

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Lea Debeljak

Virtualne igre in (re)konstrukcija tradicionalne moškosti

Diplomsko delo

Ljubljana, 2014

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Lea Debeljak

Mentorica:izr. prof. dr. Metka Kuhar

Virtualne igre in (re)konstrukcija tradicionalne moškosti

Diplomsko delo

Ljubljana, 2014

Hvala mami za nenehno podporo med študijem in pisanjem diplomske naloge.

Hvala mentorici izr. prof. dr. Metki Kuhar, ki mi je s hitro odzivnostjo in odličnimi smernicami pomagala pri pisanju diplomske naloge.

Hvala Tjaši in Urošu ter prijateljem, ki so me bodrili in stali ob strani tudi, ko mi je zmanjkovalo motivacije in energije.

Virtualne igre in (re)konstrukcija tradicionalne moškosti

Tradicionalni pogled na pojem moškosti se je pričel v začetku poznomoderne spreminjati zaradi globalnih družbenih sprememb. Spreminjanje tradicionalnih družbenih oblik in spolnih vlog, pluralizacija identitet in na splošno gibanje za enakopravnost ljudi v družbi, ki je posledično vodilo do izboljšanja položaja žensk, so glavni razlogi za nastanek tako imenovanega »novega moškega« v poznomoderni. V 80. letih pa je prišlo do razvoja informacijske tehnologije in interneta, ki je omogočil nastanek novega, virtualnega sveta. Leta ponuja posameznikom možnost eksperimentiranja z lastno identiteto oziroma kreiranje nove, virtualne identitete posameznikom. Virtualni svetovi ponujajo tudi virtualne igre, kjer uporabnik, poleg kreiranja zelene identitete avatarja, lahko tudi komunicira z drugimi uporabniki. Glavni namen diplomske naloge je v teoretičnem delu predstaviti koncept tradicionalne oziroma hegemonске moškosti in moškosti v poznomoderni ter virtualna resničnost in virtualne igre, v empiričnem delu pa s pomočjo anketnih vprašalnikov preveriti tezo, ki sem jo v začetku poglavja postavila. Na koncu bo izpostavljena razprava na dobljenih podatkih in ugotovitvah.

Ključne besede: hegemonška moškost, pozna moderna, virtualni svet, MMORPG

Virtual games and (re)construction of traditional masculinity

Traditional view on the concept of masculinity has begun to change because of global social change in post modernity. The change of traditional forms of social and gender roles, pluralization of identities and the overall trend for the equality of people in society, which has led to the empowerment of women, are the main reasons for the emergence of the so-called "new man". The development of informational technology and the internet has enabled a new virtual world where people can experiment with their own identity and create a new, virtual identity. Virtual worlds also offer virtual games where user, in addition to creating the desired identity through avatar, can communicate with other user. The main purpose of the thesis is in the theoretical part to present the concept of hegemonic masculinity and masculinity in post modernity plus virtual reality and virtual games. In the empirical part with the help of questionnaires I will try to verify the thesis that was stated in the beginning of the chapter.

Key words: hegemonic masculinity, post modernity, virtual world, MMORPG

Kazalo

1	UVOD	6
2	TEORETSKI OKVIR	7
2.1	Moškost in moškosti	7
2.1.1	Tradicionalna moškost	8
2.1.2	Pozna moderna in moškost	9
2.2	Virtualni svet	11
2.2.1	Kibernetski prostor	11
2.2.2	Virtualna resničnost	12
2.2.3	Samopredstavitev na internetu	13
2.2.4	Online igre (MMORPG)	13
2.2.5	Virtualna identiteta v igri	13
2.2.6	Moškost v virtualnih igrah in lastnosti le-teh	15
3	EMPIRIČNI DEL	15
3.1	Argumentacija teze	15
3.2	Opis zbiranja podatkov	16
3.3	Rezultati	17
4	RAZPRAVA IN UGOTOVITVE	29
5	ZAKLJUČEK	32
6	LITERATURA	33
	PRILOGE	35
	Priloga A: Anketni vprašalnik v slovenščini in angleščini	35
	Priloga B: Regresijski koeficienti	39
	Priloga C: Crosstabs	40

1 UVOD

Do druge polovice prejšnjega stoletja je bila v ospredju le ena oblika moškosti. Tj. tradicionalna oziroma hegemonška moškost. Moški so bili dominantni v družbi in so le-tej vladali. V obdobju, ki ji pravimo pozna moderna, pa je prišlo do večjih družbenih gibanj: feministično gibanje za enakopravnost, gejevsko in lezbično gibanje itd. Le-to je privedlo do novega pogleda na moškost, saj so moški bili prisiljeni soočiti se z enakopravnostjo žensk. Posledično so moški dobili nove odgovornosti, ki so še dodatno spremenile pogled na moškost.

Na drugi strani pa imamo splet (Web 2.0), ki ponuja širok spekter virtualnih svetov, znotraj katerih uporabniki komuniciramo in razvijamo svoje identitete. Kibernetski prostor, ki je nastal znotraj Web 2.0, je nova oblika socialnih mrež ter uporabnikom ponuja nove oblike interakcije in medsebojnih odnosov. V virtualnem svetu so nastale tudi virtualne igre oziroma MMORPG (massively multiplayer online role-playing games), kjer uporabnik s pomočjo izbranega lika opravlja različne naloge in komunicira z ostalimi uporabniki. Virtualni svetovi ponujajo življenje, ki je podobno življenju v realnem svetu: uporabnik srečuje nove ljudi, se pogovarja z njimi, lahko posluje itd. Splet torej omogoča konstruiranje identitet, ki pa se (lahko) razlikujejo od identitete, ki jo ima posameznik v realnem svetu. Uporabnik lahko kreira svojo identiteto v virtualnem svetu na način, ki njemu ugaja.

V svoji diplomski nalogi bom poskušala združiti moškost z virtualnim svetom oziroma igranjem virtualnih iger. Na začetku bom s pomočjo literature opisala kaj moškost je in kako se biološki spol razlikuje od družbenega. Nato bom konceptualizirala dve izstopajoči obliki moškosti, tradicionalno moškost in moškost v poznomoderni. V nadaljevanju bom prešla na kibernetški prostor, virtualno resničnost in samopredstavitev na internetu. Na koncu teoretskega dela diplomske naloge pa bom bolj podrobno opisala virtualne igre, virtualno identiteto v igri in kot zadnje, moškost v virtualnih igrah. Slednje je zelo slabo preučevano, saj so se tradicionalne literature osredotočile bolj na vsebino video iger in ne toliko na značaj uporabnikov/igralcev.

V empiričnem delu diplomske naloge bom na podlagi svojega anketnega vprašalnika poskušala potrditi svojo tezo, kjer predvidevam, da igranje virtualnih iger (The Mafia Boss, World of Warcraft itd.), kjer so v ospredju dominacija, nasilje in tekmovalnost, krepi pri moških igralcih identificiranje z lastnostmi, povezanih s tradicionalnim konceptom moškosti.

Predstavila bom rezultate anketnega vprašalnika in podala interpretacijo. V zaključku pa bom povzela ugotovitve in zaključke, do katerih sem prišla na podlagi teorije.

2 TEORETSKI OKVIR

2.1 Moškost in moškosti

Kako definirati in opredeliti pojem moškost, ki se nenehno spreminja iz obdobja v obdobje? Ali je moškost nekaj, kar je definirano biološko in z našim rojstvom, torej je »naravno«, ali pa gre mogoče za družbeni konstrukt, kot posledica prepletanja zgodovinskih, globalnih, družbenih in kulturnih dejavnikov? Dejstvo je, da je pojem moškost sestavljena iz več moškosti (Beynon 2002, 1). Moškost ne sme biti razumljena kot nekaj enotnega, temveč kot nekaj raznolikega in razdrobljenega. Je indeks »razreda, subkulture, starosti in narodnosti« (Beynon 2002, 2).

Prva kategorizacija s katero lahko analiziramo moškost, je delitev med biološkim spolom (angl. sex) in družbenim spolom (angl. gender). Biološki spol prikazuje anatomske razlike med spoloma, medtem ko družbeni spol prikazuje družbeno konstrukcijo spola. Švabova (2002, 204) pravi, da je biološki spol tudi družbeno konstruiran. Moški se torej ne rodijo z moškostjo kot del njihovega genetskega jaza. Biti biološki moški (še) ne podeljuje moškosti. Moškost »podeljujejo« družbeni kodeksi ravnanja; slednje se naučijo reproducirati v kulturno primernih načinih (Beynon 2002, 2). Koncept moškosti je torej uokvirjen znotraj družbenih praks, simbolov, diskurzov in ideologij (Barrett 2001, 79).

Kako torej različni avtorji konceptualizirajo pojem moškost? Šadlova in Pivčeva pravita, da moškost ne obstaja brez ženskosti. »Moškost je definirana kot »asimetrični pol« oz. simetrično nasprotje konceptu ženskosti, bolj s tem, kar ni, kot s tem, kar je« (2007, 447). Connellova se s to trditvijo strinja in dodaja, da kultura, ki moških in žensk ne »obravnava kot nosilcev polariziranih značajskih tipov, ne pozna koncepta moškosti v pomenu novoveške evropske/ameriške kulture« (2012, 108). Po Beynonovem (2002) mnenju pa moškost sestoji iz družbenih kod vedenja, ki se jih moški preučijo v družbi. Moškost lahko definiramo kot določena vedenja, določen jezik in prakse, ki obstajajo znotraj določene kulture in so po navadi povezana z moškimi oz. kot ne-ženska. Moškost je lahko obravnavana tudi kot vloga, ki jo moški odigra v svoji družbi ter je sprejeta in reproducirana skozi diskurz. Kaufman (v

Šadl in Pivec 2007, 448) pravi, da »znotraj iste družbe sobiva več vrst moškosti, ki se pripenjajo na različne skupine moških glede na razred, etničnost, raso, veroizpoved in spolno usmerjenost.«

V svoji diplomski nalogi se bom zanimala za dve vrsti moškosti: tradicionalna moškost in moškost v pozni moderni. Le-ti bom bolj natančno opisala in definirala.

2. 1. 1 Tradicionalna moškost

Ena izmed oblik moškosti, kateri lahko moški pripada, je tradicionalna moškost. Kimmel definira tradicionalnega moškega kot agresivnega, neposrednega, ambicioznega, samozavestnega, samostojnega in neodvisnega, kot moškega, ki ima potrebo po moči in je sposoben voditi ostale (2001, 272). Šadlova in Pivčeva pa dodajata še nekaj značilnosti: gospodovalnost, emocionalna zaprtost, razumskost, homofobičnost, ženskam sovražni oz. seksistični govor in podjetnost (2007, 457).

Koncept tradicionalnega moškega sovпада s konceptom hegemonске moškosti. Ta koncept se nanaša na dominantno in vladajočo obliko moškosti v družbi, ki ji pripada. Pojem hegemonška moškost je vpeljala Raewyn Connell in ga opredeljuje kot »konfiguracijo spolnih praks, ki pooseblja trenutno sprejet odgovor na vprašanje legitimnosti patriarhata, kar zagotavlja prevladujoč položaj moških in podrejenost žensk (Connell 2012, 119). Dodaja, da je eden izmed znakov hegemonije uspešno prisvajanje avtoritete in ne toliko neposredno nasilje (Connell 2012, 120). Na drugi strani pa imamo Kaufmana (v Whitehead 2002, 89), ki konceptualizira hegemonsko moškost kot moškost, ki ima sposobnost vsiljevanja specifične definicije moškosti nad ostalimi oblikami moškosti.

Fuller (v Lupton 2000, 34) identificira pet glavnih značilnosti hegemonске moškosti v moderni zahodni družbi. Te so: zaposlitev ali posedovanje denarja, heteroseksualnost, možatost, ne-ženskost ter zavračanje ranljivosti in emocij. Moškost, ki je umeščena znotraj sistema družbenih odnosov, je del dinamike družbenih institucij.

V moderni družbi je bila v ospredju tradicionalna, hegemonška moškost. Ustvarila je dominantno moškost, »tj. moškost belih heteroseksualnih moških srednjega razreda, ki postavlja standarde ostalim« (Šadl in Pivec 2007, 448). Feminizem in spremembe, ki jih je prinesla industrijska revolucija in modernizacija sfer družbenega sveta, so vplivali na slabljenje tradicionalne moškosti in s tem njenega vpliva na postavljanje normativov v družbi (Šadl in Pivec 2007).

2. 1. 2 Pozna moderna in moškost

Med avtorji pogosto pride do različnih mnenj in poimenovanj. In prav to se je zgodilo pri oznaki »pozna moderna«. Nekateri avtorji uporabljajo izraz postmoderna, drugi pozna moderna in tudi visoka moderna. Jaz bom uporabljala oznako pozna moderna.

Po Giddensu je pozna moderna obdobje, ki se je začelo v 60-ih letih prejšnjega stoletja. V tem času je prišlo do kompleksnih sprememb današnjih zahodnih družb. Začenjali so se spreminjati intimni odnosi, zasebnost posameznikov itd. Le-to pa je neposredno vplivalo na spremembe znotraj družbenih razmer. Posledice modernosti so postajale bolj radikalne in univerzalne v primerjavi s predhodnim obdobjem. Pozna moderna torej predstavlja pojav novih fenomenov, ki spreminjajo sodobni svet v samih temeljih (Giddens 2000, 208).

Beck (2001) je to obdobje označil kot »družbo tveganja«, kot rizično družbo, ki prinaša veliko strahov in nevarnosti. Kaos in izguba smisla sta pojma, značilna za to družbo in sta posledici umikanja vsakdanjega življenja od tradicionalnih vzorcev in navad. Beck pozno moderno poimenuje visoka moderna in značilnosti le-te se kažejo v pluralnosti, reflektivnosti in individualizmu družbe (2001, 200–225).

Preučevanje moškosti kot identitete se je pričelo v 80. in 90. letih prejšnjega stoletja (Ashe 2007, 31). Glavni razlog, ki je povzročil osredotočenost na moške identitete, je bilo gibanje feminizma. Feministično gibanje se je osredotočilo na strukture moči, ki so legalizirale moške identitete in na podporo dominantnega položaja moškega v družbi (Ashe 2007, 31). Gejevsko in lezbično gibanje je še dodatno izzvalo tradicionalne poglede o spolu ter je le-to de-naturaliziralo in politiziralo. De-naturalizacija, de-tradicionalizacija in politizacija moških identitet so privedle do novega pogleda na moškost. Moškost je postala politično relevantna tema in odprta političnim debatom (Ashe 2007, 32).

Spremembe pri dojemanju moških vlog je bilo premosorazmerno z izboljšanjem položaja žensk v družbi. Večanje stopnje ženske zaposlenosti, feminizem in liberalizacija družbenega odnosa do spolnosti in ločitve je privedlo do sprememb znotraj tradicionalnih in institucionalnih moških vlogah (Ashe 2007, 32). Tolson (v Ashe 2007, 32) pravi, da sodobno delovno mesto v 80. letih prejšnjega stoletja ni bilo več moška domena, kjer se je izvajala tradicionalna moška vloga.

Povečevanje števila ločitev zakonskih zvez in razvoj alternativne družine je močno vplivalo na moške tradicionalne očetovske vloge v nuklearni družini (Ashe 2007, 32). Posledično so

mediji pričeli producirati bolj pluralne reprezentacije moškosti. Tako so oblikovali nov koncept moškosti, tj. »novi moški«, ki je v stiku s svojo žensko platjo, je bolj nežen in skrbno negovan (Moore in Mort v Ashe 2007, 32). Gledano z vidika družine, zasebne sfere, »novi moški« pomaga pri vzgoji otrok, je razumevajoč do svoje partnerke in sodeluje pri gospodinjstvih opravilih. Kljub širšim družbenim spremembam pa opravljanje gospodinjstvih del še vedno »pripada« v večini ženskam. Bradleyjeva meni, da ženske »opravljajo gospodinjstvska dela«, moški pa le »pomagajo« (Bradley 2007).

Termin postmoderna moškost je razumljen v kontekstu sprememb v družbi in v samem pomenu moškosti (Whitehead 2002, 17). Moški je v poznomoderni družbi začel izgubljati nit s svojo tradicionalno, hegemonsko moškostjo. Prav tako je postmoderna družba »pokopala« industrijskega, ročnega moškega. Šadlova in Pivčeva pravita, da je moški »svoje tradicionalne vire identitete izgubil s sodobnim prestrukturiranjem industrijskih družb« (2007, 450). Dodajata, da je »pomen 'prave' moškosti v družbeni sedanosti postal 'prosto plavajoč', manj trdno pripet na položaje, ki jih moški zavzemajo v različnih družbenih strukturah ali omrežjih« (Šadl in Pivec 2007, 450).

Oprelitev sodobnega moškega je težko, saj je na doživljanje moškosti v pozni moderni močno vezan pojem »pluralizacije moškosti« ali proces »dekonstrukcije modernosti monolitno percipiranega moškega subjekta« (Švab 2000, 255). Modernost je povzdigovala hegemonsko obliko moškosti, pozna moderna pa je značilna po pluralnosti moških identitet. Šadlova in Pivčeva trdita, da lahko moški danes izbira med različnimi moškimi identitetami. »Od tradicionalno mačističnih do novih, bolj feminiziranih različic moškosti, ki so se oblikovale kot posledica feminizma drugega vala, vpliva množičnih medijev in potrošništva« (2007, 450).

Pozna moderni moški je tako (lahko) opredeljen kot čustven, spontan, intuitiven, ekspresiven, sočuten (Beynon v Šadl in Pivec 2007, 450). Vendar dodajata: »čeprav so se spolni stereotipi začeli razkrajati, veliko moških ohranja svoje privilegije na račun žensk preprosto zaradi tega, ker so se rodili kot moški (Šadl in Pivec 2007, 450).

Pozna moderna je tudi čas feminizacije moškosti, kjer moški prevzemajo določene vzorce, primarno značilne za ženske. Taki moški posvečajo več svojega časa negovanju svojega telesa, prav tako dajejo večji poudarek zunanemu izgledu, kot ga je le-temu namenil tradicionalni moški. Ena izmed poglobitvenih razlik med tradicionalnim moškim in »feminiziranim« moškim je večje udejstvovanje pri vzgoji otroka slednjega.

Bly pravi, da je vzrok feminizacije moških viden v pretrgani vezi med sinom in očetom. Spremembe v gospodarstvu po industrijski revoluciji so uničile tradicionalno vez med sinom in očetom. V času pred industrijsko revolucijo so le-ti namreč živeli drug ob drugemu in tako so očetje svoje znanje prenašali na sinove. Novodobni sistemi današnje družbe pa so očetom onemogočili prenos vrednot »prave moškosti« (v Ahse 2007, 71).

Spremembe v družbi so torej ključne pri vzpostavitvi »novih moškosti«, ki so drugačne od tradicionalne moškosti. Nekatere nove moškosti so tudi feminizirane. Pri tem je potrebno omeniti dejstvo, da čeprav nekateri moški zavrnejo moškost v tradicionalnem smislu, vseeno ne pomeni, da sprejmejo ženskost. Pluralnost v pozni moderni jim omogoča prevzem nekaterih karakteristik, ki v večini pripadajo ženskam, in odpoved nekaterim karakteristikam, ki pripadajo tradicionalni moškosti.

2. 2 Virtualni svet

2. 2. 1 Kibernetski prostor

Pojem kibernetski prostor oz. angleško »cyberspace« je skoval William Gibson, pisec znanstvenofantastičnih del. S tem pojmom je želel predstaviti svoj pogled in svojo vizijo o globalnem omrežju, ki posreduje neskončno količino informacij, povezuje ljudi in s pomočjo katerega se (lahko) gibljemo skozi virtualni prostor. Trček pravi, da je kibernetski prostor »virtualno, omrežno, elektronsko posredovani interesni prostor, skratka prizorišče za zagotavljanje različnih formalnih in neformalnih interesnih nagnjenj, potreb akterjev, ki poteka z interakcijo in transakcijo med akterji« (2003, 13). Sherry Turkle je konceptualizira kibernetski prostor »kot del vsakdanjih rutiniziranih praks, ki jih posamezniki doživljajo z branjem elektronske pošte, pošiljanjem sporočil ali rezerviranjem letalske karte prek računalniške mreže. V kibernetskem prostoru se posamezniki lahko pogovarjajo, izmenjujejo ideje, pripisejo ali predrugačijo osebnost in gradijo nove vrste skupnosti (Turkle v Oblak 2000, 1057).

Te skupnosti imenujemo tudi virtualne skupnosti in jih lahko opredelimo kot skupine posameznikov s skupnimi navadami in interesi, ki skozi daljše časovno obdobje redno komunicirajo preko interneta. Wellman (2001) definira skupnost kot omrežje medosebnih vezi, ki omogočajo občutek pripadnosti, družabnost, informiranje, podporo in socialno identiteto. Dodaja, da je skupnost vezana na ljudi, ki jo tvorijo, in ne na okolje. Podobno so ugotavljali številni drugi avtorji. Po Kitchinu (1998, 86) so virtualne skupnosti v

kibernetskem prostoru oblikovane neodvisno od prostora ter temeljijo na novih oblikah družbenih odnosov in interakcij. Praprotnik (2003, 38) pravi, da so virtualne skupnosti realne. Kljub temu pa posameznike pri vstopanju v virtualne skupnosti lahko vodijo drugačni vzgibi, ki jih v vsakdanjem življenju težje realizirajo.

Veliko avtorjev povezuje razvoj virtualnih skupnosti z razvojem interneta, kibernetskih svetov in računalniško posredovane komunikacije (RPK) med ljudmi. Jones je eden izmed avtorjev, ki opozarja na potrebo po ločevanju med RPK, kibernetskim prostorom v katerem delujejo virtualne skupnosti – slednje poimenuje virtualno naselje – in virtualnimi skupnostmi samimi. Kibernetski prostor mora izpolnjevati štiri pogoje, da ga lahko označimo kot virtualno naselje: 1 – minimalen nivo interaktivnosti, 2 – množičnost razpravljavcev (najmanj trije), 3 – virtualen, skupen, javen prostor, kjer se odvija interaktivna skupinska RPK in 4 – minimalen nivo stalnega članstva. Obstoje virtualnega naselja dokazuje tudi obstoj virtualnih skupnosti (Jones 1997).

2. 2. 2 Virtualna resničnost

Virtualna resničnost je podrejena realnosti vsakdanjega življenja. Vseeno pa postaja vedno bolj pomembna in močno integrirana v naša življenja. Posameznik zavestno in intencionalno vstopa vanjo ter tako prevzema vzorce, ki so lastni obema realnostma. Ob vstopu v virtualno resničnost, je posameznik utopljen v ta svet, vendar je tudi prisoten v realnosti vsakdanjega življenja.

Strehovec (v Oblak 2000, 1055) pravi, da ima virtualna resničnost dva pomena: 1 – »je oznaka za alternativne, vendar ne navidezne svetove, ki sodijo v koncept razširjenega pojma resničnosti« in 2 – »oznaka za tehnologijo računalniško simuliranih okolij, namenjenih interaktivni aktivnosti uporabnikov.« O virtualni resničnosti kot tehnologiji govorimo takrat, ko je vstop vanjo prehod v nek simulacijski svet. Posameznik to resničnost dojema z aktivno vpletenostjo njegovih čutil (sluh, vid, čut in tudi vonj) (Oblak 2000, 1055).

V virtualni resničnosti se nahaja tudi nevarnost. Mnogi ljudje so pripravljene sprejeti virtualni prosto kot realni, verjamejo v tiste, ki reprezentirajo svet za nas in sprejemajo simulacijo kot substitucijo (Soluka v Kitchin 1998, 18). Tehnologije, ki podpirajo navidezno resničnost, so grajene na način, da uporabnik občuti ta vzporedni umetni svet, kot svet, ki ima lastnosti resničnega. Ta svet se predstavlja kot prostor, kjer dejanja nimajo vpliva na realni svet. Zato uporabniki velikokrat zamenjajo kiberprostor za resničnost.

2. 2. 3 Samopredstavitev na internetu

Wynn in Katz pravita, da obstaja socialno definirana razlika med samopredstavitvijo v neposrednem komuniciranju iz oči v oči in samopredstavitvijo na internetu, kjer ljudje odvržejo njihove vsakdanje lastnosti. Na internetu oseba ustvari določeno persono. Ta persona je lahko podobna personi iz resničnega sveta, lahko pa je ustvarjena kot oseba, katero bi mogoče v resničnem svetu človek raje prikrival. Internet nam ljudem, kot uporabnikom, torej omogoča izoblikovanje lastne samopredstavitve, igranje z »online« identiteto in sprejemanje vlog, ki jih drugače v resničnosti ne bi sprejeli. Ali pa ustvarimo želeno podobo. Tako na primer lahko spremenijo spol ali se igrajo z osebnostjo, kateri izbirajo različne osebne značilnosti (sramežljiv, ukazovalen ipd.).

Privlačnost kiberprostora je v anonimnosti in možnosti pobega. Anonimnost je tista, ki daje možnost kreiranja alternativnih identitet in jamči za še ne preizkušene oblike interakcije. V kiberprostoru ima uporabnik na razpolago več časa, da previdno ustvari izbrano persono, si tako izoblikuje emocije, izgled in pridobi oblast, ki je v medosebnem komuniciranju iz oči v oči (mogoče) nima (Kitchin 1998, 80).

2. 2. 4 Online igre (MMORPG)

MMORPG pomeni massively multiplayer online role-playing games in označuje več-igralske video igre prek interneta. Te igre imajo dobro razvito grafično podobo, uporabnikom/igralcem omogočajo, da se z virtualnimi liki, ki so jih sami ustvarili, sporazumevajo z dano vsebino in z drugimi uporabniki/igralci. Vsebina igre uporabnikom omogoča določeno mero svobode. Igralci se lahko družijo s soigralci, se bojujejo z njimi in tudi trgujejo z dobrinami (Childress in Braswell 2006). Poudarek MMORPG iger je na razvoju izbranega virtualnega lika preko interakcije z ostalimi uporabniki in preko različnih nalog, ki jih mora uporabnik opraviti. Pri virtualnih igrah je torej pomembna tudi socializacija znotraj igre med uporabniki.

Ko se oseba prijavi v igro, preide iz posameznika v uporabnika oziroma v igralca. S tem prevzema drugo vlogo in tako, kot pravi Goffman (1978) prehaja na oder, kjer igra določeno vlogo, ki je definirana z značilnostmi njegove personifikacije v igri.

2. 2. 5 Virtualna identiteta v igri

Virtualna identiteta je identiteta, ki si jo uporabnik interneta ustvari v aplikaciji. To identiteto, ki je skonstruirana v prostoru brez fizične prisotnosti, lahko poimenujemo tudi alternativna identiteta, saj je definirana preko idej in izbranih oziroma želenih lastnosti uporabnika.

Prapotnik pravi, da je »identiteta danes postala svobodno izbrana igra, neke vrste teatralna prezentacija sebe, v kateri se je posameznik/posameznica sposoben/sposobna predstaviti v različnih vlogah, podobah in aktivnostih« (2003, 63). Virtualno identiteto pa definira zelo enostavno. »Virtualna identiteta je identiteta uporabnikov in uporabnic interneta. Računalnik jim omogoči, da opustijo svojo realnost identiteto, torej identiteto, ki jo imajo v vsakdanjem svetu, da svojo realno identiteto pustijo v sobi, kjer je računalnik, s katerim so se priključili na internet in tako vstopili v virtualno realnost« (2003, 6).

Eden glavnih faktorjev pri ustvarjanju virtualne identitete je anonimnost. Uporabniku je prepuščeno, da ustvari lastno podobo samega sebe in se predstavi drugim na način, na kakršnega si sam želi. Predstavijo tiste elemente svoje (novoustvarjene) identitete, ki jih želijo. Zato je konstrukcija virtualne identitete vedno uspešna. Posameznik pa lahko spremeni tudi svoj realni spol, se pretvarja za drugega, lahko spremeni svoje fizične značilnosti, torej se predstavlja kot popolnoma druga oseba. Težje pa je spremeniti značajske lastnosti – jeza, agresivnost ...

Pri razumevanju virtualne identitete v igri nam pomaga Georg Herbert Meadova knjiga *Um, sestvo in družba*. Po Meadu je človekova osebnost sestavljena iz *jaza* in *mene*. *Jaz* je odziv organizma na naravnost drugih ljudi, *mene* pa predstavlja organizirani sklop naravnosti ostalih ljudi. Torej, organizirani *mene* je tvorjen od naravnosti drugih, posameznik pa nanj reagira kot *jaz* (Mead 1997, 133). *Jaz* predstavlja človekovo osebnost, kot si jo sami predstavljamo, *mene* pa je sestavljen iz pogleda drugih. Pri vstopu uporabnika v virtualni svet oseba prehaja iz uporabnika v igralca, prehaja v svet, kjer se njegova realna identiteta spremeni. V procesu spreminjanja identitete se izgubi prvotni pojem *jaza* in *mene*, katera obstajata v realnosti posameznikovega življenja, prepletata pa se v osebnost, ki obstaja v virtualni resničnosti. Tako nastaneta novi obliki – virtualni *jaz* in virtualni *mene*. Ti dve obliki *jaza* in *mene* sta si podobni, vendar tudi drugačni. Le-to se še posebej dogaja v MMORPG-jih, kjer posameznik igra vlogo svoje personifikacije in tako v tej igri postane druga oseba. Virtualni *jaz* in virtualni *mene* se tako podrejata osebnosti, kakršna je pripisana njegovi personifikaciji.

2. 2. 6 Moškost v virtualnih igrah in lastnosti le-teh

Tema moškost je v video igrah slabo preučevana. Tradicionalne literature so se osredotočile bolj na vsebino video iger, zato je prišlo do splošno znane povedi: igranje video iger povečuje stopnjo agresivnosti uporabnikov/igralcev. Nedavne študije pa kažejo na zmotljivost tradicionalnih študij, saj nasilje ni več motivacijski dejavnik video iger (Trinh 2013).

Nasprotje med moškimi in ženskimi podobami v video igrah razkriva dosleden vzorec: »moški so nasilni in dominantni do drugih moških in žensk. Moškost v virtualnih igrah je zato sinonim za osvajanje, tako fizično in spolno« (Trinh 2013, 13). DiSalvo (2009, 9) pravi, da so v »kulturi računalništva« spodbujene moške lastnosti, kot so tekmovalnost, prevzemanje tveganj, asocialno vedenje. Le-to pa nas povezuje na Connellovo idejo hegemonске moškosti.

Eden izmed dejavnikov konstruiranja posameznikove moškosti je igranje virtualnih iger (Holm Sorensen 2003, 115). Z interakcijo se namreč konstruira spol oz. lastnosti spola. Bistvo virtualnih iger ni samo igranje le-teh, temveč tudi interakcija med uporabniki. Virtualne igre ponujajo zgodbe, zvoke, vizualne stimulacije in gibanje. Prav tako ponujajo tudi skupnost, interaktivnost, izzive, izkušnje strahu, dosežke in uspehe. Video igre pogosto reproducirajo zelo omejene predstave o spolu; krepijo spolno objektivizacijo žensk. Mnogo video iger vsebuje značilnosti, kot so samostojnost, drznost, dominantnost, hierarhična struktura in tudi nasilje. Te značilnosti naj bi namreč privabliale moško občinstvo. Te značilnosti pa pripadajo tradicionalni oz. hegemonски moškosti.

Video igre so prostor, kjer se heteroseksualni belci, ki prihajajo iz srednjega razreda, borijo proti krizi identitete, zaradi ekonomskih, družbenih in političnih sprememb. V video igrah se moški lahko bojujejo s strahovi, ki jih prinaša val feminizma (Tucker 2011, 44). Družbeni gibi (vali feminizma, boj za enakopravnost črncev ...), ki so nastali v 60. letih prejšnjega stoletja, so prinesli grožnjo tradicionalni moškosti.

3 EMPIRIČNI DEL

3. 1 Argumentacija teze

Moja teza se glasi: igranje virtualnih iger (The Mafia Boss, World of Warcraft itd.), kjer so v ospredju dominacija, nasilje in tekmovalnost, krepi pri moških igralcih identificiranje z lastnostmi, povezanih s tradicionalnim konceptom moškosti.

Argumentacija:

Virtualni svet in s tem virtualne igre vplivajo na naše realno življenje. Beck in drugi pravijo, da igranje iger povečuje sprejemanje določenih stereotipov kmalu po prenehanju igranja iger (v Trinh 2013, 5). DiSalvo (2009) pa pravi, da so v »kulturi računalništva« spodbujene moške lastnosti, kot so tekmovalnost, prevzemanje tveganj, asocialno vedenje.

Pri tem se pojavi dodatno vprašanje, ali oziroma kako družbeno-ekonomski položaj determinira igranje teh iger. Ali posameznik z nižjim družbeno-ekonomskim položajem posveča več svojega časa igranju virtualnih iger oziroma posameznik z višjim družbeno-ekonomskim položajem manj? Le-to bom poskušala ugotoviti v svoji analizi.

3. 2 Opis zbiranja podatkov

Analiza je bila narejena na dveh vzorcih, uporabnikih in neuporabnikih virtualnih iger, kjer so v ospredju dominacija, nasilje in tekmovalnost. Vsak vzorec vsebuje 55 pravilno rešenih anketnih vprašalnikov. Ciljna skupina so bili moški stari od petindvajset do petinštirideset let. Moški v tej starostni skupini naj bi imeli vsaj relativno razvite identitete. Te se ne spreminjajo toliko, kot se na primer spreminja pri adolescentih. Anketni vprašalniki so bili anonimni, respondenti pa so sodelovali prostovoljno. Za rešitev vprašalnika so potrebovali manj kot pet minut.

Anketni vprašalnik vsebuje eno, poglavitno vprašanje, kjer se anketiranec za različne navedene lastnosti opredeli, kako pomembna je zanj posamezna lastnost. Opredelili so se tako, da so obkrožili številko od 1 do 5, kjer 1 pomeni sploh ni pomembno, 3 niti/niti in 5 zelo pomembno. Nato sem postavila več demografskih vprašanj, v katero starostno skupino sodijo, katera je njihova dosežena stopnja izobrazbe, na kakšen način so zaposleni in kakšen poklic opravljajo. Zanimalo me je tudi okolje, s katerega prihajajo in njihov partnerski status. Anketna vprašalnika za uporabnike in neuporabnike se razlikujeta zgolj v jeziku in pri enem manjšem vprašanju. Vprašalnik za neuporabnike je v slovenščini, vprašalnik za uporabnike pa je v angleščini, saj večina uporabnikov virtualnih iger prihaja iz celega sveta. Razlika med vprašalnikoma je tudi pri vprašanju iz katere države prihajajo. Le-to vprašanje me je zanimalo

le pri anketnem vprašalniku za uporabnike virtualnih iger, saj sem predvidevala, da večina anketirancev ni Slovencev.

Tabela 3.1 prikazuje lastnosti iz anketnega vprašalnika, ki so značilne za tradicionalno moškost in poznomoderno moškost. Lastnosti so bile izbrane s pomočjo semantičnih diferencialov in avtorjev, ki so opredelili tradicionalno in poznomoderno moškost z različnimi lastnostmi.

Tabela 3.1: Lastnosti tradicionalne in poznomoderne moškosti

TRADICIONALNA MOŠKOST	POZNOMODERNA MOŠKOST
Dominantnost	Povezanost
Bojevitost	Solidarnost
Zmaga	Čustvenost
Tekmovalnost	Intuicija
Ambicioznost	Umirjenost
Gospodovalnost	Dom
Podjetnost	Enakovrednost
Samozavestnost	Družina
Samostojnost	Mehkoba
Silovitost	Sočutje
Akcija	Empatija
Avtoritarnost	Sprejemanje
Avantura	Milina
Hitrost	Ljubeznivost
Red	Empatija
Nadrejenost	
Agresivnost	
Možatost	
Racionalnost	

Pridobivanje podatkov je potekalo med 9. in 16. junijem 2014 na spletu. Anketni vprašalnik za neuporabnike sem objavila na svojem Facebook profilu, vprašalnik za uporabnike pa je bil objavljen na več različnih spletnih forumih virtualnih iger in tudi preko Facebook-a. Virtualne igre, kjer sem objavila povezavo do spletnega vprašalnika, so naslednje: The Mafia Boss, The Mob Life, World of Warcraft in Diablo. Preko Facebook-a sem dobila tudi nekaj rešenih anketnih vprašalnikov od moških, ki igrajo video igro preko internetne povezave. Ti video igri sta Grand Theft Auto 5 in The Elder Scrolls 5: Skyrim.

3. 3 Rezultati

Anketni vprašalnik je pravilno rešilo 110 oseb, nepravilno rešenega ni bilo nobenega. Pri statistični analizi sem najprej izračunala aritmetično sredino in standardni odklon, nato pa naredila t-test, ki pove, ali je razlika med aritmetičnima sredinama uporabnikov in neuporabnikov pri določeni lastnosti signifikantna. Tabela 3.2 prikazuje padajočo aritmetično sredino lastnosti od najvišje do najnižje in standardni odklon pri uporabnikih, tabela 3.3 pa aritmetično sredino in standardni odklon pri neuporabnikih.

Tabela 3.2: Aritmetična sredina lastnosti pri uporabnikih

Uporabniki	Aritmetična sredina	Standardni odklon
Samozavestnost	4.36	0.83
Samostojnost	4.33	0.98
Tekmovalnost	4.11	0.83
Ambicioznost	3.98	0.91
Avantura	3.96	0.90
Akcija	3.93	0.98
Racionalnost	3.89	0.98
Zmaga	3.76	1.25
Umirjenost	3.71	1.17
Podjetnost	3.64	0.95
Možatost	3.55	1.25
Solidarnost	3.51	1.07
Enakovrednost	3.47	0.98
Hitrost	3.44	1.30
Družina	3.29	1.23
Red	3.27	1.18
Dom	3.27	1.27
Bojevitost	3.25	1.29
Povezanost	3.25	1.31
Silovitost	3.24	1.04
Agresivnost	3.16	1.10
Intuicija	3.13	1.38
Gospodovalnost	3.09	1.37
Čustvenost	3.07	1.15
Nadrejenost	3.05	1.04
Ljubeznivost	3.04	1.05
Dominantnost	3.02	1.27
Mehkoba	2.93	0.90
Milina	2.80	1.37
Empatija	2.73	1.25
Avtoritarnost	2.64	1.19
Sočutje	2.60	1.34
Sprejemanje	2.33	1.17

V tabeli 3.2 je razvidno, da so za uporabnike virtualnih iger zelo pomembne samozavest, samostojnost, tekmovalnost, ambicioznost, avantura, akcija, racionalnost, umirjenost, podjetnost in moţatost, lastnosti kot so čustvenost, ljubeznivost, mehkoba, milina, empatija, sočutje, sprejemanje pa niso zelo pomembne po njihovem mnenju.

Tabela 3.3: Aritmetična sredina lastnosti pri neuporabnikih

Neuporabniki	Aritmetična sredina	Standardni odklon
Samostojnost	4.53	0.60
Samozavestnost	4.22	0.74
Povezanost	4.13	0.77
Umirjenost	4.05	0.95
Solidarnost	4.04	0.86
Enakovrednost	3.95	1.03
Racionalnost	3.89	1.01
Družina	3.89	0.90
Dom	3.89	0.90
Empatija	3.82	1.04
Avantura	3.76	0.96
Sprejemanje	3.75	0.80
Čustvenost	3.65	0.99
Dominantnost	3.62	0.87
Ljubeznivost	3.60	1.05
Akcija	3.56	0.98
Intuicija	3.53	1.20
Ambicioznost	3.49	1.07
Podjetnost	3.42	0.90
Sočutje	3.38	1.06
Bojevitost	3.24	1.17
Hitrost	3.20	1.15
Mehkoba	3.20	0.89
Zmaga	3.18	1.12
Milina	3.09	1.22
Tekmovalnost	2.96	1.04
Moţatost	2.93	1.20
Nadrejenost	2.87	1.02
Red	2.75	1.29
Avtoritarnost	2.75	1.06
Silovitost	2.53	1.22
Agresivnost	2.47	1.33
Gospodovalnost	2.44	0.92

V tabeli 3.3 je razvidno, da so za neuporabnike virtualnih iger zelo pomembne samostojnost, samozavestnost, povezanost, umirjenost, solidarnost in dinamika, lastnosti kot so red, avtoritarnost, silovitost, agresivnost in gospodovalnost pa niso zelo pomembne.

Z drugim, zadnjem delu anketnega vprašanja sem postavila več demografskih vprašanj. Naslednje tabele 3.4–3.10 prikazujejo rezultate teh vprašanj.

Tabela 3.4: Starost pri obeh vzorcih

STAROST	Uporabniki		Neuporabniki	
	N	%	N	%
25 – 30 let	10	18.2	17	30.9
31 – 35 let	18	32.7	20	36.4
36 – 40 let	16	29.1	11	20
41 – 45 let	11	20	7	12.7

Največ anketirancev sodi v starostno skupino od 31 do 35 let pri obeh vzorcih, tj. 32.7 % uporabnikov in 36.4 % neuporabnikov. Pri uporabnikih je nekaj manj moških, starih med 36 in 40 let, pri neuporabnikih pa moških, starih med 25 in 30 let. Najmanj uporabnikov, 18.2 %, je starih med 25 in 30 let, pri neuporabnikih pa je najmanj 41–45-letnikov (glej tabelo 3.4).

Tabela 3.5: Izobrazba pri obeh vzorcih

IZOBRAZBA	Uporabniki		Neuporabniki	
	N	%	N	%
Osnovna šola	5	9.1	11	20
Poklicna šola	11	20	9	16.4
Srednja strokovna, splošna šola	16	29.1	10	18.2
Višja, visoka šola oz. fakulteta, magisterij, doktorat	23	41.8	12	21.8

Stopnja dosežene izobrazbe pri uporabnikih in neuporabnikih je raznolika. Pri uporabnikih je kar 41.8 % ljudi z visoko izobrazbo (višja, visoka šola oz. fakulteta, magisterij in doktorat), najmanj, 9.1 %, pa je anketirancev z osnovnošolsko izobrazbo. Pri neuporabnikih so razlike med doseženo izobrazbo dokaj minimalne. Največ anketirancev (21.8 %) je doseglo stopnjo višje, visoke šole oz. fakultete, magisterij ali doktorat. Čeprav ima največ neuporabnikov enako stopnjo kot uporabniki, je razlika med vzorcema ogromna. Kar 20 %. Najmanj anketirancev, ki so neuporabniki virtualnih iger, pa je doseglo stopnjo poklicne šole, tj. 16.4 % (glej tabelo 3.5).

Tabela 3.6: Zaposlitev pri uporabnikih in neuporabnikih

ZAPOSILITEV	Uporabniki		Neuporabniki	
	N	%	N	%
Zaposlen za poln delovni čas	21	38.2	18	32.7
Zaposlen za polovični delovni čas	14	25.5	5	9.1
Samozaposlen	9	16.4	19	34.5
Študentsko delo	8	14.5	8	14.5
Brezposeln	3	5.5	5	9.1

Tabela 3.6 prikazuje na kakšen način so anketiranci zaposleni. Ali so zaposleni za poln, polovični delovni čas ali pa so samozaposleni, opravljajo študentsko delo oziroma so brezposelni. Pri uporabnikih je največ anketirancev zaposlenih za poln delovni čas, tj. 38.2 % vseh anketiranih. Malo manj, 25.5 %, je zaposlenih za polovični delovni čas. 5.5% anketirancev pa je brezposelnih. Pri neuporabnikih je veliko samozaposlenih, 34.5 %, 32.7 % pa je zaposlenih za poln delovni čas. 9.1 % anketirancev je brezposelnih, tj. najmanj. Enako kot pri uporabnikih.

Tabela 3.7: Poklic pri uporabnikih in neuporabnikih

POKLIC	Uporabniki		Neuporabniki	
	N	%	N	%
Fizični delavec ali nižji uslužbenec (nefizično delo)	12	21.8	6	10.9
Uslužbenec, samozaposlen, mali podjetnik/obrniki	12	21.8	16	29.1
Srednji menedžer, strokovnjak, profesor	17	30.9	14	25.5
Višji menedžer. Direktor	11	20	14	25.5
Nisem zaposlen	3	5.5	5	9.1

Uporabniki v večini opravljajo delo srednjega menedžerja, strokovnjaka oziroma profesorja. 30.9 % opravlja tovrstno delo. Nekaj manj je fizičnih delavcev ali nižjih uslužbencev in samozaposlenih oziroma so mali podjetniki/obrniki. Le-teh je 21.8 %. Pri neuporabnikih je največ samozaposlenih oziroma so mali podjetniki/obrniki, tj. 29.1 %, malo manj pa je srednjih menedžerjev, strokovnjakov, profesorjev (25.5 %) in višjih menedžerjev oziroma direktorjev (25.5 %) (glej tabelo 3.7).

Tabela 3.8: Okolje, v katerem uporabniki in neuporabniki živijo

OKOLJE	Uporabniki		Neuporabniki	
	N	%	N	%
Mesto	29	52.7	29	52.7
Predmestje, naselje	20	36.4	16	29.1
Vas	6	10.9	10	18.2

Večina anketirancev živi v mestu; pri obeh vzorcih je takih 52.7 % vseh anketirancev. Nekaj manj jih živi v predmestju oziroma naselju, pri uporabnikih je le-teh 36.4 %, pri neuporabnikih pa 29.1 % vseh vprašanih. Najmanj anketirancev živi na vasi. 10.9 % uporabnikov oziroma 18.2 % neuporabnikov živi na vasi (glej tabelo 3.8).

Tabela 3.9: Zakonski status uporabnikov in neuporabnikov

PARTNERSKI STATUS	Uporabniki		Neuporabniki	
	N	%	N	%
Samski	8	14.5	13	23.6
Imam partnerko, toda ne živiva skupaj	17	30.9	14	25.5
Poročen ali živim v kohabitaciji	24	43.6	24	43.6
Ločen	6	10.9	4	7.3

Pri obeh vzorcih je 43.6 % vseh anketirancev poročenih ali živijo v kohabitaciji. 30.9 % uporabnikov oziroma 25.5 % neuporabnikov ima partnerko, vendar ne živijo skupaj. 14.5 % uporabnikov je samskih in 10.9 % ločenih. Na drugi strani pa je 23.6 % neuporabnikov, ki so se opredelili za samske in 7.3 % za ločene (glej tabelo 3.9).

Naslednje demografsko vprašanje je bilo postavljeno le uporabnikom virtualnih iger. Ker sem pridobila vse anketne vprašalnike za neuporabnike preko Facebook-a, sem predvidevala, da bodo reševali le Slovenci. Anketni vprašalnik za uporabnike pa je bil objavljen na več forumih različnih virtualnih iger, zato sem postavila še vprašanje, v kateri državi so se rodili, da bi tako izvedela njihovo nacionalnost. (glej tabelo 3.10).

Tabela 3.10: Država od koder uporabniki prihajajo

DRŽAVA	UPORABNIKI	
	N	%
ZDA	13	23.6
Velika Britanija	10	18.2
Egipt, Libanon, Arabski Emirati	5	9.1
Balkanske države	5	9.1
Skandinavija	2	3.6
Indija	4	7.3
Malezija, Kitajska, Japonska	6	10.9
Slovenija	10	18.2

Največ anketirancev, 23.6 %, prihaja iz Združenih držav Amerike. Nekaj manj, 18.2 %, prihaja iz Velike Britanije oziroma Slovenije. 9.1 % uporabnikov prihaja iz Egipta, Libanona,

Arabskih Emiratov oziroma Balkanskih držav. Malo manj, 10.9 %, je Malezijcev, Kitajcev in Japoncev, še manj, 7.3 %, Indijcev, najmanj uporabnikov pa prihaja iz Skandinavije, tj. 3.6 %.

S pomočjo SPSS analize sem naredila *t-test*, ki primerja aritmetične sredine dveh vzorcev med seboj. S *t*-testom ugotavljamo, ali se aritmetični sredini dveh vzorcev med seboj statistično pomembno razlikujeta. Razlike med aritmetičnima sredinama obeh skupin so statistično pomembne takrat, ko je vrednost Sig. (t-tailed) manjša ali enaka 0.05.

Tabela 3.11 prikazuje statistično signifikantno razliko aritmetičnih sredin med uporabniki in neuporabniki pri lastnostih tradicionalne moškosti. Aritmetična sredina pri uporabnikih pada od najvišje do najmanjše.

Tabela 3.11: Signifikantna razlika aritmetičnih sredin pri lastnostih tradicionalne moškosti

Lastnosti tradicionalne moškosti	Sig. (2-tailed)	Uporabniki	Neuporabniki
	≤0.05	Aritmetična sredina	
Tekmovalnost	0.000	4.11	2.96
Ambicioznost	0.009	3.98	3.49
Zmaga	0.005	3.76	3.18
Podjetnost	0.001	3.64	3.42
Možatost	0.000	3.55	2.93
Red	0.000	3.27	2.75
Silovitost	0.000	3.24	2.53
Agresivnost	0.000	3.16	2.47
Gospodovalnost	0.001	3.09	2.44
Dominantnost	0.000	3.02	3.60

Razlika aritmetičnih sredin pri lastnostih tradicionalne moškosti je signifikantna pri desetih lastnostih od skupaj devetnajstih. Signifikantnost je pri večini 0.000, pri dveh lastnostih je vrednost 0.001 in pri dveh 0.005 oziroma 0.009 (glej tabelo 3.11).

Tabela 3.12 prikazuje statistično signifikantno razliko aritmetičnih sredin med vzorcema pri lastnostih poznomoderne moškosti. Aritmetična sredina tokrat pada pri neuporabnikih od najvišje do najmanjše.

Tabela 3.12: Signifikantna razlika aritmetičnih sredin pri lastnostih poznomoderne moškosti

Lastnosti poznomoderne moškosti	Sig. (2-tailed)	Uporabniki	Neuporabniki
	≤0.05	Aritmetična sredina	
Povezanost	0.000	3.25	4.13
Umirjenost	0.006	3.71	4.05
Solidarnost	0.004	3.51	4.04
Enakovrednost	0.024	3.47	3.95

Empatija	0.000	2.73	3.82
Sprejemanje	0.000	2.33	3.75
Čustvenost	0.002	3.07	3.65
Ljubeznivost	0.000	3.04	3.60
Intuicija	0.000	3.13	3.53
Sočutje	0.000	2.60	3.38
Milina	0.000	2.80	3.09
Družina	0.000	3.29	2.80
Dom	0.000	3.27	2.75

Razlika aritmetičnih sredin je signifikantna pri trinajstih lastnostih, vseh lastnosti poznomoderne moškosti skupaj pa je petnajst. Signifikantnost se v večini giblje med 0.000 in 0.006, pri lastnosti enakovrednost pa je malenkost višja, tj. 0.024 (glej tabelo 3.12).

Tabela 3.13: Signifikantna razlika pri demografskih podatkih

Demografski podatki	Sig. (2-tailed)
Starost	0.007
Pogodba	0.000
Poklic	0.012

Signifikantna razlika med vzorcema se pojavi pri treh demografskih podatkih: starost, pogodba in poklic (glej tabelo 3.13).

Po t-testu sem želela ugotoviti ali sta dve numerični spremenljivki medsebojno povezani in kakšna je smer te povezave. Željene podatke sem pridobila s pomočjo Pearsonovega koeficienta. Na osnovi vrednosti r , ki se giblje od -1 do +1, lahko ocenim, kolikšna naj bi bila moč te povezave. Nekako velja, da $r = 0.10$ pomeni nizko povezanost oziroma povezanost pojasni zgolj 1% skupne variance, $r = 0.30$ pomeni srednjo povezanost oziroma pojasnjeno je 9% skupne variance. Ko pa je $r = 0.50$, je povezanost visoka oziroma povezanost pojasni 25% skupne variance.

Za izračun Pearsonovega koeficienta sem morala združiti vse lastnosti tradicionalne oziroma poznomoderne moškosti, kjer je razlika med neuporabniki in uporabniki signifikantna, z neuporabniki oziroma uporabniki. Nato sem izračunala srednjo vrednost. Te indekse sem nato primerjala z demografskimi podatki. Indeksi so naslednji: 1 – vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri neuporabnikih, 2 – vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri neuporabnikih, 3 – vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri uporabnikih in 4 – vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri uporabnikih.

Tabele 3.14–3.17 prikazujejo Pearsonov koeficient indeksov z demografskimi podatki.

Tabela 3.14: Pearsonov koeficient vrednotenja tradicionalnih lastnosti moškosti pri neuporabnikih

	Starost	Izobrazba	Pogodba	Poklic	Okolje
Vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri neuporabnikih	0.857	0.822	0.833	0.793	0.784

Tabela 3.15: Pearsonov koeficient vrednotenja poznomodernih lastnosti moških pri neuporabnikih

	Starost	Izobrazba	Pogodba	Poklic	Okolje
Vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri neuporabnikih	0.855	0.861	0.859	0.737	0.753

Tabela 3.16: Pearsonov koeficient vrednotenja tradicionalnih lastnosti moškosti pri uporabnikih

	Okolje	Izobrazba	Starost	Pogodba	Poklic	Država
Vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri uporabnikih	0.749	0.794	0.506	0.917	0.812	0.647

Tabela 3.17: Pearsonov koeficient vrednotenja poznomodernih lastnosti moškosti pri uporabnikih

	Okolje	Izobrazba	Starost	Pogodba	Poklic	Država
Vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri uporabnikih	0.820	0.908	0.640	0.881	0.863	0.629

Pri vseh tabelah je razvidno, da so izbrane spremenljivke močno povezane med seboj.

Nato me je zanimalo še razmerje med demografskimi podatki in lastnostmi tradicionalne oziroma poznomoderne moškosti. Le-to sem pridobila s pomočjo multiple linearne regresije.

Rezultati so slednji:

Tabela 3.18: Rezultati binarne logistične regresije: signifikantnost in regresija vrednotenja tradicionalnih lastnosti moškosti pri neuporabnikih

Vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri neuporabnikih	Nestandardizirani koeficienti				
	B	Std. napaka	Std. Beta	t	Sig.
Konstanta	0.855	0.139	/	6.168	0.000
Starost	0.263	0.135	0.326	1.955	0.056
Pogodba	0.050	0.130	0.442	0.387	0.701
Poklic	0.184	0.064	0.052	2.8765	0.006
Izobrazba	0.229	0.088	0.251	2.592	0.013

Okolje	-0.073	0.139	-0.087	-0.523	0.603
--------	--------	-------	--------	--------	-------

Pri tabeli 3.18 sta pomembni predvsem standardizirana beta in signifikanca. Standardizirani koeficient kaže za koliko standardnih odklonov se bo spremenilo vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri neuporabnikih, če se bodo demografski podatki (prediktorji) povečali za en standardni odklon; oziroma koeficienti prikazujejo vpliv posameznega demografskega podatka na vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri neuporabnikih. Starost, pogodba in okolje nimajo statistično značilnega vpliva, medtem ko *poklic* in *izobrazba* statistično vplivata na vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri neuporabnikih, saj signifikanca znaša 0.006 oziroma 0.013. Beta koeficient je pri poklicu 0.251, kar pomeni, da je vpliv zmeren. Ta podatek nam pove, da nižje izobraženi neuporabniki bolj vrednotijo tradicionalne lastnosti. Podobno velja za neuporabnike, ki opravljajo delo fizičnega delavca ali nižjega uslužbenca oziroma so brezposelni. Le-ti bolj vrednotijo tradicionalne lastnosti moškosti.

Preverila sem tudi kolikšen odstotek vrednotenja tradicionalnih lastnosti moškosti pri neuporabnikih preverimo z demografskimi podatki. Vrednost je 0.838, kar pomeni, da je delež pojasnjene variance vrednotenja tradicionalnih lastnosti moškosti pri neuporabnikih 83.8 %. To pomeni, da model dobro pojasnjuje vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri neuporabnikih (glej prilogo B).

Tabela 3.19: Rezultati binarne logistične regresije: signifikantnost in regresija vrednotenja poznomodernih lastnosti moškosti pri neuporabnikih

Vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri neuporabnikih	Nestandardizirani koeficienti		Std. Beta	t	Sig.
	B	Std. napaka			
Konstanta	1.846	0.174	/	10.581	0.000
Starost	0.4484	0.169	0.526	2.855	0.006
Pogodba	-0.022	0.164	0.521	-0.133	0.894
Poklic	0.117	0.081	-0.031	1.451	0.153
Izobrazba	0.329	0.111	0.147	2.967	0.005
Okolje	-0.268	0.175	-0.224	-1.536	0.131

V tabeli 3.19 je razvidna linearnost med vrednotenjem poznomodernih lastnosti moškosti pri neuporabnikih in demografskima podatkom *starost* in *izobrazba*. Pogodba, poklic in okolje nimajo statistično značilnega vpliva na vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri neuporabnikih, medtem ko starost in izobrazba statistično vplivata nanj, saj signifikanca znaša 0.006 oziroma 0.005. Beta koeficient je pri starost 0.526, kar pomeni, da je vpliv srednje

visok. Vrednost beta koeficienta je pri izobrazbi 0.147, kar pomeni, da je vliv zmeren. Podatki kažejo, da mlajši neuporabniki bolj vrednotijo poznomoderne lastnosti moškosti. Pri izobrazbi pa pride do manjšega nesmisla, saj podatki kažejo, da nižje izobraženi neuporabniki bolj vrednotijo poznomoderne lastnosti moškosti. Le-to pa se ne sklada s podatkom iz prejšnje tabele.

Delež pojasnjene variance je pri vrednotenju poznomodernih lastnosti moškosti pri neuporabnikih in demografskimi podatki 79.2 %. To pomeni, da model dobro pojasnjuje vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri neuporabnikih (glej prilogo B).

Tabela 3.20: Rezultati binarne logistične regresije: signifikantnost in regresija vrednotenja tradicionalnih lastnosti moškosti pri uporabnikih

Vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri uporabnikih	Nestandardizirani koeficienti		Std. Beta	t	Sig.
	B	Std. napaka			
Konstanta	1.962	0.136	/	14.396	0.000
Starost	-0.041	0.72	-0.056	-0.565	0.575
Pogodba	0.353	0.082	0.603	4.319	0.000
Poklic	0.003	0.099	0.005	0.030	0.976
Država	0.034	0.019	0.126	1.834	0.073
Izobrazba	0.144	0.094	0.195	0.535	0.131
Okolje	0.155	0.087	0.144	1.788	0.080

Regresijski koeficient je pri tabeli 3.20 manjši od 0.05 samo pri enem demografskem podatku. Tj. *pogodba*. Zato obstaja linearnost le med vrednotenjem tradicionalnih lastnosti moškosti pri uporabnikih in pogodbo. Beta koeficient je pri pogodbi 0.2603, kar pomeni, da je vpliv velik. Uporabniki, ki so brezposelni oziroma opravljajo študentsko delo, bolj vrednotijo tradicionalne lastnosti moškosti.

Delež pojasnjene variance je pri vrednotenju tradicionalnih lastnosti moškosti pri uporabnikih in demografskimi podatki 85.7 % To pomeni, da model dobro pojasnjuje vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri uporabnikih (glej prilogo B).

Tabela 3.21: Rezultati binarne logistične regresije: signifikantnost in regresija vrednotenja poznomodernih lastnosti moškosti pri uporabnikih

Vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri uporabnikih	Nestandardizirani koeficienti		Std. Beta	t	Sig.
	B	Std. napaka			
Konstanta	0.903	0.098	/	9.255	0.000

Starost	-0.029	0.052	-0.037	-0.563	0.576
Pogodba	0.067	0.059	0.106	1.143	0.259
Poklic	0.074	0.071	0.111	1.038	0.305
Država	0.052	0.013	0.177	3.868	0.000
Izobrazba	0.395	0.067	0.498	5.867	0.000
Okolje	0.303	0.062	0.262	4.891	0.000

Pri vrednotenju poznomodernih lastnosti moškosti pri uporabnikih obstaja linearnost pri treh demografskih podatkih – *država*, *izobrazba* in *okolje*. Starost, pogodba in poklic nimajo statistično značilnega vpliva na vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri uporabnikih, medtem ko *država*, *izobrazba* in *okolje* statistično vplivajo na vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri uporabnikih, saj signifikanca pri vseh znaša 0.000. Beta koeficient je pri državi 0.177, kar pomeni, da je vpliv majhen. Pri okolju beta koeficient znaša 0.264, kar pomeni, da je vpliv zmeren. Izobrazba pa ima najvišjo vrednost beta koeficienta in znaša 0.498. Le-to pomeni, da so vplivi srednje veliki (glej tabelo 3.21). Uporabniki z višjo stopnjo izobrazbe, tj. osnovna ali poklicna šola, bolj vrednotijo poznomoderne lastnosti moškosti. Prav tako uporabniki, ki prihajajo iz mest, bolj vrednotijo te lastnosti.

Delež pojasnjene variance je pri vrednotenju poznomodernih lastnosti moškosti pri uporabnikih in demografskimi podatki 93.7 %. To pomeni, da model zelo dobro pojasnjuje vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri uporabnikih (glej prilogo B).

S pomočjo SPSS analize sem naredila tudi Crosstabulacijo, ki prikazuje razmerje med demografskimi podatki in indeksi. Zanimala sem se samo za tiste demografske podatke, kjer je razlika med vzorcema signifikantna. Razlika je signifikantna pri starosti, pogodbi in poklicu. Iz tabel je razvidno, da so pri neuporabnikih najbolj podvrženi tradicionalni moškosti moški, stari med 31 in 35 let (19 anketirancev), najmanj pa moški med 25 in 30 let. Neuporabniki, ki so bolj podvrženi tradicionalni moškosti, so v večini samozaposleni (19 anketirancev), tistim, katerim lastnosti tradicionalne moškosti niso zelo pomembne, so pa zaposleni za poln delovni čas (18 anketirancev). Po poklicu so neuporabniki, ki so bolj podvrženi tradicionalnemu pogledu moškosti, srednji menedžer, strokovnjak ali profesor (14 anketirancev) oziroma višji menedžer ali direktor (glej prilogo C – vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri neuporabnikih).

Največ uporabnikov, ki je podvrženih tradicionalni moškosti, je starih 31–35 let (18 anketirancev) in 36–40 let (16 anketirancev). Samo štirim anketirancem med 25 in 30 let so lastnosti tradicionalne moškosti manj pomembne. Uporabniki, katerim so lastnosti

tradicionalne moškosti pomembne, so v večini zaposleni za pol delovni čas (17 anketirancev) oziroma zaposleni za polovični čas (14 anketirancev). Po poklicu pa opravljajo delo srednjega menedžerja, strokovnjaka oziroma profesorja (17 anketirancev) – glej prilogo C – Vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri uporabnikih.

V primeru višje pomembnosti lastnosti poznomoderne moškosti so neuporabniki stari predvsem od 31 do 35 let (20 anketirancev) in so samozaposleni (19 anketirancev). Opravljajo poklic uslužbenca, samozaposlenega oziroma malega podjetnika/obrnika (15 anketirancev). Prav tako je 14 anketirancev, ki opravljajo delo srednjega menedžerja, strokovnjaka in profesorja ter 14 anketirancev, ki so višji menedžerji oziroma direktorji. Neuporabnikom, katerim lastnosti poznomoderne moškosti niso zelo pomembne, so stari 25–30 let (7 anketirancev), zaposleni so za poln delovni čas in opravljajo delo fizičnega delavca ali nižjega uslužbenca (6 anketirancev) – glej prilogo C – Vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri neuporabnikih.

Uporabniki, katerim so lastnosti poznomoderne moškosti pomembne, so stari 31–35 let (16 anketirancev), zaposleni so za polovični čas (12 anketirancev) in opravljajo delo nižjega menedžerja, strokovnjaka ali profesorja (16 anketirancev). Uporabniki, katerim pa te lastnosti niso zelo pomembne, pripadajo starostni skupini 25–30 let (10 anketirancev), so zaposleni za poln delovni čas (12 anketirancev) in opravljajo delo fizičnega delavca ali nižjega uslužbenca (glej prilogo C – Vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri uporabnikih).

4 RAZPRAVA IN UGOTOVITVE

Z nalogo sem poskušala povezati koncept tradicionalne moškosti z igranjem virtualnih iger. Moja teza je bila postavljena na domnevi, da igranje virtualnih iger krepi občutenje lastnosti, povezanih s tradicionalnim konceptom moškosti.

S pomočjo aritmetične sredine sem ugotovila katere lastnosti so (zelo) pomembne oziroma niso pomembne pri obeh vzorcih. Rezultati so pokazali, da so lastnosti, ki jih Kimmel označi pri tradicionalni moškosti, bolj pomembne pri uporabnikih kot neuporabnikih. Kimmel (2001, 272) namreč pravi, da lastnosti, kot so agresivnost, ambicioznost, neodvisnost, zmaga, možatost itd., pripadajo tradicionalnemu moškemu. Za neuporabnike so povezanost, umirjenost, solidarnost, enakovrednost, čustvenost, intuicija itd. zelo pomembne lastnosti.

Nekatere izmed teh Beynon umešča v definicijo poznomodernega moškega. Zato sklepam, da v večini moški, ki ne igrajo virtualnih iger, pripadajo poznomodernemu moškemu. Nekaj lastnosti pa so za oba vzorca približno enako pomembne. Te so: samostojnost, samozavestnost, racionalnost, avantura, akcija, bojevitost, hitrost, mehkoča, nadrejenost in avtoritativnost. V večini te lastnosti pripadajo tradicionalni moškosti, le lastnost mehkoča pripada poznomoderni. Zdaj, v 21. stoletju, sta lastnosti samostojnost in samozavestnost zelo pomembni po mojem mnenju. Skozi vzgojo naših staršev in skozi izobraževanje v šoli se učimo biti samozavestni in samostojni. Zato sklepam, da ti dve lastnosti ne pripadata strogo tradicionalni moškosti. Lastnosti, kot so avantura, akcija in bojevitost so zelo popularni v filmskih vodah in velika večina moških pogosto gleda akcijske filme. Predvidevam, da so anketiranci asociirali nekatere lastnosti na filme in so zato označili, da so pomembne.

Analiza je torej pokazala, da virtualne igre igrajo bolj tradicionalni moški in ne moški, katerim so poznomoderne lastnosti bolj pomembne. S tem lahko potrdim svojo tezo, saj virtualne igre igrajo moški, ki pripadajo bolj tradicionalni moškosti in ne toliko moški, ki se identificirajo s poznomodernimi značilnostmi moškosti.

Pri tem pa se pojavlja vrsta različnih misli in možnosti, kjer ne dobimo čistega odgovora. Moški (lahko) igrajo virtualne igre, kjer prevladajo tradicionalne lastnosti, saj le-te lastnosti v realnem življenju pogrešajo. Moški v poznomoderni družbi je namreč začel izgubljati nit s tradicionalno moškostjo. Kot sem omenila že v teoretičnem delu diplomske naloge, moški v poznomoderni sodeluje pri gospodinjskih delih in pri vzgoji otrok. Prav tako sta si mož in žena v zakonu enakopravna. Zaradi korenitih sprememb v zasebnem in tudi javnem življenju, lahko nekateri moški pogrešajo bolj tradicionalni pogled in se zaradi tega zatekajo v svet virtualnih iger. Naslednja misel, ki se poraja ob interpretiranju podatkov, je dejstvo, da sem uporabnike virtualnih iger dobila med igranjem, zato so lahko bili podvrženi bolj tradicionalnemu mišljenju, ki ga virtualne igre (lahko) dajejo. Kot sem v argumentaciji teze zapisala, Beck in drugi pravijo, da igranje povečuje sprejemanje določenih stereotipov po prenehanju igranja (v Trinh 2013, 5).

Med preletavanjem forumov virtualnih iger, kjer sem pridobivala anketirance, sem zasledila nekaj zanimivih tem, o katerih se uporabniki pogovarjajo. Objava v forumu je imela naslov »*Women need to know their place*«. Prvi komentar na to objavo je bil: »*every now and then you've just gotta remind them who the boss is, put them back in their place.*« Naslednja objava na forumu virtualne igre The Mafia Boss je imela naslov »*Women playing GTA*«. GTA je

kratica za računalniško igro Grand Theft Auto, kjer sem tudi pridobila nekaj rešenih anketnih vprašalnikov. Komentarji so slednji: *»can you believe this reet im noticing a lot of women playing gta and on the ps3 in general ... its not for females duuuuhh. Women should just stay in the kitchen OR since they have 'equality' why don't they go do my job whilst I stay at home on the ps3.«* Nekateri izmed uporabnikov se niso strinjali s to trditvijo in so se spraševali, zakaj ženska ne bi smela igrati GTA ter dodali, da so lahko ženske celo boljše v igranju, kot moški. Drugi pa so se strinjali s prvo trditvijo in dodali: *»yeh games aren't for women. Their use is for cleaning and looking after the babies we put in them.* V World of Warcraft sem našla objavo na forumu z naslovom *Which Queen would you rather bang?* Komentarji so bili slednji: *»better quention which queen haven't i banged?, ohh yeah gimmee a heads up on whos hot cause I gotta bang em all no matter the cost!!* Tematike nekaterih objav na forumih virtualnih iger kažejo visoko stopnjo seksističnega govora in so (lahko) ženskam sovražni. Pogovor o tem, s katero žensko igralko bi rad imel spolni odnos, je definitivno primer seksizma. Prav tako nekateri pravijo, da bi ženska morala ostati v kuhinji, pospravljati in skrbeti za otroke. Le-to kaže na patriarhizem, kjer je na čelu moški, ki finančno skrbi za družino in odloča o vseh pomembnih stvareh, medtem ko ženska skrbi za gospodinjstvo in otroke. Posameznik lahko torej krepi lastnosti, ki so značilne za tradicionalno moškost skozi igranje virtualnih iger. Izpostavljenost določenemu okolju namreč lahko vodi k višji zaznavnosti značilnosti tistega okolja.

Multipla linearna regresija je pokazala nekaj nejasnosti. Vzorca sta si pri več podatkih podobna. Neuporabniki z nižjo stopnjo izobrazbe naj bi bolj vrednotili tradicionalne lastnosti moškosti, medtem ko uporabniki z nižjo stopnjo izobrazbe pa naj bi bolj vrednotili poznomoderne lastnosti moškosti. Predvidevala sem, da bodo uporabniki z nižjo stopnjo izobrazbe bolj vrednotili tradicionalne lastnosti moškosti kot poznomoderne. Neuporabniki, ki so stari med 25 in 30 let bolj vrednotijo poznomoderne lastnosti moškosti. Eden izmed možnih razlogov je ta, da so ti moški manj izpostavljeni tradicionalnem pogledu moškosti v njihovem okolju. Prav tako smo ljudje (pre)nasičeni z novicam, debatam ipd., kjer je v ospredju enakopravnost med ljudmi.

Crosstabs analiza je prav tako pokazala, da sta si vzorca podobna. Moški, katerim so lastnosti tradicionalne moškosti pomembne, so tako pri neuporabnikih kot uporabnikih virtualnih iger, stari med 31 in 35 let. Prav tako opravljajo isto delo – srednji menedžer, strokovnjak ali profesor in višji menedžer ali direktor. Le-to na nek način sovпада s Kimmelovo definicijo tradicionalnega moškega. Po njegovem je tradicionalni moški ambiciozen, samozavesten,

neodvisen, ima potrebo po moči in je sposoben voditi ostale. In te lastnosti posameznik, ki opravlja delo menedžerja, strokovnjaka ali direktorja, potrebuje, če želi svoje delo dobro opravljati.

Moški, katerim so bolj pomembne lastnosti poznomoderne moškosti, so prav tako v večini stari med 31 in 35 let. Opravljajo poklic srednjega menedžerja, strokovnjaka ali profesorja oziroma nekateri izmed neuporabnikov virtualnih iger opravlja tudi poklic višjega menedžerja ali direktorja. Pri tem predvidevam, da so anketirani višje izobraženi moški, ki so skozi vrsto let učenja in izobraževanja, prejeli mišljenje, da je enakopravnost žensk in izboljšanje njihovega položaja pomembna in dobra. Prav tako nas že sama kultura in družba umešča v okolje, kjer imajo ženske več veljave, kot so jo včasih imele. Moški, katerim lastnosti poznomoderne moškosti niso zelo pomembne, pa opravljajo delo fizičnega delavca in nižjega uslužbenca. Le-to (lahko) kaže na nižjo stopnjo izobraženosti, prav tako lahko živijo v bolj tradicionalni družini, kjer je na vrhu še vedno moški oziroma oče.

5 ZAKLJUČEK

V diplomski nalogi sem želela raziskati še ne dobro raziskano razmerje med pojmom moškosti in virtualne igre. Družboslovne raziskave so se v večini ukvarjale le z vplivom video iger na ljudi, niso pa se npr. ukvarjale s vprašanjem, zakaj ljudje igrajo igre in ali obstaja neznan razlog, zaradi katerega posvečajo svoj čas igranju virtualnih/video iger. Razmerja med pojmom sem se v nalogi najprej lotila s pomočjo teorije, kjer sem ugotovila, da obstaja več različnih moškosti in ne le zgolj ena. Moškost je kompleksen pojem in se razlikuje pri vsakemu posamezniku. Na drugi strani pa imamo temi virtualni svet in virtualne igre, ki sta močno raziskani v zdajšnjem času, saj brez spleta posameznik skoraj ne more več delovati. Razmerja med pojmom sem se lotila še s pomočjo empirije, bolj točno anketnega vprašalnika, ki je bil postavljen dvema skupinama – uporabnikom in neuporabnikom virtualnih iger.

Virtualne igre so v sedanjem svetu čedalje bolj obiskane. *World of Warcraft* je trenutno svetovno najbolj igrana virtualna igra in je imela oz. ima več kot 100 milijonov uporabnikov, registriranih od začetka delovanja, tj. leta 2004. Na drugi strani imamo RuneScape, ki ima več

kot 200 milijonov registriranih uporabnikov, vendar je število aktivnih uporabnikov močno padlo skozi leta – na 400 tisoč. Naslednja visoko obiskana virtualna igra je Dofus, ki ima več kot 41 milijonov registriranih uporabnikov. Visoko število obiskanih virtualnih iger kaže na nujno po raziskovanju virtualnih svetov, saj ne moremo mimo možnosti, da virtualne svet vedno bolj vpliva na naše realno življenje. Kljub temu, da so virtualne igre samo igre, lahko vseeno predvidevamo, da bodo skozi prihajajoča leta imela vedno večjo vlogo na življenje posameznika. Enako velja za vse stvari, ki jih počnemo v virtualnem svetu. Vedno bolj in bolj se bo odražalo v našem realnem svetu, stvari, ki jih pridobimo v virtualnem svetu, pa bodo pomembne tudi v realnem. Za konec pa še zanimiv citat Elija Khamarova, ki pravi: »*Most people are awaiting Virtual Reality; I'm awaiting virtuous reality.*«

6 LITERATURA

- 1 Ashe, Fidelma. 2007. *The New Politics of Masculinity: Men, power and resistance*. London in New York: Routledge.
- 2 Barrett, Frank J. 2001. *The Organizational Construction of Hegemonic Masculinity: The Case of the US Navy*. V *The masculinities Reader*, ur. Stephen M. Whitehead in Frank J. Barrett, 311–328. Malden: Polity Press.
- 3 Beynon, John. 2002. *Masculinities and Culture*. Open University Press.
- 4 Bradley, Harriet. 2007. *Gender*. Cambridge: Polity press.
- 5 Childress, Marcus in Ray Brasswell. 2006. *Using Massively Multiplayer Online Role-Playing Games for Online Learning*. *Distance Education* 27 (2): 187–196.
- 6 Connell, Raewyn. 2012. *Moškosti*. Ljubljana: Krtina.
- 7 DiSalvo, Betsy James. 2009. *Gaming Masculinity: Video games as a reflection on masculinity in Computer Science and African American culture*. Doktorska disertacija, Georgia Institute of Technology.
- 8 Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*. Standford: Stanford University Press.
- 9 Goffman, Ervin. 1978. *The presentation of self in everyday life*. Harmondsworth: Penguin Books.

- 10 Holm Sorensen, Birgitte. 2003. Online games: scenario for community and manifestation of masculinity. *Nordic Journal of Women's Studies* 3 (11): 149–157. Taylor & Francis Ltd.
- 11 Jones, Quentin. 1997. Virtual-Communities, Virtual-Settlements & Cyber-Archaeology: a theoretical outline. *Journal of Computer Mediated Communication* 3 (3). Dostopno prek: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00075.x/full> (1. maj 2014).
- 12 Kimmel, Michael S. 2001. Masculinity as homophobia. V *The Masculinities Reader*, ur. Stephen M. Whitehead in Frank J. Barrett, 266–285. Malden: Polity Press.
- 13 Kitchin, Rob. 1998. *Cyberspace: the world in the wires*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- 14 Lupton, Ben. 2000. Maintaining masculinity: men who do »women's work«. *British Journal of Management* 11 (Special Issue): 34–48.
- 15 Mead, Georg Herbert. 1997. *Um, sebstvo, družba*. Ljubljana: Krtina.
- 16 Oblak, Tanja. 2000. Mitske podobe o »življenju na mreži«. *Teorija in praksa* 37 (6): 1052–1068.
- 17 Praprotnik, Tadej. 2003. *Skupnost, identiteta in komunikacija v virtualnih skupnostih*. Ljubljana: ISH.
- 18 Šadl, Zdenka in Nataša Pivec. 2007. Reprezentacija moškosti v popularnem rapu na primeru 50 cent. *Teorija in praksa* 44 (3–4): 447–460.
- 19 Švab, Alenka. 2000. Nova intimna razmerja? Zasebnost in intimnost v pozni modernosti. V *Preobrazba intimnosti: spolnost, ljubezen in erotika v sodobnih družbah*, Anthony Giddens, 205–227. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- 20 --- 2000. Poti in stranpoti novih očetovskih identitet. *Teorija in praksa* 37 (2): 248–263. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- 21 Seidler, Victor J. 1994. *Unreasonable Men – Masculinity and Social Theory*. Routledge.
- 22 Trček, Franc. 2003. *Problem informacijske (ne)dostopnosti*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- 23 Trinh, Long. 2013. *Masculinity in the virtual world of video game: a question of agency*. UR Scholarship Repository 1–56.
- 24 Wellman, Barry. 2001. Physical Place and CyberPlace: The Rise of Personalized Networking. *International Journal of Urban and Regional Research* 25 (2): 227–252.
- 25 Whitehead, Stephen M. 2002. *Men and masculinities: key themes and new directions*. Cambridge: Polity press.

26 Wynn, Eleanor in James E. Katz: Hyberbole over cyberspace: Self-presentation & Society boundaries in internet home pages and discourse. Dostopno prek: <http://www.indiana.edu/~tisj/readers/full-text/13-4%20Wynn.html> (13. maj 2014).

PRILOGE

Priloga A: Anketni vprašalnik v slovenščini in angleščini

Kako pomembne so v nadaljevanju naštetе lastnosti za Vas osebno? Označite na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni sploh ni pomembno, 3 niti/niti in 5 zelo pomembno.

	Sploh ni pomembno	Ni pomembno	Niti/niti	Je pomembno	Zelo pomembno
Umirjenost	1	2	3	4	5
Demokratičnost	1	2	3	4	5
Enakovrednost	1	2	3	4	5
Dominantnost	1	2	3	4	5
Akcija	1	2	3	4	5
Dinamika	1	2	3	4	5
Avantura	1	2	3	4	5
Uživanje	1	2	3	4	5
Hitrost	1	2	3	4	5
Bojevitost	1	2	3	4	5
Zmaga	1	2	3	4	5
Tekmovalnost	1	2	3	4	5
Nadrejenost	1	2	3	4	5
Nežnost	1	2	3	4	5
Povezanost	1	2	3	4	5
Solidarnost	1	2	3	4	5
Racionalnost	1	2	3	4	5
Mehkoba	1	2	3	4	5
Čustvenost	1	2	3	4	5
Ambicioznost	1	2	3	4	5
Gospodovalnost	1	2	3	4	5
Podjetnost	1	2	3	4	5
Avtoritarnost	1	2	3	4	5
Sprejemanje	1	2	3	4	5
Samozavestnost	1	2	3	4	5
Samostojnost	1	2	3	4	5

Milina	1	2	3	4	5
Empatija	1	2	3	4	5
Sočutje	1	2	3	4	5
Red	1	2	3	4	5
Uporništv	1	2	3	4	5
Agresivnost	1	2	3	4	5
Neposrednost	1	2	3	4	5
Intuicija	1	2	3	4	5
Dom	1	2	3	4	5
Možatost	1	2	3	4	5
Družina	1	2	3	4	5
Silovitost	1	2	3	4	5
Ljubeznivost	1	2	3	4	5

Za konec Vas prosim, da odgovorite še na nekaj demografskih vprašanj.

Prosim, obkrožite v katero starostno skupino sodite.

- 25–30 let
- 31–35 let
- 36–40 let
- 41–45 let

Prosim, obkrožite katera je vaša dosežena stopnja izobrazbe.

- Osnovna šola
- Poklicna šola
- Srednja strokovna šola
- Srednja splošna
- Višja, visoka šola oz. fakulteta, magisterij, doktorat

Na kateri način ste zaposleni?

- Zaposlen za poln delovni čas
- Zaposlen za polovični delovni čas
- Samozaposlen
- Študentsko delo
- Brezposeln

Kakšno delo oziroma poklic opravljate?

- Fizični delavec in nižji uslužbenec (nefizično delo)
- Uslužbenec, samozaposlen, mali podjetnik/obrtnik
- Srednji menedžer, strokovnjak, profesor
- Višji menedžer, direktor
- Nisem zaposlen

Iz katerega okolja prihajate?

- Mesto
- Predmestje, naselje
- Vas

Prosim, obkrožite vaš partnerski status.

- Samski
- Imam partnerko, toda ne živiva skupaj
- Poročen ali živim v kohabitaciji (skupno življenje s partnerjem/-ko brez poroke)
- Ločen

How significant are the following characteristics to you personally? Indicate on the scale from 1 to 5, where 1 means not significant at all, 3 neither/nor and 5 very significant.

	Not significant at all	Not significant	Neither/nor	Significant	Very significant
Calmness	1	2	3	4	5
Democracy	1	2	3	4	5
Equivalence	1	2	3	4	5
Dominance	1	2	3	4	5
Action	1	2	3	4	5
Dynamics	1	2	3	4	5
Adventure	1	2	3	4	5
Indulgence	1	2	3	4	5
Speed	1	2	3	4	5
Combativeness	1	2	3	4	5
Victory	1	2	3	4	5
Competitiveness	1	2	3	4	5
Superiority	1	2	3	4	5
Tenderness	1	2	3	4	5
Closeness	1	2	3	4	5
Solidarity	1	2	3	4	5
Rationality	1	2	3	4	5
Softness	1	2	3	4	5
Sentimentality	1	2	3	4	5
Ambitiousness	1	2	3	4	5
Domination	1	2	3	4	5
Enterprising	1	2	3	4	5
Authoritarianism	1	2	3	4	5
Embrace	1	2	3	4	5
Self-sufficiency	1	2	3	4	5
Independency	1	2	3	4	5
Gracefulness	1	2	3	4	5

Empathy	1	2	3	4	5
Sympathy	1	2	3	4	5
Order	1	2	3	4	5
Rebelliousness	1	2	3	4	5
Aggressiveness	1	2	3	4	5
Straightforwardness	1	2	3	4	5
Intuition	1	2	3	4	5
Home	1	2	3	4	5
Manfulness	1	2	3	4	5
Family	1	2	3	4	5
Impetuosity	1	2	3	4	5
Loving	1	2	3	4	5

Please answer few demographic questions.

Please choose in which age group you belong:

- 25–30 years old
- 31–35 years old
- 36–40 years old
- 41–45 years old

Please choose your current highest level of education:

- Primary/elementary school
- Vocational school
- Secondary/high school
- College, university

You are employed for:

- Full time
- Part time
- Self-employed
- Students work
- Unemployed

From which place are you coming from?

- City
- Suburbs
- Village

In what country were you born? _____

Please choose your current marital status:

- Single
- Occasional relationship
- Stable relationship, living with my partner

- Stable relationship, not living with my partner
- Divorced

Priloga B: Regresijski koeficienti

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,923 ^a	,853	,838	,33592

a. Predictors: (Constant), okolje, poklic, starost, izobrazba, pogodba

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,046	5	6,409	56,799	,000 ^b
	Residual	5,529	49	,113		
	Total	37,575	54			

a. Dependent Variable: tradSLO

b. Predictors: (Constant), okolje, poklic, starost, izobrazba, pogodba

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,901 ^a	,811	,792	,42262

a. Predictors: (Constant), okolje, poklic, starost, izobrazba, pogodba

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37,593	5	7,519	42,094	,000 ^b
	Residual	8,752	49	,179		
	Total	46,345	54			

a. Dependent Variable: modSLO

b. Predictors: (Constant), okolje, poklic, starost, izobrazba, pogodba

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,934 ^a	,873	,857	,27920

a. Predictors: (Constant), place, age, country, contract, education, job

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25,720	6	4,287	54,991	,000 ^b
	Residual	3,742	48	,078		
	Total	29,462	54			

a. Dependent Variable: tradANG

b. Predictors: (Constant), place, age, country, contract, education, job

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,971 ^a	,944	,937	,19974

a. Predictors: (Constant), place, age, country, contract, education, job

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,037	6	5,339	133,838	,000 ^b
	Residual	1,915	48	,040		
	Total	33,952	54			

a. Dependent Variable: modANG

b. Predictors: (Constant), place, age, country, contract, education, job

Priloga C: Crosstabs

starost * vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri neuporabnikih

Crosstabulation

	tradSLOrek		Total
	1,00	2,00	

starost	25 - 30 let	Count	17	0	17
		% within starost	100,0%	,0%	100,0%
	31 - 35 let	Count	1	19	20
		% within starost	5,0%	95,0%	100,0%
	36 - 40 let	Count	0	11	11
		% within starost	,0%	100,0%	100,0%
	41 - 45 let	Count	0	7	7
		% within starost	,0%	100,0%	100,0%
Total		Count	18	37	55
		% within starost	32,7%	67,3%	100,0%

pogodba * vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri neuporabnikih

Crosstabulation

			tradSLOrek		Total
			1,00	2,00	
pogodba	zaposlen za poln delovni čas	Count	18	0	18
		% within pogodba	100,0%	,0%	100,0%
	zaposlen za polovični delovni čas	Count	0	5	5
		% within pogodba	,0%	100,0%	100,0%
	samozaposlen	Count	0	19	19
		% within pogodba	,0%	100,0%	100,0%
	študentsko delo	Count	0	8	8
		% within pogodba	,0%	100,0%	100,0%
	brezposeln	Count	0	5	5
		% within pogodba	,0%	100,0%	100,0%
Total		Count	18	37	55
		% within pogodba	32,7%	67,3%	100,0%

poklic * vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri neuporabnikih

Crosstabulation

			tradSLOrek		Total
			1,00	2,00	
poklic	fizični delavec ali nižji uslužbenec (nefizično delo)	Count	6	0	6
		% within poklic	100,0%	,0%	100,0%
	uslužbenec, samozaposlen, mali podjetnik/obrtnik	Count	12	4	16
		% within poklic	75,0%	25,0%	100,0%
	sredji menedžer, strokovnjak,	Count	0	14	14

profesor	% within poklic	,0%	100,0%	100,0%
višji menedžer, direktor	Count	0	14	14
	% within poklic	,0%	100,0%	100,0%
nisem zaposlen	Count	0	5	5
	% within poklic	,0%	100,0%	100,0%
Total	Count	18	37	55
	% within poklic	32,7%	67,3%	100,0%

starost * vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri neuporabnikih

Crosstabulation

			modSLOrek		Total
			1,00	2,00	
starost	25 - 30 let	Count	7	10	17
		% within starost	41,2%	58,8%	100,0%
31 - 35 let	Count	0	20	20	
		% within starost	,0%	100,0%	100,0%
36 - 40 let	Count	0	11	11	
		% within starost	,0%	100,0%	100,0%
41 - 45 let	Count	0	7	7	
		% within starost	,0%	100,0%	100,0%
Total	Count	7	48	55	
		% within starost	12,7%	87,3%	100,0%

pogodba * vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri neuporabnikih

Crosstabulation

			modSLOrek		Total
			1,00	2,00	
pogodba	zaposlen za poln delovni čas	Count	7	11	18
		% within pogodba	38,9%	61,1%	100,0%
	zaposlen za polovični delovni čas	Count	0	5	5
		% within pogodba	,0%	100,0%	100,0%
	samozaposlen	Count	0	19	19
		% within pogodba	,0%	100,0%	100,0%
	študentsko delo	Count	0	8	8
		% within pogodba	,0%	100,0%	100,0%
	brezposeln	Count	0	5	5
		% within pogodba	,0%	100,0%	100,0%

Total	Count	7	48	55
	% within pogodba	12,7%	87,3%	100,0%

poklic * vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri neuporabnikih

Crosstabulation

			modSLOrek		Total
			1,00	2,00	
poklic	fizični delavec ali nižji	Count	6	0	6
	uslužbenec (nefizično delo)	% within poklic	100,0%	,0%	100,0%
	uslužbenec, samozaposlen, mali	Count	1	15	16
	podjetnik/obrtnik	% within poklic	6,3%	93,8%	100,0%
	sredji menedžer, strokovnjak,	Count	0	14	14
	profesor	% within poklic	,0%	100,0%	100,0%
	višji menedžer, direktor	Count	0	14	14
		% within poklic	,0%	100,0%	100,0%
	nisem zaposlen	Count	0	5	5
		% within poklic	,0%	100,0%	100,0%
Total	Count	7	48	55	
	% within poklic	12,7%	87,3%	100,0%	

age * vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri uporabnikih

Crosstabulation

			tradANGrek		Total
			1,00	2,00	
age	25 - 30 years old	Count	4	6	10
		% within age	40,0%	60,0%	100,0%
	31 - 35 years old	Count	0	18	18
		% within age	,0%	100,0%	100,0%
	36 - 40 years old	Count	0	16	16
		% within age	,0%	100,0%	100,0%
	41 - 45 years old	Count	0	11	11
		% within age	,0%	100,0%	100,0%
Total	Count	4	51	55	
	% within age	7,3%	92,7%	100,0%	

contract * vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri uporabnikih

Crosstabulation

			tradANGrek		Total
			1,00	2,00	
contract	full time	Count	4	17	21
		% within contract	19,0%	81,0%	100,0%
	part time	Count	0	14	14
		% within contract	,0%	100,0%	100,0%
	self-employed	Count	0	9	9
		% within contract	,0%	100,0%	100,0%
	students work	Count	0	8	8
		% within contract	,0%	100,0%	100,0%
	unemployed	Count	0	3	3
		% within contract	,0%	100,0%	100,0%
Total		Count	4	51	55
		% within contract	7,3%	92,7%	100,0%

job * vrednotenje tradicionalnih lastnosti moškosti pri uporabnikih

Crosstabulation

			tradANGrek		Total
			1,00	2,00	
job	manual worker, retail	Count	4	8	12
		% within job	33,3%	66,7%	100,0%
	office employee, self-employed, tradesman	Count	0	12	12
		% within job	,0%	100,0%	100,0%
	lower manager, expert, professor	Count	0	17	17
		% within job	,0%	100,0%	100,0%
	higher manager, director	Count	0	11	11
		% within job	,0%	100,0%	100,0%
	not employed	Count	0	3	3
		% within job	,0%	100,0%	100,0%
Total		Count	4	51	55
		% within job	7,3%	92,7%	100,0%

age * vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri uporabnikih

Crosstabulation

			modANGrek		Total
			1,00	2,00	
age	25 - 30 years old	Count	10	0	10
		% within age	100,0%	,0%	100,0%
	31 - 35 years old	Count	2	16	18

	% within age	11,1%	88,9%	100,0%
36 - 40 years old	Count	2	14	16
	% within age	12,5%	87,5%	100,0%
41 - 45 years old	Count	0	11	11
	% within age	,0%	100,0%	100,0%
Total	Count	14	41	55
	% within age	25,5%	74,5%	100,0%

contract * vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri uporabnikih

Crosstabulation

			modANGrek		Total
			1,00	2,00	
contract	full time	Count	12	9	21
		% within contract	57,1%	42,9%	100,0%
	part time	Count	2	12	14
		% within contract	14,3%	85,7%	100,0%
	self-employed	Count	0	9	9
		% within contract	,0%	100,0%	100,0%
	students work	Count	0	8	8
		% within contract	,0%	100,0%	100,0%
	unemployed	Count	0	3	3
		% within contract	,0%	100,0%	100,0%
Total	Count		14	41	55
	% within contract		25,5%	74,5%	100,0%

job * vrednotenje poznomodernih lastnosti moškosti pri uporabnikih

Crosstabulation

			modANGrek		Total
			1,00	2,00	
job	manual worker, retail	Count	12	0	12
		% within job	100,0%	,0%	100,0%
	office employee, self-employed, tradesman	Count	1	11	12
		% within job	8,3%	91,7%	100,0%
	lower manager, expert, professor	Count	1	16	17
		% within job	5,9%	94,1%	100,0%
	higher manager, director	Count	0	11	11
		% within job	,0%	100,0%	100,0%
	not employed	Count	0	3	3
		% within job	,0%	100,0%	100,0%
Total	Count		14	41	55
	% within job		25,5%	74,5%	100,0%