерної ідентичності ставляться радикальні феміністки. Вони виступають за те, що поняття гендеру повинно бути жорстко пов'язане з біологічною статтю, вважаючи, що відхід від такого підходу може розмити саму основу феміністичного аналізу соціальних нерівностей. Згідно з цією точкою зору, прийняття гендерної ідентичності як суб'єктивного вибору

може підірвати зусилля, спрямовані на боротьбу з патріархальними структурами, що засновані саме на біологічних відмінностях.

Отже, поняття «стать» і «гендер» є не лише термінами, а ключовими концептами, що визначають теоретичну й ідеологічну основу дослідження. Їх чітке розмежування і глибоке розуміння дозволяє точніше аналізувати соціальні процеси, пов'язані з гендерною ідентичністю, ролями, стереотипами та нерівністю.

Не менш важливим елементом мого дослідження є також чітке визначення таких понять, як «гендерна нерівність» та «сексизм». Точне розуміння цих термінів є необхідною умовою для глибшого аналізу соціальних процесів, які впливають на формування відносин між чоловіками та жінками, а також для розкриття механізмів дискримінації, що виникають унаслідок дії усталених гендерних стереотипів. Знання змісту цих понять дозволяє вийти за межі поверхневих спостережень і зануритися в аналіз структурних чинників, які впливають на соціальну нерівність, обмеження можливостей, а також на інституціоналізацію дискримінаційних практик. Аналізуючи поняття «гендерна нерівність» і «сексизм», ми отримуємо змогу простежити, яким чином історично сформовані стереотипи та соціально сконструйовані гендерні ролі визначають повсякденні можливості, доступ до ресурсів, ступінь участі у професійному житті та самореалізації як жінок, так і чоловіків, зокрема у специфічних середовищах, таких як цифрова культура та кіберпростір.

Особливе значення ця тема набуває у контексті розвитку цифрових технологій, де формуються нові простори соціальної взаємодії. У сучасному цифровому середовищі, особливо у сфері відеоігор та кіберспорту, питання гендерної нерівності набуває не лише актуальності, а й нового змісту. Незважаючи на стабільне зростання кількості жінок серед гравців і професіоналок у геймінговій індустрії, вони часто стикаються з низкою бар'єрів. Це можуть бути як упереджене ставлення, висловлене у формі стереотипних уявлень, так і реальні обмеження у можливостях кар'єрного росту, доступу до ресурсів або участі у змаганнях на рівних умовах. Часто

жінки в кіберпросторі змушені доводити свою компетентність, стикаючись із недовірою, недооцінюванням чи навіть прямою агресією з боку інших учасників цього середовища. Така ситуація є прямим відображенням глибоко вкорінених соціальних уявлень про «традиційні» чоловічі та жіночі ролі, які перенесено у цифрову реальність.

У цьому контексті важливо звернутися до визначення гендерної нерівності, яке дає українська дослідниця Олена Стрельник. У її роботі зазначається: «Гендерна нерівність – це розходження статусних позицій жінок та чоловіків у різних сферах життєдіяльності суспільства, зумовлене впливом гендерного фактору на можливості формування та реалізації їх соціального потенціалу» [Стрельник, 2003: с. 6]. Це означає, що нерівність між жінками й чоловіками проявляється не лише в обмеженому доступі до ресурсів або престижних позицій, але й у більш тонких формах – у структурі повсякденних очікувань, правилах поведінки, нормативах спілкування, а також у культурних і символічних кодах, що визначають уявлення про належне або неналежне для представників тієї чи іншої статі. У цифровому середовищі, зокрема в ігровій індустрії, це набуває форм репрезентації жінок у контенті й у способах взаємодії гравців між собою.

Окремо варто звернути увагу на поняття сексизму, що є одним з головних перешкод на шляху до встановлення реальної гендерної рівності. Сексизм є багатогранним явищем, що включає як індивідуальні акти упередженості, так і системні прояви дискримінації, вбудовані в структури інституцій та культурних норм. У відеоігровому середовищі сексизм може виявлятися у вигляді зневажливих висловлювань, жартів, що базуються на статевих стереотипах, зображенні жінок у гіперсексуалізованих або пасивних ролях, а також у небажанні або опорі надання їм рівних можливостей у спільнотах гравців чи професійному середовищі. Варто навести визначення сексизму, сформульоване Комітетом міністрів Ради Європи у Рекомендації CM/Rec(2019)1: «Сексизм – це будь-які дія, жест, візуальний прояв, вимовлені або написані слова, практика або поведінка, в основі яких лежить ідея про те, що людина або група людей гірші

через свою стать, та які проявляються в публічній або приватній сферах, у мережі або поза нею і скеровані на (або спричиняють): порушення власної гідності або прав людини чи групи людей; фізичну, сексуальну, психологічну або соціально-економічну шкоду або страждання особи чи групи осіб; створення загрозового, ворожого, принизливого або образливого середовища; перешкоджання незалежності або повноцінному здійсненню прав людини з боку особи чи групи осіб; підтримку та посилення гендерних стереотипів» [Лопушинський, Ковнір, 2021: с. 44].

Особливої уваги заслуговує той аспект визначення, який стосується створення ворожого, принизливого або образливого середовища. Саме це найточніше описує ситуацію, в якій перебувають багато жінок у цифровому просторі. Вони часто зазнають цькування, домагань або емоційного насильства, що завдає значної шкоди їхньому психологічному стану та змушує уникати участі у геймерських спільнотах або приховувати свою гендерну ідентичність. Попри те, що відеоігри стали невід'ємною частиною сучасного життя, утворивши цілі спільноти, платформи та економічні екосистеми, вони водночас зберігають специфічне соціальне середовище. У його межах гендерна нерівність та сексизм залишаються стійкими та часто непомітними для тих, хто перебуває в межах нормативної більшості. Саме тому критичний аналіз цих понять має не лише академічну, а й практичну значущість – він дозволяє не лише ідентифікувати наявні проблеми, а й шукати шляхи для їх подолання через реформу соціальних практик, просвітницьку діяльність та розвиток інклюзивної культури у цифровому просторі.

1.2. Аналіз понять «сексуалізація» та «об'єктивація»

Поняття «сексуалізація» та «об'єктивація» є ключовими для сучасних соціогуманітарних досліджень, зокрема в контексті гендерної проблематики, аналізу медіа, феміністичної критики та соціальної психології. Ці поняття дозволяють виявити глибинні механізми символічного домінування та

культурного конструювання тіла й сексуальності, а також осмислити, яким чином через візуальні образи відтворюється нерівність у суспільстві.

Сексуалізація розглядається як процес, у результаті якого поведінка, зовнішність, тіло або роль особи набувають сексуального підтексту, що часто є недоречним або редукованим. Американська психологічна асоціація подає сексуалізацію як ситуацію, за якої: «цінність особи оцінюється переважно за її сексуальною привабливістю, зовнішній вигляд асоціюється із сексуальністю, індивід сприймається як об'єкт сексуального бажання, а не як цілісна особистість, сексуальність нав'язується в контекстах, де вона є недоречною» [APA, 2007: с. 1].

У сучасній культурі сексуалізація найчастіше проявляється через візуальні медіа: рекламу, кіно, відеоігри, моду тощо. Жіночі персонажі часто зображуються у гіперсексуалізованій формі – з акцентом на еротизовану зовнішність, одяг, що не відповідає контексту, або навмисно сексуалізовану поведінку. Таке подання відтворює патріархальні моделі сприйняття жінки виключно як об'єкта бажання.

Об'єктивація, у свою чергу, є ширшим соціокультурним процесом, що позначає зведення людини до об'єкта, позбавлення її суб'єктності та індивідуальності. За визначенням філософині Марти Нуссбаум, об'єктивація включає низку ознак: «інструменталізацію, заперечення автономії, редукацію до тіла або його частин, знеособлення, відмову у самостійності, заперечення внутрішнього життя» [Nussbaum, 1995: с. 257].

У феміністичному контексті значний внесок у розробку об'єктиваційної теорії зробили Барбара Фредріксон і Томі-Енн Робертс, які наголошують на тому, що «постійна об'єктивація змушує жінок сприймати себе «очима стороннього спостерігача». Це внутрішнє спостереження призводить до постійного контролю за зовнішністю, тривоги, незадоволеності тілом, а також до психоемоційного виснаження» [Fredrickson & Roberts, 1997: с. 175].

Особливо часто об'єктивація проявляється у зображеннях жінок у ЗМІ та цифровій культурі. Поняття чоловічого погляду (male gaze), введене Лорою

Малві, підкреслює, що «візуальна культура створюється з урахуванням гетеронормативного чоловічого сприйняття, де жінка існує переважно як естетичний або сексуальний об'єкт» [Mulvey, 1975: с. 9].

У соціологічному аналізі сексуалізація та об'єктивація виконують не лише описову функцію, але й є методологічними інструментами критичної інтерпретації. Вони дають змогу розглядати, як через культурні зображення формуються норми, закріплюються ієрархії, та як відбувається соціальне формування тілесності, сексуальності, влади й домінування.

Для дослідження цих процесів використовуються як якісні методи (дискурс-аналіз, візуальний аналіз, глибинні інтерв'ю), так і кількісні (контент-аналіз, шкалювання, кодування контенту). У контексті вивчення відеоігор це дає можливість системно аналізувати, наскільки часто зустрічаються сексуалізовані образи, які частини тіла акцентуються, у яких ролях зображуються персонажі та як це корелює з гендером.

Таким чином, поняття сексуалізації та об'єктивації не лише виявляють глибинні соціокультурні механізми, але й сприяють виявленню прихованих форм гендерної дискримінації та соціального контролю над тілом і сексуальністю, що робить їх ключовими категоріями для аналізу медійного та кіберпростору.

Висновок до розділу 1

Перший розділ заклав теоретико-методологічну основу всього дослідження, дозволивши чітко окреслити ключові поняття, які становлять концептуальну вісь теми гендерної нерівності у відеоігровому середовищі. Систематизація термінології, зокрема таких понять як «гендер», «гендерна нерівність», «сексизм», «об'єктивація» та «сексуалізація», дала змогу сформулювати чітке поняттєве поле для подальшого аналізу, уникнути двозначності інтерпретацій і надати дослідженню наукової послідовності.

У результаті аналізу категорій «стать» і «гендер» було наголошено на їх принциповій відмінності: стать постає як біологічна константа, тоді як гендер – як соціальний конструкт, що формується в процесі соціалізації, культурних впливів та інституціональних практик. Саме ця теза про соціальну зумовленість гендеру стала ключовою для розуміння того, яким чином формуються і закріплюються гендерні ролі у суспільстві, зокрема й у цифровому просторі.

Визначення гендерної нерівності як соціально обумовленого розподілу доступу до можливостей і ресурсів, а також сексизму як системної дискримінації на основі статі, дало змогу осмислити структурні передумови домінування однієї гендерної групи над іншою. Особливо цінним є акцент на тому, що ці явища функціонують як у відкритій, так і в прихованій формах – від очевидного виключення жінок із ігрових спільнот до тонких механізмів нормалізації знецінювального ставлення до них.

Аналіз понять сексуалізації та об'єктивації показав, яким чином через візуальні медіа – включно з відеоіграми – відтворюються стереотипні уявлення про жіноче тіло та роль жінки як естетичного об'єкта. Сексуалізовані образи, як і доведено в сучасних теоріях (зокрема працях АРА, Нуссбаум, Фредріксона і Малві), мають не лише символічне, але й психологічне навантаження, сприяючи розвитку тривожності, самокритики, а також відчуження від свого тіла у гравчинь. У такому контексті, поняття чоловічого погляду (male gaze) стає не лише культурною категорією, а й інструментом критичного аналізу механізмів формування соціальної реальності в медіа.

Таким чином, у першому розділі було доведено, що поняття гендеру, сексизму, сексуалізації та об'єктивації не є суто теоретичними, а мають безпосередній вплив на структуру повсякденного досвіду в цифровому середовищі. Ці концепти дозволяють не лише окреслити проблемне поле, а й критично осмислити ті механізми, через які нерівність закріплюється та відтворюється. Закладене в цьому розділі поняттєво-методологічне підґрунтя стало необхідною передумовою для подальших емпіричних кроків – аналізу візуальних образів, ігрової поведінки, структури ігрового середовища та

результатів анкетного опитування, які були розкриті в наступних частинах дослідження.

РОЗДІЛ 2. ІНТЕГРАЦІЯ ВІДЕОІГОР У КУЛЬТУРНУ ПАРАДИГМУ: ВІД РОЗВАГИ ДО КУЛЬТУРНОЇ ЦІННОСТІ

2.1. Відеоігри як частина сучасної культури та потреба формування безпечного та інклюзивного віртуального простору для жінок

Відеоігри сьогодні посідають центральне місце у сучасній культурі, впливаючи на різні аспекти суспільного життя, від дозвілля до формування ідентичності. Їхній вплив настільки масштабний, що вони вже давно перестали бути лише розвагою для підлітків чи окремої групи ентузіастів. Як зазначає М. Кроуфорд, «відеоігри стали невід’ємною частиною глобального культурного ландшафту, формуючи нові способи комунікації, споживання та самовираження» [Crawford & Muriel, 2018: с. 12].

Ігрова індустрія наразі є однією з найдинамічніших і найприбутковіших у світі. За даними дослідників, «прибутки від продажу відеоігор вже перевищили доходи кіноіндустрії та музичної індустрії разом узятих» [Turbosmurfs, 2024: с. 1]. Це свідчить про те, що відеоігри конкурують із традиційними медіа не лише за увагу, а й за культурний вплив.

Однією з ключових особливостей відеоігор є їхня здатність об’єднувати людей незалежно від віку, статі чи місця проживання. «Гравці з усього світу можуть взаємодіяти, співпрацювати і змагатися у віртуальних просторах, що сприяє формуванню нових соціальних зв’язків та спільнот» [Landing.jobs, 2024: с. 2]. «Відеоігри стають платформою для соціалізації, де гравці не лише знаходять друзів, а й створюють власні традиції, меми та культурні коди» [LinkedIn, 2023: с. 3]. Як підкреслює дослідник А. Шоу, «ігрові спільноти часто перетворюються на справжні соціальні мережі, що впливають на спосіб мислення та поведінку їхніх учасників» [Shaw, 2017: с. 7].

Відеоігри також є потужним інструментом для самовираження та побудови ідентичності. Вони дозволяють гравцям експериментувати з різними ролями, сценаріями поведінки та моделями взаємодії. «У віртуальному світі гравець

може стати ким завгодно – героєм, лиходієм, дослідником чи творцем, що відкриває нові можливості для самопізнання» [Crawford & Muriel, 2018: с. 21]. Особливо важливо це для молоді, яка через відеоігри вчиться взаємодіяти з іншими, приймати рішення та нести відповідальність за свої дії.

Ігрова культура активно впливає на масову культуру, мову, моду та навіть мистецтво. «Меми, терміни та естетика відеоігор проникають у повсякденне життя, стаючи частиною молодіжного сленгу та популярної культури» [New Wave Magazine, 2024: с. 2]. Наприклад, такі слова як «гриндити», «респаун» чи «фраг» використовуються не лише геймерами, а й ширшою аудиторією, що свідчить про глибоке проникнення ігрової культури у суспільство [New Wave Magazine, 2024: с. 3]. Відомі модні бренди надихаються ігровою естетикою, а саундтреки з популярних ігор потрапляють у музичні чарти.

Відеоігри також стають майданчиком для обговорення важливих соціальних тем. «Сучасні ігри дедалі частіше порушують питання гендерної рівності, расової дискримінації, екології та політики, даючи гравцям змогу критично осмислювати реальність через інтерактивний досвід» [Shaw, 2017: с. 15]. Це робить відеоігри не лише засобом розваги, а й інструментом формування громадянської позиції та соціальної відповідальності.

Загалом, відеоігри є потужним культурним феноменом, що впливає на трансформацію суспільства, ідентичностей та способів комунікації у цифрову добу. Як зазначає М. Кроуфорд, «відеоігри – це не просто розвага, а новий спосіб мислення, спілкування та взаємодії у сучасному світі» [Crawford & Muriel, 2018: с. 29].

Відеоігри сьогодні є не лише формою розваги, а й складним соціальним середовищем, у межах якого відбувається взаємодія гравців, творення спільнот і навіть відтворення певних соціальних моделей, зокрема гендерних. Саме тому важливо розглядати ігровий простір як об'єкт соціологічного аналізу, що дозволяє досліджувати, як у віртуальному середовищі можуть відтворюватися чи, навпаки, деконструюватися соціальні нерівності.

Згідно з теорією об'єктивації, запропонованою Мартою Нуссбаум, «об'єктивація полягає в сприйнятті людини – переважно жінки – як засобу для задоволення чужих цілей, як об'єкта, позбавленого автономії, емоцій та волі» [Nussbaum, 1995: с. 257]. У контексті патріархального суспільства це означає, що жінки часто сприймаються не як повноправні соціальні суб'єкти, а крізь призму зовнішніх характеристик, що робить їхню цінність залежною від відповідності певним естетичним та традиційним нормам. Така редукція особистості до зовнішніх ознак є не лише символічною формою насильства, але й структурним інструментом збереження соціальної нерівності.

Ці процеси активно репродукуються у віртуальному середовищі, зокрема в індустрії відеоігор. У віртуальному просторі, де за відсутності фізичних обмежень можлива більша свобода самовираження, ми спостерігаємо парадокс – «гіперсексуалізація жіночих персонажів стала стандартом, а їхні нарративні ролі часто зведені до декоративних чи допоміжних» [Lynch et al., 2016: с. 564]. У великій кількості випадків жіночі персонажі представлені у вбранні, що має відверто сексуальний характер, а їхні тіла зображені в непропорційно ідеалізованому вигляді, що орієнтоване виключно на гетеронормативний чоловічий погляд (male gaze). Це створює візуальне середовище, в якому жінки гіпервидимі, але позбавлені агентності та повноцінного сюжетного розвитку.

Таке інформаційне тло має значний вплив не лише на уявлення про жіночу роль у віртуальних світах, але й на психоемоційний стан самих гравчинь. Дослідження Б. Фредріксона і Т. Робертса доводять, що «об'єктивація може призводити до підвищеного рівня тривожності, зниження самооцінки та депресивних симптомів у жінок, оскільки постійна зовнішня оцінка тіла формує хронічну самосприйнятту об'єктивацію» [Fredrickson, Roberts, 1997: с. 181]. У середовищі відеоігор, де гравчині змушені стикатися з такими візуальними кодами щодня, ці ефекти можуть лише посилюватися.

З позицій гендерної соціології безпечне середовище трактується як простір, вільний від дискримінації, де кожна особа має рівні можливості для участі, вираження себе та реалізації потенціалу. У цьому контексті відеоігровий

простір не повинен залишатися осторонь соціальних трансформацій. Його інклюзія є важливою не лише як питання справедливості, а й як елемент культурної модернізації. Демократизація геймерського середовища передбачає впровадження політик нульової толерантності до дискримінації, підтримку жінок у професійному геймінгу, а також критичний перегляд стандартів дизайну персонажів і сюжетних сценаріїв, аби уникнути репродукування шкідливих стереотипів.

2.2. Залученість жінок у кіберспортивну індустрію

Кіберспорт – це явище, яке набирає все більшої популярності в умовах цифровізації та розвитку відеоігрової індустрії. Як і в традиційному спорті, жінки в сфері кіберспорту зустрічаються з дискримінацією. «Розвиток та категорії кіберспортивних ігор також, як правило, узгоджуються з тим, що традиційно вважається чоловічою діяльністю, такою як шутери від першої особи та спортивні симулятори» [Rogstad, 2022: с. 206]. З'явилася думка, що жінки не настільки залучені в кіберспортивну індустрію через свої розумові та особистісні характеристики, а от небажання грати в занадто змагальні ігри, або через притаманну гендерну нерівність відносно чоловіків. Проте ця думка є хибною. Менша залученість жінок в кіберспортивну індустрію спричинена іншими, більш глибокими факторами. «Швидше, відмінності між чоловіками та жінками, які грають у кіберспорт, зумовлені іншими аспектами – досвідом, культурними припущеннями та іншими умовами, які відбивають або перешкоджають участі жінок» [Rogstad, 2022: с. 206].

Гра у відеоігри історично закріпилася як маскулінне заняття, тобто така діяльність, яка асоціюється з чоловічими нормами, стилями поведінки та соціальними ролями. Це уявлення не є випадковим чи природним, а формується через дискурсивні практики, які визначають домінуючу гендерну норму. Важливо звернути увагу на розуміння самого поняття маскулінності: «“Маскулінність” представляє не певний тип чоловіка, а радше спосіб, у який

чоловіки позиціонують себе через дискурсивні практики» [Rogstad, 2022: с. 207]. Тобто йдеться не про біологічні характеристики чи особистісні риси, а про соціальні конструкти, які закріплюють чоловічу перевагу в певних середовищах – зокрема в ігровому.

Ці дискурси маскулінності активно репрезентуються через естетику відеоігор, їхню наративну структуру, дизайн персонажів, а також через домінуючу комунікацію в геймерських спільнотах. Репрезентація жінок у відеоіграх часто підпорядковується концепції чоловічого погляду (male gaze), де жіноче тіло демонструється як сексуалізований об'єкт, створений для задоволення чоловічого гравця. Це проявляється як у зовнішньому вигляді героїнь – надмірно оголених або еротизованих, – так і в їхніх ролях, які часто є другорядними, пасивними або декоративними.

Однак об'єктивація жінки у грі – це лише один з аспектів глибшої проблеми. Жінки-геймерки стикаються з дискримінацією не лише на рівні контенту, а й у повсякденній взаємодії з геймерською спільнотою. У багатьох випадках вони змушені приховувати свою стать: змінювати голос, використовувати гендерно нейтральні або навіть чоловічі ніки, щоби уникнути токсичної поведінки з боку інших гравців. Особливо гостро це проявляється у змагальному середовищі – в кіберспорті.

У професійній кіберспортивній індустрії жінки часто стикаються з відвертим неприйняттям та агресією з боку вболівальників і навіть колег. Це веде до того, що багато гравчинь свідомо відмовляються брати участь у відкритих турнірах з чоловіками, а іноді й узагалі припиняють участь у змаганнях, щоби не зазнавати психологічного тиску. Причиною такої реакції є не лише персональний досвід, а й структура самого кіберспорту, яка багато в чому наслідує традиційний спорт з його глибоко вкоріненими гендерними ієрархіями. Як справедливо зазначає Егіль Трасті Рогстад: «Кіберспорт, як і традиційні види спорту, має гіпермаскулінну культуру, включаючи об'єктивацію та виключення жінок» [Rogstad, 2022: с. 209].

Унаслідок постійного перебування в токсичному середовищі, відчуття небажаності або ворожості, багато жінок стикаються не лише з професійними обмеженнями, але й з психологічними проблемами. Хронічний стрес, почуття тривожності, страх висловлюватися або виступати публічно можуть значно впливати на психоемоційний стан жінок, які прагнуть розвиватися в кіберспортивній сфері. Ці наслідки не є особистісними слабкостями, а соціально зумовленими реакціями на структурну нерівність і культурне виключення.

Висновок до розділу 2

Другий розділ дослідження був присвячений аналізу відеоігор як важливого елемента сучасної культури та простору, у якому відтворюються й водночас можуть трансформуватися соціальні норми, зокрема – гендерні. У ході теоретичного огляду було підтверджено, що відеоігри давно вийшли за межі простої розваги, перетворившись на медіаформат, здатний формувати ідентичності, впливати на світогляд та змінювати структури соціальної взаємодії.

Розгляд відеоігор як частини культурної парадигми дозволив простежити, яким чином ігрова культура інтегрується у повсякденне життя: від мови і моди до форм комунікації, спільнотності та самовираження. Відеоігри створюють унікальні соціальні простори, де гравці можуть формувати стійкі зв'язки, створювати культурні коди, а також експериментувати з ролями, поведінковими сценаріями й уявленнями про себе. У цьому контексті відеоігрове середовище постає не лише як місце відпочинку, а як активний соціальний простір, у якому реалізуються процеси соціалізації, включення та – водночас – виключення.

Особливу увагу в розділі було приділено дослідженню гендерної динаміки в цифровому просторі. Було виявлено, що, незважаючи на потенціал відеоігор для створення відкритого та інклюзивного середовища, у реальності ігрова індустрія часто відтворює патріархальні моделі, зокрема через об'єктивацію

жіночих персонажів, домінування чоловічого погляду (male gaze), а також структурне виключення жінок з професійного геймінгу. Віртуальна гіперсексуалізація та редукція жіночих образів до декоративних функцій демонструють, що відеоігри є не лише культурним феноменом, а й інструментом символічного відтворення соціальної ієрархії.

У підрозділі про кіберспорт було доведено, що жіноча недостатня представленість у професійних змаганнях не зумовлена індивідуальними особливостями чи “відсутністю інтересу”, а є наслідком глибоких культурних і структурних бар’єрів. Маскулінна культура кіберспорту, як і традиційного спорту, посилює почуття небажаності жінок у спільноті, створюючи середовище, де сексизм і дискримінація можуть набувати відкритих форм. У результаті жінки змушені адаптуватися, приховуючи свою стать або уникати змагального компонента, що має серйозні наслідки для їхнього психоемоційного стану та кар’єрного розвитку.

Таким чином, другий розділ демонструє, що відеоігри, попри свій розважальний формат, мають глибокий соціальний вимір і не є поза політикою, культурою чи соціальною відповідальністю. Вони можуть бути як простором самовираження, включення та ігрової рівності, так і середовищем, у якому відтворюються дискримінаційні моделі та упередження. Тому дослідження гендерної нерівності в геймерській культурі є не лише актуальним, а й необхідним для осмислення ширших трансформацій сучасного суспільства у добу цифровізації. Формування безпечного, інклюзивного й етично відповідального віртуального простору має стати одним із ключових завдань як для самих розробників ігор, так і для ширшого академічного та професійного дискурсу.

РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1. Контент-аналіз: методологія та результати

Одним із методів, які будуть застосовані в моєму дослідженні, є контент-аналіз. За допомогою цього методу я планую вивчати популярні онлайн-відеоігри з фокусом на наявність сексистських елементів, особливо у зображенні персонажів. У дослідженні Едварда Доунса та Стейсі Сміт «Keeping Abreast of Hypersexuality: A Video Game Character Content Analysis» було визначено дві основні одиниці аналізу: ігровий сегмент та персонаж відеоігри. Однак у моєму дослідженні я зосереджуватимуся виключно на персонажі відеоігри й індикаторах гіперсексуалізованості та об'єктивації, оскільки саме це є основним об'єктом моєї уваги. Індикатори, які використовуються у вищезгаданому дослідженні – це сексуально відвертий одяг, оголеність, пропорції тіла, розмови про секс, сексуальна поведінка, доречність вбрання, розмір грудей та розмір талії [Downs, Smith, 2009: с. 725]. Оскільки об'єктом мого дослідження є лише онлайн відеоігри, то виникає потреба адаптувати індикатори під тематику. Таким чином я виділила 5 індикаторів мого контент аналізу. Першим є сексуально відвертий одяг, тобто одяг, який має на меті виділити або збільшити певні частини тіла (від шиї до верхньої частини стегон). Кодування буде здійснюватись у форматі 1 – Одяг є сексуально відвертим та 2 – Одяг не є сексуально відвертим. Другий індикатор – це оголеність. Під оголеністю мається на увазі кількість відкритої шкіри, яка наявна у персонажа. Наприклад, голий торс у чоловіків, оголений живіт, ноги вище коліна та часткова оголеність грудей у жінок. Цей індикатор кодується так: 1 – оголеність є в області грудей, ніг вище коліна та живота, а код номер 2 – нема оголеності/оголеність тільки рук, шиї та ніг до коліна. Третім індикатором є пропорції тіла, наскільки вони є реалістичними і пропорційними щодо інших частин тіла. До прикладу це можуть бути задовгі ноги у жінок, порівняно з іншими частинами тіла, як у випадку з Барбі, завеликі груди, замала талія або

надмірна перекачаність верхньої частини тіла у чоловіків, яка не співвідноситься з талією, як у персонажа Ліги легенд Браума. Цей індикатор кодується за принципом 1 – тіло не є пропорційним, 2 – тіло є пропорційним. Четвертий індикатор – це сексуалізовані пози. Тобто, це пози, які несуть на меті виділити у персонажів вигини їх тіла або певні частини тіла, такі як груди, стегна, ноги та плечі. Цей індикатор кодується як: 1 – поза сексуалізована, 2 – поза не сексуалізована. П'ятим індикатором виступає доречність вбрання. Він характеризується тим, наскільки одяг підходить до тієї чи іншої ситуації. Наприклад, якщо це купальник, бо в сюжеті присутній басейн, то це вважається доречним вбранням, а якщо це купальник у жінки воїтельки, то це недоречне вбрання. Кодами для цього індикатора є: 1 – вбрання недоречне, 2 – вбрання доречне. Таким чином, код «1» позначає наявність елементів сексуалізації персонажа, тоді як код «2» – їхню відсутність.

У межах нашого дослідження ми проаналізували такі популярні онлайн-відеоігри: Fortnite, Call of Duty: Warzone та League of Legends. Вибір саме цих ігор є виваженим, оскільки вони суттєво відрізняються між собою за жанром, цільовою аудиторією, стилістикою та ігровою механікою, що дозволяє отримати більш комплексне уявлення про особливості репрезентації гендеру в різних сегментах індустрії.

Fortnite – це яскравий приклад гри в жанрі Battle Royale, орієнтованої переважно на молодшу аудиторію. Її візуальний стиль тяжіє до мультяшної естетики, а персонажі часто мають гротескні, гіперболізовані риси. Гра вирізняється широким вибором шкінами, серед яких є як жіночі, так і чоловічі образи, що дозволяє аналізувати особливості гендерного візуального представлення в умовах масової геймерської культури. Важливо зазначити, що для аналізу ми брали лише персонажів, створених самою командою Fortnite, оскільки більша маса шкінів – це персонажі з інших всесвітів, такі як Зоряні Війни, Marvel тощо.

Call of Duty: Warzone належить до жанру військових шутерів і має реалістичний стиль виконання. Вона переважно орієнтована на дорослу

аудиторію й апелює до традиційно маскулінного дискурсу: війна, зброя, жорсткі бої. У цьому контексті особливо цікавим є те, як у грі зображуються жіночі персонажі, і наскільки вони відповідають чи суперечать стереотипним уявленням про "жіночість".

League of Legends представляє жанр MOBA (Multiplayer Online Battle Arena) і вирізняється різноманіттям ігрових персонажів (чемпіонів), серед яких багато як чоловічих, так і жіночих образів. Візуальна репрезентація героїв тут часто є гіперболізованою, що відкриває можливості для аналізу елементів сексуалізації, об'єктивації та закріплення гендерних стереотипів.

У межах дослідження було проаналізовано 48 найпопулярніших ігрових персонажів, відповідно до рейтингу, сформованого на основі даних інтернет-ресурсу LagoFast. Для забезпечення порівняльної репрезентативності було обрано по 16 персонажів із кожної гри – Fortnite, Call of Duty: Warzone та League of Legends. У межах кожної вибірки аналізувалося по 8 персонажів жіночої та 8 персонажів чоловічої статі, що дозволило зберегти гендерний баланс і забезпечити можливість системного порівняння.

Такий підхід дозволяє дослідити, яким чином жіночі та чоловічі персонажі візуально конструюються, які характеристики надаються кожній статі, які стилістичні й нарративні особливості підкреслюються в межах ігрового простору. Крім того, це дає змогу проаналізувати, наскільки часто в іграх вдаються до використання стереотипних образів або, навпаки, пропонують альтернативні моделі репрезентації.

Особливу увагу під час формування вибірки було приділено чіткості гендерної ідентифікації персонажів. До остаточного переліку не були включені істоти, яких складно однозначно віднести до категорії "чоловік" або "жінка", зокрема антропоморфні створіння, гіперфентезійні образи, нейтральні або нефіксовані гендерно персонажі, а також ті, чия візуальна або нарративна ідентичність навмисне розмита. Це дало змогу зосередитися саме на аналізі людських персонажів із чітко означеною гендерною приналежністю, що є

ключовим для вивчення особливостей гендерної репрезентації в межах масової культури.

Загалом такий аналітичний підхід створює основу для якісної оцінки того, як саме формується візуальний і культурний образ жінок і чоловіків у популярних відеоіграх, і виявлення потенційної гендерної асиметрії, об'єктивації чи стереотипізації в межах цих медіапродуктів.

За результатами проведеного контент-аналізу було виявлено, що код «1», який позначає наявність ознак надмірної сексуалізації персонажа, значно частіше фіксується у жіночих образах, ніж у чоловічих. Загальна частота появи цього коду серед жіночих персонажів становить 72 випадки, тоді як серед чоловічих – лише 28 випадків. Це свідчить про помітну гендерну асиметрію у представленні персонажів, зокрема у візуальному акцентуванні на тілесності та сексуальності жінок.

Найбільш збалансована ситуація зафіксована у грі Call of Duty: Warzone, де загальна кількість випадків фіксації сексуалізованого зображення становить 19 серед жіночих персонажів та 11 – серед чоловічих. Порівняно невелика різниця може бути пояснена особливостями жанру – це військовий шутер, що тяжіє до реалістичної естетики. Жінки в цій грі здебільшого зображуються у відповідному бойовому екіпіруванні, що обмежує простір для сексуалізованої візуалізації.

Дещо гірші показники спостерігаються у грі Fortnite, де код «1» зустрічається 23 рази серед жіночих персонажів і лише 6 разів серед чоловічих. З огляду на те, що ця гра має стилізовану, мультяшну графіку та орієнтована на молодшу аудиторію (зокрема, осіб віком до 18 років), така тенденція викликає занепокоєння. Згідно з даними інтернет-ресурсу SurveyMonkey, близько 60% підлітків регулярно грають у Fortnite [Jon Gitlin: 2024], що створює ризик формування у неповнолітніх спотвореного уявлення про жіноче тіло, ролі та зовнішність жінок.

Найбільш виражена гендерна диспропорція спостерігається у грі League of Legends, де надмірно сексуалізовані риси зафіксовані 30 разів серед жіночих

персонажів, тоді як серед чоловічих – лише 11 разів. Така тенденція частково зумовлена стилістикою гри та її орієнтацією на дорослішу аудиторію. Водночас, вона залишається проблемною, оскільки навіть у старшому віці гравці можуть інтерналізувати стереотиповані уявлення про жінок. Згідно з даними ресурсу RANKEDKINGS, 40% гравців складають особи віком від 21 до 24 років, тобто все ще молодь, чий світогляд активно формується [What Is, 2025].

Результати проведеного контент-аналізу вказують на наявність стійкої гендерної нерівності у візуальному представленні персонажів у популярних онлайн-відеоіграх. Найбільш помітним проявом цієї нерівності є надмірна сексуалізація жіночих образів, яка систематично переважає над відповідними характеристиками чоловічих персонажів. Незважаючи на жанрову та стилістичну різноманітність досліджуваних ігор – Call of Duty: Warzone, Fortnite та League of Legends – загальна тенденція залишається незмінною: жіночі персонажі частіше подаються крізь призму естетики сексуальності, що не завжди відповідає логіці сюжету або внутрішнього світу гри.

Особливо тривожною така ситуація виглядає у випадку з Fortnite, адже ця гра орієнтована переважно на молодшу аудиторію, зокрема підлітків. У цьому контексті надмірна сексуалізація може мати небезпечні соціалізаційні наслідки, сприяючи формуванню викривлених уявлень про жіноче тіло, гендерні ролі та очікування щодо зовнішності жінок ще на етапі активного становлення особистості. Сексуалізовані образи в такому середовищі не лише нормалізують стереотипне мислення, а й можуть впливати на самооцінку, гендерну ідентичність та міжособистісну взаємодію серед молоді.

У грі League of Legends, яка орієнтується на дорослішу аудиторію, показник сексуалізації жіночих персонажів є ще вищим. Це свідчить про те, що проблема не обмежується лише дитячим або підлітковим контекстом, а є глибоко вкоріненою в загальну логіку дизайну ігрових продуктів, у якій жінка часто зображується не як активний суб'єкт подій, а як естетичний або сексуальний об'єкт. Такий підхід репродукує традиційні патріархальні уявлення

та підтримує культуру об'єктивації, навіть якщо не є відкрито агресивним або навмисним.

Порівняно з іншими, Call of Duty: Warzone демонструє відносно нижчий рівень сексуалізації, що може бути пов'язано з тяжінням до реалізму та військової тематики. Проте навіть у цьому випадку спостерігається помітна різниця між представленням чоловічих і жіночих персонажів, що вказує на те, що навіть в умовно "серйозному" ігровому просторі жінки не позбавлені естетичного тиску.

Проведений контент-аналіз трьох популярних онлайн-відеоігор – Call of Duty: Warzone, Fortnite та League of Legends – дозволив виявити стійку та системну гендерну асиметрію у способі візуального зображення персонажів. Основним індикатором такого дисбалансу виступив код «1», що позначає наявність ознак надмірної сексуалізації персонажа. Його значно частіше було зафіксовано у випадку жіночих образів – 72 випадки проти 28 серед чоловічих, що свідчить про тенденційне фокусування на тілесності саме жіночих персонажів незалежно від жанрових чи стилістичних особливостей ігор.

Найменша різниця між рівнем сексуалізації чоловічих і жіночих персонажів спостерігалася у Call of Duty: Warzone, що частково можна пояснити реалістичною стилістикою та тематикою військового шутера, яка не передбачає візуальної гіперболізації сексуальних рис. Водночас навіть у цьому випадку зберігається помітна диспропорція, що вказує на глибину проблеми, яка пронизує навіть відносно "серйозні" ігрові формати.

Найбільше занепокоєння викликає ситуація з грою Fortnite, орієнтованою на молодшу аудиторію. Фіксація значного рівня сексуалізації саме у грі для підлітків є небезпечною не лише з огляду на репрезентацію жінки в культурному просторі, а й через потенційний вплив на процеси соціалізації, формування тілесного сприйняття, самооцінки та гендерної ідентичності у неповнолітніх. Образи, в яких акцент робиться на еротизованих рисах, можуть мимоволі нормалізувати гендерну об'єктивацію як частину прийнятної і навіть бажаного представлення жінки у публічному просторі.

Ще більш виражену асиметрію виявлено у League of Legends, грі, що орієнтується на дорослішу, але все ще вразливу у плані формування ідентичностей аудиторію. Показник сексуалізованості жіночих персонажів тут є найвищим серед усіх досліджених ігор. Це вказує на те, що проблема не обмежується дитячим або підлітковим середовищем, а має глибші корені в культурних кодах ігрової індустрії. Жіночі образи, зведені до декоративної або еротизованої функції, перетворюються на об'єкти споглядання, а не на суб'єктів дії. Це сприяє відтворенню патріархального дискурсу, який знецінює жіночу присутність як автономну та дієздатну.

Загалом результати дослідження демонструють, що сексуалізація жіночих персонажів у відеоіграх є не випадковим або маргінальним явищем, а частиною загальної логіки візуального дизайну, яка продовжує репродукувати традиційні гендерні стереотипи. Незалежно від аудиторії, жанру чи стилістики, жіночі образи частіше наділяються рисами, які покликані викликати сексуальне зацікавлення, а не передати функціональність, силу, інтелект чи інші риси, притаманні повноцінному персонажу.

У цьому контексті необхідним є подальший перегляд естетичних стандартів, які закладаються у візуальний наратив сучасних відеоігор. Індустрія потребує ширшого спектру репрезентацій жіночності, які б дозволяли відображати різноманітність досвідів, ролей та ідентичностей, замість того, щоб обмежуватись формулою об'єкта бажання. Такий підхід не лише сприятиме формуванню інклюзивнішого геймерського простору, але й позитивно вплине на культурну роль відеоігор як медіа, здатного транслювати та закріплювати соціальні норми та цінності.

3.2. Онлайн-опитування (CAWI): методологія та результати

Для глибшого розуміння досвіду жінок у геймерському середовищі в рамках нашого дослідження було проведено пілотне онлайн-опитування методом комп'ютеризованого веб-анкетування (Computer Assisted Web

Interviewing, CAWI) за допомогою платформи LimeSurvey. Опитування було спрямоване на вивчення ставлення, досвіду та сприйняття гендерної нерівності серед гравців онлайн-відеоігор.

У вибірку увійшло 196 респондентів, серед яких 81 особа (41%) ідентифікували себе як чоловіки, 85 осіб (43%) – як жінки. Також до загальної вибірки включено 30 осіб (15%), які були відфільтровані, оскільки вказали, що не грають в онлайн-відеоігри. Для подальшого аналізу була сформована робоча вибірка у кількості 166 респондентів, оскільки відповіді решти учасників виявилися неповними або не відповідали критеріям включення до основного масиву даних. Похибка репрезентативності з довірчою імовірністю 0,95 становить не більше 7,6%. Така похибка не є бажаною для більш масштабного опитування, проте для пілотного – допустимою, оскільки основна задача – це побачити переважаючі тенденції.

Опитувальник складався з 18 питань, з яких 9 були сформульовані як твердження, що потребували оцінки ступеня згоди за шкалою Лайкерта. Такий формат дозволив виміряти суб'єктивне ставлення респондентів до заявлених тем, зокрема питань дискримінації, об'єктивації та включення жінок у геймерську спільноту. Вибір саме такої кількості питань був зумовлений необхідністю балансу між глибиною збору даних та рівнем залученості респондентів: надто об'ємне опитування могло б призвести до зростання кількості неповних відповідей, тоді як надто стислий варіант не дозволив би повною мірою розкрити об'єкт дослідження.

Крім того, в опитуванні були включені 4 демографічні питання, що стосувалися статі, віку, рівня освіти та доходу. Через нерівномірність вибірки, рівень освіти та дохід були виключені з подальшого аналізу. Віковий розподіл респондентів було реалізовано за чотирма категоріями: до 18 років, 18-35 років, 36-50 років, старші за 51 рік. В загальний аналіз було включено лише вікові категорії до 18 років та 18-35 років, через брак респондентів інших двох вікових категорій. Така тенденція є зрозумілою, оскільки основна аудиторія відеоігор – це підлітки і молодь. Такий поділ є обґрунтованим, оскільки дозволяє

відстежити вікоспецифічні відмінності в досвіді гри та сприйнятті гендерних ролей. Категорія до 18 років охоплює підлітків, які є однією з ключових аудиторій ігрової індустрії, зокрема ігор, таких як Fortnite. Група 18-35 років включає молодь і молодих дорослих – найактивніших користувачів цифрових платформ, у тому числі й у сфері кіберспорту.

Полювий етап дослідження тривав з 15 по 27 травня 2025 року, що забезпечило достатній часовий проміжок для збору валідних та репрезентативних відповідей.

Результати SAWI засвідчили чітко окреслені гендерні відмінності у виборі геймінгових платформ та жанрових уподобаннях. Переважна більшість жінок вказали, що для гри найчастіше використовують смартфони (62%) та планшети (75%), у той час як серед чоловіків домінує персональний комп'ютер – 65%. Така тенденція підтверджує гіпотезу про меншу залученість жінок до професійного простору відеоігор, адже мобільні пристрої традиційно не вважаються основною платформою для серйозного геймінгу через їхні технічні обмеження.

Щодо жанрових вподобань, загалом найбільш популярними серед усіх респондентів стали ігри жанру "пісочниця" (49%) та тактичні шутери (40%). Проте при детальнішому аналізі виявляються значні гендерні відмінності: жінки частіше надають перевагу головоломкам (71%) та файтингам (76%), у той час як чоловіки значно частіше обирають тактичні шутери (70%). Інтерес до ігор типу "пісочниця" розподілився досить рівномірно між обома групами: 49% серед чоловіків та 51% серед жінок, що вказує на універсальність цього жанру.

Така гендерна поляризація в ігрових смаках, зокрема менша присутність жінок у шутерах, пояснюється не відсутністю інтересу чи здібностей, а соціальними бар'єрами та упередженнями, які досі зберігаються у геймерській спільноті. Жінки часто стикаються з упередженим ставленням або страхом бути осудженими за участь у так званих «чоловічих іграх».

Згідно з результатами опитування, більшість респондентів (57%) повідомили, що стикалися з сексистськими або дискримінаційними

висловлюваннями під час гри в онлайн-відеоігри. Цікаво, що розподіл між жінками та чоловіками в цьому питанні є відносно збалансованим, що свідчить про наявність ворожого середовища загалом, незалежно від статі. Однак подальший аналіз конкретних форм прояву дискримінації демонструє суттєві гендерні відмінності у типах ворожих взаємодій.

Так, 71% чоловіків частіше стикалися з погрозами або переслідуванням, тоді як жінки переважно повідомляли про випадки гендерно обумовленої дискримінації: образи або жарти про стать (57%), ігнорування або виключення з команди (56%), а також сексуальні коментарі та домагання (61%). Це свідчить про те, що жінки в онлайн-іграх частіше стають об'єктами агресії саме через свою стать, тоді як чоловіки зазнають ворожості, яка не є напряду пов'язаною з гендерною ідентичністю, а радше має загальний або ситуаційний характер.

Переважає більшість респондентів (82%) також засвідчили, що спостерігали подібне ставлення до інших гравців, тобто такі прояви агресії та дискримінації є не лише особистим досвідом, а й частиною загальної атмосфери ігрового середовища. При цьому спостерігаються відмінності у частоті цих спостережень: 65% жінок бачать такі випадки часто, тоді як 56% чоловіків вказують, що стикаються з ними лише іноді. Це може свідчити як про більшу чутливість жінок до проявів дискримінації, так і про те, що вони частіше перебувають у ситуаціях, де ці прояви є системними.

Коли було поставлене запитання про реакцію інших гравців на подібні інциденти, 34% зазначили, що гравці переважно ігнорують агресора. Водночас найбільш поширеною відповіддю виявилася «важко відповісти», що свідчить про недостатню чіткість формулювання запитання або відсутність релевантного фільтруючого запиту перед ним. Це вказує на потребу методологічного вдосконалення інструменту опитування з метою отримання точніших і валідніших результатів.

Наступним етапом дослідження стало оцінювання низки тверджень за п'ятибальною шкалою, де 1 означає повну незгоду, а 5 – повну згоду. Найвищий рівень підтримки отримали три твердження, які безпосередньо вказують на

існування дискримінаційних практик у геймерській спільноті. Зокрема, 62% респондентів погодилися з тим, що навіть коли агресія спрямована на чоловіка, об'єктом зневаги часто стають жінки з його оточення, ще 61% респондентів відзначили надмірну сексуалізацію жіночих персонажів в онлайн-іграх, а 58% погодилися з твердженням, що жінки частіше за чоловіків зазнають ворожого ставлення у внутрішньоігрових чатах.

Найменшу підтримку серед усіх тверджень отримали відверто сексистські установки: «Жінки мають грати тільки за допоміжних персонажів (саппортів)» та «Жінки грають в онлайн-ігри лише для того, щоб сподобатися хлопцям». Така динаміка свідчить про певну критичність респондентів до найгрубіших форм гендерної стереотипізації.

Варто зазначити, що жінки частіше висловлювали згоду з твердженнями, які підкреслюють наявність дискримінації: зокрема, 68% погодились з твердженням про зневагу до жінок у середовищі агресивних чоловіків, 87% – із заявою про сексуалізованість персонажів, і 70% – про ворожість в чатах. Це свідчить про вищу чутливість до гендерно зумовлених проблем серед жінок-геймерок, сформовану власним досвідом.

Водночас серед чоловіків 46% вважають, що чоловіки загалом краще грають у відеоігри, ніж жінки, а також частіше погоджуються з твердженням, що жінки надмірно емоційно реагують на поразки. Така картина вказує на присутність традиційних гендерних стереотипів у частини чоловічих респондентів і демонструє, що навіть попри часткову відмову від грубих сексистських уявлень, певні упередження щодо жіночої присутності в геймерському просторі все ще зберігаються.

Загалом, дисбаланс у сприйнятті окремих тверджень серед респондентів різної статі підкреслює існування гендерного поділу в досвіді участі в онлайн-іграх. Жінки частіше визнають прояви дискримінації як проблему, тоді як серед чоловіків усе ще поширені стереотипні уявлення про «природні» відмінності у геймерських здібностях.

Результати проведеного пілотного дослідження засвідчили наявність чітко виражених гендерних відмінностей у досвіді участі в онлайн-відеоіграх. Зокрема, спостерігається тенденція до розмежування геймерських практик та уподобань за статевою ознакою: жінки частіше обирають мобільні платформи та жанри, що асоціюються з інтелектуальним викликом або сюжетною глибиною, тоді як чоловіки надають перевагу персональним комп'ютерам та більш агресивним, змагальним форматам, зокрема шутерам. Такий розподіл не є прямим наслідком особистісних відмінностей, а радше відображає соціально сконструйовані бар'єри та упередження, які впливають на участь жінок у геймерській культурі.

Отримані дані також демонструють високий рівень поширеності дискримінаційних практик у віртуальному середовищі. Хоча обидві статі повідомляють про випадки ворожого ставлення під час гри, характер цих проявів є чітко гендерно зумовленим. Жінки, як правило, стикаються з об'єктивацією, приниженням через стать та сексуальними домаганнями, тоді як чоловіки – переважно з агресією загального характеру. Подібна ситуація свідчить про системну нерівність, що формує нерівні умови участі у спільноті для жінок і чоловіків. До того ж, рівень підтримки окремих стереотипних тверджень серед чоловічої частини респондентів вказує на тривалість та глибину закорінених уявлень про «природну» ігрову перевагу чоловіків та емоційність жінок, що лише поглиблює бар'єри.

Окрему увагу слід звернути на методологічні обмеження, зокрема пов'язані з форматом CAWI-опитування (Computer-Assisted Web Interviewing). Попри його зручність, швидкість збору даних та відносно невеликі витрати, такий формат має низку суттєвих мінусів. Передусім, йдеться про обмежений контроль за вибіркою – участь в опитуванні беруть лише ті, хто має доступ до Інтернету, зацікавлення у темі та мотивацію відповідати. Це створює ризик самоселекції респондентів і, як наслідок, потенційного зміщення результатів. У випадку даного дослідження спостерігається нерівномірний віковий розподіл учасників, що впливає на узагальнення результатів. Крім того, одне запитання

викликало труднощі з інтерпретацією, що свідчить велика кількість відповідей «важко відповісти», тому присутня потреба доопрацювання формулювань та логіки опитувальника.

Зважаючи на це, результати варто трактувати як орієнтовні та експериментальні, але водночас достатньо інформативні для виявлення ключових тенденцій. У перспективі подальших досліджень доцільно розширити вибірку, включити якісні методи (інтерв'ю, фокус-групи) та вдосконалити інструментарій збору даних. Це дозволить отримати більш валідну та репрезентативну картину щодо гендерної нерівності у геймерській культурі.

Висновок до розділу 3

Проведене емпіричне дослідження, що поєднало контент-аналіз візуального образу персонажів у трьох популярних онлайн-відеоіграх (Call of Duty: Warzone, Fortnite, League of Legends) та пілотне опитування гравців і гравчинь методом CAWI, дозволило виявити низку глибоко вкорінених гендерних дисбалансів, що проявляються як у самому ігровому контенті, так і в досвіді взаємодії геймерів у цифровому середовищі.

З одного боку, результати контент-аналізу підтвердили, що жіночі персонажі систематично репрезентуються у сексуалізованій формі значно частіше, ніж чоловічі. Незалежно від жанрової специфіки гри, візуальна естетика жіночих образів нерідко тяжіє до гіперсексуальності: відкритий одяг, нереалістичні пропорції, еротизовані пози – все це формує образ жінки як об'єкта споглядання, а не як рівноправного суб'єкта дії. Особливо тривожною така тенденція є у грі Fortnite, що орієнтована на підліткову аудиторію, адже саме у цей період формуються базові уявлення про тіло, гендерні ролі та соціальні очікування. Водночас найбільш виражену гендерну асиметрію було виявлено у League of Legends, де сексуалізованість жіночих персонажів має найбільший розрив у порівнянні з чоловічими. Єдиним відносно винятковим прикладом є Call of Duty: Warzone, де реалізм жанру та військова тематика

стримують надмірну сексуалізацію, хоча навіть там зберігається відчутний гендерний дисбаланс.

З іншого боку, результати пілотного онлайн-опитування засвідчили, що дискримінація за статевою ознакою є реальним і поширеним досвідом у геймерському середовищі. Водночас характер цієї дискримінації відрізняється за гендерною ознакою: жінки частіше стикаються з об'єктивацією, знеціненням, виключенням із команд і сексуальними домаганнями, тоді як чоловіки частіше стають жертвами загальної агресії чи ворожості, не пов'язаної зі статтю. Значна частина респонденток також повідомила про досвід замовчування своєї гендерної ідентичності в ігровому просторі, що є ще одним свідченням системної нерівності.

Також дослідження виявило різницю у сприйнятті дискримінації: жінки частіше погоджуються з твердженнями, що вказують на наявність гендерної нерівності в ігровому просторі, тоді як чоловіки нерідко виявляють підтримку стереотипів, згідно з якими жінки гірше грають у відеоігри або емоційно реагують на поразку. Це вказує на глибоку розбіжність у геймерських досвідах та на потребу в додатковій просвітницькій роботі, що сприятиме переосмисленню усталених уявлень.

Не менш важливим є розуміння методологічних обмежень, притаманних цьому дослідженню. Формат CAWI, хоча й ефективний з погляду оперативності та охоплення аудиторії, має обмеження у репрезентативності вибірки. Зокрема, участь у ньому беруть лише особи з доступом до інтернету, з особистим інтересом до теми та достатньою мотивацією для заповнення анкети. Випадок значної кількості відповідей «важко відповісти» на деякі питання засвідчив також необхідність удосконалення анкетного інструменту та логіки побудови опитувальника. Проте як для пілотного дослідження, результати є інформативними і дозволяють окреслити ключові тенденції для подальшого, масштабнішого аналізу.

Загалом, результати третього розділу підтверджують, що гендерна нерівність у геймерській культурі є системною проблемою, що проявляється як

у репрезентації персонажів, так і в досвіді самих гравців. Для її подолання необхідна комплексна стратегія, що включає переосмислення стандартів дизайну ігор, розвиток інклюзивної культури взаємодії в спільнотах, а також подальші наукові дослідження, які поєднуюватимуть кількісні та якісні методи аналізу. Лише так можна забезпечити формування геймерського простору, у якому участь є рівноправною, безпечною та вільною від упереджень.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання дипломної роботи було проведено комплексне дослідження гендерної нерівності та проявів сексизму в онлайн-відеоіграх. Зокрема, було здійснено теоретичний аналіз ключових понять, таких як «гендер», «гендерна нерівність», «сексизм», «сексуалізація» та «об'єктивація», що стали основою для подальшого емпіричного вивчення. Окрему увагу було приділено визначенню проявів сексизму у вигляді сексуалізації жіночих персонажів, об'єктивації та гендерної асиметрії.

Завдяки контент-аналізу персонажів трьох популярних онлайн-відеоігор (Fortnite, Call of Duty: Warzone та League of Legends) було виявлено, що гендерна нерівність у візуальному зображенні персонажів є стійким явищем. Зокрема, результати аналізу свідчать про значно частішу сексуалізацію жіночих персонажів порівняно з чоловічими. Найбільш виражена сексуалізація спостерігалася у грі League of Legends, де жіночі персонажі часто зображуються в гіперсексуалізованих образах, що не завжди відповідає логіці сюжету або ролі персонажів. У грі Fortnite, яка орієнтована на молодшу аудиторію, така тенденція може мати небезпечні соціалізаційні наслідки, адже підлітки можуть сприймати ці образи як норму, що впливає на їхнє уявлення про жіноче тіло і гендерні ролі.

Також було проведено онлайн-опитування серед гравців, що дало змогу виявити упереджене ставлення до жінок у геймерських спільнотах, включаючи випадки сексуальних домагань, дискримінаційних висловлювань та токсичної поведінки. Більшість жінок, які брали участь в опитуванні, зазначили, що часто змушені приховувати свою гендерну ідентичність або використовувати гендерно нейтральні нікнейми для того, щоб уникнути негативних реакцій з боку інших гравців.

Згідно з результатами дослідження, жіноча недостатня представленість у кіберспортивній індустрії зумовлена не відсутністю зацікавленості чи здібностей, а культурними та структурними бар'єрами, сексизмом і

дискримінацією, з якими стикаються жінки в цій сфері. Токсична чоловіча культура в кіберспорті, яка часто включає агресивне ставлення до жінок, створює середовище, в якому вони почувуються небажаними або некомфортно.

Загалом, результати дослідження вказують на наявність глибоко вкоріненої гендерної нерівності та сексизму у відеоігровій індустрії, які проявляються через сексуалізацію жіночих персонажів, об'єктивацію та токсичні стереотипи в геймерських спільнотах. Це свідчить про необхідність змін в індустрії, що повинні включати як перегляд стандартів дизайну персонажів, так і реформи в культурі геймерських спільнот, щоб забезпечити безпечне та інклюзивне середовище для всіх гравців.

Рекомендації, сформульовані на основі результатів дослідження, передбачають розробку політик рівного представництва та інклюзивного дизайну у відеоіграх, запровадження антидискримінаційних заходів у геймерських спільнотах та кіберспортивних турнірах, а також розвиток освітніх програм, що пропагують гендерну рівність і здорові практики у цифровому середовищі. Це сприятиме створенню більш рівноправного і справедливого ігрового середовища, де гендерна ідентичність не буде фактором для дискримінації чи стереотипізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 72% of Women Play Video Games. GAM3S.GG. URL: <https://gam3s.gg/news/72-percent-women-play-games/>
2. Лопушинський І., Ковнір І. Сексизм як соціально-комунікативне явище: теоретичні засади та правове регулювання. *Customs & Admin.* 2021. №1. С. 42–47.
3. Мельник Т. Основи теорії гендеру: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. С. 1-534.
4. Стрельник О. Гендерна нерівність та соціальний статус жінки в сучасному українському суспільстві. Автореферат. 2003. С. 1 – 23.
5. American Psychological Association. Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls. 2007. С. 1–60.
6. Downs E., L. Smith S. Keeping Abreast of Hypersexuality: A Video Game Character Content Analysis. *Sex Roles.* 2009. № 74. С. 721–733.
7. Fortnite study: How parents and teens feel about the game. SurveyMonkey. URL: <https://www.surveymonkey.com/curiosity/fornite-study-how-parents-and-teens-feel-about-the-game/>
8. Fredrickson B., Roberts T. Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks // *Psychology of Women Quarterly.* 1997. №21(2). С. 173–206.
9. Landing.jobs. Огляд соціальних аспектів онлайн-ігор. Landing.jobs, 2024. URL: <https://landing.jobs/blog/social-aspects-online-games>
10. LinkedIn. Професійні та соціальні мережі геймерів. LinkedIn, 2023. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/gamers-social-networks-professional-connections>
11. Most Popular League of Legends Characters in 2025. LagoFast. URL: <https://www.lagofast.com/en/blog/league-of-legends-characters/#a5>
12. Mulvey L. Visual Pleasure and Narrative Cinema // *Screen.* 1975. №16(3). С. 6–18.

13. Muriel, D., Crawford, G. Video Games as Culture: Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society. Routledge, 2018.
14. New Wave Magazine. Вплив ігрової культури на масову культуру. New Wave Magazine, 2024. URL: <https://newwavemagazine.com/gaming-culture-influence>
15. Nikunen, K. Gender and Sexuality in Media Cultures: Regulation, Critique and Reconfiguration. International Journal of Cultural Studies. 2021. Vol. 24, No. 6. С. 893–909.
16. Nussbaum M. Objectification // Philosophy & Public Affairs. 1995. №24(4). С. 249–291.
17. Shaw, A. Video Games and Cultural Identities. Journal of Digital Culture Studies, 2017, № 4, с. 5–22.
18. Turbosmurfs. Статистика та аналітика ігрової індустрії. Turbosmurfs, 2024. URL: <https://www.turbosmurfs.com/game-industry-statistics>
19. What Is the Average Age of League of Legends Players? A Demographic Deep Dive into Riot's Global Phenomenon: RANKEDKINGS. URL: <https://rankedkings.com/blog/what-is-the-average-age-of-lol-players>

ДОДАТКИ

Додаток А.

Розрахунки контент-аналізу

Fortnite		
Жінки	Частота зустрічі коду "1"	Частота зустрічі коду "2"
Сексуально відвертий одяг	7	1
Оголеність	5	3
Пропорції тіла	3	5
Секуалізовані пози	5	3
Доречність вбрання	3	5
Чоловіки	Частота зустрічі коду "1"	Частота зустрічі коду "2"
Сексуально відвертий одяг	0	8
Оголеність	2	6
Пропорції тіла	2	6
Секуалізовані пози	2	6
Доречність вбрання	0	8

Жінки	23	17
Чоловіки	6	34

Call of Duty: Warzone		
Жінки	Частота зустрічі коду "1"	Частота зустрічі коду "2"
Сексуально відвертий одяг	5	3
Оголеність	3	5
Пропорції тіла	2	6
Секуалізовані пози	2	6
Доречність вбрання	7	1
Чоловіки	Частота зустрічі коду "1"	Частота зустрічі коду "2"
Сексуально відвертий одяг	3	5
Оголеність	3	5
Пропорції тіла	0	8
Секуалізовані пози	0	8
Доречність вбрання	5	3

Жінки	19	21
Чоловіки	11	29

League of Legends		
Жінки	Частота зустрічі	Частота зустрічі коду

	коду "1"	"2"
Сексуально відвертий одяг	8	0
Оголеність	5	3
Пропорції тіла	6	2
Секуалізовані пози	6	2
Доречність вбрання	5	3
Чоловіки	Частота зустрічі коду "1"	Частота зустрічі коду "2"
Сексуально відвертий одяг	3	5
Оголеність	4	4
Пропорції тіла	3	5
Секуалізовані пози	0	8
Доречність вбрання	1	7

Жінки	30	10
Чоловіки	11	29

Частота зустрічі коду "1" серед жінок з усіх відеоігор	Частота зустрічі коду "2" серед жінок з усіх відеоігор
72	48

Частота зустрічі коду "1" серед чоловіків з усіх відеоігор	Частота зустрічі коду "2" серед чоловіків з усіх відеоігор
28	92

Анкета для онлайн-опитування

Шановні учасники!

Запрошую вас взяти участь в опитуванні для моєї дипломної роботи на тему "Гендерна нерівність в ігровій індустрії: вивчення проявів сексизму в онлайн середовищі".

Ваші відповіді є надзвичайно важливими для мене і будуть використані виключно в узагальненому вигляді. Опитування є анонімним, тому жодна відповідь не буде ідентифікована з конкретним учасником. Також, тут немає правильних або неправильних відповідей, мені важливі Ваша думка і досвід.

Прошу відповідати щиро – це допоможе отримати об'єктивні результати дослідження.

Дякую за участь!

БЛОК 1: ЗАГАЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Як часто ви граєте в онлайн-відеоігри?

1. Щодня
2. Кілька разів на тиждень
3. Приблизно раз на тиждень
4. Кілька разів на місяць
5. Рідше ніж раз на місяць
6. Ніколи (**Закінчити**)

D1. Скільки Вам повних років

1. До 18 років
2. 18-35
3. 36-50
4. 51+

99. Важко відповісти / Немає відповіді

D2. Ваша стать?

1. Чоловік
2. Жінка

D3. Яка Ваша освіта?

1. Початкова, неповна середня
2. Середня загальна (школа, ПТУ)
3. Середня спеціальна (технікум)
4. Вища, незакінчена вища

D4. Яке з тверджень підходить для характеристики Вашого матеріального становища?

1. Не вистачає коштів навіть на продукти харчування
2. На повсякденні витрати вистачає, але купувати одяг вже складно
3. В основному вистачає, але для купівлі дорогих предметів треба економити або позичати
4. Майже на все вистачає, але купівля квартири, будинку є недоступною
5. Практично ні в чому собі не відмовляємо

99. Важко відповісти / Немає відповіді

БЛОК 2: ЗАГАЛЬНІ ПИТАННЯ В КОНТЕКСТІ ОНЛАЙН-ВІДЕОІГОР

2. Які ігрові платформи ви використовуєте, щоб грати в онлайн-відеоігри? (ДОВІЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ВІДПОВІДЕЙ)

1. Персональний комп'ютер (ПК)
2. Ноутбук

<p>3. Ігрова консоль (PlayStation, X-box, Nintendo Switch)</p> <p>4. Смартфон</p> <p>5. Планшет</p> <p>99. Важко відповісти</p>
<p>3. Як часто ви спілкуєтесь з іншими гравцями під час гри (чат, голосові комунікації)?</p> <p>1. Постійно</p> <p>2. Іноді</p> <p>3. Майже ніколи</p> <p>4. Уникаю будь-якого спілкування</p> <p>99. Важко відповісти</p>
<p>4. Чи змінювали Ви колись свою поведінку (голос, тон, аватар тощо), щоб створити хибне уявлення про Вашу стать?</p> <p>1. Так</p> <p>2. Ні</p> <p>3. Частково / іноді</p> <p>99. Важко відповісти</p>
<p>БЛОК 3: ДОСВІД ДИСКРИМІНАЦІЇ ТА СЕКСИЗМУ</p>
<p>5. Чи стикалися ви особисто з дискримінаційними/сексистськими висловлюваннями під час онлайн-гри?</p> <p>1. Так, регулярно</p> <p>2. Так, іноді</p> <p>3. Ні, ніколи (перехід до запитання 8)</p> <p>99. Важко відповісти (перехід до запитання 8)</p>
<p>6. Якщо 6 = 1,2 В якій формі це проявлялося? (ДОВІЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ВІДПОВІДЕЙ)</p> <p>1. Образи або жарти про стать</p> <p>2. Сексуальні коментарі / домагання</p> <p>3. Ігнорування або виключення з команди</p> <p>4. Погрози або переслідування</p> <p>5. Інше</p> <p>99. Важко відповісти</p>
<p>7. Чи спостерігали ви подібне ставлення до інших гравців?</p> <p>1. Часто</p> <p>2. Іноді</p> <p>3. Ніколи</p> <p>99. Важко відповісти</p>
<p>8. Як зазвичай реагує спільнота відеогри на такі ситуації?</p> <p>1. Підтримує кривдника</p> <p>2. Ігнорує</p> <p>3. Втручається й засуджує</p> <p>99. Важко відповісти</p>
<p>БЛОК 4 СПРИЙНЯТТЯ ЖІНОК В ОНЛАЙН-ВІДЕОІГРАХ</p>
<p>Оцініть, будь ласка, наскільки Ви погоджуєтесь із наступним твердженням (за шкалою від 1 до 5, де 1 – зовсім не погоджуюсь, а 5 – повністю погоджуюсь)</p> <p>1. Зовсім не погоджуюсь</p> <p>2. Скоріше не погоджуюсь</p> <p>3. І погоджуюсь, і не погоджуюсь</p>

4. Скоріше погоджуюсь
5. Повністю погоджуюсь

- 9. Чоловіки грають в онлайн-відеоігри краще за жінок**
- 10. Жінки більш емоційно сприймають поразку в онлайн-відеоіграх**
- 11. Якщо жінка грає в онлайн-відеоігри, значить вона некрасива і неприваблива**
- 12. В багатьох онлайн-відеоіграх жіночі персонажі занадто сексуалізовані**
- 13. В онлайн-відеоіграх жінки мають грати тільки за допоміжних персонажів (саппортерів)**
- 14. Жінка може грати в онлайн-відеоігри тільки щоб сподобатись хлопцю/хлопцям**
- 15. Жінка частіше стикається з ворожим ставленням в чатах онлайн-відеоігор, ніж чоловіки**
- 16. Навіть у випадках, коли агресія спрямована на чоловіка, об'єктом зневаги часто стають жінки з його близького оточення (мама, дівчина, сестра, бабуся)**
6. Навіть якщо жінка грає в онлайн-відеоігри, то вона має залишатись жінкою (бути лагідною, спокійною, не використовувати ненормативну лексику)

Дякую за участь у моєму дослідженні!