

УДК 378.016:811.111

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/94-2-57>**Лариса СИВА,***orcid.org/0009-0001-8257-3878*

старший викладач кафедри іноземних мов факультетів психології та соціології
Навчально-наукового Інституту філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(Київ, Україна) *larysaprozorova60@gmail.com*

Маргарита ЦИМБАЛЕНКО,*orcid.org/0009-0006-7428-3033*

старший викладач кафедри іноземних мов факультетів психології та соціології
Навчально-наукового Інституту філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(Київ, Україна) *rita_ts@ukr.net*

ВИВЧЕННЯ ГЕНДЕРНИХ КОМПОНЕНТІВ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ НА ФАКУЛЬТЕТІ СОЦІОЛОГІЇ

У статті проаналізовано особливості викладання англійською мовою на факультеті соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка таких аспектів соціології гендеру, як гендерні стереотипи, гендерні ролі, гендерний розрив і роль агентів соціалізації, включаючи сім'ю, школу і засоби масової інформації. Англійська мова, яка є провідною мовою як для спілкування, так і для поширення знань, надзвичайно важлива для оволодіння змістом основних категорій соціології гендеру, якими є маскуліність і фемініність. Соціальні інститути впливають на підтримання гендерних стереотипів і гендерних ролей, передаючи їх наступним поколінням, і таким чином підсилюючи їх. Стаття розглядає проблеми гендерної нерівності, визначаючи такі поняття, як гендерні стереотипи, гендерні ролі, гендерний розрив та їх вплив на таких агентів соціалізації, як сім'я, школа, однолітки, роботодавці і засоби масової інформації. Соціальне середовище підтримує гендерні стереотипи, сприяючи гендерному розриву. Прикладом такого середовища є сім'я, в якій продовжують існувати звичаї, традиції, цінності, вірування і норми поведінки суспільства, та ті, які вона передає наступним поколінням, що продовжують зберігати традиційні стереотипи, упередження, усталені соціальні норми та цінності патріархального суспільства. Значна увага приділяється змінам, які відбуваються останнім часом у гендерних відносинах, що все більше сприяє гендерній рівності. **Значні позитивні зрушення** у напрямі гендерної рівності **спостерігаються** в медіа й кіно, особливо в представленні жінок у головних ролях. У сучасних фільмах і мультфільмах **образ жінки помітно змінився** порівняно зі старішими стрічками. Це не просто незначні правки, а глибока зміна ролей, характерів і смислів. Наприклад, сучасні героїні діють і помиляються самі, а не чекають на «рятівника». Раніше жінки грали ролі домогосподарок, медсестер, вчительок, зараз вони науковиці, воїни, лідерки, керівниці; професія є частиною ідентичності, а не фоном. У мультфільмах для дітей це особливо важливо, таким чином дівчата бачать **ширшу низку перспектив в майбутньому**. Медіа пронизують наше життя, і засоби, якими вони представляють гендери, можуть впливати на те, як ми бачимо себе і те, що ми сприймаємо як нормальне і бажане для чоловіків та жінок.

Ключові слова: гендерні стереотипи, гендерні ролі, гендерний розрив, агенти соціалізації.

Larysa SYVA,

orcid.org/0009-0001-8257-3878

*Senior Lecturer at the Department of the Foreign Languages for the Faculties of Psychology and Sociology
Scientific Research Institute of Philology of National Taras Shevchenko University of Kyiv
(Kyiv, Ukraine) larysaprozorova60@gmail.com*

Margarita TSYMBALENKO,

orcid.org/0009-0006-7428-3033

*Senior Lecturer at the Department of the Foreign Languages for the Faculties of Psychology and Sociology
Scientific Research Institute of Philology of National Taras Shevchenko University of Kyiv
(Kyiv, Ukraine) rita_ts@ukr.net*

TEACHING GENDER COMPONENTS IN ENGLISH AT THE FACULTY OF SOCIOLOGY

The article analyzes the peculiarities of teaching such aspects of gender sociology as gender stereotypes, gender roles, gender gap and the role of socialization agents including family, school and mass media in English at the Faculty of Sociology of Kyiv National Taras Shevchenko University. The English Language, which is the leading language both for communication and for knowledge expansion, is very important to acquire the content of main categories of gender sociology that are masculinity and femininity. The article deals with the issues of gender inequality, emphasizing such notions as gender stereotypes, gender roles, gender gap and their impact on agents of socialization like family, school, peers, employers and mass media. Social environment upholds gender stereotypes contributing to gender gap. The example of such environment is the family where customs, traditions, values, beliefs and societal norms of behaviour persist and which it passes on to next generations that continue to preserve traditional stereotypes, prejudices, accepted social norms and valued of patriarchal society. Social institutions affect the maintenance of gender stereotypes and gender roles passing them on to the future generations and in this way reinforcing them. Considerable attention is paid to the changes in gender relations taking place recently, and they consequently contribute to gender equality. Considerable positive shifts in terms of gender equality are observed in mass media and film industry, especially in representing women in leading roles. The image of a woman has notably changed in modern films and cartoons comparing with older ones. These changes are not just slight modifications, but deeper changes of roles, characters and senses. For example, modern heroines act and make mistakes themselves, they don't wait for a 'rescuer'. In the past, women presented homemakers, nurses and teachers, now they are scientists, leaders, warriors and managers; their profession is a part of their identity, not their background. It is particularly important in cartoons for children, in this way girls can see a wider range of perspectives in the future. Media pervade our lives, and the means by which they represent genders may affect the way we see ourselves and what we perceive as normal and desirable both for men and women.

Key words: *gender stereotypes, gender roles, gender gap, agents of socialization.*

Постановка проблеми в загальному вигляді.

У наш час українське суспільство характеризується соціальними трансформаціями, пов'язаними з інтеграцією України в європейське співтовариство та участю студентів і аспірантів факультету соціології у різноманітних міжнародних навчальних або навчально-дослідницьких програмах в рамках грантової програми ЄС Еразмус+, що вимагає вміння об'єктивно та неупереджено здійснювати соціологічний аналіз з урахуванням гендерного компоненту англійською мовою. Отже, програма дисципліни «Англійська мова для спеціальних цілей (ESP)» була розроблена для тих студентів, які мають намір використовувати англійську мову в професійному контексті, враховуючи основні категорії соціології гендеру.

Поняття «гендер», яке формується суспільством і різниться залежно від етапу розвитку суспільства, стосується соціальних ролей і стосунків між чоловіками та жінками під впливом вихо-

вання й освіти. Англійська мова, яка є провідною мовою як для спілкування, так і для поширення знань, надзвичайно важлива для оволодіння змістом основних категорій соціології гендеру, якими є маскулінність і фемінність. За допомогою останніх досліджуються такі аспекти соціальних відносин, як національні, класові, політичні, расові та рольові показники гендерної стратифікації, що є актуальними у сучасному світі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У роботах соціологів, які намагалися розділити поняття стать і гендер, можна знайти визначення гендеру через статусні позиції індивіда. Як вважає Лорел Річардсон (Laurel Richardson), якщо стать розглядалася як приписаний статус, то гендер пов'язувався із впливом культури та соціальних факторів і тому визначався як статус набутий. У процесі соціалізації людина засвоює, якими якостями вона має володіти відповідно до своєї статі і якою повинна бути її поведінка. Л. Річард-

сон не заперечує існування біологічної статі, однак наголошує, що сама по собі біологія не визначає соціальні ролі, статуси чи ієрархії. У книзі «Динаміка статі та гендеру» (The Dynamics of Sex and Gender: A Sociological Perspective) вона показує, що соціальні значення статі формуються через процеси соціалізації, культурні норми та інституційні практики, такі як сім'я, освіта, ринок праці та наука. Підхід Лорел Річардсон узгоджується з класичним соціологічним розрізненням між статтю (sex) і гендером (gender), сформульованим Енн Оклі, а також із концепцією «doing gender» Кендес Вест і Дона Циммермана, які розглядали гендер як процес, що постійно відтворюється у взаємодії. (L. Richardson, 1981: 1–25).

Так у 20 столітті з'являються поняття, як маскулінність і фемінність. Рейвін Коннелл (Raewyn Connell) зробила важливий внесок у розвиток концепцій маскулінності й досліджень соціально обумовленого статевого розподілу праці. Р. Коннелл зазначає, що існує не одна, а низка різних маскулінностей, які можуть конкурувати між собою або взаємодіяти. Белл Хукс (bell hooks) працювала в галузі гендерних студій та інтерсекціональної теорії. Авторка наголошує на необхідності вивчати взаємодію різних аспектів ідентичності, таких як гендер, раса, клас, сексуальна орієнтація тощо, і визнає, що ці аспекти нерозривно пов'язані та впливають один на одного. Хейді Хартманн (Heidi Hartmann) присвячує дослідження вивченню гендерних аспектів економіки й ринку праці. Х. Хартманн аналізує взаємозв'язок між гендером та економікою, розглядаючи вплив гендерних нерівностей на ринок праці й економічний розвиток загалом. Зокрема, вона досліджує, як гендерні стереотипи та соціальні структури впливають на заробітну плату, умови праці й кар'єрні можливості. Її концепція присвячена аналізу взаємодії між класовою та гендерною дискримінацією на ринку праці. Хартманн зазначає, що жінки часто працюють на низькооплачуваних, нестабільних робочих місцях, що вимагають великого фізичного й емоційного напруження, тоді як чоловіки частіше мають доступ до стабільних і високооплачуваних посад. Хейді Хартманн критикує сексистський поділ праці в сім'ї та суспільстві, зазначає, що стереотипні ролі жінки як домогосподарки й матері обмежують її можливості на зовнішньому ринку праці, ускладнюють її економічну незалежність, що, своєю чергою, призводить до «репродуктивної праці» жінок, яка включає неоплачувану працю, пов'язану з доглядом за домогосподарством і дітьми. Х. Хартманн аналізує, як ця форма праці відтворює соціальні структури й

гендерні нерівності в суспільстві (О. Ю. Вілкова, 2024: 31).

Дослідження на гендерну тематику також перебуває у фокусі уваги українських науковців таких, як С. М. Оксамитна, Вілкова О. Ю., Т. О. Марценюк, М. О. Соболевська, Т. Г. Червінська. Сучасні вітчизняні соціологи аналізують актуальні питання, пов'язані з соціальною структурою суспільства і гендерними відносинами, гендером і політикою, різноманітними формами жіночого активізму; феміністичною перспективою, гендерними відносинами у сфері праці і розподілом домашньої роботи в сім'ї на основі різноманітних опитувань. Також визначається образ жінки, який транслюється в українському суспільстві; причини існування гендерної нерівності і заходи забезпечення рівності жінок та чоловіків, які по-різному розглядаються в гендерній теорії.

Мета статті – проаналізувати особливості викладання англійської мови для спеціальних цілей (ESP), беручи до уваги проблеми гендерної нерівності, визначення гендерних стереотипів, гендерних ролей, гендерного розриву та впливу таких агентів соціалізації, як сім'я, школа, однолітки, роботодавці і засоби масової інформації на підтримання цих явищ у сучасному суспільстві.

Виклад основного матеріалу. Розвиток вивчення ESP було обумовлено трьома важливими факторами: підвищений попит на англійську мову через необхідність її використання у конкретних сферах; нові напрямки в лінгвістиці і в методиці викладання; перенесення акценту на інтереси студента (Н. Микитенко, 2010: 93). Це визначає доцільність вивчення категорій соціології гендеру студентами факультету соціології.

Україна зробила значний крок у консолідації як незалежна держава, що сприяє розвитку демократичного суспільства. Громадянське суспільство дедалі більше залучається до процесу прийняття рішень, який, щоправда, поки не охопив усіх рівнів українського суспільства, але на шляху інтеграції до європейської спільноти й світового товариства гендерні питання невпинно увиразнюються в національному та суспільному діалозі. Трансформаційні процеси соціального, економічного, політичного й культурного характеру, які відбуваються в українському суспільстві, позначаються на його гендерній картині, визначаючи її неоднорідність та різноплановість (Ю. І. Саєнко та ін., 2007: 5).

Соціалізація жінок та чоловіків відбувається відповідно до гендерних стереотипів і підтримується родинними, освітніми і соціальними інституціями, де вони отримують знання та засвоюють

правила, норми і розуміння відповідно до своїх гендерних ролей.

Хоча останніми десятиліттями відбулися позитивні зрушення у сфері гендерної рівності, соціальне середовище підтримує відтворення гендерних стереотипів, таким чином сприяючи гендерному розриву. Прикладом такого середовища є сім'я, яка передає звичаї, традиції, цінності, вірування і норми поведінки суспільства, в якому вона існує, наступним поколінням, які продовжують зберігати традиційні стереотипи, упередження, усталені соціальні норми та цінності патріархального суспільства. Тому перша тема, яка вивчається на факультеті соціології, це «Шлюб: інституція, що змінюється» («Marriage: a Changing Institution»), де першими питаннями є визначення слова «інституція» (institution is a custom or tradition that has existed for a long time and is accepted as an important part of a particular society), пояснення, чому шлюб – це інституція (Why do you think marriage is an institution?). Розглядаються емоційні, політичні й економічні причини одруження (emotional, economic or political reasons for getting married); як змінюється середній вік (median age) тих, хто вступає у шлюб; чому збільшується кількість людей, більшість з яких – жінки, що залишаються самотніми (staying single); чи є соціальний тиск (social pressure) однією з причин для одруження; а також причини зростання рівня розлучень (divorce rate) (J. William, K. Brown, S. Hood, 2012: 5–8).

Наступна тема «Сім'я сьогодні» («The Family Today») розглядає традиційний образ середньої сім'ї (traditional image of the average family); зростання кількості сімей, у яких діти ростуть з одним із батьків (a rise in the number of children growing up in households with just one parent); типи родин, такі як нуклеарна сім'я чи проста родина (nuclear family), неповна сім'я (single-parent family), змішана сім'я (blended family) і розширена родина чи велика сім'я (extended family). Таким поняттям, як моногамія і полігамія (monogamy, polygamy), також приділяється увага. Крім того студенти шукають відповіді на такі питання, як: які наслідки відсутності другого з батьків (What are the consequences of the absence of a second parent?), чому зросла кількість жінок, що мають дітей, але ніколи не були одружені, (Why has there been an increase in the number of never married women having children?), чому змішані сім'ї стають досить поширеними (Why do blended families also become quite common?), хто зазвичай вирає опіку над дітьми у випадку розлучення (Who usually wins custody of children in divorce cases?), чому у

вітчимів ймовірно виникають проблеми з привчанням до дисципліни (Why are stepfathers likely to have problems with discipline?); кого називають дитми-бумерангами (Who are called boomerang children?), тощо (J. William, K. Brown, S. Hood, 2012: 14–15).

Сім'я – найважливіший агент соціалізації (agent of socialization), тому що від самого народження до дітей ставляться відповідно до їх статі і навчають їх гендерним ролям (gender role), тобто тому, як вони мають діяти, одягатися, говорити і поводитися у суспільстві. Про це йде мова у розділі під назвою «Зростати чоловіком чи жінкою» («Growing up Male or Female»). Є велика різниця у вихованні хлопчиків і дівчат: кольори одягу – рожевий і блакитний (color of clothing – pink for girls and blue for boys); як з дітьми поводяться – дівчат обіймають та цілують, хлопців підкидають і високо піднімають (ways children are handled – girls are cuddled and kissed, boys are bounced around and lifted high); іграшки – ляльки для дівчат, автомобілі та конструктори для хлопчиків (toys – dolls for girls and cars, trucks, and building blocks for boys); увага до зовнішності – більше для дівчат, менше для хлопчиків (attention to appearance – more for girls, less for boys); мова – ввічливіша для дівчат, пряміша для хлопчиків (language – more polite for girls, more direct for boys); очікувана поведінка – ввічлива і спокійна для дівчат, незалежна і сильна для хлопців, бо хлопці «не плачуть» (expected behavior – polite and quiet for girls, independent and strong, don't cry for boys); стиль гри – спокійна і у маленьких групах у дівчат, груба, фізична і конкурентна у хлопців (play style – quiet, in smaller groups of friends for girls, rough, physical, and competitive for boys); дружба – інтенсивніша, заснована на емоційних зв'язках і спільних таємницях, у дівчат, заснована на фізичних здібностях і доміантній поведінці у хлопців (friendships – more intense, based on emotional connections and shared secrets for girls, based on physical ability and dominant behavior for boys) та ставлення батьків – дівчатам дають менше свободи, хлопцям більш (treatment by parents – girls are given less freedom, boys are given more freedom). Хлопці і дівчата вивчають свої гендерні ролі через своїх батьків, вчителів та однолітків, однак у наші дні все більше і більше батьків намагаються виховувати своїх дітей гендерно-нейтрально (in a gender-neutral way) та соціалізувати їх у рівноправні гендерні ролі (equal gender roles). Батьки заохочують своїх доньок бути незалежними (to be independent), а синів – виражати свої почуття (to express their feelings). Крім цього увага приділяється як гендерно-нейтральній мові (gender-neutral language) чи гендерній ней-

тральності (gender neutrality), так і іграшкам з урахуванням статі (gender-specific toys) (J. William, K. Brown, S. Hood, 2012: 57–58).

Однією зі сфер, де досі дівчата стикаються з гендерними стереотипами, є сфера освіти, що накладає негативний відбиток на саму якість освіти. Цьому присвячений розділ, який називається «Гендер та академічні досягнення» («Gender and Academic Achievement»). Традиційно очікувалося, що дівчата вийдуть заміж і залишатимуться вдома для того, щоб виховувати дітей і виконувати хатню роботу, тому вчителі радили дівчатам обирати такі професії, як вчителювання (teaching), сестринська справа (nursing) або соціальна робота (social work). Тому не дивно, що академічні досягнення хлопців були постійно вищими, ніж у дівчат, особливо в математиці та природничих науках (math and science). У наш час ситуація змінилася: дівчата і хлопці вивчають однакові предмети і мають рівні можливості для вибору кар'єри, однак різні очікування від дівчат і хлопців залишаються поширеними. Хоча є деякі відмінності між чоловічим і жіночим інтелектом (male and female brains), але вони настільки незначні, що не можуть впливати на досягнення хлопців і дівчат (boys' and girls' achievements), тому науковці досліджують причини гендерного розриву (gender gap). Учителі приділяють більше уваги хлопцям, заохочуючи їх виконувати більше завдань, піддаючи їх конструктивній критиці більше, ніж дівчат. Тому, у віці 9 років більшість дівчат впевнені, завзяті і позитивні (confident, assertive and positive) щодо себе. Однак, коли вони переходять до старшої школи, їх самооцінка та успішність, особливо з математики і природничих наук (self-esteem and their performances in math and science) падає, що є результатом різниці у очікуваннях від них, порівняно з тим, чого вони очікують від себе (different expectations). Структура самої школи є зразком нерівності гендерних ролей (gender-role differences): чоловіки займають керівні посади (positions of authority), такі як директор або завідувач кафедри (principals or head teachers of departments). У той час, коли приблизно три чверті вчителів – жінки, понад дві третини директорів шкіл – чоловіки. Ця атмосфера, в якій домінують чоловіки (male-dominated atmosphere), наводить на думку, що жінки потребують лідерства чоловіків (leadership of men), і надсилає фейковий меседж (fake message), що жінки нездатні займати керівні посади (incapable of holding executive jobs) (J. William, K. Brown, S. Hood, 2012: 65).

Згідно з результатами міжнародного тесту, проведеного серед п'ятнадцятирічних учнів, сьо-

годні дівчата в цілому навчаються успішно. Історично вони краще виконували завдання з читання і письма, і ця прогалина почала розширюватися. На відміну від цього прогалина в математиці та природничих науках почала закриватися (ОЕСР 2013:181). І найважливіше – більше жінок ніж чоловіків закінчують старшу школу і отримують університетську освіту. Науковці не впевнені, чому відбулися ці зміни, але існують кілька теорій. Одна з них – економічні причини для кращої успішності жінок (women's superior performance): чоловіки можуть отримати гарні посади навіть без належної освіти, що значно важче для жінок. Ще одна причина – ставлення хлопців до необхідності навчатися добре в школі відповідає поняттю «не круто» («not cool»). Нарешті, деякі освітяни вважають, що школи зараз роблять акцент на таких навичках, як читання та письмо, а також на належній поведінці, що надає перевагу дівчатам: дівчата дорослішають (mature) раніше за хлопців, дотримуються правил класу (follow classroom rules), планують наперед (plan ahead) та дотримуються термінів виконання завдань (meet deadlines). Отже, занепокоєння щодо академічних досягнень зміщується від дівчат до хлопців (shifting from girls to boys). Хлопці і молоді чоловіки мають більше соціальних проблем ніж дівчата і молоді жінки як у школі, так і після закінчення школи. Вони більш схильні скоювати злочини (commit crimes) і опинитися у в'язниці (end up in prison). Вони також більш схильні до того, щоб кидати школу (drop out of school). Молоді чоловіки частіше вчиняють самогубства (commit suicide), і у них вищий рівень смертності у автомобільних аваріях (higher death rates from automobile accidents). Ці проблеми збільшуються у молодих чоловіків, які не закінчили школу. Тому особливо важливо, щоб освітяни знайшли способи, як утримати хлопців у школі і покращити їх академічні досягнення (to find ways to keep boys in school and to improve their academic achievement) (J. William, K. Brown, S. Hood, 2012: 66).

Серед агентів соціалізації, які впливають на гендерні ролі, – батьки, однолітки і школа. Засоби масової інформації – ще один важливий агент соціалізації, про що йдеться мова у розділі «Вплив засобів масової інформації на гендерні ролі» («The Influence of Mass Media on Gender Roles»). Телебачення, реклами, фільми, журнали впливають на те, як ми розглядаємо ролі чоловіків і жінок, особливо на те, як ми думаємо і поведимося. Вони традиційно визначають жіночі ролі з точки зору дому і материнства (female role in terms of the home and motherhood), а чоловічі – роботи та

діяльності (work and action). Телевізійні реклами, наприклад, донедавна показували жінок як слухняних домогосподарок (dutiful homemakers); молодих сексуальних жінок, показували такими, що захоплюються старшими чоловіками, які курять сигарети конкретної марки (admire older men who smoke a particular cigarette brand). Також можна було побачити домогосподарок, що весело посміхаються, показуючи свої чисті ванні кімнати, або виглядають винними через те, що не використали правильний сорт господарського мила для прання одягу чоловіка (not using the right laundry soap to wash their husband's clothes). Сьогодні ситуація змінилась, і рекламодавці намагаються показувати жінок у різноманітних професійних ролях. Однак, ще досі звично побачити реклами, в яких молоді жінки позують одягненими в сексуальний одяг (sexu clothes), щоб продавати автомобілі чи інші товари (in order to sell cars or other products) (J. William, K. Brown, S. Hood, 2012: 73).

Засоби масової інформації також впливають на те як ми виглядаємо, або принаймні, як хочемо виглядати. Але фізична зовнішність (physical appearance) жінок у ЗМІ значно відрізняється від зовнішності більшості звичайних жінок: вони високі і дуже стрункі. Все це призводить до негативного сприйняття свого тіла (negative body images) у звичайних жінок. Але не тільки жінки стурбовані своїм тілом, багато молодих чоловіків також мають негативний образ тіла. На їх думку, їм слід бути більш мускулистими і спортивними (more muscular and athletic), але через їх соціалізацію не піклуватися про свою зовнішність (not to care about their appearance), їм важко обговорювати свої почуття стосовно свого тіла (to discuss their feelings about their bodies) (J. William, K. Brown, S. Hood, 2012: 73).

Жіночі стереотипи (stereotypes of women) також з'являлися у телевізійних програмах в минулому: їх показували слабкішими і пасивнішими ніж чоловіків (weaker and more passive than men). Однак, сучасні телепрограми пропонують ширше коло жіночих ролей, у яких вони представлені успішними, професійними та здатними підтримувати себе і свої родини (presented as successful, professional, and able to support themselves and their families). У фільмах жінки теж сильніші і більш незалежні (stronger and more independent), ніж вони були у минулому. Тим не менш, навіть коли жінки грають ролі успішних і наполегливих професіоналок (successful and assertive professionals), сюжетна лінія фільму пропонує, що вони також мають бути привабливими (they should be attractive, as well). Стереотипи чоловіків (stereotypes of

men) теж представлені у телевізійних програмах. Багато чоловічих персонажів зображуються здібними, сильними і готовими боротися, щоб обороняти себе та захищати інших (capable, strong, and ready to fight to defend themselves or to protect others). Користуючись своєю владою і силою, вони завойовують повагу інших чоловіків і приваблюють жінок (gain the respect of other men and attract women). Вони рідко проявляють свої емоції. Цей стереотип підсилює ідею (reinforces the idea), що чоловіки повинні завжди бути сильними і все контролювати (should always be strong and in control), і що прояв своїх почуттів це ознака слабкості (a sign of weakness). Проте, так само як і з жіночими персонажами, картина змінюється: з'являється все більше чоловічих персонажів, які готові показати прояви слабкості і здатні говорити про свої почуття (who are willing to show weakness and are able to talk about their feelings) (J. William, K. Brown, S. Hood, 2012: 74).

Дослідження «Стереотипні гендерні ролі у мультфільмах» («Cartoons Stereotype Gender Roles»), проведене Синтією Спічер та Мері Худак, показує, що з 1970 років відбулися деякі зміни у гендерних стереотипах у мультфільмах, які дивляться діти. У 1970 роки чоловічі персонажі в мультфільмах переважали жіночі у майже чотири рази. У 1997 році дослідники Спічер та Худак зняли на відео та класифікували 118 героїв з популярних суботніх мультфільмів і виявили, що співвідношення не змінилося (the ration had not changed). Вони виявили, що персонажі мультфільмів чоловічої статі були помітнішими ніж жіночі і цікавішими особистостями (more prominent than female characters and more interesting personalities). Чоловічі герої були могутніми, сильними, розумними, агресивними (powerful, strong, smart, aggressive), тощо. Час від часу у мультфільмах з'являлися жіночі персонажі, але вони були безбарвними та нудними (colorless and boring) (C. Spicher, M. Hudak, 1997).

Однак нещодавно значні позитивні зрушення у напрямі гендерної рівності спостерігаються в медіа й кіно, особливо в представленні жінок у головних ролях. У сучасних фільмах і мультфільмах образ жінки помітно змінився порівняно зі старішими стрічками. Це не просто незначні правки, а глибша зміна ролей, характерів і смислів. Наприклад, сучасні героїні діють і помиляються самі, а не чекають на «рятівника». У мультфільмах для дітей це особливо важливо – дівчата бачать ширший спектр можливостей. У мультфільмах з'являлися сильні жіночі персонажі такі, як Белль, інтелектуальний прорив свого часу, у

«Красуні і Чудовиську», Анна, емоційна, дієва, неідеальна, у «Крижаному серці», Блум, активна героїня з магичною силою, у «Клуб Вінкс: Школа чарівниць», та інші.

Загалом, засоби масової інформації продовжують представляти як жінок, так і чоловіків у стереотипних формах (in stereotyped ways), що обмежує наше сприйняття людських можливостей (our perceptions of human possibilities). Чоловіки, зазвичай, зображуються активними, авантюрними, могутніми, сексуально агресивними та здебільшого не залученими у людські стосунки (largely uninvolved in human relationships). Настільки ж відповідає культурним поглядам на гендер і зображення жінок як сексуальних об'єктів (sex objects), які зазвичай молоді, худі, красиві, пасивні, часто некомпетентні і тупі (young, thin, beautiful, passive, dependent, and often incompetent and dumb). Жіночі персонажі направляють свою головну енергію на покращення своєї зовнішності та піклування про домівки і людей (improving their appearances and taking care of homes and people).

Через те, що медіа пронизують наше життя, засоби, якими вони неправильно представляють гендери (misrepresent genders), може спотворювати те, як ми бачимо себе і те, що ми сприймаємо як нормальне і бажане для чоловіків та жінок (J. T. Wood, 1994: 32).

Висновки. Огляд досліджень показує, що меседжі щодо гендеру та гендерних ролей усюди навколо нас. Спочатку соціалізація в гендерні ролі відбувається в сім'ї, але згодом вони підсилюються іншими агентами такими, як школа, роботодавці і засоби масової інформації. Оскільки гендер – це основа для соціальної нерівності, тобто, привілеї і доступ для певних груп, але не для всіх, тому особливо важливо розуміти ці меседжі стосовно гендеру та гендерних ролей. Суспільство і культура має значний вплив на підтримання гендерних стереотипів і гендерних ролей, передаючи їх наступним поколінням через різні інституції соціалізації, і таким чином підсилюючи їх, тому вивчення гендерного змісту і його компонентів англійською мовою є надзвичайно важливим для студентів соціологічних факультетів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вілкова О.Ю. Перспективи розвитку гендерної теорії. Габітус. №58/2024. С. 31-35 URL: http://habitus.od.ua/journals/2024/58-2024/58_2024.pdf (дата звернення: 16.12.2025)
2. Гендерні стереотипи та ставлення громадськості до гендерних проблем в українському суспільстві / Саєнко Ю.І. та ін. Центр соц. експертиз Інституту соціології НАН України: монографія. Київ. 2007. 145 с.
3. Микитенко Н. Чинники формування змісту навчальної дисципліни “Іноземна мова професійного спрямування”. Вісник Львів. ун-ту. Серія педаг., 2010. Вип. 26. С. 93-103
4. OECD Factbook 2013: Economic, Environmental and Social Statistics, OECD Publishing. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/factbook-2013-en> (дата звернення: 16.12.2025).
5. Richardson L. The Dynamics of Sex and Gender: A Sociological Perspective. New York: McGraw-Hill 1977. с. 1–25, 63–89.
6. Spicher C.H, Hudak M.A. Gender Role Portrayal on Saturday Morning Cartoons: An Update: Presentation. Allegheny College. URL: <https://www.newswise.com/articles/cartoons-still-stereotype-gender-roles> (дата звернення: 16.12.2025)
7. Williams J., Brown K, Hood S. Academic Encounters. Life in Society. Reading. Writing. 2nd Edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2012. P. 5-73
8. Wood J. T. Gendered media: The influence of media on views of gender / Gendered lives: Communication, gender, and culture. Boston: Wadsworth Cengage Learning. 2011, P. 231–244.

REFERENCES

1. Vilкова O.Iu. (2024). Perspektyvy rozvytku gendernoi teorii. [Prospects for the development of gender theory]. Hibitus. №58. S. 31-35 URL:http://habitus.od.ua/journals/2024/58-2024/58_2024.pdf [in Ukrainian].
2. Saienko Yu.I. (2007). Genderni stereotypy ta stavlennia hromadskosti do gendernykh problem v ukrainському suspilstvi. [Gender stereotypes and public attitudes toward gender issues in Ukrainian society]. Materialy doslidzhennya, Tsentr sotsial'nykh ekspertyz Instytutu sotsiologii NAN Tsentr sots. ekspertyz Instytutu sotsiologii NAN Ukrainy: monohrafiia. Kyiv. 145 s. [in Ukrainian].
3. Mykytenko N. (2010). Chynnyky formuvannia zmistu navchalnoi dystsypliny “Inozemna mova profesiinoho spriamuvannia”. [Factors of the ESP course syllabus design]. Visnyk Lvivskogo universytetu. Seriya Pedag. Vyp. 26. S. 93-103. [in Ukrainian].
4. OECD Factbook. (2013): Economic, Environmental and Social Statistics, OECD Publishing. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/factbook-2013-en>
5. Richardson L. (1977). The Dynamics of Sex and Gender: A Sociological Perspective. New York: McGraw-Hill. P. 1–25, 63–89.
6. Spicher C.H., Hudak M.A. (1997). Gender Role Portrayal on Saturday Morning Cartoons: An Update: Presentation. Allegheny College.
7. Williams J., Brown K, Hood S. (2012). Academic Encounters. Life in Society. Reading. Writing. 2nd Edition. Cambridge: Cambridge University Press. P. 5-73
8. Wood J.T. (2011). Gendered media: The influence of media on views of gender. Gendered lives: Communication, gender, and culture. Boston: Wadsworth Cengage Learning. P. 231–244.

Дата першого надходження рукопису до видання: 21.11.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 19.12.2025

Дата публікації: 31.12.2025