

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

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«КІНЕМАТОГРАФ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ГЕНДЕРНИХ
СТЕРЕОТИПІВ НА ПРИКЛАДІ СУПЕРГЕРОЙСЬКОГО ЖАНРУ»**

Спеціальність: 054 «Соціологія»

Освітня програма: «Соціологія»

Освітній ступінь: бакалавр

Кваліфікація: бакалавр з соціології

Авторка:

Савченко Анастасія Володимирівна,
студентка 4 курсу

Науковий керівник:

Мазурик Олег Володимирович,
доктор соціологічних наук, доцент

Бакалаврська робота допущена до захисту

рішенням кафедри теорії та історії соціології

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

Зав. кафедри _____ доцент Мазурик Олег Володимирович.

Київ 2021

Анотація

Савченко А.В. Кінематограф як інструмент формування гендерних стереотипів на прикладі супергеройського жанру

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавра соціології за спеціальністю – 054, соціологія. – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, 2021.

В рамках дослідження, в кваліфікаційній роботі, був проведений комплексний аналіз наукової літератури та огляд результатів сучасних соціологічних досліджень. Також, задля виконання поставлених наукових завдань, було проведено онлайн-опитування, метою якого було визначити ставлення української молоді до гендерних стереотипів та до розподілу гендерних ролей у кіно, на прикладі супергеройського жанру, як одного з найбільш масових.

В ході дослідження вдалося визначити місце кінематографу в соціологічних та гендерних дослідженнях та визначити вплив кіно на розповсюдження гендерної дискримінації в контексті різних соціологічних теорій.

Онлайн-опитування дозволило визначити найпопулярніші супергеройські фільми серед української молоді, для їх подальшого аналізу на предмет гендерних стереотипів. Також, вдалося визначити ставлення респондентів до нововведень в західному кінематографі, їхній рівень толерантності та готовності сприймати нові чоловічі та жіночі образи у кіно.

Також були проаналізовані позитивні шляхи змін у західному кіно, зокрема введення квот, та розповсюдження так званої культури відміни (cancel culture), задля надання рекомендацій самостійному українському кіно, яке лише починає заново розвиватися і тому має велику перспективу.

Ключові поняття: Кінематограф, Супергеройський жанр, гендерні дослідження, українська молодь, гендерні стереотипи, фемінність, мускулінність, інститут репутації, квоти, масова культура.

Annotation

Savchenko A.V. Cinema as a tool for forming gender stereotypes on the example of the superhero genre

Qualifying work for a bachelor's degree in sociology in specialty - 054, sociology. - Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, 2021.

As part of the study, in the qualification work, we have conducted a comprehensive analysis of the scientific literature and a review of the results of modern sociological research. Also, in order to fulfill the scientific tasks, we have conducted an online survey to determine the attitude of Ukrainian youth to gender stereotypes and to the distribution of gender roles in cinema, on the example of the superhero genre, as one of the most popular.

The study helped us to determine the place of cinema in sociological and gender studies and the impact of cinema on the spread of gender discrimination in the context of various sociological theories.

The online survey identified the most popular superhero films among Ukrainian youth for further analysis on gender stereotypes. Also, we have determined the attitude of respondents to innovations in Hollywood cinema, their level of tolerance and willingness to accept new male and female characters in cinema.

Also we have analyzed the positive ways of change in Western cinema, including the introduction of quotas and the spread of «cancel culture», to provide recommendations for independent Ukrainian cinema. It will help Ukrainian film studios to redevelop after soviet propaganda and therefore they will have great prospects.

Key words: Cinema, Superhero genre, gender research, Ukrainian youth, gender stereotypes, femininity, muscularity, institute of reputation, quotas, mass culture.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КІНО ТА ГЕНДЕРНОЇ НЕРІВНОСТІ В СОЦІОГУМАНІТАРНИХ НАУКАХ

- 1.1. Кінематограф в соціологічних та гендерних дослідженнях
- 1.2. Вплив кіно на розповсюдження гендерної дискримінації в контексті різних соціологічних теорій
- 1.3. Супергеройський кінематографічний жанр як репрезентація гендерних образів

Висновки до 1 розділу

РОЗДІЛ 2. РІВЕНЬ ГЕНДЕРНОЇ ОБІЗНАНОСТІ ТА СТЕРЕОТИПІЗОВАНОСТІ МИСЛЕННЯ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

- 2.1. Сприйняття гендерних рольових моделей молодим поколінням через призму супергеройського кіно
- 2.2. Аналіз популярних серед української молоді супергеройських фільмів на предмет гендерних стереотипів
- 2.3. Ставлення української молоді до нововведень у кінематографі: перспективи розвитку

Висновки до 2 розділу

ВИСНОВКИ

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ВСТУП

Постановка проблеми. У ХХ столітті люди почали усвідомлювати, що в суспільстві склалися дуже усталені системи дискримінації, в яких життя білої людини коштує більше ніж життя темношкірої, здоров'я багатой людини ціниться більше ніж здоров'я бідної, а думка чоловіка важливіше жіночої думки. І хоча багато країн встановили заборону на сегрегацію, рабство та на гендерну дискримінацію, системи не зникли в один момент, оскільки вони залишили глибокий слід в нашій культурі.

Це означає, що ми можемо провести сотні досліджень і отримати результат, що жінки водять машину обережніше та безпечніше за чоловіків, однак все одно вважаємо, що водій – це, зазвичай, чоловіча професія. Ми можемо згадати десятки імен прекрасних письменниць, художниць, режисерок, але все одно вважаємо, що генієм може бути лише чоловік. Ми з дитинства знаємо, що шкіра у людей може бути зовсім різного кольору, однак коли чуємо слово «людина», все одно уявляємо собі білу людину. Тобто ми розуміємо, що всі люди рівні, але діємо відповідно до своїх стереотипів: віддаємо голоси за чоловіків, приймаємо на роботу представників титульної нації.

Проблема полягає у невідповідності між реальними жіночими характеристиками та стереотипними образами жінок у масовій культурі, зокрема, у фільмах про супергероїв. Кінематограф, як репрезентація культурних кодів суспільства показує, що проблема гендерної нерівності досі існує. Жінкам відводиться менше ролей у фільмах, їх персонажі зазвичай займають другорядну роль, їх тіла об'єктивуються, а професійні навички ставляться під сумнів. В своїй роботі я хочу детальніше розглянути вплив кінематографа, зокрема фільмів про супергероїв, на формування і підтримку гендерних стереотипів у суспільстві, та визначити перспективи його толерантного розвитку в Україні.

Актуальність даної роботи можна проілюструвати цитатою двох соціологинь, що ведуть свою наукову діяльність у гендерному напрямку, Жан-

Анн Сазерленд та Кетрін Фелтей: «Фільми відображають нашу культуру, одночасно слугуючи елементом, що її складає. Ми бачимо наше суспільство через кіно, і ми бачимо кіно через призму наших соціальних норм, цінностей та інститутів» (Sutherland & Feltey, 2013, с. 7).

Основна роль у конструюванні стереотипів та культурних установок належить медіа сфері, зокрема, кіноіндустрії. А фільми про супергероїв, як найкраще можуть проілюструвати масову культуру, адже на сьогодні неможливо уявити молоду людину, яка б не чула про «Людину-павука», «Халка», «Супермена» чи «Россомаху». Саме такі фільми збирають величезну кількість глядачів біля екранів та отримують мільйонні касові збори, що підтверджують численні рейтинги, зокрема і в Україні.

У своїй роботі я маю намір прослідкувати зміни в Голівудському кінематографі та визначити чому досі більшість супергероїв залишаються чоловіками. Проаналізувати образи жінок-супергероїв та обранок супергероїв: як вони прийшли на екрани і як розвиваються з часом; як вони впливають на суспільство та на формування уявлень молоді про «справжніх» жінок та чоловіків.

Сприйняття гендерних ролей наразі швидко змінюється, особливо у молодого покоління, яке має постійний доступ до необмежених ресурсів Інтернету. Я прагну дослідити рівень толерантності та терпимості сучасної української молоді саме на прикладі її ставлення до персонажів супергеройського кіно, як однієї з популярних гілок масової культури.

Кіно може як формувати гендерні стереотипи, так і руйнувати їх у свідомості людей, тому варто проаналізувати позитивні шляхи змін у західному кіно, зокрема введення квот, та розповсюдження так званої культури відміни (cancel culture), задля надання рекомендацій самостійному українському кіно, яке лише починає заново розвиватися і тому має велику перспективу.

Українським кіномитцям, щоб бути успішним не лише на пострадянському просторі, а й в більш розвинених країнах, варто керуватися

етичними та моральними принципами рівності, толерантності та терпимості у своїх картинах.

В даній дипломній роботі представлені теоретичні і методологічні аспекти вивчення кіно, як агента формування гендерних ролей. Якісне дослідження фільмів, проведене за допомогою методології соціально-рольового аналізу, демонструє, яким чином в кіно відображаються відмінності у виконанні чоловіками і жінками соціальних ролей, які гендерні стереотипи транслюються в кіно.

Гіпотези:

1. Створені кіноіндустрією образи мають вплив на гендерно-рольові установки у молодого покоління.
2. Гендерні зміни в супергеройському кіно слугують індикатором змін у суспільстві.
3. Супергеройське кіно досі є гендерно-стереотипізованим.
4. Українська молодь готова толерантно сприймати нові чоловічі та жіночі образи у супергеройському кіно.

Об'єкт: Супергеройський кінематографічний жанр.

Предмет: Стереотипні гендерні ролі у кіно про супергероїв.

Мета: Окреслити перспективи використання кінематографа в якості інструменту боротьби з гендерними стереотипами в українському суспільстві.

Завдання:

1. Визначити місце кінематографу в соціологічних науках.
2. Розглянути вплив кінематографу на розповсюдження гендерних стереотипів.
3. Визначити сучасну гендерну ситуацію в Голівудських фільмах про супергероїв.
4. Проаналізувати ставлення української молоді до гендерних стереотипів на прикладі ставлення до супергеройських фільмів.

Для розв'язання поставлених дослідницьких завдань було проведено практичне дослідження щодо визначення специфічної ролі супергеройського

кіно як гендерної технології в процесі формування стереотипів у масовій культурі. Емпіричні дані стали основою для розуміння тенденцій трансформації чоловічих та жіночих соціальних ролей в сучасному світі, а також процесів, пов'язаних з формуванням гендерної ідентичності молодого покоління.

Одним із основних завдань дослідження є співвідношення трьох площин гендерних репрезентацій, представлених у: самооцінках респондентів; уявленнях молодого покоління про «справжніх» чоловіків та жінок; чоловічі та жіночі образи, що функціонують в масовому кіно про супергероїв.

Дослідження проводилося методом анкетного онлайн-опитування, в якому прийняли участь люди віком 15-35 років. А також методом контент-аналізу кінофільмів, де об'єктом виступили популярні образи чоловіків та жінок в супергеройському кіно.

Практичне значення роботи полягає в тому, що представлене дослідження гендерної обізнаності української молоді може бути використано в подальших наукових роботах та програмах для демократичного розвитку українського кіномистецтва та його колаборації з західним ринком.

Структура роботи сформована з вступу, двох розділів, кожен з яких поділений ще на три підрозділи, загальних висновків та списку використаних джерел, що складений з 43 посилань на спеціалізовані дослідження науковців з різних країн, більшість з яких була опублікована після 2010-х років та є найактуальнішою.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КІНО ТА ГЕНДЕРНОЇ НЕРІВНОСТІ В СОЦІОГУМАНІТАРНИХ НАУКАХ

1.1. Кінематограф в соціологічних та гендерних дослідженнях

«Кіно є невід'ємним від соціальної реальності елементом культури, який з однієї сторони випробовує на собі множинний вплив реальності, а з іншої - сам перетворює її» (Мкртичева, 2012).

Кіно вважається «гарячим» засобом комунікації, адже саме кінокартини дають глядачеві можливість якнайшвидше перенестися в вигаданий, нереальний світ, який створюється людською фантазією та екранним зображенням. Цей світ, як зазначав канадський теоретик Маршалл Маклюен, позбавляє глядача можливості критично мислити та повністю підкорює його власним законам.

Хоча сучасного глядача вже важче обвинуватити у недостатньо критичному сприйнятті сюжету, Маклюен одним з перших простежив тісну взаємодію кіно та глядача, вказавши на властивість фільму впливати на людину. Таким чином, вчений постає біля самих витоків соціологічного аналізу кіно. (Маклюен 2003, с. 324).

Традиційно кіно вивчають такі різні науки як мистецтвознавство, культурологія, філософія, історія, психологія та соціологія. Хоча дослідження кіно почалося не так давно, відносно інших видів мистецтва, теоритична база вже доволі обширна у межах кожної з цих наук. Також з'явилися нові науки, що фокусуються лише на вивченні кінематографу: аналізі сценаріїв, гри кольору та звуку, спецефектах, на кінозйомці наприклад теорія кіно, кінодраматура та кінокритика. Не дивлячись на це, знання про соціальні ролі та функції кінематографу все ще не стали загальноприйнятими. Досі дебати щодо взаємозв'язку кінематографу та суспільства не стихають у науковому середовищі. М. І. Жабський метафорично заклав головне питання цього

дискурсу у назві своєї праці «Кінематограф – дзеркало чи молот?» (Жабський, 2010).

Головною причиною цього є те, що процес пізнання кіно як культурного феномену з самого моменту його появи мав безсистемний та інтуїтивний характер. До соціологічного дослідження кінематографа можна підходити з різних позицій: розглядати кіно як соціальну систему; як спосіб виробництва; як комунікацію; як естетичну систему, як соціальний інститут тощо. Соціологічне дослідження кінематографа стає актуальним зважаючи на його постійно зростаючу популярність та гостру соціальну проблематику, яку він розповсюджує на суспільство. Саме кіноіндустрія стає провідником та індикатором соціокультурних трансформацій.

Кінематограф як складова масової культури органічно вплітається у соціологічні дослідження. Тому вивчення впливу кіно на суспільство та їх взаємозв'язку дає можливість отримати знання про суспільні процеси, поведінку, цінності, ідеології.

Аналіз ключової проблеми мого дослідження «кіно та гендер» здійснюється за допомогою комплексного вивчення двох галузей соціологічного знання – соціології кіно і гендерної соціології.

Кінознавство (Film Studies) стає важливим компонентом феміністичної теорії з кінця 1960-х років. Раніше кінознавство розвивалось у руслі культурних досліджень (cultural studies), інтелектуальний дебют яких відносять до початку 1960-х років, до часу заснування Центру сучасних культурних досліджень в Бірмінгемі (Великобританія).

Перші феміністичні дебати стосовно медіа та кіно фокусуються в основному навколо трьох центральних тем: стереотипи, порнографія та ідеологія. А також торкаються різноманітних технологій конструювання гендера, приписування смислів жіночому і чоловічому за допомогою кіно та масмедіа (de Lauretis, 1987). Крім того, феміністичні дослідження аналізують яким чином кодується інформація про гендер в процесі кіновиробництва.

У сучасній феміністичній критиці можна виокремити наступні основні напрямки, що акцентуються на різних підходах до розгляду кіно: 1) як соціального інституту; 2) як одного з засобів виробництва; 3) як тексту; 4) як читання тексту. Кіно як соціальний інститут включає комплекс різноманітних соціальних ролей, в тому числі глядача та режисера фільму, критика та продюсера, актора та сценариста, адміністрацію телеканалу, кінотеатру чи студії відеозапису. Такі ролі обов'язкові для кожного кінофільму.

В якості інституту кіно задовольняє потреби різноманітних соціальних груп, тому розвиток кіно підпорядковується смакам глядачів. Соціокультурний контекст практик кіноспоживання при цьому, очевидно, володіє гендерною специфікою. В той же час, репрезентації візуальної культури (кінематограф, живопис, реклама, медіа) так само як і дискурси інституціональних форм знання (наприклад, медицини, психіатрії, сексології, соціології, теології) впливають на соціальні уявлення, направляючи повсякденні соціальні практики, і тим самим конструюють гендерні відносини, сексуальність і суб'єкти сексуальності (Miller, 1973; Kuhn, 1985).

Гендерна структура виробництва фільму має своє вираження в конкретних позиціях, завданнях, досвіді, цінностях, нагородах і оцінці жінок як творців картин, і може бути розглянута на макрорівнях, мезорівнях і мікрорівнях. Гендерна структура кіновиробництва представляє великий інтерес для феміністичного аналізу і може бути проаналізована, наприклад, в наступних аспектах: 1) працівники на кіновиробництві – на яку роботу та як наймають жінок, а також як до них ставляться; 2) професіонали в кіно – як жінки працюють, як сприймають свою професійну роль, та як ця роль сприймається їхніми колегами-чоловіками; 3) гендер та організація інститутів чи факультетів кінематографії, кіномистецтва, 4) орієнтація кінопродукції на жінок; 5) гендер и економічний, соціальний та правовий контексти кіновиробництва.

Текстуальний аналіз гендера в кіно розвивається в двох напрямках: контент-аналіз та семіотика. У випадку контент-аналізу досліджуються такі

проблеми, як ролі, психологічні та фізичні якості чоловіків та жінок, що з'являються в різних жанрах, насильство на екрані. Контент-аналіз визначається як «дослідницька техніка об'єктивного, систематичного та кількісного опису явного змісту комунікації» (Berelson, 1952). З цього визначення слідує, що науковцю не дозволяється читати поміж рядків, спиратися на емоційну складову, тому що це може призвести до необ'єктивних висновків.

Контент-аналіз реалізується на документальних та візуальних матеріалах, при цьому дослідники формулюють незмінний, точний ряд критеріїв, що підходить для заданої проблеми, щоб не було розбіжностей в думках вчernih, а потім відповідно до цих критеріїв класифікують зміст тексту чи відеоматеріалу. Таким чином виходять кількісні дані, котрі можна піддавати статистичній обробці.

Типовим висновком феміністичного контен-аналізу у кіно може бути наступний: кінопродукція не відображає реальну кількість жінок, що займаються біоінженерією, та їх вклад в науковий розвиток. Наприклад, в роботі Г. Тачман 1978 г. на основі контент-аналізу стверджується, що недостатня кількість позитивних жіночих образів на телебаченні погіршує становище жінок на ринку праці. (Tuchman, 1978).

Семіотика доволі популярна в сучасній феміністичній кінокритиці, оскільки дозволяє виявити структури сенсів, а не обмежується лише констатацією факту присутності або відсутності жінок на екрані. Починаючи з робіт Р. Барта семіологія стає популярним методом дослідження різноманітних форм та артефактів популярної культури від іграшок, зачісок та снєків до кулінарних рецептів, пральних порошоків та автомобілей (Barthes, 1973).

Отже кіно широко досліджується у багатьох науках, зокрема і в соціології. Також кінематограф слугує великим полем для досліджень у гендерному та феміністичному напрямках. Зараз кіно набуло незваної раніше популярності, доступності та масовості, що робить його дієвим інструментом

формування та транслявання гендерних рольових моделей, стереотипів та образів.

1.2 Вплив кіно на розповсюдження гендерних стереотипів в контексті рольової теорії

Процес становлення особистісної ідентичності завжди взаємопов'язаний з становленням гендерної ідентичності, тому актуальними являються всі умови, фактори, засоби, механізми, так звані гендерні технології, що впливають на її формування. Гендерні технології сприяють створенню гендерних образів та гендерних стереотипів, і через показ, навчання, повторення, контроль домагаються їх засвоєння в процесі соціалізації особистості (Курилович 2010. С. 169). Однією з таких значимих гендерних технологій, що транслюють гендерні стереотипи, є кіно. Щоб визначити зв'язок кіно з гендерною соціалізацією особистості треба детальніше розглянути теорію соціального конструювання гендера, або розуміння гендера як соціальної конструкції.

Ключовим положенням гендерної теорії являється розуміння того, що дихотомія статей змодельована і продовжує моделюватися масовою культурою. Це ставить під сумнів правомірність сучасного стану речей, який виправдовує надання різних можливостей та закріплення різних поведінкових норм для чоловіків і жінок. Таким чином поняття гендеру визначається як засіб опису відмінностей між біологічною статтю та соціалізованими аспектами фемінності та маскулінності (Maresek, Jeanne; Crawford, 2004).

Виділяють два постулати гендерного підходу: 1) гендер конструюється шляхом соціалізації, розподілу праці, системою гендерних ролей, сім'єю, засобами масової інформації; 2) гендер формується і самими індивідами – на рівні їх свідомості (тобто гендерної ідентифікації), прийняття заданих суспільством норм і підлаштування під них (в одязі, зовнішності, манері поведінки тощо).

Гендер, як і всі соціальні ідентичності, побудований соціально. Соціальний конструктивізм – одна з ключових теорій, яку соціологи використовують для того, щоб поставити гендер в центр історичної та культурної діяльності. Соціальний конструкціонізм – це соціальна теорія про те, як смисли створюється завдяки соціальній взаємодії – через те, що ми робимо та про як говоримо з іншими людьми. Ця теорія показує, що стать не є фіксованим чи вродженим фактом, а натомість вона змінюється залежно від часу та місця.

Гендерні норми (соціально прийнятні способи реалізації гендеру) засвоюються з дитинства через соціалізацію. Ми дізнаємось, що очікується від нашої статі, з того, що вчать нас батьки, а також з того, що ми засвоюємо в школі, через релігійні чи культурні вчення, через засоби масової інформації та інші соціальні установи. Відповідно до статті під назвою «Гендерні стереотипи щодо інтелектуальних здібностей з'являються рано та впливають на інтереси дітей», опублікованій у журналі Science у 2017 році, дівчата починають почувати себе менш розумними, ніж хлопці, вже у віці від шести років (Science, 2017).

Розглядаючи гендер як соціальний конструкт можна виділити такі його характеристики: біологічну стать; статево-рольові стереотипи та гендерний дисплей. Поняття гендерний дисплей ввів у науковий обіг І. Гоффманом, щоб описати соціальні аспекти статі, в його розумінні, це культурно детермінована та соціально зумовлена багатоманітність проявів статевої приналежності на рівні міжособистісного спілкування; основний механізм створення гендеру в процесі міжособистісного спілкування. Така комунікація, обличчям до обличчя, завжди супроводжується процесом категоризації за статтю в конкретних ситуаціях. Сама можливість категоризації індивіда за статтю є гарантом комунікативної довіри. Людину відносять до тієї чи іншої статі, отримуючи сталу, загальноприйнятну інформацію, що відповідає певним традиційним правилам. Ім'я, зовнішність, тембр голосу, мовні манери, рухи, стиль прояву

почуттів – усі ці множинні прояви являють собою гендерний дисплей, який дозволяє ідентифікувати співрозмовника як чоловіка або жінку (Жукова, 2012).

Представники соціального конструктивізму, так само як І. Гофман стверджують, що прояви гендеру неможливо звести до виконання статевих ролей, що гендерну ідентичність не можна змінити чи скасувати. Гендерний дисплей - це різноманіття проявів та уявлень про фемінне та мускулінне, чоловіче та жіноче, в міжособистісній комунікації, яке не можна звести лише до поєднання мови, зовнішності, міміки, костюма та гриму, це дуже гарна «гра», орієнтована на співрозмовників; ця гра давно зрослася з життями і представляється людям природним проявом їх сутності. Гендерний дисплей не є універсальним, він культурно та історично обумовлений і різниться від однієї спільноти до іншої. Тому неможливо зводити гендерний дисплей лише до біологічних детермінант (Здравомыслова & Темкина, 2002).

Засоби вираження приналежності до статі І. Гофман називає формальними конвенційними актами. Це своєрідні моделі чоловічої та жіночої поведінки прийнятні у конкретній ситуації, які сприяють збереженню та відтворенню норм повсякденної взаємодії. Виконавцями таких загальноприйнятих актів є соціально компетентні особи, включені у соціальний порядок. Соціальний порядок, у свою чергу, гарантує їм захист від неадекватних індивідів, що невідповідають цим конвенційним нормам. Бути чоловіком або жінкою та виявляти це, за І. Гофманом, означає бути соціально компетентною особою, що викликає комунікативну довіру. Поняття гендерного дисплею тісно пов'язане з гендерними стереотипами та гендерними ролями.

Гендерні стереотипи є різновидом соціальних стереотипів. Поняття «соціальний стереотип» у науковий обіг було введено У. Ліппманом. Він визначив стереотип як "спотворену картину чи образ у свідомості людини, що не базується на особистому досвіді, а походить культурно". Ліппманн міркував, що формування стереотипів зумовлене соціальними, політичними та економічними мотиваціями, і, коли вони передаються від одного покоління до іншого, вони можуть стати досить проникливими та стійкими до змін.

Стереотипи, як стійкі образи, зазвичай слугують для економії зусиль при оцінці нової ситуації, адже дають людині можливість завчити певні моделі поведінки у відповідь на певні ситуації. Структурно стереотипи приймають форму "порочної регресії". Вкорінений у невігластві, помилкових уявленнях та негативних образах та настроях, стереотип забезпечує спотворену ментальну картину або набір образів, що розвиваються через редукаціонізм до упереджень, упередженості та врешті-решт виливаються у расизм, гомофобію, або сексизм.(Липпман, 2004).

За допомогою стереотипів ми формуємо в нашій свідомості картину світу, відповідно до якої діємо та спілкуємося з іншими, самостверджуємося, засуджуємо чи схвалюємо інших, визначаємо групові цінності та установки, обираємо одяг, зачіску, професію. Через це ситуації, що виникають в процесі взаємодії з іншими, в залежності від того відповідають вони сформованій картині світу чи ні, викликають у індивідів відповідні емоційні реакції, схвалення або протидію. Звідси можна виділити такі характеристики гендерних стереотипів, як узгодженість (міжособистісна та внутрішня), стійкість (особистісна і групова), вибіркова спрямованість, емоційно-оцінний зміст.

За даними Управління Верховного комісара ООН з прав людини (Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights), гендерний стереотип "є узагальненим поглядом або уявленням про атрибути або характеристики, якими мають володіти жінки та чоловіки, або ролі, які виконуються або повинні виконуватися чоловіками та жінками ". Гендерний стереотип шкідливий, коли обмежує здатність жінок та чоловіків розвивати свої особисті якості чи професійні навички та приймати рішення щодо свого життя.

На погляд Гріске та Стівенс, стереотипи утворені описовим і наказовим компонентами. Описовий компонент ідентифікує жіночі та чоловічі риси. Завдяки йому ми вважаємо жінок менш компетентними на керівних посадах, а чоловіків - менш здатними виховувати дітей. Наказовий компонент відповідає за реалізацію стереотипу: він диктує, мотивує чоловіків поводити себе мужньо, а жінок турботливо (Fiske & Stevens, 1993).

Схожим є бачення В. Ядова, російського соціолога, який визначає стереотипи як єдність емоцій та когніцій. Таким чином, механізмами стереотипів являються неусвідомлюваними та напівусвідомлюваними атитюдами (Ядов, 1994). Когнітивна частина стереотипів виконує функцію основних законів гендерно-рольової ідеології, а емоційна сторона стереотипу відповідає за їх дотримання індивідами.

Традиційно усі гендерні стереотипи об'єднують у три групи. До першої з них відносять стереотипи фемінності та маскулінності, що приписують людям думку про психологічні, зовнішні, професійні якості та стандарти поведінки, властиві чоловікам та жінкам.

Маскулінність ототожнюється зазвичай з активно-агресивним початком, а фемінність – з пасивно-покірним. Ці нормативні уявлення полярно і ієрархічно протиставляють чоловіків і жінок: чоловіки домінантні, незалежні, самовпевнені і схильні міркувати логічно; жінки дбаючі, залежні та керуються емоціями.

Гендерні стереотипи сімейних та професійних ролей засновані на тому, що для чоловіків головними соціальними ролями вважаються професійні ролі, а для жінок сімейні (мати, дружина, господиня). Тоді як чоловікам пропонується орієнтуватися на досягнення, зокрема професійні, жінкам приписується орієнтованість на спілкування, піклування про інших і прагнення до встановлення близьких міжособистісних взаємин.

Якщо говорити про стереотипи, пов'язані з діяльністю чоловіків та жінок, то згідно з ними, покликання жінок – це експресивна сфера діяльності, де головним є виконавський і обслуговуючий характер праці, а інструментальна сфера – це сфера діяльності чоловіків, де головним є управлінська, творча діяльність.

Гендерні стереотипи тісно пов'язані з гендерними ролями і служать для їх підтримки і відтворення. Гендерні ролі – це різновид соціальних ролей, які розглядають як сукупність норм, очікувань та правил, що визначають поведінку

людей залежно від їхньої соціальної позиції, в даному випадку чоловічої чи жіночої.

Р. Тьорнер визначає соціальну роль як всеосяжну модель поведінки і настанов, що конституюють стратегію дії в сукупності періодично повторюваних, типових ситуацій, які більшою чи меншою мірою соціально ідентифікують як реальність. Гендерні ролі він відносить до базових, таких, що міцно укорінені в суспільстві, разом з віковими ролями. (Turner 1990).

Формування гендерних ролей та стереотипів традиційно розглядається у зв'язку з питанням соціалізації. Вони зумовлені вихованням та культурою, що призводять до категоризації соціального досвіду. Звичні очікування, оцінки, упередженості і погляди через повторюваність стають приписами, які скоординовують та коригують спілкування і поведінку людей. Важливу роль у відтворенні та навіть формуванні цих стереотипів відіграє кінематограф.

«Кіно, будучи інструментом пізнання соціальної реальності, має змогу збагачувати свідомість соціуму» [Бергер 1996, с. 20]. Кіно – це сила, що в значній мірі впливає на суспільство. Багато хто думає, що фільми виконують лише розважальну функцію, забуваючи про функції соціалізації та формування суспільної думки.

В силу свого статусу як засобу масової комунікації, кіно володіє величезним потенціалом впливу на суспільство. Це особливо важливо, коли кіно розглядається як соціальна комунікація, як один з інструментів гендерної соціалізації. Функція соціалізації кінематографа полягає в тому, що кінокартини мають вплив на індивіда, стаючи провідником, що допомагає особистості інтегруватися у систему суспільних відносин, сприяють можливостям пізнання, оцінки та спілкування. Демонстрацією тих чи інших моделей поведінки кінематограф впливає на поведінкові установки людини, глядача того чи іншого кінопродукту.

Кінематограф пропонує своєму глядачеві певні схеми сприйняття світу і нав'язує певні почуття, розвиває естетичну культуру особистості, і таким чином

стає ланкою соціальної інфраструктури та, власне, забезпечує моральну, інтелектуальну та фізичну дієздатність членів суспільства.

Функція формування кінематографом загальних гендерних установок, уявлень про фемінні та мускулінні ролі, робить кінематограф однією з найважливіших ланок у формуванні гендерної свідомості. Так, якщо отримана з кіно культурна інформація підтверджується поточними стереотипами зі ЗМІ, виникає ефект когнітивного консонансу.

Цей ефект полягає у схильності людини відбирати в ЗМІ та в інших джерелах інформації лише ті дані, які відповідають її базовим культурноідеологічним установкам. В цьому сенсі кіно є первинною ланкою, яка формує не вторинний інформаційний багаж, а самі ці культурні паттерни.

Кіно є одним з важливих агентів соціалізації, приймає безпосередню участь у соціокультурному процесі продукування суспільством розбіжностей в чоловічих і жіночих ролях, емоційних та інтелектуальних характеристиках. Тим самим кіно вносить суттєвий вклад в конструювання гендера.

Ресурсом впливу кінематографу на гендерну соціалізацію, є той психологічний факт, що зразок поведінки завжди має значно більший вплив на людину, ніж нарратив. Простіше кажучи, кінематограф не просто «розповідає», а «показує»: в кіно ми спостерігаємо за дією не відсторонено, а безпосередньо від першої особи. Цією особою є кіногерой.

В ньому концентруються загальнокультурні та характерологічні якості, через розказану історію ми починаємо співпереживати герою, тим самим мимоволі переймаючи його погляди та норми поведінки. Так якщо на екрані ми будемо бачити сильного, активного чоловіка, що будує кар'єру та красиву, щасливу жінку, що займається дітьми та господарством, ми будемо ототожнювати себе з цими образами і в реальному житті, формувати свої власні цінності, виходячи з представлених ролей.

Тому для боротьби з гендерними стереотипами, важливо показувати на кіноекранах більше «нетипових», нестереотипних жіночих образів, фільми, в яких жінки мали б свій вплив на розвиток сюжету, не виступаючи фоном чи

мотивацією для героїв-чоловіків. Таким чином жінкам відкриється ширше поле для вибору персонажів, з якими вони могли, і що головніше, хотіли б себе ідентифікувати.

Кіно дає змогу стерти кордони, створені суспільними етичними нормами. Фільми дають глядачам можливість виходити за межі звичного для них, зрозумілого, детермінованого соціальним статусом та положенням, гендером, віком, освітою, громадянством, релігійними чи політичними переконаннями.

Якщо поглянути на історичний процес модернізації та змін у кіноіндустрії, неважко буде простежити, як сильно та різносторонньо на неї впливає саме оточуюча соціальна дійсність. Кінематограф має тенденцію відображати домінуючі в суспільстві цінності, норми та рольові моделі, та водночас транслюючи певні моделі поведінки, кінематограф сам може корегувати суспільство, його норми та правила.

Сам кінематограф можна представити у вигляді логічного взаємозв'язку: виробники в процесі створення фільму орієнтуються на зворотній зв'язок з глядачами, намагаючись передбачити їхню реакцію на новий кінопродукт. Подібний зв'язок все ж таки відображає загальну кінематографічну ситуацію, яка може різнитися від одного жанру чи напрямку кінематографа до іншого.

«Кінематографічна картина світу відображає соціальну дійсність з поправкою на те, що, з одного боку, бажає побачити публіка, а з іншого – на зацікавленість не тільки автора, але й також влади, різних соціальних інституцій у змістовному наповненні розповсюджуваної кінематографічної картини світу» (Жабский, 2012).

Водночас кіно – це, безумовно, той фактор, який впливає на трансформацію суспільного життя. Індивід, перебуваючи в ролі глядача, засвоює норми та цінності, які транслює кінематограф. Так наприклад зміни у сучасному голівудському кінематографі є логічним продовженням змін у суспільстві, яке прямує в сторону толерантності.

До нещодавна жіночих реплік було суттєво менше ніж чоловічих, як показало дослідження англомовного видання *Puttting* (проведене в 2016 році,

на основі восьми тисяч сценаріїв): лише 34% жіночих персонажів говорять (порівнюючи з 66% чоловічих) (Film Dialogue 2016).

Ще одне дослідження виявило, що лише 37% жінок в голівудських фільмах були важливими персонажами, а серед героїв-чоловіків цей показник – 63%. Важливим персонажем вважається той, без якого неможливий розвиток історії і хто з'являється більше, ніж в одній сцені. І лише в 10,7% фільмів однакова кількість чоловічих та жіночих ролей.

Статистика підтверджує і те, що Голлівуд досить довго підтримував сексистські стереотипи. Як правило, жінки на екрані молодше чоловіків: вважається, що з віком вони втрачають привабливість і такі персонажі нецікаві глядачам. Історія героїні в більшості випадків пов'язана з її особистим життям, а не з професією (а ось у чоловіків – навпаки).

Аналітичний центр Annenberg Inclusion Initiative з'ясував, що 28,8% жіночих персонажів на екрані носять сексуальний одяг (у чоловіків цей показник – всього 7%, причому зазвичай це комедійні характери). 26,2% жінок в кадрі частково або повністю оголені (проти 9,4% чоловіків) (It's a Man's (Celluloid) World: Portrayals of Female Characters in the Top Grossing Films of 2019).

Жінки почали усвідомлювати своє право на високооплачувану роботу, на місце у політиці, право на розпорядження своїм власним тілом, на безпеку у власному домі та за його межами. Тому вони хочуть бачити сильні, самостійні та справжні жіночі образи і в кіно. Жінки бажають ідентифікувати себе з повноправними персонажами, які впливають на сюжет, мають правдоподібну зовнішність, будують кар'єру, говорять не лише про чоловіків, та не об'єктивуються.

І в той же час, люди, що можливо раніше не цікавилися ідеями феміністичного руху, спостерігаючи за такими образами у кіно, підсвідомо починають звичніше відноситися до жінок у нетипових для них в межах патріархальної системи позиціях. Наприклад до жінок у політиці чи армії, до неодружених та бездітних жінок, сильних та самодостатніх.

Отже, по відношенню один до одного суспільство та кіно виступають одночасно в якості причини та наслідка, кіно – це й дзеркало, й молот суспільної реальності. Питання постає у суті та ступені цієї взаємодії. Внаслідок цього з'являються різноманітні підходи до розуміння того, що саме та яким чином соціологія може та повинна вивчати у сфері кіномистецтва.

Ідея аналізу кінематографа як відображення соціальної дійсності отримала розвиток у роботах німецького соціолога Зіґфріда Кракауера, котрий сформулював «дзеркальну теорію кіномистецтва». Вона пояснює як фільми демонструють реальність в її часовій еволюції при відображенні фізичного буття. Це можливо за допомогою прийомів кінематографічної техніки, спецефектів, звуковому супроводу та майстерності режисерів та сценаристів (Кракауэр 1974, с. 69).

З. Кракауер аналізує кіно передусім як продукт кінематографічного процесу в цілому. В цьому процесі він вбачає, що аудиторія бере безпосередню участь в процесі створення фільму, це здебільшого стосується комерційного кіно. Таку концепцію він порівнює із нацистською пропагандистською кінопродукцією.

Посилаючись на твердження Кракауера, ми можемо зробити висновок, що кінематограф має здатність відображати уявлення та думки аудиторії і робить це більш прямо на відміну від інших видів мистецтва. Минулий досвід глядача та його установки накладаються на образи та сюжетні лінії, тим самим фільм для кожного окремого глядача трансформується під його індивідуальну свідомість, його культурні установки та досвід (Кракауэр 1974, с. 70).

Тому, виходячи з тверджень М. Жабського, соціолог зможе точніше аналізувати суспільство, якщо опиратиметься на глядацьке прочитання фільму. У такому випадку сформульована у фільмі картина світу «лягає на ґрунт уяви публіки, переломлюється через її почуття, настрої, очікування, бажання, ілюзії, надії, симпатії та антипатії» (Жабский 2012, с. 41).

1.3. Супергеройський кінематографічний жанр як репрезентація культурних стереотипів

Кінематографічний жанр, за визначенням В. Міславського, – це група фільмів, об'єднаних на основі схожих рис внутрішньої будови. В основі жанру лежить певний тип зображення людини та її оточення, системи поглядів на світ (Миславский 2007, с.102). Жанрові фільми запроваджують можливості й засоби для культурного діалогу, мають потужний комунікативний та репрезентативний потенціал і забезпечують наслідування колективних уявлень, культурної ідентичності та культурних цінностей крізь покоління (Grant В. К. 2007, с. 29-30).

Жанрове розважальне кіно неминуче містить, відображає та пропагує певну ідеологію (Grant В. К. 2007, с. 32). У цьому сенсі використовував термін міф Р.Барт щодо масової популярної культури, тобто індустрія розваг ніколи не виробляє ідеологічно нейтральний продукт. Популярна культура продукує міфи, головною ознакою й функцією яких є «перетворення культури на природу» (Bart R.), тобто міфи популярної культури стверджують домінуючу у суспільстві систему цінностей, що репрезентується як правильна та природна, одночасно маргіналізуючи та делегітимуючи інші.

Фільми про супергероїв – жанр кіномистецтва, присвячений пригодам супергероїв, тобто героїв, наділених понадлюдськими властивостями (або тих, що замінюють їх технікою) і використовують їх для боротьби зі злом. Більшість фільмів про супергероїв створено по мотивах супергеройських коміксів.

Такі фільми частіше всього також відносяться до жанру бойовика чи фанастики. Дія, зазвичай, відбувається в умовно-сучасному світі, в якому сили героя є унікальними і вирізняють його серед інших людей. Перший фільм в серії про супергероя у більшості випадків відображає історію його становлення, показує, як у нього з'явилася суперможливість, і першу битву з головним антагоністом.

Однак, з вище зазначених характеристик є виключення. Так, наприклад, існують фільми про супергероїв, що не засновані на коміксах («Хенкок», «Робокоп», «Суперсімейка» та інші), нефантастичні («Піпець», «Каратель», «Шибайголова») чи без елементів бойовика («Невразливий»). Зазвичай такі проекти є деконструкцією жанру, або пародією на нього.

Супергеройські фільми знімаються переважно в США з кінця 1930-х. На початку жанр був розрахований на дитячу аудиторію, однак з часом ставав серйознішим та дорослішав. З 2000-х років Голівуд переживає всплеск супергеройського кіно. Через популярність, в прокат виходять по декілька фільмів на рік.

Наймогутніші кінопроекти в супергеройському жанрі, що досі змагаються за увагу глядачів – Кінематографічний Всесвіт Marvel з «Месниками» та Розширений всесвіт DC з «Лігою справедливості».

Деякі супергеройські фільми навіть отримали визнання як витвори мистецтва і престижні премії не лише за спецефекти. Так, Хіт Леджер був посмертно удостоєний премії «Оскар» за роль злодія Джокера у фільмі «Темний рицар», а фільм «Логан» отримав номінацію на «Оскар» за найкращий сценарій.

Станом на 2016 рік, шість із 30 найкращих касових фільмів усіх часів – це фільми про супергероїв (BoxOfficeMojo.com).

Однак таке кіно все ж залишається масовим, таким що позитивно і легко сприймається дуже великою аудиторією та максимально під неї підлаштовується.

Супергеройський жанр виконує ціннісно-орієнтаційну функцію. Супергерої є прикладом того якими суспільство хоче бачити «справжніх» чоловіків та жінок, супергерої транслюють фемінні та мускулінні якості. На супергеройські образи рівняється величезна аудиторія глядачів, починаючи з малого віку, переймає їх внутрішні якості, їх світогляд.

Більшість людей починають спостерігати за супергероями з дитячого віку, у мультиках та дитячих телешоу, бачать іграшки з ними в магазинах,

вистави в садках та школах, як раз в часи формування їхньою гендерної особистості. А перегляд програм про супергероїв позитивно пов'язаний із стереотипними чоловічою поведінкою у хлопчиків та грою зі зброєю для обох статей. І дорослі, і діти імітують дії чи зовнішність персонажів (Coyne, Linder, Rasmussen, Nelson, & Collier, 2014).

Діти розглядають супергероїв як зразок для наслідування через особистісні риси (в тому числі, через зовнішній вигляд) або вміння (наприклад, володіння зброєю, бойові навички), якими наділені персонажі, що сприяє очікуванням та сприйняттю гендерних ролей (Jaffe & Berger, 1994).

Герої часто показують приклад особистісного розвитку: багато хто з них переносить психологічні травми, але вчаться перенаправляти деструктивну енергію на боротьбу зі злом і служіння суспільству.

Герой, який захищає слабких, веде боротьбу зі злом, не потребує нічого взамін, – цей образ характерний для всіх культур і кожної з історичних епох. Наприклад, Робін Гуд в англійській культурі. Сьогодні нам теж хочеться мати захисника, який «може все» – боротися зі злочинністю, свавіллям влади, стихійними катастрофами та тероризмом, і безсумнівно нам хочеться бути схожим на нього.

Культурологи Джон Лоуренс і Роберт Джуэт відмічають, що супергерой завжди знаходиться над суспільством. Він не інтегрується в нього ні до, ні під час, ні після завершення своїх подвигів. Він завжди знаходиться «по іншу сторону» і тому не може жити «як всі».

Розповідь про сучасного супергероя відрізняється від легенд і епоса про самотніх лицарів і героїв-мандрівників, котрих ми знаємо з європейської традиції, крайнім ступенем узагальнення. Еней, Одісей і йому подібні персонажі, проходячи через випробування, приносили позбавлення від бід певному народу, певній країні. Сучасний герой рятує все людство (*J. Sh. Lawrence, R. Jewett 2002*).

Недарма по касовим зборам в першу п'ятірку рейтингу потрапляють два фільми про «Месників» від кіностудії Marvel, зібравши понад 2 мільярди

доларів. Разом з Marvel в десятку найкращих входять фільми від кінокомпаній Pixar та DC.

Таке зростання прибутку для студій та популярності серед глядачів пов'язують з двома періодами: ренесанс жанру для коміксів на початку 1960-х років, коли супергерої перестали бути недосяжним ідеалом, на користь людяності, і поява так званих повнометражних кінокартин двадцять років потому.

Супергеройські фільми пройшли величезний шлях від дешевих екранізацій кінокоміксів, з комічними костюмами, смішними антагоністами і простим сюжетом, до багатомільйонних блокбастерів різних напрямків: від легкої комедії до неонуарного триллера.

За цей час і студії, і глядачі багато чого змінили та продовжують змінювати в своєму підході до жанру, почали торкатися раніше табуєваних проблем, додавати різних за походженням, гендером та орієнтацією персонажів. Кіновиробники усвідомили, що супергероїка у кіно – це не тільки розвага для дітей та підлітків, а і величезний культурний пласт, через який можна пропагувати серйозні ідеї, та є місце для того, щоб розгулятися фантазії.

З приходом другої хвилі популярності надлюди в кольорових костюмах відходять у минуле, даючи місце більш «живим», справжнім образам: підлітка з проблемами у відносинах (Людина-павук 2001 року), старого солдата, що пройшов війну (Перший месник 2011 року), або сироти (Бэтмен 1989 року) та сильної жінки-воїна, що готова пожертвувати своїм коханням заради людства (Чудожінка 1984 2020 року).

В наш час жанр продовжує розвиватись творчо і бити всі рекорди комерційно. І допоки супергерої підлаштовуються до потреб та настроїв суспільства, супергеройське кіно буде потрібним та даватиме прибутки. Шанси на довгострокову перспективу розвитку та актуальності супергероїці дає її вміння органічно кооперувати з іншими жанрами, наприклад друга частина «Капітана Америки» виявилася прекрасним політичним триллером, «Людина-мураха» нагадує фільми про умілих крадіїв, як наприклад «Одинадцять друзів

Оушена», «Стражі галактики» – це комедійна космоопера, а фільм про «Людину-Павука» є типовою підлітковою комедією.

Однак можливість асоціювати себе з сильним та живим персонажем до нещодавна мали змогу лише чоловіки, адже жінок в цьому кіножанрі зображали лише як слабких героїнь, що слугували для побудови любовної лінії для героя, та для надання йому мотивації до рішучих дій. До середини 2010-х було очевидним, що Marvel і DC майже ігнорують жіночих персонажів, при їхній оригінальній наявності в коміксах. На жаль, провал «Електри» і «Жінки-кішки» в 2000х роках глядачі та кинокритики приписали тому, що головними персонажами були жінки, а не жахливому сценарію та режисерській роботі.

Це не дивно, адже кінокомпанії беруть свої сюжети для супергеройських фільмів в основному з коміксів, які в свою чергу створювалися в основному чоловіками та для чоловіків (для платоспроможної на той час верстви населення).

Зараз же індустрія змінюється, адже запит на жіночих персонажів збільшується в геометричній прогресії, на феміністичній хвилі, і тепер жінки є такою ж платоспроможною та не менш зацікавленою частиною аудиторії, що теж хочуть провести п'ятничний вечір за переглядом легкого, видовищного екшн фільму.

Саме цей жанр слугує яскравим прикладом того, як кіно може змінювати суспільство, та в одночас повністю залежати від суспільних настроїв, віддзеркалюючи нашу реальність. Головна проблема в тому, що Голівуд намагається задовільнити дві протилежні вимоги: актуальний тренд, в даному випадку феміністичний, та в одночас заробити гроші, які безпечніше стабільно заробляти вкладаючись в експлуатацію старих франшиз, з сильними образами чоловіків і слабкими образами жінок, яких потрібно рятувати, а не введенням в обіг нових ідей.

Справжнім відкриттям 2010-х став супергеройський епік «Чудо-жінка», зрежисований Патті Дженкінс: показана супергероїня, з острова амазонок відрізнялася від більшості супергероїв не лише харизматичністю, а й була

живішою, наділеною почуттям гумору. До цього фільму кіно-всесвіт DC здавалася чимось абсолютно вторинним і лише спробою конкурувати з таким монстром, як Marvel.

Фільм сподобався як критикам, так і глядачам, тому стрічка отримала продовження. Однак кіностудія DC, все ж, вирішила не йти на великий ризик втратити дохід, та одягла героїну в звичний для коміксів короткий жіночий костюм та зробила акцент на зовнішній жіночності та сексуальності героїні, а не на її розвинених м'язах та силі.

Та все ж, побачивши успіх сольного фільму про Чудо-жінку, кіностудії почали більш впевнено вкладати кошти в кінокартини, з жінками в головних ролях. Marvel у відповідь на успіх кіностудії DC випускає інший фільм побудований на жіночому образі – «Капітана Марвела» з Брі Ларсон в головній ролі. В 2019 році було знято самостійний фільм «Темний фенікс» з Джин Грей, героїнею «Людей Ікс».

Також в 2020 було знято спін-оф про Харлі Квін, подружку Джокера, з Марго Роббі в головній ролі. Тобто, феміністична повістка стає дуже актуальною та цікавою людям сьогодні, і масова культура в лиці фільмів про супергероїв, тому яскраве та однозначне підтвердження. Наразі одним з найочікуваніших фільмів 2021 року є «Чорна вдова» зі Скарлетт Йохансон в головній ролі.

Так і супергеройські епіки, з чоловіками у головних ролях, стають тільки популярнішими, якщо урівноважити їх характерними жіночими персонажами – як було в «Торі: Рагнарці»: Тайкі Вайтіті з героїнею Тесі Томпсон, і з «Чорною Пантерою» з колоритним жіночим акторським складом, що надовго запам'ятався глядачам.

«Чорна пантера» це новий досвід для кінематографу, тому, що не зважаючи на його нетиповість, цей фільм не артхаусний, з великим бюджетом, знятий великою кінокомпанією – Marvel Studios, а дистриб'ютером виступає Disney. Хоча він і піддався деякій критиці, та все ж в ньому є багато образів розумних та сильних жінок.

Він став першим фільмом про супергероїв, номінованим на оскар в категорії «Найкращий фільм». Всього на церемонії вручення «Чорна пантера» з семи номінацій взяла три: «Найкраща робота художника-постановника», «Найкращий оригінальний саундтрек» і «Найкращий дизайн костюмів».

Ряд досліджень говорить про те, що випуск кінострічок, в яких витримано гендерний баланс, може принести більш високі доходи для кіностудій, привабивши більш широку аудиторію, перш за все жіночу.

Мія Бейс, головний директор Bird's Eye View Film, організації, що підтримує жінок у кіно, вважає, що «Кіностудії слідкують за кінозборами та розуміють, що різноманітність це гарна справа. Marvel побачили це з «Чорною пантерою» і «Капітаном Марвел», і ми побачили це з «Чудо-жінкою» в DC». Навіть якщо це було повністю цинічне рішення, це точно саме той час, коли студії усвідомлюють цінність жіночих рольових моделей в сфері сімейного кіно.

Кіностудії, що знімають фільми про супергероїв мають дуже велику відповідальність за те, що вони реперзентують на таку величезну та різноманітну аудиторію. Marvel стає феміністичним, якщо говорити про гендерну рівність, а не про жіночу домінацію, як багато хто в Україні вважає.

Це про те, щоб змінити домінуючий погляд, про рівність аудиторії в контексті вибору. Кіностудії мудро освіжають бренд, адже йому це потрібно, тому що вони розуміють, що звичний «рецепт» – білошкірий, мускулястий, орієнтований на чоловіків, супергерой, що рятує людство – стає нудним, застарілим і не знаходить відклику у більшій частині аудиторії, особливо на міжнародному рівні. (the Guardian, 2019)

Жіночі персонажі у кіно зазвичай зображені незначимими та пасивними (Dietz, 1998, 2004; Ivory, 2006). Жіночі персонажі частіше, ніж чоловіки, мають наставника і більшість жіночих персонажів працюють у команді, а не поодиноці (Baker & Raney, 2007). У сукупності ці результати можуть навести глядача, на думку, що жінки менш важливі, не такі обізнані та здібні, ніж чоловіки, – і мають менше шансів стати героями (Miller & Summers, 2007).

Крім того, ці зображення можуть породжувати хибні стереотипи щодо чоловіків, наприклад, що чоловікам не потрібно рахуватися з думкою інших, просити про пораду або, що чоловіки не можуть потребувати допомоги. Дослідження медіа припускають, що в чоловічих та жіночих супергеройських ролях можуть бути важливі гендерні відмінності. Попередні дослідження також виявляли гендерні відмінності в зовнішності, зокрема у костюмах супергероїв (Miller & Summers, 2007).

Дослідження (Hillary Pennell & Elizabeth Behm-Morawitz) проведене Хіларі Пеннел та Елізабет Бем-Моравіц для університету Міссурі припустили, що, принаймні для жінок, вплив фільмів про супергероїв не завжди являється позитивним. Не зважаючи на те, що жінки сьогодні займають багато різноманітних ролей у супергеройському жанрі, включаючи беззахисних дівчат та сильних героїнь, жіночі персонажі як правило являються гіперсексуалізованими, починаючи з їх ідеальних фігур закінчуючи сексуальними, показовим вбранням. У зв'язку з цим, те як їх зображають, може впливати на бачення гендерних ролей, повагу до свого тіла, та на самооб'єктивацію.

Якщо розглянути, наприклад, такі супергеройські фільми як «Людина-павук» або «Супермен». Ці екшн-фільми зазвичай зображають сильного, вправного, розумного чоловіка, що б'ється з лиходійською силою. Ціль, звичайно, врятувати людство, але найчастіше також негайно виникає потреба врятувати дівчину, яка зазнала лиха.

Жінка-жертва зазвичай дуже делікатна, наївна та беззахисна, але водночас сексуальна та прекрасна. Те, що їй не вистачає сили та хитрості, вона компенсує добротою та зовнішньою привабливістю. Це не неочікувано (і точно не незначимо), що вона часто виступає об'єктом прихильностей героя.

Пеннел та Бем-Моравіц стверджують, що вплив цих стереотипних жінок-жертв, першочерговим закликком яких є їхня сексуальність, можуть знижати рівень жіночої поваги до свого тіла, підвищити значення, яке вони надають

тому, як виглядає їхнє тіло, та вилитися в менш рівноправні гендерні переконання та рольові очікування.

Однак, жіночі персонажі пройшли дуже довгий шлях в супергеройському жанрі, і можливо антидотом для безпомічних прекрасних дів зможе стати компетентна, панівна супергероїня. Можливо, вплив нового покоління жіночих героїнь (таких як Капітан Марвел) призведе до більш рівноправних гендерних переконань, вищої оцінки тіл, і до більшої пріоритетності фізичної сили перед зовнішнім виглядом.

Сьогоднішні супергероїні, так само як і їхні аналоги у вигляді жінок-жертв, дуже часто залишаються нереалістичними, з сексуально репрезентованими фігурами в акцентуючих костюмах. Пеннел та Бем-Моравіц таким чином припускають, що в той час як сьогоднішні супергероїні можуть поширювати рівноправні погляди на гендерні ролі, їхня сексуалізована природа може водночас мати деструктивний ефект на сприйняття свого тіла та самооб'єктивацію у жінок.

Дослідниці доводять, що сексуалізація супергероїнь скоріше підсилює аніж кидає виклик стереотипним гендерним переконанням, і цей ефект може затьмарити будь які переваги, від спостереження за сильним, розумним та вправним жіночим персонажем.

Ці нові відкриття додалися до зростаючого списку літератури, котра демонструє що пов'язана з гендером інформація, що транслюється в популярному медіа може впливати на персональні сприйняття та на культурні стандарти (Bussey, K., & Bandura, A. 1999) щодо гендерних ролей. Очікування та ставлення до гендерних ролей формується різноманітними розважальними медіа, від супергеройських фільмів (Coyne, Ruh Linder, Rasmussen, Nelson & M. Collier) до музики, та відео ігр.

Одне нещодавнє дослідження навіть виявило, що постійні глядачі шоу про вагітних підлітків (Stevens, Behm-Morawitz, Kim) мають більш сприятливі установки щодо ранньої вагітності і вірять, що переваги від підліткової вагітності переважають ризики. Очевидно, що те що ми дивимось, навіть якщо

це щось фантастичне чи сенсаційне, впливає на наші переконання. Супергеройські фільми та інші форми розваг, що часто виглядають як тимчасовий відхід від реальності, можуть фактично формувати нашу реальність шляхами, що можуть бути більше шкідливими, аніж героїчними та розважальними.

Висновки до 1 розділу

Таким чином можемо сказати, що кінематограф слугує предметом досліджень у багатьох науках, зокрема і соціальних. Кінокартини наділені величезним пластом соціальної інформації, яку вони вбирають, та водночас транслюють у суспільство. Не дивно, що кіно стало предметом гендерної теорії, адже саме в наш час воно набуло небачаної раніше популярності, масовості та доступності. Кіно транслює гендерні рольові моделі, та стереотипи, нав'язує стандарти зовнішності та професійної поведінки.

Супергеройський жанр наразі є одним з найпопулярніших, і саме тому є гарним полем для дослідження. Кіностудії вкладають величезні кошти у такі фільми і не ризикують, орієнтуючись на більшість, тому саме по таким фільмам можна визначити які настрої розповсюджені у суспільстві.

Саме супергеройське кіно багато глядачів починають дивитися в молодому віці, під час формування гендерної ідентичності, і продовжують у старшому. Багато досліджень підтверджують, що пов'язана з гендером інформація, котра транслюється в популярному медіа може впливати на персональні сприйняття та на культурні стандарти щодо гендерних ролей.

Очікування та ставлення до гендерних ролей формується широкорізноманітними розважальними медіа, від супергеройських фільмів до музики, та відео ігр. До недавнього часу жіночі персонажі у кіно зазвичай зображені незначимими та пасивними. Вони частіше, ніж чоловіки, мають наставника і більшість жіночих персонажів працюють у команді, а не поодиночі.

У сукупності ці результати можуть навести глядача, на думку, що жінки менш важливі, не такі обізнані та здібні, ніж чоловіки, – і мають менше шансів стати героями. Ряд досліджень говорить про те, що випуск кінострічок, в яких витримано гендерний баланс, може принести більш високі доходи для кіностудій, привабивши більш широку аудиторію, в першу чергу жіночу.

РОЗДІЛ 2. РІВЕНЬ ГЕНДЕРНОЇ ОБІЗНАНОСТІ ТА СТЕРЕОТИПІЗОВАНОСТІ МИСЛЕННЯ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

2.1. Сприйняття гендерних рольових моделей молодим поколінням через призму супергеройського кіно

Для розв'язання поставлених дослідницьких завдань було проведено практичне дослідження, у формі опитування. Основна мета дослідження: визначити специфічну роль супергеройського кіно, як гендерної технології, в процесі формування стереотипів у масовій культурі. Емпіричні дані стали імпульсом для розуміння процесів трансформації чоловічих та жіночих соціальних ролей в сучасному світі, а також процесів, пов'язаних з формуванням гендерної ідентичності молодого покоління.

Дослідження було проведено методом анкетного онлайн-опитування, в якому прийняли участь люди віком 15-35 років. А також була проаналізована серія фільмів з Людиною-павуком, як найпопулярніша серед української молоді, де об'єктом виступили типові для супергеройського кіно чоловічі та жіночі образи.

Підбір респондентів відбувався у соцмережах у випадковому порядку, залучалися люди з різних областей України, з різними інтересами та різного віку. У підсумку вдалося отримати 202 респондента, 60,7% з яких були дівчатами, а 39,3% - хлопцями.

Більшість респондентів були віком від 18 до 25 років (74,8%), також 11,4% респондентів були віком від 15 до 18 років, та 12,9% віком від 25 до 35 років. Майже 90% респондентів відповіли, що іноді або часто дивляться фільми про супергероїв (58,4% та 29,2% відповідно), та лише 11,9% відповіли, що чули, однак не дивились такі фільми і 0,5% відповіли, що жодного разу не чули про такі фільми (рис. 1). Це говорить про те, що супергеройське кіно справді є

дуже популярним та масовим, і може слугувати предметом для гендерних досліджень.

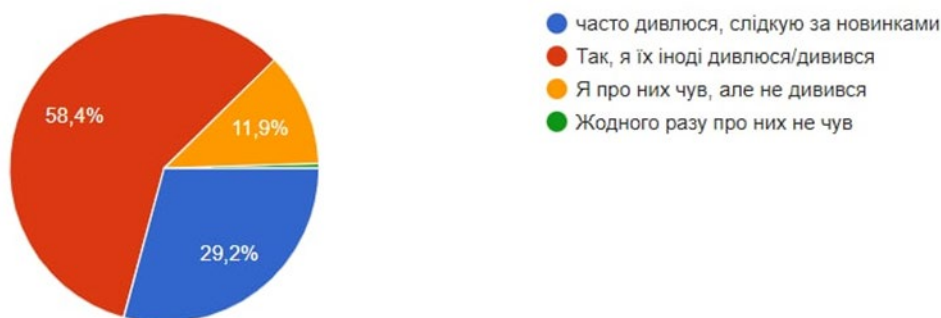


Рис. 1. Розподіл відповідей респондентів на запитання «Чи знаєте ви щось про фільми у супергеройському жанрі?»

І саме тому фільми в супергеройському жанрі слугують «дзеркалом» суспільства, переймаючи масові настрої населення та думку більшості. Таким чином кінокомпанії, які не люблять ризикувати, покривають свої витрати на зйомку. До недавнього часу сюжети більшості таких фільмів були зав'язані на сильному мускулінному супергерої і на героїні, що його мотивувала (фільми про Супермена, фільми про Людину-Павука, Капітан Америка).

Більшість респондентів почали дивитися такі фільми у ранньому віці (в дитинстві, до 10 років, 35,3% або будучи підлітками, в період від 11 до 16 років, 41,3%), тобто в тому віці коли формуються життєві принципи та гендерні установки (рис. 2). Однак лише 39,8% респондентів визнають, що такі фільми мали вплив на становлення їх як особистості (12,4% відповіли так та 27,4% – скоріше так, ніж ні), тоді як 42,3% – вважають, що такі фільми не мали впливу (14,4% відповіли «Ні» та 27,9% відповіли, що «Скоріше ні, ніж так»).

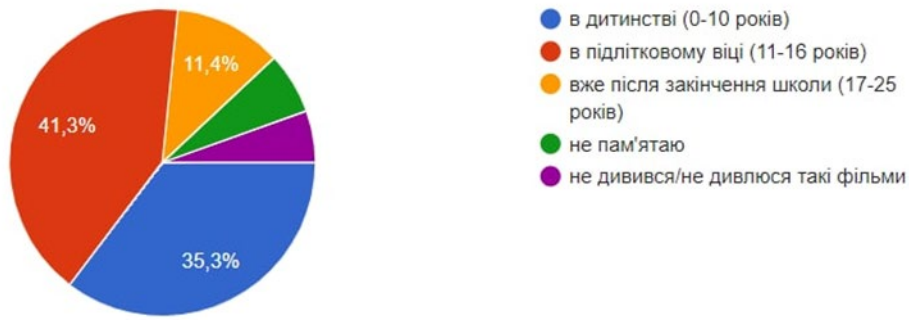


Рис. 2. Розподіл відповідей респондентів на запитання «В якому віці ви почали дивитися фільми у супергеройському жанрі?»

Більшість респондентів (72,2%) вважають, що супергерої можуть слугувати хорошим прикладом для наслідування (28,9% відповіли «Так», та 43,3% відповіли що «Скоріше так, ніж ні»).

У питанні про те, чи відповідає Супермен, типовий мускулітний супергерой, вашим уявленням про справжнього чоловіка думки розділилися майже порівну: 38,6% відповіли позитивно та 33,5% – негативно (рис. 3). Ті респонденти, що відповіли позитивно основними якостями, що роблять Супермена «справжнім» чоловіком, обрали вольовий характер, почуття справедливості, рішучість, також вказували фізичну силу та розвинений інтелект (додаток Г).

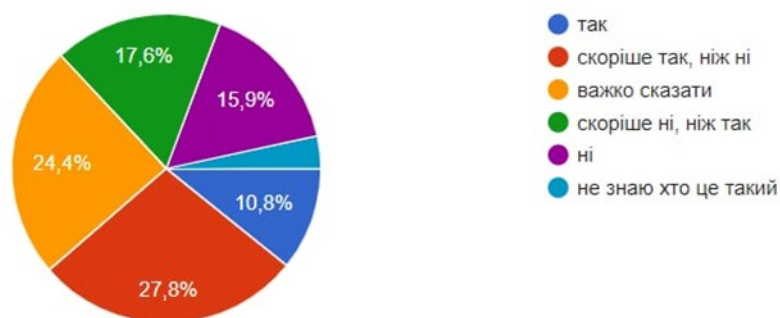


Рис. 3. Розподіл відповідей респондентів на запитання «Чи відповідає Супермен вашим уявленням про справжнього чоловіка?»

В ідентичному питанні про Доктора Стренджа, не такого мускулізованого чоловічого персонажа, з розвиненим інтелектом, та без любовної лінії, набагато більше респондентів відповіли позитивно (42,7%) проти негативно відповіли (19%). Основною характеристикою, що характеризує Доктора Стренджа як «справжнього» чоловіка респонденти назвали розвинений інтелект, ну і з певним відривом вказували рішучість та вольовий характер (Додаток Д).

Якщо говорити про типових фемінних персонажок, то в питанні про Мері Джейн, дівчину Людини-Павука, котра потребувала допомоги у кожній частині серії, то вона не відповідає уявленням сучасної молоді про справжню жінку: 41,2% відповіли негативно на це питання, проти 24%, що відповіли позитивно (рис. 4). Серед тих, що все ж відповіли позитивно, основними якостями, що говорять про Мері Джейн як про «справжню» жінку стали її доброта, чутливість та вірність у коханні (Додаток Е).

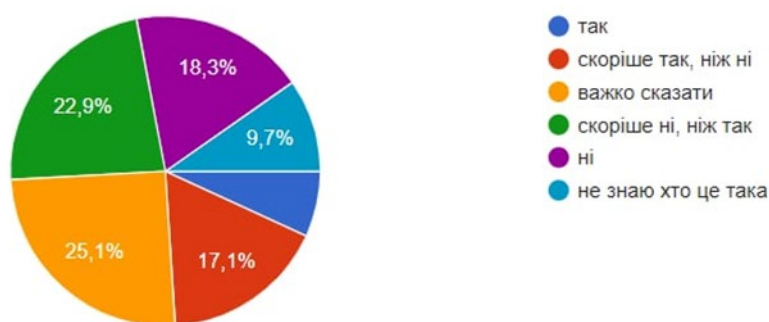


Рис. 4. Розподіл відповідей респондентів на запитання «Чи відповідає Мері Джейн вашим уявленням про справжню жінку?»

У питанні про Чудо-жінку, більшість респондентів визнали, що вона відповідає їхнім уявленням про справжню жінку – 50,3%, проти 13,7%, що так не вважають (рис. 5). Основними якостями, що характеризують її як «справжню» жінку молодь обрала рішучість (38,6%), вольовий характер (47,4%) та з невеликим відривом почуття справедливості (35,7%). Однак доволі багато респондентів назвали сексуальність, як основну з рис – 34,5%. (Додаток Є).

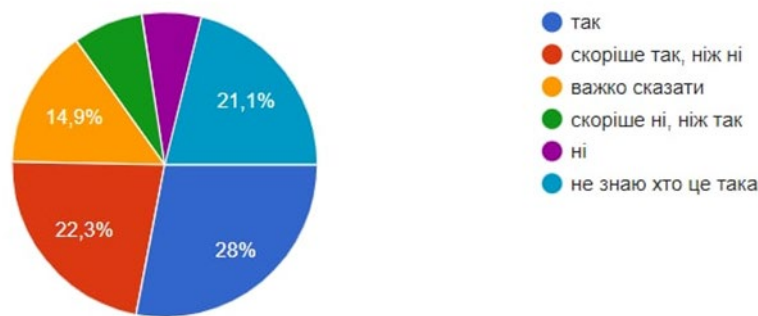


Рис. 5. Розподіл відповідей респондентів на запитання «Чи відповідає Чудо Жінка вашим уявленням про справжню жінку?»

У питанні про Пеппер Потс, самодостатню та цікаву обранку Залізної Людини, цілих 58,9% респондентів визнали, що вона відповідає їхнім уявленням про «справжню» жінку (рис. 6). Серед основних якостей, що роблять її такою, респонденти обрали вірність в коханні (48,2%), в однаковій мірі, доброту, терплячість та розвинений інтелект (45,3% кожна), та з невеликим відривом – чутливість (41,2%) (Додаток Ж).

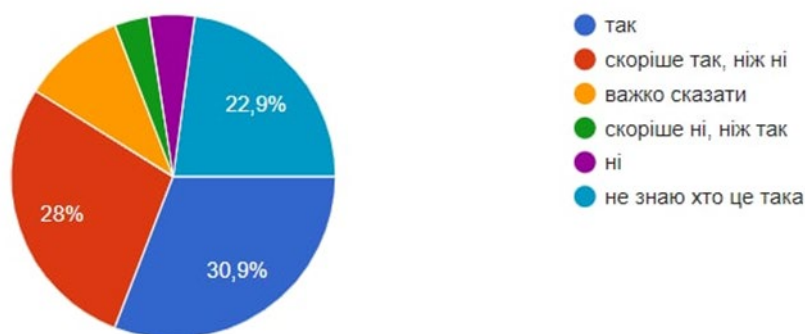


Рис. 6. Розподіл відповідей респондентів на запитання «Чи відповідає Пеппер Потс (дівчина Залізної Людини) вашим уявленням про справжню жінку?»

Важливим буде вказати, що багато молодих людей під час відповіді на ці запитання вказували, не обирали з представлених характеристик, а писали свої відповіді: «Я не підтримаю вираз "справжній чоловік"», «Я не підтримаю вираз "справжня жінка"», «Нема такого поняття як справжній або несправжній чоловік. він асоціює себе с чоловічою особою тому він вже є справжнім

чоловіком», «Не розподіляю чоловіків та жінок на справжніх та несправжніх», «Немає чіткого розуміння "справжні чоловік". Кожна з цих якостей відповідає йому» та інші. Це говорить про те, що сучасна молодь вже не оперує такими поняттями та завдяки Інтернету дуже швидко переймає феміністичні та толерантні західні течії, засуджуючи соціальний конструкт фемінності та мускулінності.

Молодь вважає Залізну Людину (47,4%) найсильнішим персонажем Марвел, за своїми внутрішніми якостями та суперсилою, з невеликим відривом його наздоганяє Тор (36%).

Також велика частина респондентів відповіли, що ставляться нейтрально (42,9%), до того що в деяких супергеройських кіновсесвітах найсильнішими персонажами є жінки (як наприклад у Марвел – Капітан Марвел та Багряна Відьма), а 36,7% відсотків зазначила, що ставляться до цього повністю позитивно, і ще 11,9% – скоріше позитивно.

Найнеобхіднішою рисою як для чоловіків, так і для жінок супергероїв респонденти вважають розвинений інтелект (89,1% та 82,3% відповідно). Для супергероїв-чоловіків також важливими вважаються вольовий характер (71,3%) та рішучість (72,4%) (Додаток З). Найнеобхіднішими для жінок-супергероїнь, окрім високого інтелекту, також вказували рішучість (68,6%) та почуття справедливості (66,9%) (Додаток І). В цілому молодь обрала приблизно однакові характеристики як для чоловіків так і для жінок, що говорить про їхні гендернонейтральні та неупереджені погляди.

Якщо говорити про найсильнішу жінку-супергероя, то найбільший відсоток відповідей був на рахунку Чудо Жінки (28,3%) (Додаток К). При виборі найсильнішої жінки-супергероїні респонденти опиралися на такі характеристики як вольовий характер (56,4%) та суперздібності (56,4%) (рис. 7).

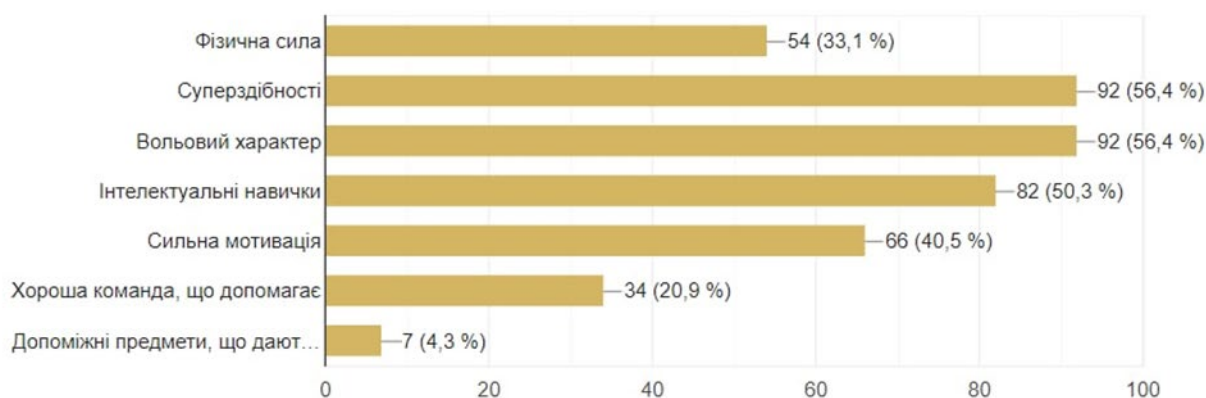


Рис. 7. Розподіл відповідей респондентів на запитання про те, які якості на їхню думку роблять обрану героїню найсильнішою

У питанні про найвдаліший костюм респонденти більшою мірою проголосували за костюм Чорної Вдови (28,2%), також з певним відривом лідирувала Чудо-жінка (18,1%) (Додаток Л). Під час вибору найкращого костюму респонденти керувалися в першу чергу його естетичною привабливістю (61,8%) та зручністю (57,2%) (рис. 8).

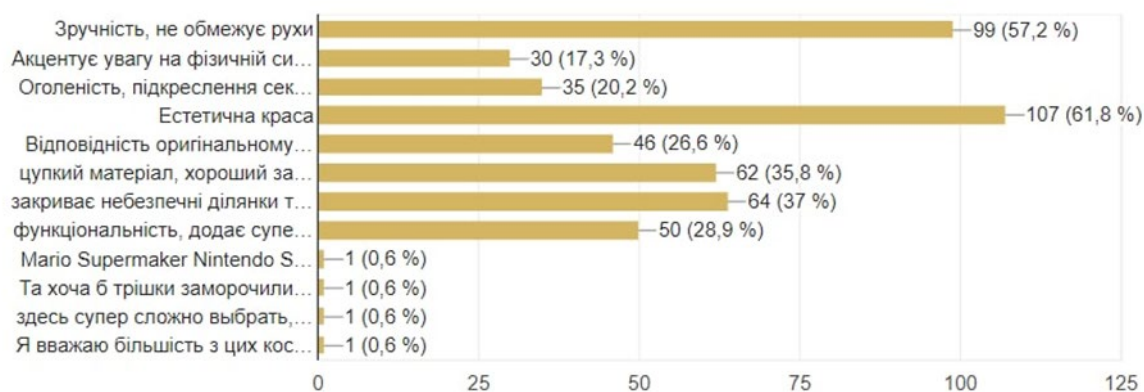


Рис. 8. Розподіл відповідей респондентів на запитання про те, чим вони керувалися під час вибору найвдалішого костюму для супергероїні

Стосовно чоловічих образів, більшість респондентів вважають костюм Залізної Людини самим вдалим (Додаток М). Під час вибору найвдалішого костюму для чоловіка-супергероя респонденти керувалися в першу чергу тим, що він закриває небезпечні ділянки тіла у битві (59,6%), виготовлений з

цупкого матеріалу та є функціональним (55,6%), додає суперздібностей (55,6%) (рис. 9). Естетична краса теж грала роль для 43,9% респондентів, це говорить про те, що молодь орієнтувалася на приблизно схожі параметри при виборі вдалого костюма як для супергероїв, так і для супергероїнь.

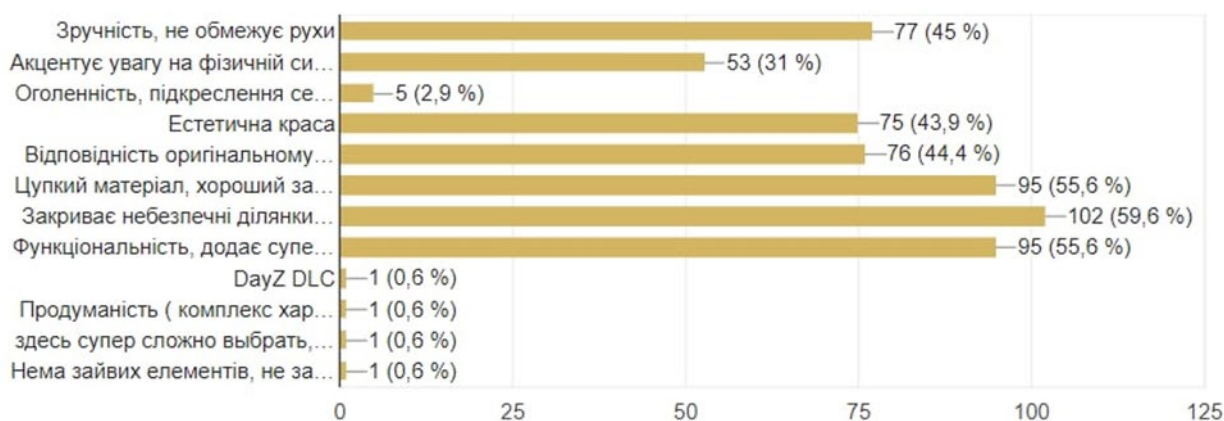


Рис. 9. Розподіл відповідей респондентів на запитання про те, чим вони керувалися під час вибору найвдалішого костюму для супергероя

Серед обранок супергероїв найпопулярнішою та найприємнішою для респондентів виявилася Пеппер Потс, дівчина Залізної Людини, з відривом набравши 46,6% відповідей. Респонденти обрали такі основні причини, завдяки яким вона здалася їм найприємнішою: добрий характер (59,4%), гарна зовнішність (49%) та вірність у коханні (47,1%), також з деяким відривом респонденти вказали як причину наявності у дівчини кар'єри та власних цілей (35,5%), принциповість, вміння слухати та вміння постояти за себе (кожна по 32,9%) (рис. 10). Серед всіх представлених персонажок респонденти обрали одну з найбільш самодостатніх та розкритих по сюжету.

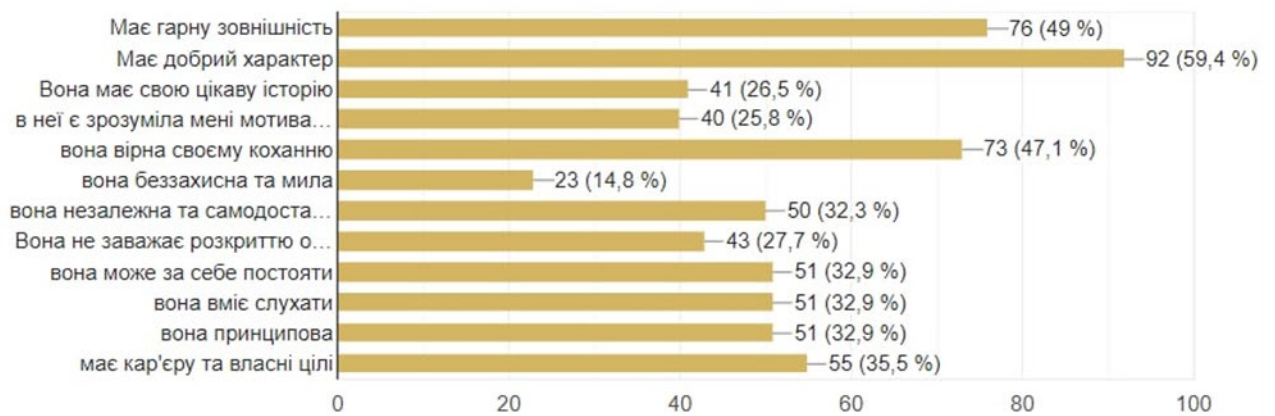


Рис. 10. Розподіл відповідей респондентів на запитання «Чому саме ця героїня здається вам найприємнішою?»

У розподілі важливості тих чи інших якостей для чоловіків та жінок супергероїв, такі якості як рішучість, високий інтелект, вміння йти на компроміси, самоконтроль, незалежність та самовідданність у більшій мірі вважаються однаково важливими для обох статей.

Лідерські навички більшість респондентів також вважає однаково важливими як для чоловіків так і для жінок, однак тих хто вважає, що лідерські навички є важливішими для чоловіків доволі велика кількість (49 голосів, проти 9 за жінок). Така сама картина, тільки віддзеркалена у випадку з емпатичністю, хоч більшість і вважає що вона однаково важлива для супергероїв обох статей, однак кількість тих, хто вважає, що емпатичність важливіше для жінок доволі значна (45 проти 9 за чоловіків).

Так само з наявністю почуття гумору, більшість респондентів вважають, що це важлива характеристика для обох статей, однак тих, хто вважає це чоловічою характеристикою в 5 разів більше ніж тих хто вважає її жіночою (40 проти 8 голосів). Прагнення до суперництва та холоднокрівність визнали однаково важливими для обох статей, також багато респондентів вказували, що ці якості є однаковою мірою неважливими (21 та 50 відповідно) (Додаток Н).

82,2% відсотки респондентів зазначили, що їхні відповіді, щодо якостей важливих для жінок та чоловіків-супергероїв, можна застосувати для чоловіків та жінок в реальному житті (рис. 11).

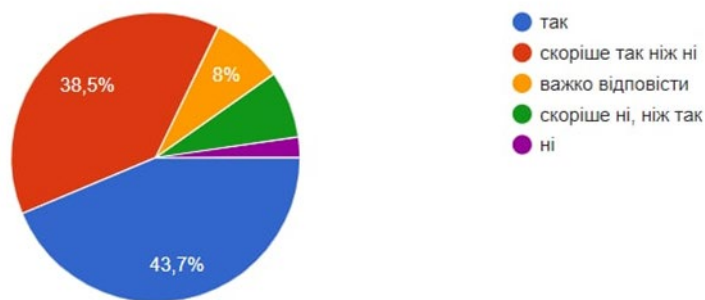


Рис. 11. Розподіл відповідей респондентів на запитання «Як ви вважаєте, обрані вами характеристики можна застосувати для чоловіків та жінок і в реальному житті?»»

Також під час дослідження були опитані респонденти, що не дивилися такі фільми. Не знаючи історії персонажів і судячи лише по фотографіям, найсильнішим персонажем кіностудії ДС респонденти назвали Супермена (40%). Якщо говорити про кіновсесвіт Марвел, то найсильнішим респондентам здався Тор (36%) (Додаток С, Т).

Серед причин які спонукали їх до такого вибору найсильніших персонажів молодь вказала впевнену позу (56,5%) та зображену супер силу (26,1%). Також 17,4% респондентів зазначили, що зробили такий вибір опираючись на чоловічу стать персонажа (рис. 12). Тому можемо зробити висновок, що те як зображають персонажів чоловічої статі говорить про них як про більш сильних супергероїв, хоча по сюжету це може бути зовсім не так.

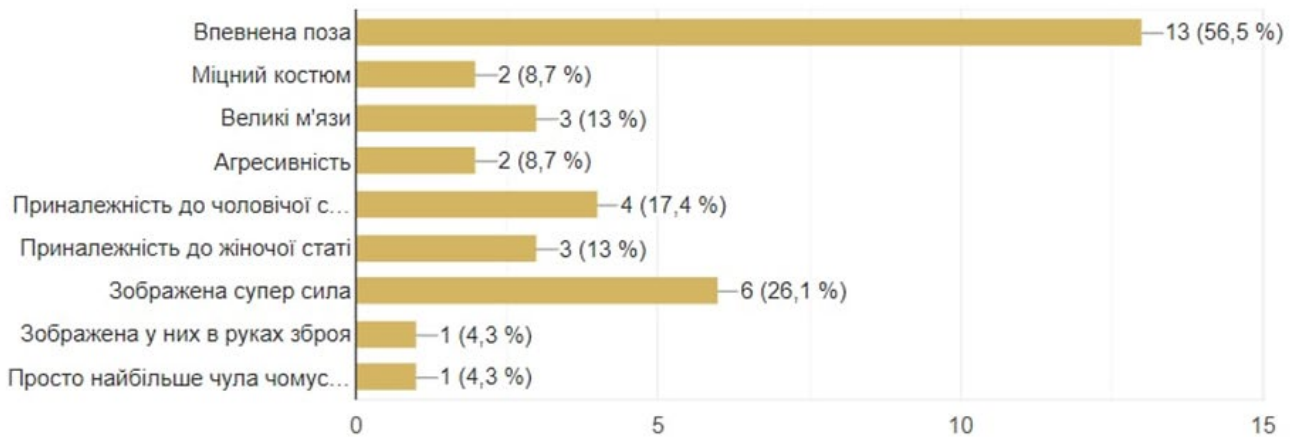


Рис. 12. Розподіл відповідей респондентів на запитання про те, що спонукало їх до вибору саме цих персонажів як наймогутніших

Респонденти, що не дивляться фільми про супергероїв схильні вважати що емпатичність (14 проти 1 голосу за чоловічу рису), скромність (14 проти 2) та терплячість (11 проти 5) більш характерні риси для жінок, так само як і вміння йти на компроміси (10 проти 5). В той час таку рису як прагнення до суперництва (12 проти 2) молодь, що не дивиться фільми про супергероїв, вважає більш характерною для чоловіків.

Хоча більша частина респондентів відповіла, що такі риси як почуття гумору та лідерські навички однаково характерні як для жінок, так і для чоловіків, все одно великий відсоток тих, хто ці риси відносить до чоловічих (8 проти 1 та 8 проти 2 відповідно) (Додаток У).

Якщо порівнювати розподіли «жіночих» та «чоловічих» якостей у групі респондентів, що дивилися фільми про супергероїв, та у групі, що не дивилися, то можемо припустити, що мододь, яка дивиться супергеройське кіно є менш гендерно стереотипізованою ніж та, що не дивиться.

2.2. Аналіз популярних серед молоді сучасних супергеройських фільмів на предмет гендерних стереотипів

Контент-аналіз фільмів (та інших засобів масової інформації) є одним із методів розуміння повідомлень, пов'язаних з гендерними нормами (Schultz, Moore, & Spitzberg, 2014). Метою цього контент-аналізу є аналіз фільмів про

супергероїв та виявлення гендерних відмінностей у ролях, зовнішності та місця супергероїв у сценарному світі.

Образи супергероїв в переважній більшості мають ознаки яскраво вираженою маскулінності. Серед якостей, характерних для всіх кіногероїв незалежність, впевненість у собі, ризиковість, наполегливість, самодостатність, тобто традиційно маскулінні якості, і, навпаки, відсутність таких якостей, як вміння поступатися, сором'язливість, вміння співчувати, м'якість, довірливість - традиційно фемінні.

Основними цінностями для чоловіків в кіно є цінності особистої самореалізації, кар'єрного зростання, боротьби зі злом та зі злочинністю, патріотизм. Важливими цінностями, виступає соціальне визнання, популярність, а також активне і продуктивне життя – часто основна сюжетна лінія будується навколо особистих амбіцій головного героя. Хоча любовна лінія зустрічається практично у всіх кінокартинах, в загальній сюжетній структурі тема міжособистісних відносин між чоловіком та жінкою, як основна практично ніколи не розкривається. По цій причині, ми спостерігаємо ситуацію, за якої жінка поруч з чоловіком починає відігравати другорядну роль, виступаючи однією з елементів, що підтверджує його статус та здобутки.

Проведене дослідження показало, що найпопулярнішими за переглядами фільмами виявилися Людина-павук (139 з 202 респондентів дивилися цей фільм), Вартові Галактики (117 з 202) та Месники (114 з 202). А серед улюблених фільмів респонденти обрали знову ж таки Месників (38,4%), Людину-павука (41,8%), Вартових Галактики (38,4%), та також фільм про Доктора Стренджа (32,8%) та Темного лицаря (26,6%). В той час, як фільми з жінками у головній ролі (Капітан Марвел та Чудо-жінка) стали улюбленими лише для 11,3% та 14,1% відповідно. (Додаток А, Б)

Найулюбленішими персонажами респонденти визнали Людину-павука (56,5%), Залізну Людину (49,7%), Капітана Америку (45,8%) та Тора (44,6%), а також Бетмена (43,5%), Доктора Стренджа (42,4%) та Россомаху (45,2%). В той

час як жіночі персонажі набрали помітно менше голосів, найпопулярнішою серед жіночих персонажок стала Чорна Вдова, що набрала 24,9%. (Додаток В)

Серія фільмів про Месників являється дуже популярною не лише в Україні, а і по всьому світові. Месники: Фінал заробили в світовому прокаті 2 797 501 328 \$ та стали найбільш касовим фільмом всіх років, обігнавши навіть Аватара. У останніх частинах месників представлено багато жіночих образів, зокрема і жінок-супергероїнь. Не так давно дослідження The Pudding (Film Dialogue, 2016) показало, що у фільмі Месники (2012), що вийшов на початку серії, лише 13% жіночих реплік, і 87% чоловічих, і хоча пізніші фільми серії не були проаналізовані, все ж різниця очевидна. У перших фільмах із жіночих сильних персонажів була лише Чорна Вдова, а в останніх фільмах було помітно як активно серія набирає нових персонажок: Багряна відьма, Капітан Марвел, Гамора та багато інших.

Якщо говорити про Стражей галактики, то ця серія найновіша серед тих, що подобаються респондентам, і поки що налічує лише 2 окремих фільма. На прикладі цієї серії можна прослідкувати як змінився жанр, Гамора, одна з головних персонажок, зображається відважною та розумною, а Кріс, її обранець, не боїться посміятися над собою та не зображується всесильним та ідеальним. Також у фільмі любовна лінія не стає основною, підіймається питання сімейних відносин, дуже добре розкривається конфлікт двох сестер, їхнє примирення та взаємна підтримка, що було нетиповим для жанра раніше. Фільм проходить знаменитий тест Бекдел. Найчастіше, навіть коли жінки на екранах щось говорять, це або діалоги з чоловіками, або їх бесіди між собою, які не виходять за рамки обговорення чоловіків. Тест Бекдел, названий на честь американської карикатуристки Елісон Бекдел – це спосіб оцінити чи відображає фільм, чи інший художній твір, жінок з сексистської позиції та чи наявні в ньому гендерні стереотипи. Щоб скласти тест Бекдел, у творі повинні бути принаймні дві жінки, ці жінки повинні говорити між собою, та їх розмова повинна стосуватися чогось окрім чоловіка (Oxford dictionary). У фільмі Стражі Галактики, Гамора розмовляла з сестрою про їх дитинство, та про їх відносини.

Для більш детального аналізу була обрана найпопулярніша серед української молоді серія фільмів – про Людину-павука. Саме ця серія фільмів почала свій шлях ще в 2000х роках, і досі продовжує його, і саме по ній можна буде прослідкувати розвиток та гендерну модернізацію супергеройського кіно.

Якщо говорити про серію фільмів з Людиною-павуком, то вони пройшли дуже великий шлях розвитку та удосконалення, підлаштовуючись під запит глядачів.

Перші три фільми про Людину-павука (Пітера Паркера), з Тобі Магвайром в головній ролі, були зняті по звичному для глядачів сценарію. Мері Джейн, дівчина Людини-павука в кожному з трьох фільмів потрапляє в біду, а сильний і вправний Пітер в свою чергу її рятує, на цьому будується основна мотивація супергероя. Сама Мері Джейн виступає абсолютно пасивним учасником подій, що розгортаються, вона більшу частину часу беземоційна та наділена дуже маленькою кількістю реплік, її характер та життєві цілі не розкриваються, акцент робиться на її зовнішності. В першому фільмі Пітер підхопив Мері Джейн коли вона послизнулася, врятував її від падіння з багатоповерхівки і коли вона потрапляє в заручники до головного антагоніста.

В другому фільмі з Тобі Магваєром, Мері Джейн знову викрадає злодій, Людина-павук знову її рятує і в кінці фільму Мері Джейн погоджується бути з ним разом та бере з нього обіцянку, що він завжди прийде їй на допомогу, коли вона буде їй потрібна. Дослідження видавництва Pudding показало, що співвідношення чоловічих та жіночих реплік у другому фільмі з Людиною-павуком: 75% чоловічих проти лише 25% жіночих.

В третьому фільмі, в той час як супергерой рятує місто від злочинності, головна героїня хвилюється лише про головного героя і згорає від ревності, поки на неї знову не нападає антагоніст, забравши її в полон. Перші три фільми дуже добре ілюструють «Правило сексуального торшера». Якщо замінити головну героїню на торшер, це не сильно вплине на сюжет фільму, за нього так само могли б боротися два герої, і викрадати, забираючи потім назад. Дуже часто в супергеройських фільмах тих років супергерої-чоловіки заради такого

«торшеру» проходять через захоплюючі та небезпечні пригоди, а сама героїня просто сидить та чекає (наприклад фільми про Супермена).

У наступних фільмах з Ендрю Гарфілдом у ролі Павука уже видно зміни в поведінці головної героїні, Гвен Стейсі. Вона уже працює в науковому центрі, та грає більш важливу роль в сюжеті, Пітер Паркер навіть звертається до її професійних навичок, просить приготувати для нього антидот. Це дає шанс фільмові пройти тест Тауріель, названий на честь героїні другої частини фільму «Хобіт», котру ввели в сюжет лише щоб урізноманітнити чоловічий склад, в книзі її немає. Тест полягає в тому, що хоча б одна жінка в фільмі має бути професіоналом в своєму ділі, і це має впливати на сюжет.

Гвен навіть намагається його сховати приготований антидот від анатагоніста, швидко приймає власні рішення, приходять на допомогу головному героєві, сама стає на захист міста, ризикуючи життям. І коли її похищає головний злодій, сюжет не йде по типовому сценарію, Людина-павук хоч і намагається врятувати кохану, та в нього не виходить і вона гине.

В останніх двох фільмах, з Томом Холандом в головній ролі, Людина-павук виглядає найбільш канонічно, через свій молодий вік. Важко говорити про Мішель, як про обранницю Пітера Паркера, адже все їхнє спілкування схоже на дружнє, по причині того, що вони обидва ще підлітки. Хоча у фільмах 2017 та 2019 років Мішель з'являється не так часто, вона наділена характером та особистісною позицією, почуттям гумору та інтелектом, висловлюється на гострі політичні теми, говорить про літературу та мистецтво, що не було властивим героїням фільмів про супергероїв 2000х років, які майже не мали реплік.

2.3. Ставлення української молоді до нововведень у кінематографі: перспективи розвитку

Більше половини респондентів (57,6%) відповіли, що позитивно ставляться до того, що кіностудії почали знімати більше супергеройських фільмів з жінками у головній ролі, та ще 33,9% відповіли, що ставляться до

цього нейтрально. 35% респондентів висловилися негативно на рахунок того, що деяких чоловічих персонажів з коміксів під час екранізації замінюють на жіночих, як наприклад сталося з Капітаном Марвелом. Та все ж більшість ставиться до цього позитивно (30%) або нейтрально (35%).

Більшість з опитаної молоді вважає, що гендерна приналежність супергероя не впливає на його могутність (60,4%), проти 29,3%, що так не вважають (рис. 13).

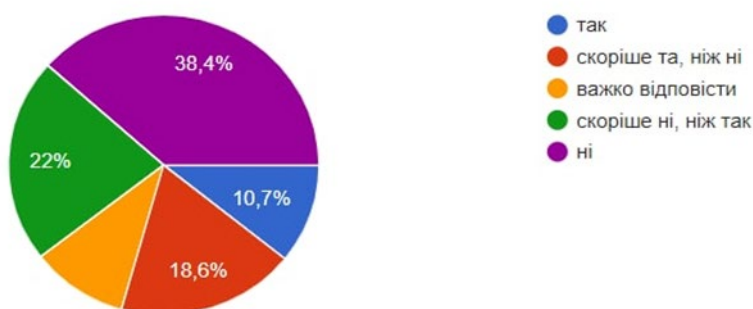


Рис. 13. Розподіл відповідей респондентів на запитання про те, чи впливає гендерна приналежність супергероя на його могутність

Переважна більшість респондентів відповіли, що дивилися б фільми про чоловіків-супергероїв (86,4%) та жінок-супергероїнь (82,9%) якби там не було любовної лінії. Що говорить про те, що українська молодь готова сприймати фільми про самостійних жінок, вмотивованих не лише почуттями до чоловіка, так само як і фільми з чоловіками в головній ролі, без мотивації у вигляді «дівчини в біді».

Те ж саме стосується і фільмів в яких більшість персонажів були б жіночими, більша частина респондентів вказала, що дивилась би такий фільм (72,9%) (Додаток О), приблизно так само і якби більшість персонажів були б чоловічими (86,4%).

Хоча 64,2% респондентів вважають, що непотрібно збільшувати кількість фільмів з жінками-супергероїнями і варто залишити все так як є, 35,8% респондентів вважають, що треба знімати більше таких фільмів (рис. 14).

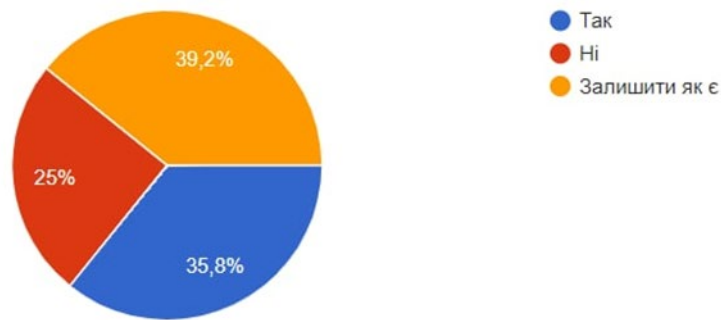


Рис. 14. Розподіл відповідей респондентів на запитання про те, чи потрібно збільшувати кількість фільмів з жінками-супергероїнями

Все ж більша частина опитаних позитивно (29%) або нейтрально (42%) ставиться до введення гендерних квот у супергеройських фільмах, і лише 28,9% ставляться до цього негативно (рис 15).

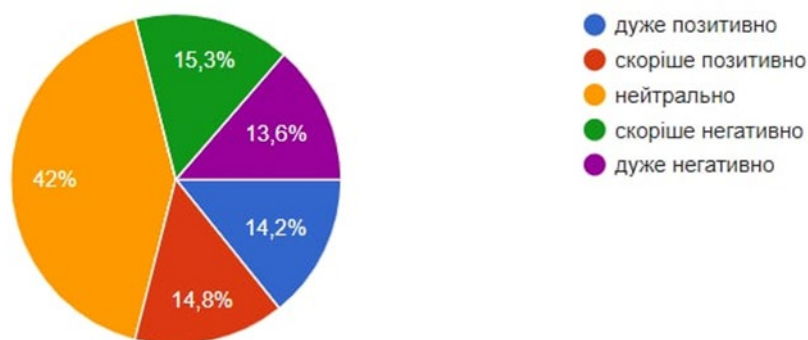


Рис. 15. Розподіл відповідей респондентів на запитання про те, як вони ставляться до гендерних квот у кінематографі

Ще одному поколінню жінок доведеться чекати гендерної рівності, згідно зі звітом Глобального гендерного розриву Світового економічного форуму за 2021 рік.

Оскільки вплив пандемії COVID-19 продовжує відчуватися, приблизна дата подолання глобального гендерного розриву зросла на одне покоління і тепер очікується не через 99,5 років, а через 135,6 років (Global Gender Gap Report, 2021). Ідея квот і різноманітних програм для груп, що дискримінуються,

народилася як відповідь на історично складені культурні квоти на користь чоловіків в політиці, в бізнесі та в кіно.

Позитивна дискримінація у вигляді квот потрібна для урівняння прав, для поступового позбавлення від упереджень. Категорично проти квот зазвичай виступають люди, що бояться втратити свої привілеї, але варто звернути увагу, що зазвичай квоти навіть менше ніж реальна пропорція людей. Наприклад якщо жінки складають половину населення, чи навіть більшу частину, то квоти для них складають приблизно 15-20 %.

Якщо ми знаємо, що чоловічий та жіночий мозок працюють однаково, але при цьому на якомусь факультеті, наприклад кінооператорському, навчається мізерна кількість жінок, то ми можемо зробити висновок, що тут має місце гендерна дискримінація. Тому гарним рішенням буде ввести квоту для жінок, і так поступово, із року в рік, на кінооператорському факультеті буде з'являтися принаймні 15% жінок і суспільство почне усвідомлювати, що жінка може бути кінооператором. І коли відбудеться приближення кількості жінок і чоловіків на факультеті, квота виявиться непотрібною і її можна буде відмінити.

Наприклад, Американська Кіноакадемія представила нові стандарти, яким повинні відповідати кінострічки для номінації в категорії «Найкращий фільм» премії «Оскар». Відповідні стандарти кіноакадемія 8 вересня 2020 року опублікувала на своєму сайті. Кіноакадеміки ввели категорію «недостатньо представлених у кіно груп» до якої зарахували жінок, етнічних представників чи представників раси (окрім європеїдної), ЛГБТ-спільноти, людей з інвалідністю.

Нові правила мають «заохотити розмаїття і справедливе представництво на екрані і за його межами, щоб краще відображати різноманітність аудиторії». (Motion Picture Arts and Sciences, 2020). Українська молодь позитивно ставиться до таких проектів.

Проте інститут репутації в Україні розвинений не настільки добре як на Заході. Молодь України не пов'язує особистість актора чи акторки з його(її) професійною кар'єрою. Наприклад в США набуло розвитку таке поняття як

«культура відміни» (cancel culture) – це сучасна форма остракізму, під час якої певна людина чи група людей втрачають підтримку своїх прихильників та піддаються засудженню в соціальних чи професійних спільнотах, як в онлайн-серидовищі та в соціальних медіа, так і в реальному світі (McDermott, John, 2019). Онлайн-словник Dictionary.com визначає поняття «відміни» як «припинення підтримки («відміну») публічних фігур та компаній після того, як вони зробили чи сказали щось, що вважається обурливим або образливим» (Dictionary.com).

У питанні про те, чи мають дискримінаційні погляди актора чи акторки, погляди, що принижують людську гідність, являються гомофобними, расистськими чи сексистськими, впливати на їхні робочі контракти думки українських респондентів розділилися: 44,3% відсотки вважають, що мають, а 33,6% – вважають, що погляди акторів не мають впливати на їх робочі контракти (рис. 16).

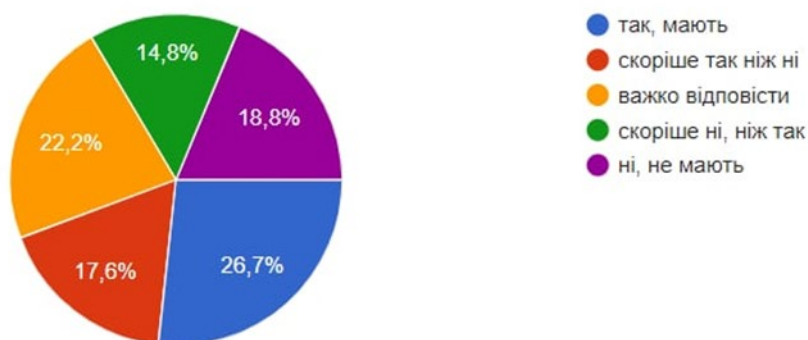


Рис. 16. Розподіл відповідей респондентів на запитання про те, чи мають дискримінаційні погляди актора чи акторки впливати на їхні робочі контракти

Переважає більшість (72,8%) респондентів відповіли, що все одно дивилися б фільм, якби актор, який грає головну роль був би гомофобом, та ще 16,5% обрали відповідь «Важко відповісти» (Додаток П). Водночас у питанні чи дивилися б ви фільм з гомосексуальним актором у головній ролі, 72,9% відповіли «Так», і ще 10,2% відповіли що «Скоріше так, ніж ні», і лише 8,4% відповіли негативно (рис. 17).

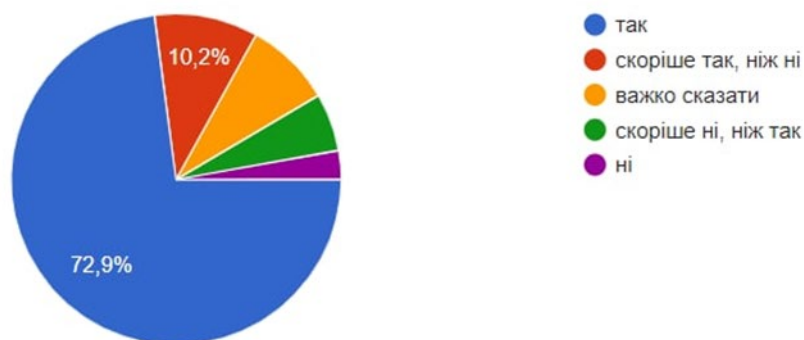


Рис. 17. Розподіл відповідей респондентів на запитання про те, чи стали б вони дивитися фільм з гомосексуальним актором у головній ролі

Тобто у нас толерантно ставляться до представників ЛГБТ-спільноти, до жінок та до інших національностей, однак в той же час не засуджують людей з дискримінаційними поглядами.

Не зважаючи на те, що більше половини респондентів (54%) все одно стали б дивитися фільм, знаючи що головний актор був засуджений за сексуальні домагання, 31,9% відсотків все ж не стали б цього робити. (Додаток Р) Це говорить, що культура скасування в Україні починає розвиватися і найближчим часом рівень толерантності та вибагливості аудиторії у соціальних питаннях буде зростати.

Висновки до 2 розділу

Підсумовуючи, можна сказати, що проведене серед українців дослідження показало, що молодь доволі толерантно сприймає гендерні нововведення в кінематографі. Було проведено дослідження завдяки якому вдалося визначити специфічну роль супергеройського кіно, як гендерної технології, в процесі формування стереотипів у масовій культурі. Емпіричні дані стали імпульсом для розуміння процесів трансформації чоловічих та жіночих соціальних ролей в сучасному світі.

Вдалося виявити, що супергеройське кіно знайоме для більшості респондентів, тому можемо зробити висновок, що цей жанр є доволі масовим. Також більшість респондентів почали знайомитися зі Всесвітом Супергероїв ще

з дитинства та підліткового віку, як раз в часи формування гендерної ідентичності.

Найулюбленішими фільмами для молоді виявилися фільми про Людину-павука. Аналіз серії фільмів про Людину-павука показав, що вона змінювалася разом з запитами суспільства, зокрема з розвитком феміністичних настроїв. Головні героїні в цій серії пройшли шлях від безмовних та безпорадних персонажів до таких, що мають свою позицію та впливають на сюжет.

Також аналіз показав, що сучасні супергеройські фільми є набагато менш гендерно стереотипізованими ніж ті, що були раніше. Індустрія супергеройських фільмів рухається в напрямку толерантності та рівності, разом з оточуючим суспільством. Хоча досі чоловічих персонажів більше, все ж прослідковуються зміни, як у костюмах та репліках супергероїнь, так і в більшій наповненості образів обранок супергероїв.

Якщо говорити про інститут репутації в Україні, та про «культуру скасування», то вона тільки починає розвиватися. Українці досі не пов'язують погляди акторів, з їхніми робочими контрактами та ролями. Однак, в той же час, українська молодь доволі толерантно ставиться до гендерних квот в кінематографі та до представлення ЛГБТ-персон.

Звичайно українському суспільству ще є куди розвиватися, але вже зараз видно, що завдяки Інтернет-ресурсам, молоде покоління українців швидкими темпами наздоганяє свої західних однолітків у питаннях гендерної обізнаності, ЛГБТ та расовому прийнятті.

ВИСНОВКИ

В рамках дипломної роботи, було проведене комплексне дослідження супергеройського кінематографічного жанру, як інструменту формування суспільної думки, на предмет гендерних стереотипів. Також було проведено опитування серед української молоді щодо їх ставлення до гендерних ролей та стереотипів зображених у супергеройському кіно.

Представлене дослідження гендерної обізнаності української молоді може бути використано в подальших наукових роботах та програмах для демократичного розвитку українського кіномистецтва та його колаборації з західним ринком.

Проведений аналіз наукової літератури дозволив визначити місце кінематографу в соціологічних науках, в тому числі в соціології. Розгляд публікацій та результатів досліджень дозволив прослідкувати вплив кінематографу на розповсюдження гендерних стереотипів.

Завдяки гендерно-рольовому аналізу популярних супергеройських кінострічок, вдалося визначити сучасну гендерну ситуацію в Голівудських фільмах.

Також, в рамках нашого дослідження, було проведено опитування, в результаті якого вдалося проаналізувати ставлення української молоді до гендерних стереотипів на прикладі ставлення до супергеройських фільмів.

В ході дослідження та роботи з літературою була підтверджена гіпотеза про те, що створені кіноіндустрією образи мають вплив на гендерно-рольові установки у молодого покоління.

Також аналіз даних та публікацій підтвердив гіпотезу про те, що гендерні зміни в супергеройському кіно слугують індикатором змін у суспільстві. Адже цей жанр являється масовим та підлаштовується під запити суспільства.

Гіпотеза про те, що супергеройське кіно досі є гендерно-стереотипізованим підтвердилася, однак дослідження показало, що в останні роки фільми в цьому жанрі стали значно більше феміністичними та

толерантними, героїнь роблять цікавими та їхні костюми стають все менше сексуалізованими. І хоча рости ще є куди, головне, що саме зростання прослідковується. Якщо говорити про українську молодь, то вона готова толерантно сприймати нові чоловічі та жіночі образи у супергеройському кіно, що підтвердило проведенне, в рамках дипломної роботи, опитування.

Хоча інститут репутації лише починає розвиватися та набирати обертів в українському суспільстві, вже доволі велика кількість молодих людей зазначають, що не стали б дивитися фільм, в якому головний актор мав би гомофобні, расистські чи сексистські погляди, чи був би засуджений за сексуальні домагання. Також респонденти позитивно ставляться до фільмів з жінками у головній ролі, чи до того, що більша частина персонажів у фільмі – жіночі.

Можемо зробити висновок, що українська молодь доволі швидко переймає західні тенденції до толерантності та готова позитивно сприймати людей, що відрізняються за національністю, за гендером, за віросповіданням чи за сексуальною орієнтацією, зокрема і в масовій культурі. Кінокомпанії, що працюють в супергеройському жанрі, максимально підлаштовуються під запити суспільства та знімають продукт, що буде актуальним для більшості їхніх глядачів. Саме тому, аналіз популярних серед молоді супергеройських фільмів показав, що вони змінюються в напрямку фемінізму та толерантності.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бергер П. Приглашение в социологию: гуманистическая перспектива: Аспект Пресс, 1996. – 168 с.
2. Жабский М. И. Кинематограф – зеркало или молот?; Канон+, 2010. – 536 с.
3. Жабский М. И. Социология и кинематограф; Канон+, 2012. – 600 с.
4. Жукова И. Н. Словарь терминов межкультурной коммуникации. Москва: ФЛИНТА, 2012.
5. Здравомыслова Е. А., Темкина А. А., ред. Денисова А. «Словарь гендерных терминов», Москва: Информация XXI век, 2002.
6. Кракауэр З. Природа фильма. Реабилитация физической реальности; М.: Искусство, 1974.
7. Курилович Н. В. Гендерный анализ средств массовой информации: методологический аспект, Минск: Право и экономика, 2010.
8. Липшман У. Общественное мнение, Пер. с англ. Т.В. Барчунова, Редакторы перевода Левинсон К.А., Петренко К.В., М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
9. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека, пер. В. Николаев; М.: КАНОН-прес-Ц, 2003
10. Миславский В. Н. Краткий энциклопедический словарь кино; Х.: Колорит, 2007, с.102.
11. Мкртичева М. С. Кино как предмет социологического изучения: возможности и перспективы. Теория и практика общественного развития, 2012.
12. Пропп В. Я. Исторические корни волшебной сказки. Л., Изд-во ЛГУ, 1986.
13. Ядов В. А. Социальная идентификация в кризисном обществе // Социологический журнал. 1994. № 1.

14. Anderson C. A., Gentile D. A., & Buckley K. E. Violent video game effects on children and adolescents: Theory, research, and public policy. New York: Oxford University Press., 2007.

15. Baker K., Raney A. A. Equally Super?: Gender-role stereotyping of superheroes I children's animated programs. Mass Communication & Society, 2007

16. Bart R. «Миф сегодня» (Myth today)
<http://lib.ru/CULTURE/BART/barthes.txt>

17. Barthes R. Mythologies: English translation, Paladin Books, 1973.

18. Berelson B. Content Analysis in Communication Research. Glencoe, IL: Free Press, 1952.

19. Bian L., Leslie S.-J., Cimpian A. «Gender stereotypes about intellectual ability emerge early and influence children's interests», Science, 2017.

20.BoxOfficeMojo.com, 2016 (<https://www.boxofficemojo.com/>)

21. Bussey K., Bandura A. «Social cognitive theory of gender development and differentiation. Psychological Review», 1999.

22. Coyne S. M., Linder J. R., Rasmussen E. E., Nelson D. A., Collier K. M., «It's a bird! It's a plane! It's a gender stereotype!: Longitudinal associations between superhero viewing and gender stereotyped play. Sex Roles»,
<https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-014-0374-8>

23. De Lauretis T. Technologies of Gender: Essays on Theory, Film, and Fiction. Macmillan Press, 1987.

24. Dictionary.com «What Does Cancel Culture Mean?»
<https://www.dictionary.com/e/pop-culture/cancel-culture/>

25.Dietz, T. L. «An examination of violence and gender role portrayals in video games: Implications for gender socialization and aggressive behavior. Sex Roles», 1998.

26.«Film Dialogue», Research by Hanah Anderson and Matt Daniels, Pudding,
APRIL 2016
<https://pudding.cool/2017/03/filmdialogue/?fbclid=IwAR2x5sCIjuweLOAhiU2pBNETlQvzgzXNMCF6d2yWVw2DQG3TOusDC1dOD0>

27. Fiske S. T., & Stevens L. E. «What's so special about sex? Gender stereotyping and discrimination», 1993.
28. Grant B. K. Film genre: from iconography to ideology, London and New York, 2007.
29. Global Gender Gap Report, 2021, World Economic Forum (<https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2021>)
30. Hillary Pennell & Elizabeth Behm-Morawitz «The Empowering (Super) Heroine? The Effects of Sexualized Female Characters in Superhero Films on Women» 2015 <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-015-0455-3>
31. It's a Man's (Celluloid) World: Portrayals of Female Characters in the Top Grossing Films of 2019) https://womenintvfilm.sdsu.edu/wpcontent/uploads/2020/01/2019_Its_a_Mans_Celluloid_World_Report_REV.pdf
32. Ivory J., «Still a man's game: Gender representation in online reviews of video games. Mass Communication and Society», 2006
33. Jaffe L. J., & Berger P. D. (1994). «The effect of modern female sex role portrayals on advertising effectiveness», Journal of Advertising Research, Retrieved from <http://www.warc.com/fulltext/jar/6312.htm>
34. Kuhn A. The Power of the Image: Essays on representations and sexualities. London and New York: Routledge and Kegan Paul, 1985.
35. Lawrence J. Sh., Jewett R. «The Myth of the American Superhero» (Wm. B. Eerdmans Publishing Co., 2002).
36. Marecek J.; Crawford "On the construction of gender, sex, and sexualities", The psychology of gender (2nd ed.). New York: Guilford Press, 2004.
37. McDermott J. Those People We Tried to Cancel? They're All Hanging Out Together., The New York Times (2 November 2019). <https://www.nytimes.com/2019/11/02/style/what-is-cancel-culture.html>
38. Mellen J. Women and Their Sexuality in the New Film. Davis-Pynter. London, 1973.

39. Motion Picture Arts and Sciences, September 8, 2020 (<https://www.oscars.org/news/academy-establishes-representation-and-inclusion-standards-oscar-eligibility>)

40. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English, Oxford University Press, Oxford. 2005.

41. Schultz A. S., Moore J., Spitzberg B. H. «Once upon a midnight stalker: A content analysis of stalking in films», Western Journal of Communication, 2014.

42. Smith A. «White, male and brawny feels tired: is this the age of feminist Marvel movies?» article, 2019 <https://www.theguardian.com/film/2019/jul/25/white-male-and-brawny-feels-tired-is-this-the-age-of-feminist-marvel-movies>

43. Stevens A.J., Behm-Morawitz E., Kim K. «Understanding the effects of MTV's 16 and Pregnant on adolescent girls' beliefs, attitudes, and behavioral intentions toward teen pregnancy» 2014. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24628488/>

44. Sutherland J.-A., Feltey K., «Cinematic sociology: Social life in film», Thousand Oaks, Calif: SAGE Publications, 2013.

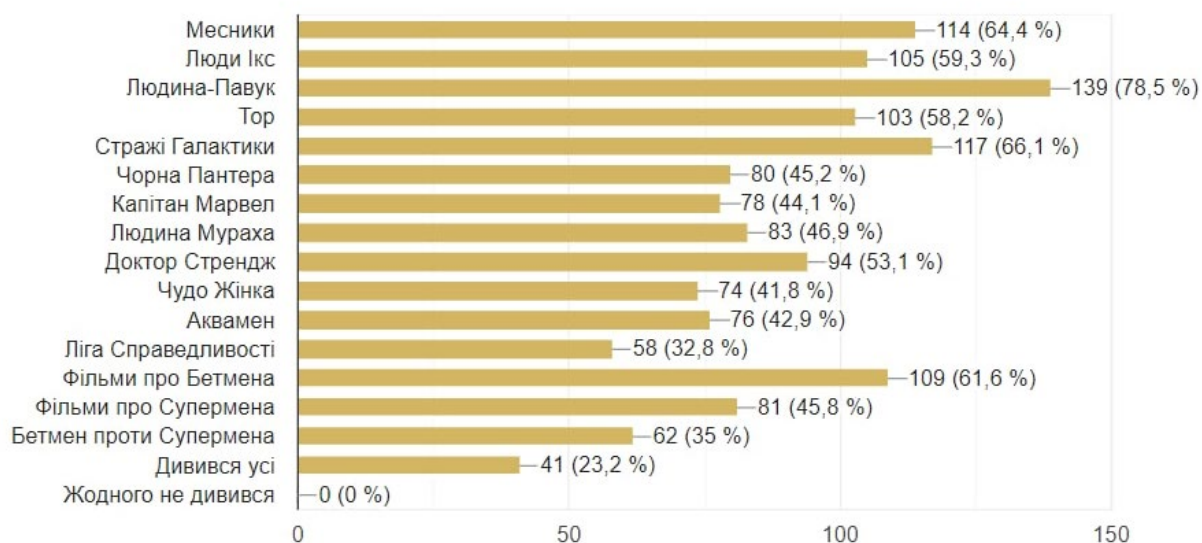
45. The Guardian, 2019 (<https://www.theguardian.com/film/2019/jul/25/white-male-and-brawny-feels-tired-is-this-the-age-of-feminist-marvel-movies>)

46. Turner R. H. Role Change, Annual Review of Sociology., 1990., V.16.

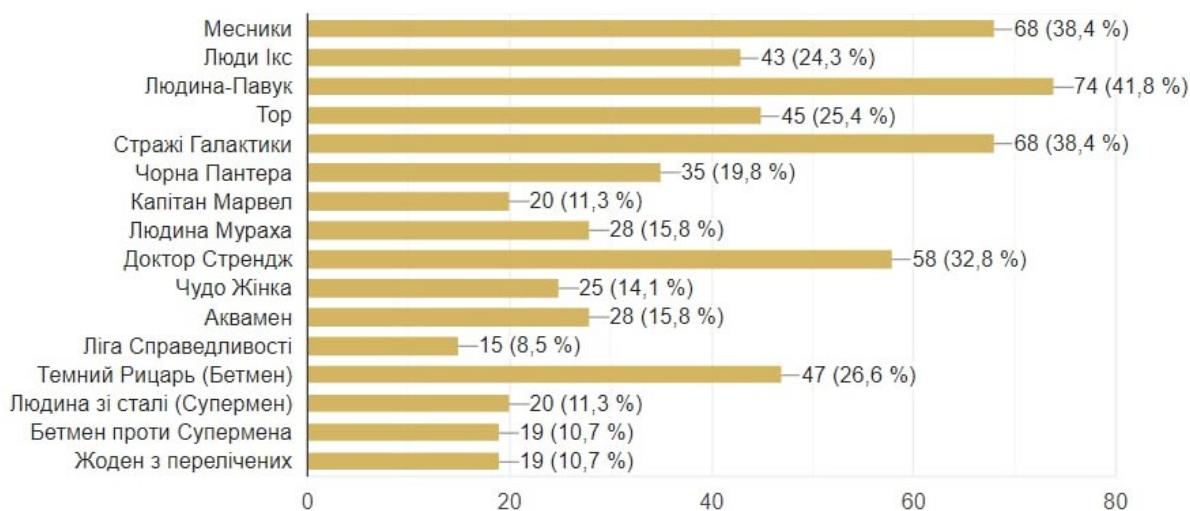
47. Tuchman G. Hearth and Home: Images of Women and the Media. New York: Oxford University Press, 1978.

ДОДАТКИ

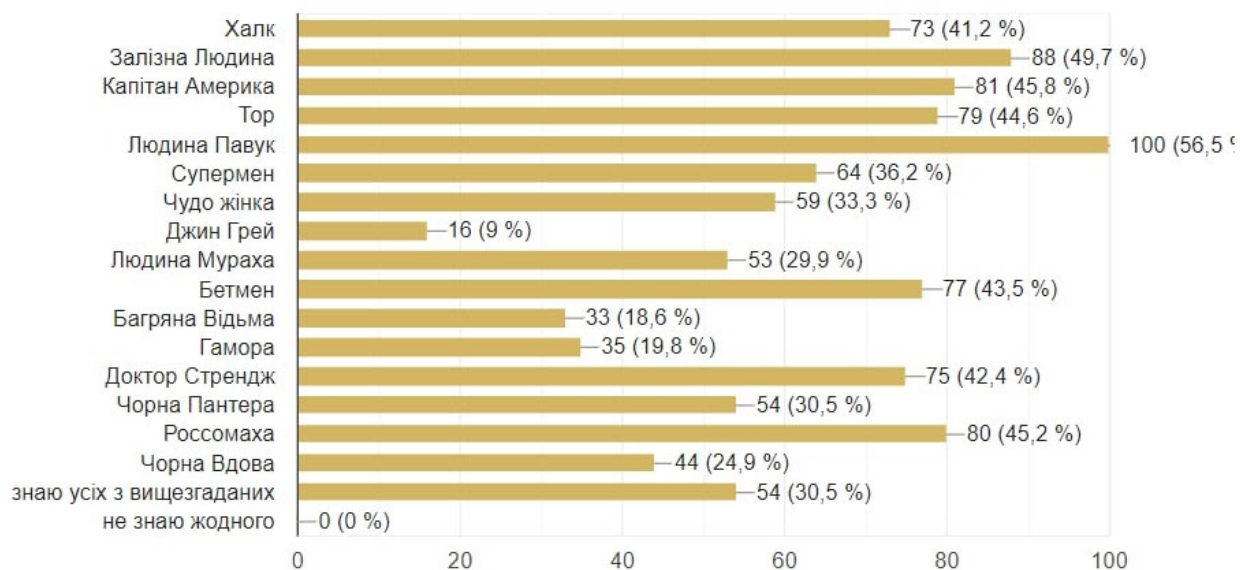
Додаток А. Діаграма, що ілюструє розподіл самих популярних по переглядам фільмів



Додаток Б: Діаграма, що ілюструє розподіл найулюбленіших фільмів про супергероїв



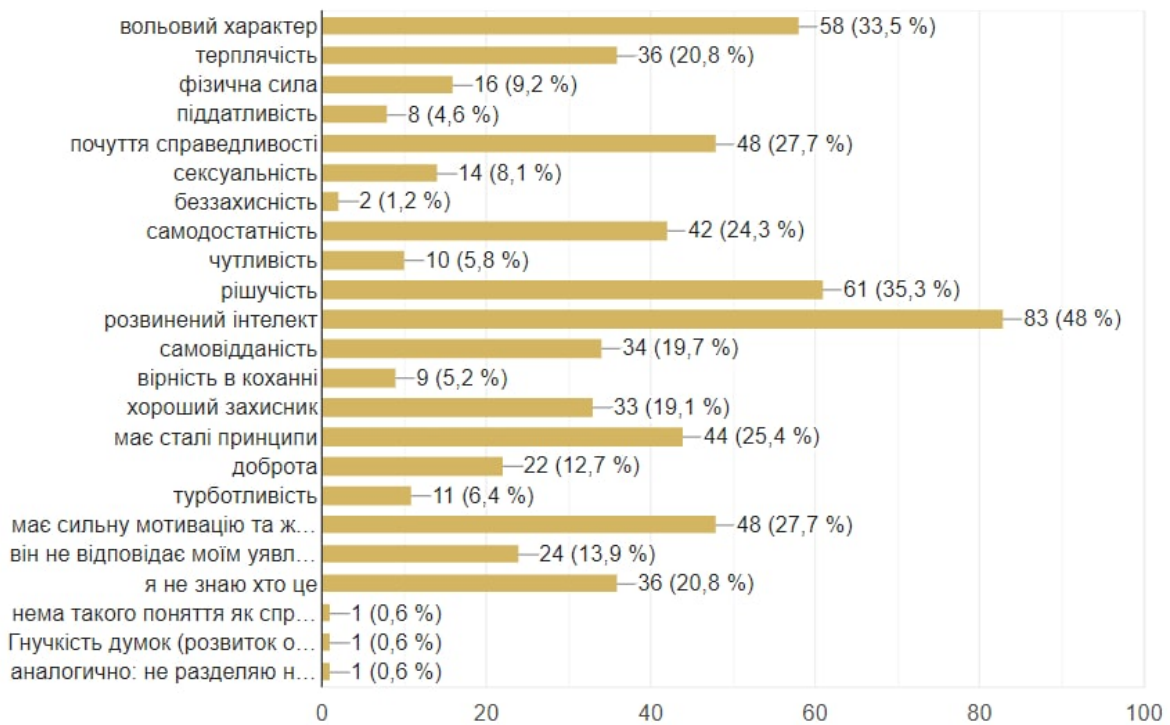
Додаток В: Діаграма, що ілюструє розподіл найпопулярніших персонажів в супергеройських фільмах



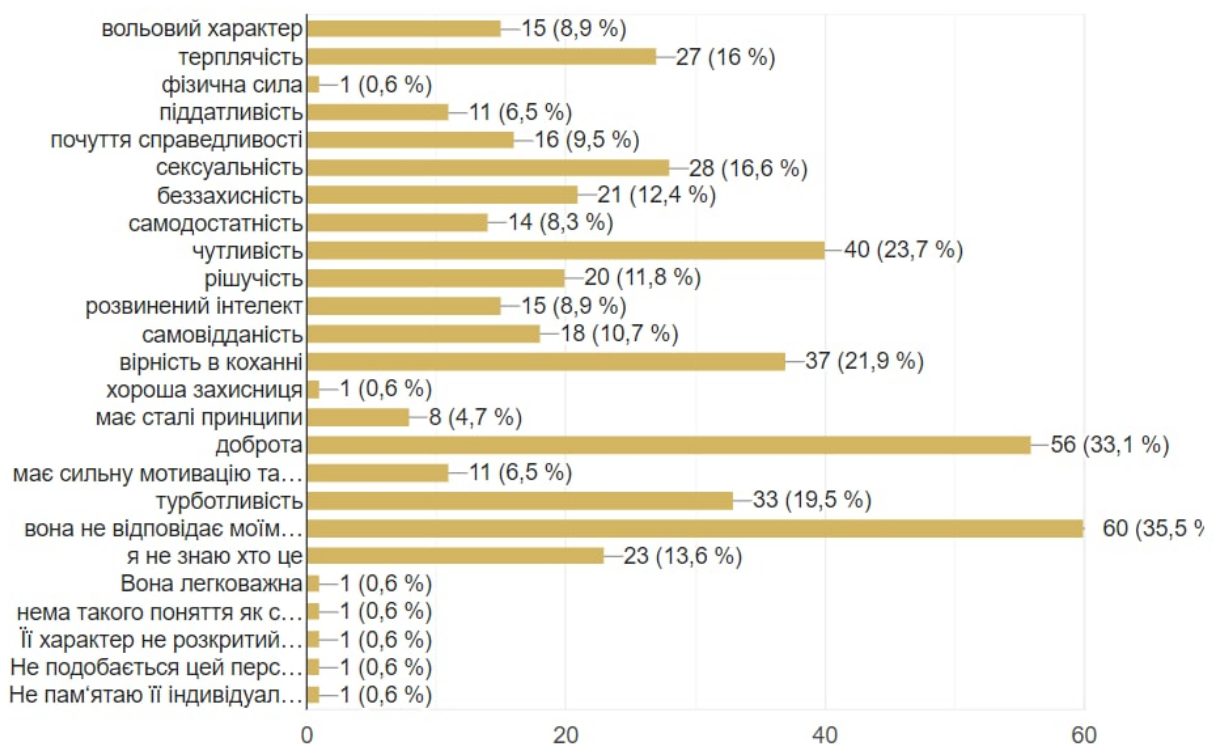
Додаток Г: Діаграма, що ілюструє розподіл якостей Супермена, що роблять його «справжнім чоловіком»



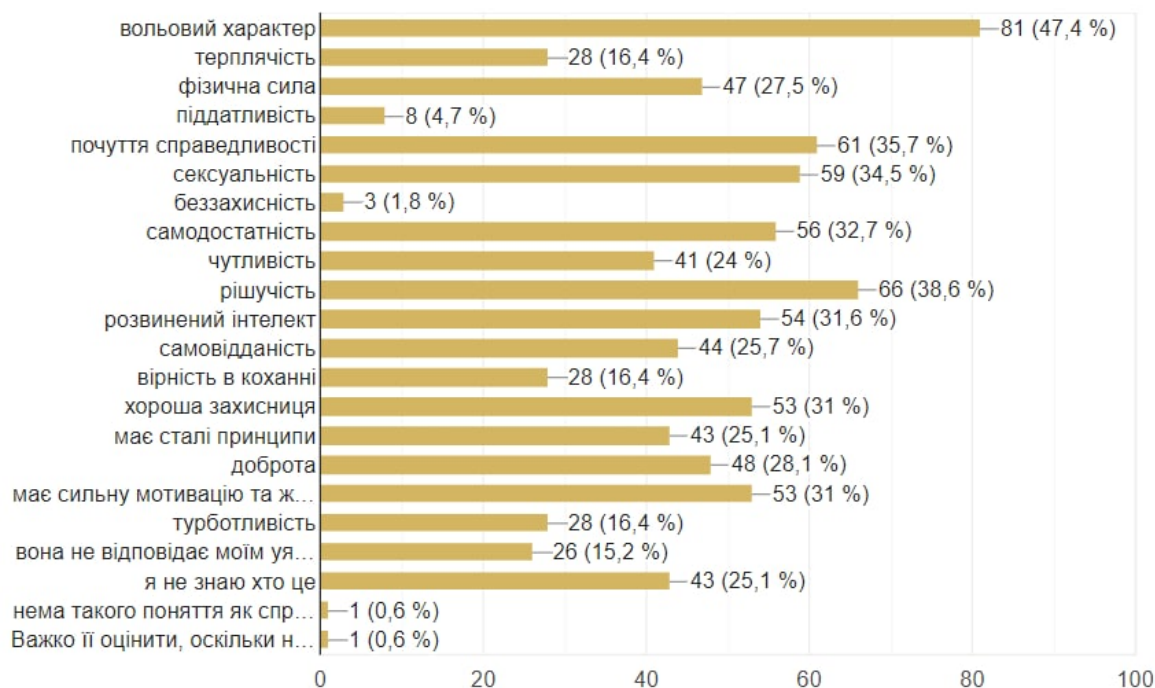
Додаток Д: Діаграма, що ілюструє розподіл якостей Доктора Стренджа, що роблять його «справжнім чоловіком»



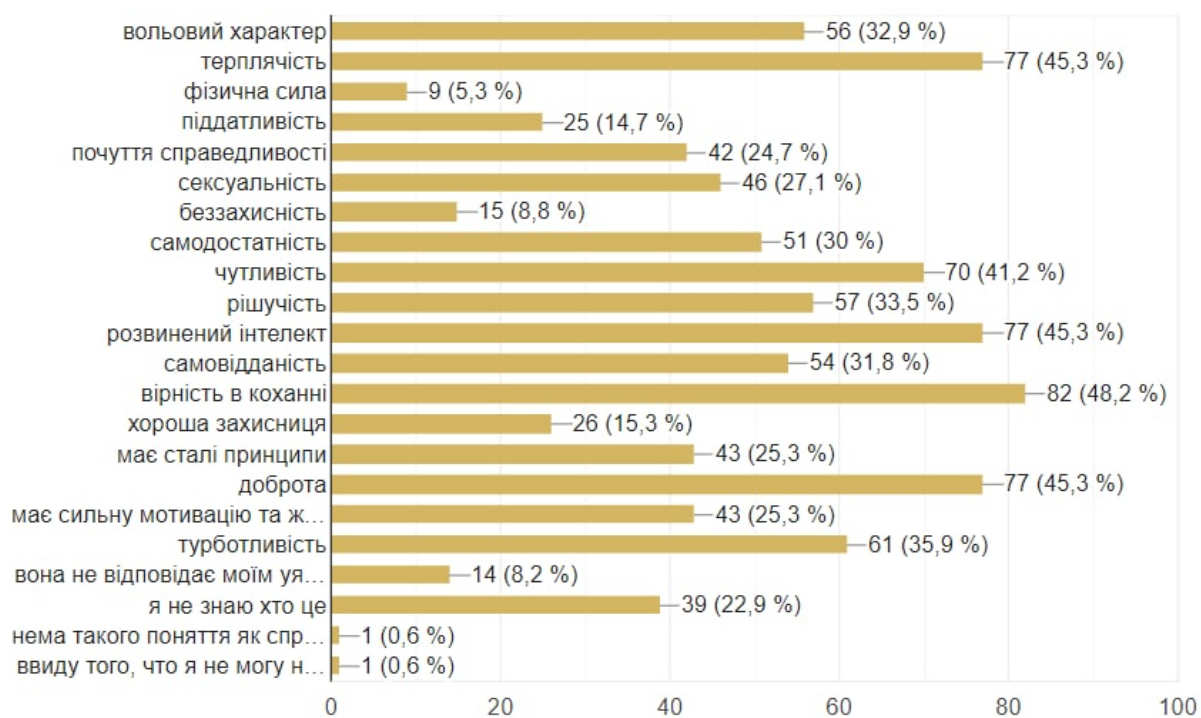
Додаток Е: Діаграма, що ілюструє розподіл якостей Мері Джейн, що роблять її «справжньою жінкою»



Додаток Є: Діаграма, що ілюструє розподіл якостей Чудо Жінки, що роблять її «справжньою жінкою»



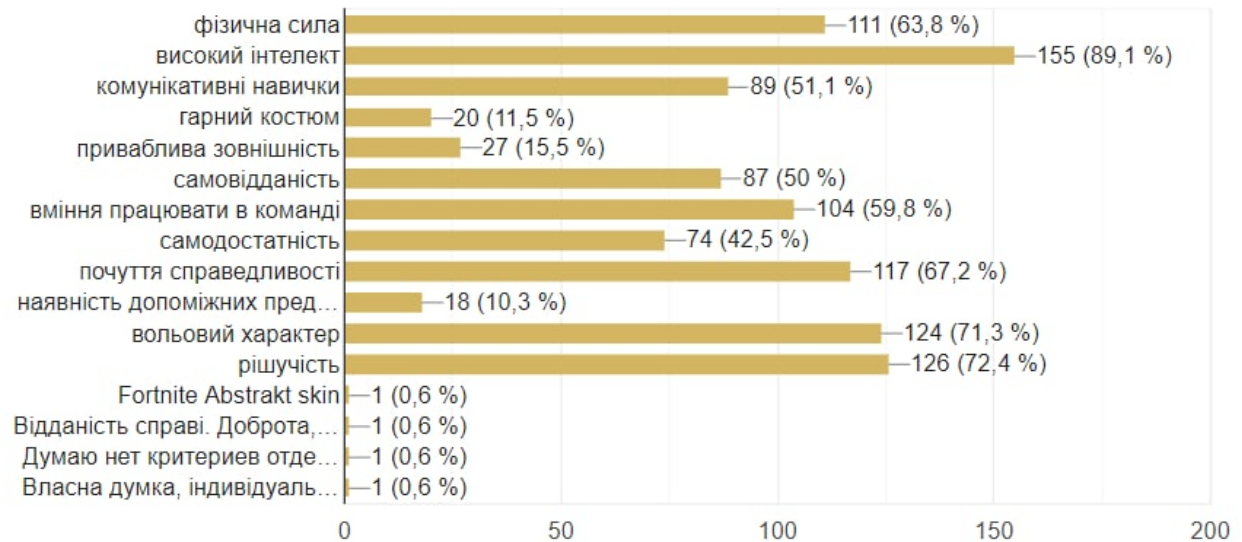
Додаток Ж: Діаграма, що ілюструє розподіл якостей Пеппер Потс, що роблять її «справжньою жінкою»



Додаток 3: Діаграма, що ілюструє розподіл найнеобхідніших, на думку респондентів, характеристик для чоловіка-супергероя

Які характеристики на вашу думку є найнеобхіднішими для чоловіка супергероя?

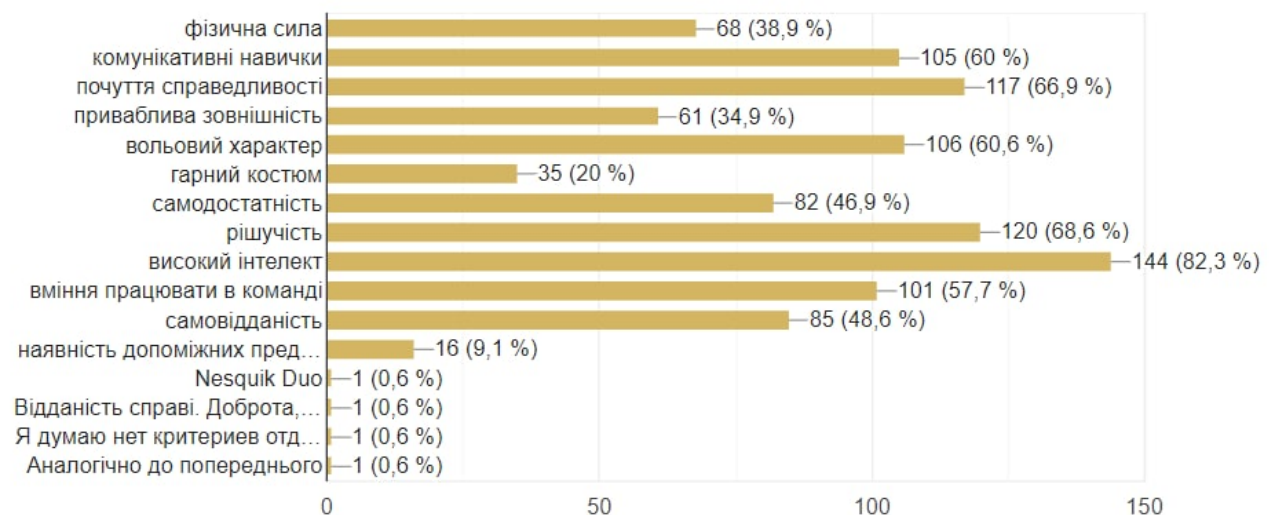
174 ответа



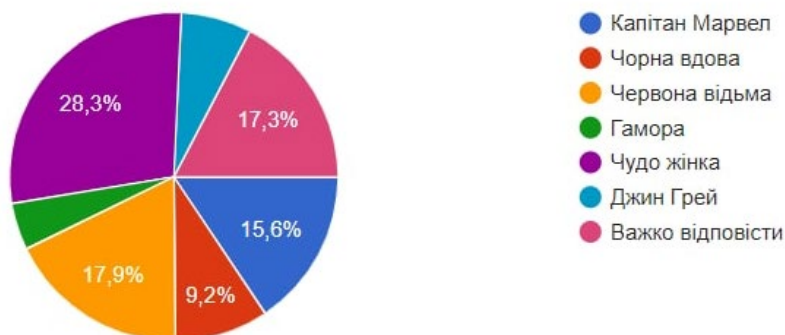
Додаток I: Діаграма, що ілюструє розподіл найнеобхідніших, на думку респондентів, характеристик для жінки-супергероїні

Які характеристики на вашу думку є найнеобхіднішими для жінки супергероїні?

175 ответов



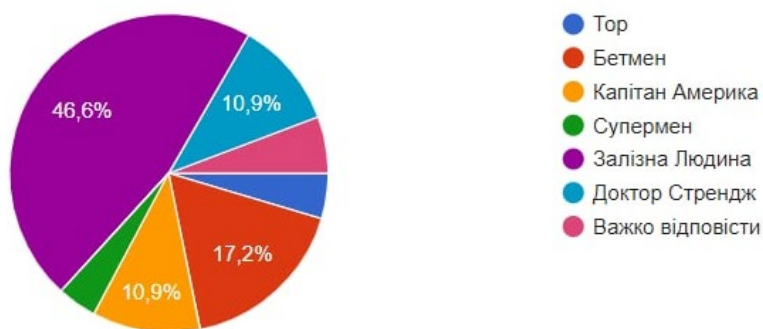
Додаток К: Діаграма, що ілюструє розподіл відповідей на рахунок найсильнішої жінки-супергероя



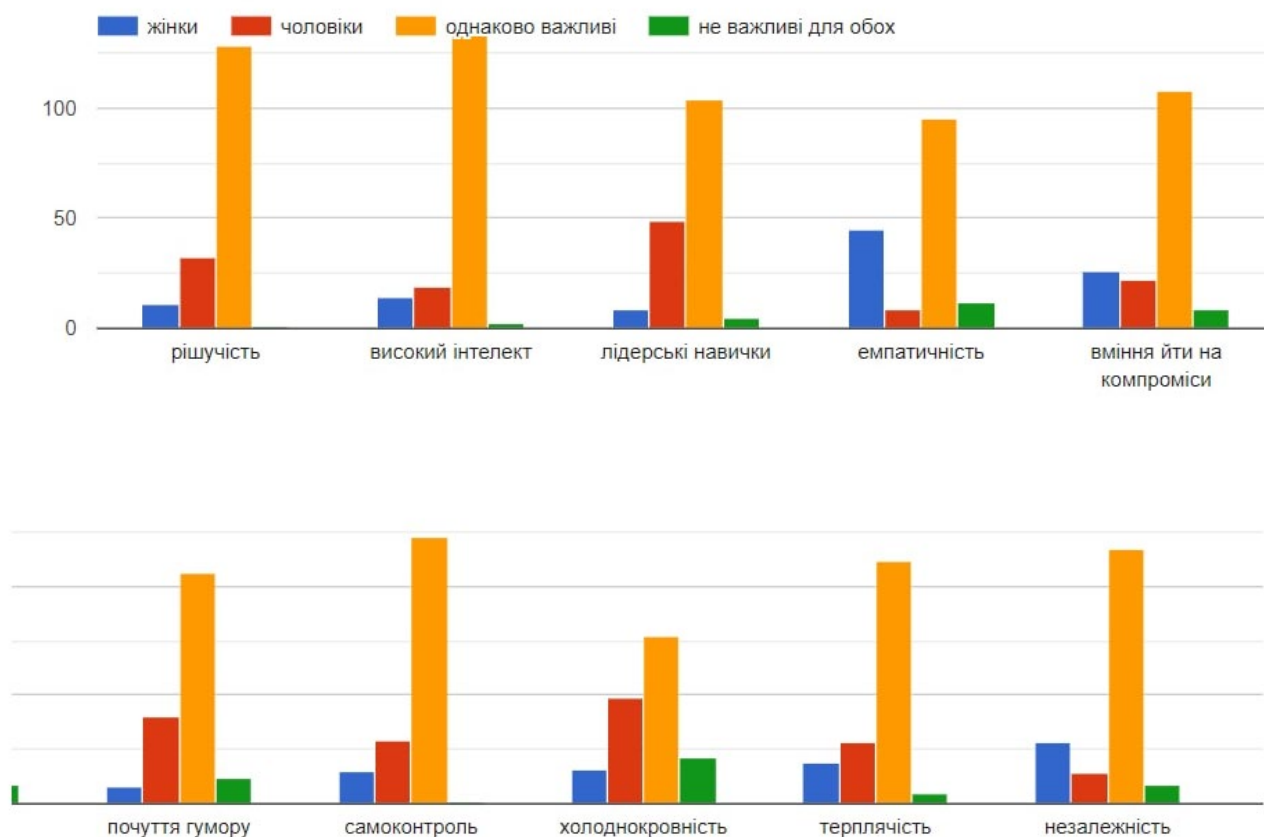
Додаток Л: Діаграма, що ілюструє розподіл відповідей за найвдаліший костюм для супергероїні



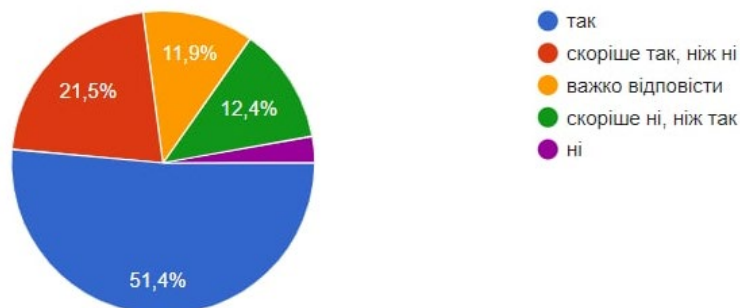
Додаток М: Діаграма, що ілюструє розподіл відповідей за найвдаліший костюм для супергероя



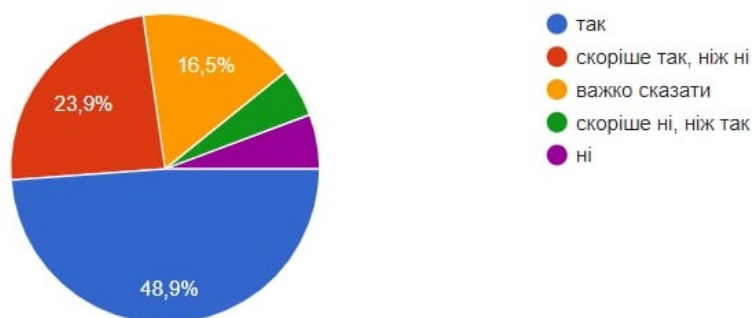
Додаток Н: Діаграма, що ілюструє розподіл внутрішніх якостей, які на думку респондентів є важливішими для чоловіків-супергероїв, та для жінок супергероїнь



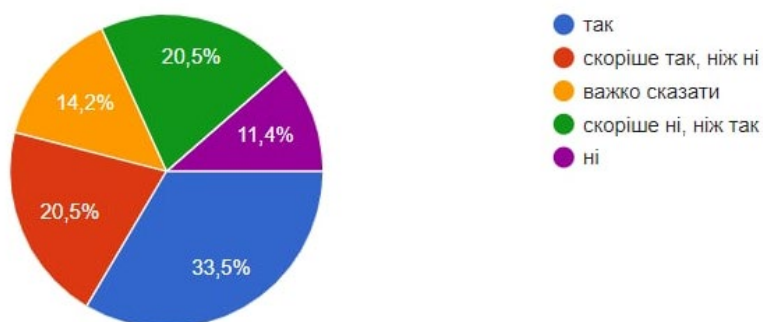
Додаток О: Діаграма, що ілюструє розподіл відповідей на питання «Чи дивилися б ви супергеройський фільм якби більша частина персонажів у ньому була б жіночими?»



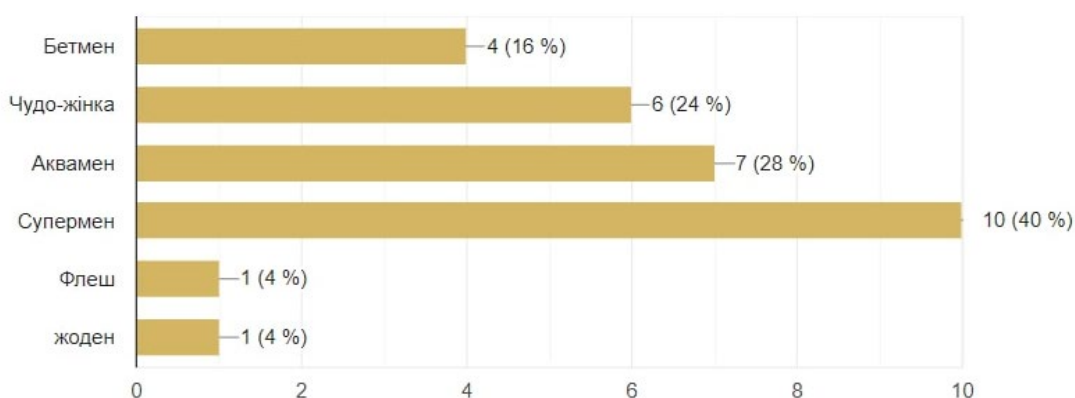
Додаток П: Діаграма, що ілюструє співвідношення тих респондентів, що дивилися б цікавий для них фільм з актором-гомофобом у головній ролі, і тих, хто не дивився б



Додаток Р: Діаграма, що ілюструє співвідношення тих респондентів, що дивилися б цікавий для них фільм з актором, засудженим за сексуальні домагання, у головній ролі, і тих, хто не дивився б



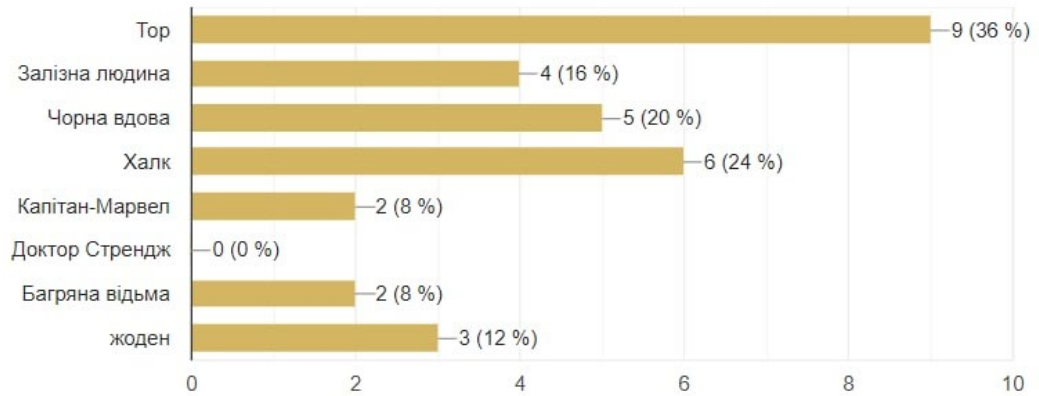
Додаток С: Діаграма, що ілюструє розподіл відповідей респондентів, що не дивилися фільми про супергероїв, за супергероя, що здається їм наймогутнішим по фотографіям



Додаток Т: Діаграма, що ілюструє розподіл відповідей респондентів, що не дивилися фільми про супергероїв, за супергероя, що здається їм наймогутнішим по фотографіям

Який з зображених на фото персонажів здається вам наймогутнішим?

25 ответов



Додаток У: Діаграма, що ілюструє розподіл «жіночих» та «чоловічих» внутрішніх якостей на думку респондентів, що не дивилися фільми про супергероїв

