

Сіможенко К. В.

МУЛЬТФІЛЬМ ЯК РЕТРАНСЛЯТОР ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ

У статті проаналізовані гендерні стереотипи, зображені в мультфільмах. Особлива увага приділяється аналізу характеристик маскулінності-фемінності героїв і їх соціальних ролей.

Ключові слова: гендерна соціалізація; гендерний стереотип; мультиплікаційний фільм; маскулінність; фемінність.

Соціалізація – це безперервний процес взаємодії, в ході якого дитина вибірково засвоює форми поведінки, культурні норми та освоює соціальні ролі. В умовах сьогодення одним з провідних агентів соціалізації є засоби масових комунікацій і в особливості мультфільми, які відіграють значну роль в становленні поглядів дітей з раннього дитинства, адже всі діти залучені до їх перегляду. Саме цим обґрунтовується актуальність вивчення мультфільмів, які за допомогою візуальних яскравих образів, посилені музичним супроводом, добре запам'ятовуються і можуть донести до дитячої свідомості велику кількість різноманітної інформації.

Конструювання гендерної моделі поведінки людини відбувається протягом всього життя, починаючи з дитинства, і важливим маркером формування маскулінної і фемінної культур у дитинстві є мультфільми, що передають культурні навички та цінності, а також свідомо транслиують культурні стереотипи. Проблема полягає у протиріччі між сприйняттям мультфільму як одного з варіантів відпочинку з одного боку, а з іншого як сильного фактору виховання і транслятору культурних (у тому числі і гендерних) стереотипів, що стають предметом наслідування для підростаючого покоління. Проблемна ситуація у тому, що з одного боку ми знаємо механізми конструювання гендерних стереотипів,

проте з іншого ми не знаємо як саме вони конструюються у дитячих мультфільмах.

Гендерні стереотипи та уявлення вивчалися багатьма закордонними та вітчизняними авторами. Так, в роботах Р. Столлера, К. Уеста, Д. Циммермана, С. Фаррела та Н.Л. Пушкарьової отримало визначення поняття «гендер» та були виділені його відмінності від статі. Вітчизняними дослідниками гендеру є О. Р. Кісь, І. А. Жеребкіна, Н. М. Оніщенко та Т. О. Марценюк.

Для вивчення особливостей конструювання гендерних уявлень ми використовуємо напрацювання І.С. Кльоциної, яка поділила їх на традиційні і егалітарні, та С. Л. Бем, що створила свою теорію маскулінності, фемінності і андрогінності. Також ми спираємося на теорію соціального конструювання реальності П. Бергера та Т. Лумана. Для аналізу ж складових сюжету мультфільмів ми використовуємо морфологічний аналіз, що базується на виділенні функцій і атрибутів діючих персонажів, створений В. Я. Проппом.

Об'єктом дослідження є мультфільм як ретранслятор гендерних уявлень. Предметом – гендерні моделі поведінки і соціальні ролі героїв популярних дитячих мультфільмів.

Мета дослідження – визначення механізму конструювання гендерних уявлень у дитячих мультфільмах. Для досягнення поставленої мети необхідно за допомогою морфологічного аналізу провести гендерний аналіз поведінки та соціальних ролей героїв популярних мультфільмів.

Для дослідження нас цікавлять найбільш популярні мультфільми, а тому вибірково сукупність складають 10 перших мультфільмів з рейтингу сайту Кінопоиск [1]. Нами було обрано цей сайт через те, що він знаходиться на 3 місці за відвідуваністю мешканцями України серед сайтів, присвячених кіно (станом на 28.05.2016) [3], та включає до рейтингу кращих лише ті фільми, мультфільми та короткометражки, за які було віддано більше 500 голосів. До

того ж його аудиторія на 10 % складається з українців [2].

Матеріалом нашого дослідження є такі мультфільми: «Король Лев», «Звірополіс», «Балто», «ВОЛЛ-І», «Красуня і чудовисько», «Як приборкати дракона», «Леді і Блудько», «Лис і мисливський пес», «Острів скарбів» та «Алладін».

Для вивчення характеристик дійових осіб нами було складено кодифікатор щодо вивчення мультфільмів (таблиця 1). **Одиницями спостереження** є теми, виражені в одиничних судженнях чи змістовних висловлюваннях, а також аудіо-візуальні образи, що розглядаються як цілісність. **Одиниці рахунку** – поняття, виражені окремими словами. У своєму дослідженні ми відмічаємо наявність певної характеристики у будь-якому прояві. Характеристиками є категорії дійових осіб, а також риси маскулінності-фемінності героїв і їх соціальні ролі.

Таблиця 1

Кодифікатор щодо вивчення мультфільмів

Найменування категорій та під категорій аналізу

- 1 Кількість дійових осіб
- 2 Кількість головних героїв
- 3 **Стать дійової особи:**
 - 3.1. чоловіча;
 - 3.2. жіноча.
- 4 **Категорія дійової особи:**
 - 4.1. антагоніст (шкідник);
 - 4.2. дарувальник (постачальник);
 - 4.3. помічник;
 - 4.4. царівна (шуканий персонаж);
 - 4.5. відправник;
 - 4.6. герой;
 - 4.7. помилковий герой.
- 5 **Характеристики маскулінності/фемінності героя:**

5.1. Риси маскулінності:

- 5.1.1. впевненість в собі,
- 5.1.2. агресивність,
- 5.1.3. незалежність,
- 5.1.4. домінантність,
- 5.1.5. логічність мислення,
- 5.1.6. сміливість,
- 5.1.7. атлетичність,
- 5.1.8. наполегливість,
- 5.1.9. сила,
- 5.1.10. лідерство,
- 5.1.11. ризиковість,
- 5.1.12. самодостатність
- 5.1.13. владність,
- 5.1.14. мужність,
- 5.1.15. індивідуалізм,
- 5.1.16. змагальність,
- 5.1.17. амбітність.

5.2. Риси фемінності:

- 5.2.1. боязкість,
- 5.2.2. лагідність,
- 5.2.3. залежність,
- 5.2.4. мрійливість,
- 5.2.5. схильність до співчуття,
- 5.2.6. тривожність,
- 5.2.7. емоційність,
- 5.2.8. поступливість,
- 5.2.9. життєрадісність,
- 5.2.10. сором'язливість,
- 5.2.11. ніжність,
- 5.2.12. відданість,
- 5.2.13. жіночність,
- 5.2.14. дбайливість,
- 5.2.15. довірливість,
- 5.2.16. інфантильність,
- 5.2.17. спокійність.

- 6 **Домінування маскулінних/фемінних**
 - 6.1. маскулінність
 - 6.2. андрогінність
 - 6.3. фемінність

- 7 **Соціальна роль героя:**
 - 7.1. сімейно-побутова;
 - 7.2. професійна.

- 8 **Важливість дійової особи:**
 - 8.1. головний герой;
 - 8.2. другорядний герой.

У результаті проведеного аналізу нами був виявлений значний дисбаланс гендерної репрезентації у мультфільмах. Так, кількість героїв-чоловіків перевищує кількість героїнь у 2,5 рази (відповідно до рис. 1). До того ж лише в трьох з десяти мультфільмів головним героєм є жінка, причому в двох з них вона поділяє це місце з героєм-чоловіком.

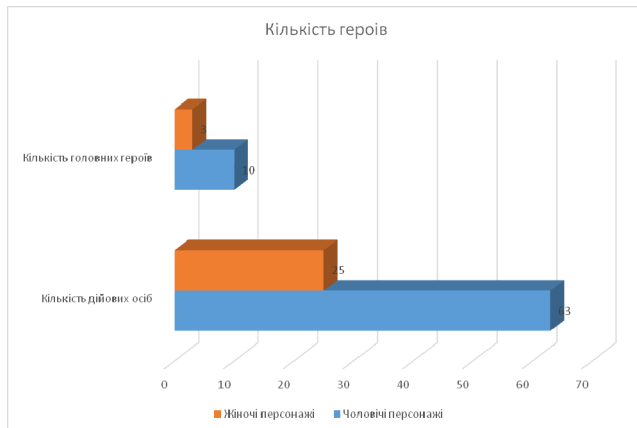


Рис. 1 Розподіл героїв за статтю

Варто відмітити, що за функціями дійової особи чоловіки найчастіше є антагоністами, героями, відправниками чи помічниками, жіночі ж персонажі – переважно помічниками чи царівнами, тобто шуканими персонажами (рис. 2). Таким чином, ми бачимо, що героїв зображають більш різноплановими і домінуючими, ніж героїнь.

До рис жіночих персонажів відноситься схильність до співчуття, лагідність, ніжність і життєрадісність. Основні риси чоловічих персонажів – сила, амбітність, домінантність і агресивність. Але при цьому їх частіше, ніж жінок, наділяють такими рисами як боязкість, поступливість, інфантильність і сором'язливість, хоча персонажі з такими рисами складають лише близька 15 – 30 % від усіх.

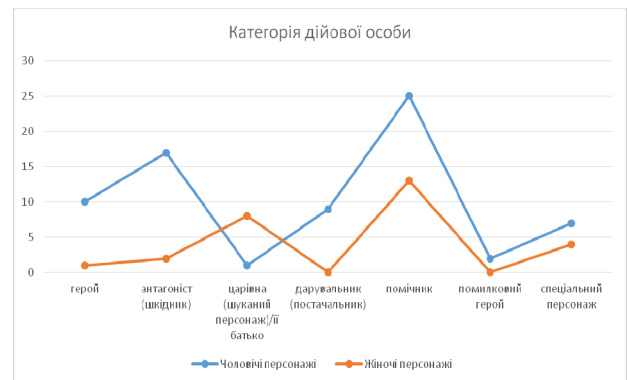


Рис. 2 Розподіл героїв за категорією

Важливим моментом є те, що як чоловічих, так і жіночих персонажів переважно наділяють рисами обох гендерних типів, тобто ми можемо говорити про виражену андрогінність більшості персонажів (у 63 % чоловіків і 72 % жінок). Лише кожний 3 чоловік має виражену маскулітність, також вона характерна лише для 4 % жіночих персонажів (рис. 3 та 4).



Рис. 3 Співвідношення рис маскулітності-фемінності чоловічих персонажів



Рис. 4 Співвідношення рис маскулітності-фемінності жіночих персонажів

Виражену фемінність мають 20 % жінок і 5 % чоловіків. Жіночих персонажів частіше, ніж чоловічих, зображують впевненими в собі і сміливими, хоча ці риси є основними для героїв обох статей (рис. 5). Характерними рисами для персонажів обох статей також є логічність мислення, наполегливість, самодостатність і незалежність, хоча їх частіше можна помітити в поведінці чоловічих персонажів, а також емоційність і відданість, що більш розповсюдженні серед жінок (рис 6).

Ми дійшли висновку, що виражена маскулінність у персонажів мультфільмів вказує на їх негативну направленість, адже 63 % таких дійових осіб є антагоністами. Це може бути пов'язано з тим, що маскулінні якості асоціюються з компетенцією і раціональними здібностями, активністю і ефективністю, фемінні ж з соціальними і комунікативними вміннями, а також емоційною підтримкою. Антагоністів найчастіше зображують впевненими в собі, амбітними, самодостатніми, агресивними, сильними і наполегливими, тобто наділяють їх тими якостями, що допоможуть їм досягти поставленої мети.

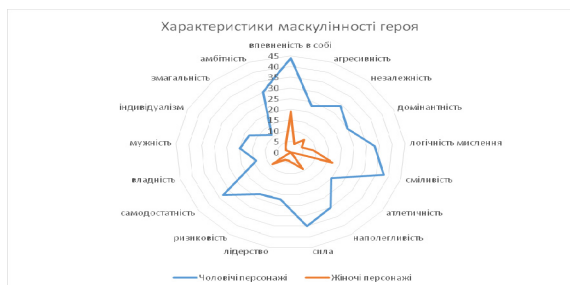


Рис. 5 Розподіл персонажів за наявністю маскулінних рис



Рис. 6 Розподіл персонажів за наявністю фемінних рис

Також нерівномірним є розподіл соціальних ролей, адже 80 % жіночих персонажів задіяні в сімейно-побутовій сфері, у той час як 63 % чоловічих – у професійній (рис. 7). Це вказує на зображення у мультфільмах стереотипу про те, що первинним інтересом для жінки є бажання мати дітей і вийти заміж, для чоловіків же – досягнення успіху в суспільному житті та в роботі. Варто відмітити і те, що ця диспропорція в розподілі ролей існує не зважаючи на той факт, що більшість персонажів обох статей мають виражену андрогінність та мають приблизно однакові риси.

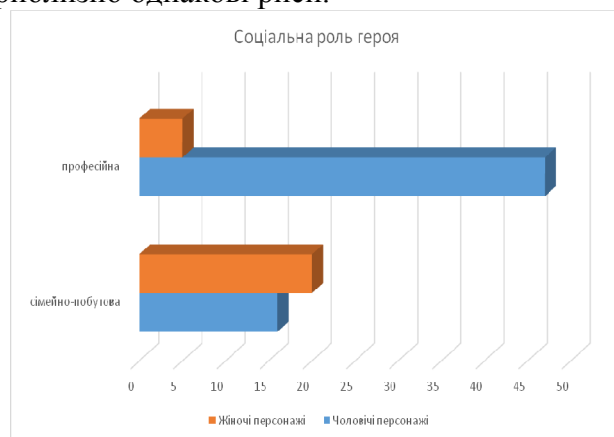


Рис. 7 Розподіл соціальних ролей між героями обох статей

Нами було виявлено, що мультфільми сприяють закріпленню стереотипних уявлень про розподіл соціальних ролей, але при цьому вони зображують і чоловіків, і жінок активними, діючими і націленими на успіх. У результаті дослідження ми визначили, що у мультфільмах конструються відмінності між чоловіками і жінками, які не пов'язані з їх біологічними і сутнісними характеристиками, тобто має місце відтворення стереотипу про домінуючу роль чоловіка та пасивну роль жінки.

Гендерні уявлення конструються у дитячих мультфільмах за допомогою зображення заданих суспільством норм і ролей, пов'язаних зі статтю людини, тобто персонажі зображуються з урахуванням визначень жіночності і мужності, що є прийнятими у суспільстві. Таким чином,

мультфільми є одночасно і відображенням існуючих у суспільстві гендерних уявлень, і механізмом їх конструювання у дітей.

Список використаної літератури:

1. Мультфильмы; [Электронный ресурс] // Кинопоиск. – Режим доступа: <http://www.kinopoisk.ru/top/lists/13/filtr/all/sort/rating/>
2. Kinopoisk.ru; [Electronic resource] / Site Overview // Alexa. – У Режим доступа: <http://www.alexa.com/siteinfo/kinopoisk.ru>
3. Top Sites in Ukraine; [Electronic resource] // Alexa. – Режим доступа: <http://www.alexa.com/topsites/countries/UA>

Summary

Simozhenko K. Student department of Sociology Institute of Social Sciences ONU.

Animated cartoon as a repeater of gender stereotypes

Socialization is the lifelong process of inheriting and disseminating cultural norms, customs, values and social roles. One of the agents of socialization is media, including animation cartoons, which influence the way children think by reflecting social norms. Cartoons demonstrate cultural values and skills as well as broadcast cultural stereotypes. So the subject of the article are the gender patterns of behavior and social roles of the characters of children's popular cartoons. In this paper, we analyze which of gender stereotypes are presented in animated cartoons.

In our research we examined ten of the most popular cartoons by rating of the website kinopoisk.ru. For the analysis of the components of the plot we use morphogenetic analysis of Vladimir Propp, which is based on the finding of functions and attributes of the characters. Special attention is paid to the analysis of the characteristics of masculinity-femininity of characters and their social roles.

It was found that gender representation in cartoons had considerable imbalance. Also, distribution of social roles is unevenly, because most of the female characters are involved in the family and domestic sphere, while most of men are involved in the professional sphere. But we come to the

conclusion that majority of characters have signs of androgyny, because men and women are endowed with traits of both types of gender. So we certain that the differences between men and women are constructed in cartoons and are not related to their biological and essential characteristics, and they reproduce the stereotype of the dominant role of men and of passive role of women.

Keywords: gender socialization; gender stereotype; animated cartoon; masculinity; femininity.

*Рекомендовано до друку –
к. соц н., доцентом – О.В.Князєвою*

Стаття надійшла в редакцію 24.01.2017.