

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Соціологічний факультет

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) перший
(бакалаврський)

Спеціальність 054 - Соціологія

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Завідувачка кафедри прикладної
соціології та соціальних
комунікацій**

_____ **Ірина СОЛДАТЕНКО**
підпис

“ ____ ” _____ 20__ року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ПРОЄКТ)

_____ Чічерова Аліна Денисівна
(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи «Феномен Барбі: трансформація гендерних уявлень»
керівниця роботи старша викладачка Світлана Миколаївна Аніпченко
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від «08» травня 2024 року №1006-5/921

2. Строк подання студентом роботи 24 травня 2024 року

3. Перелік питань, які потрібно розробити

- 1) Дослідити теоретичні основи гендерних уявлень та їх трансформації.
- 2) Проаналізувати розвиток гендерних уявлень в історичному та сучасному контекстах.
- 3) Вивчити роль образу Барбі у формуванні гендерних уявлень і стереотипів.
- 4) Провести емпіричне дослідження впливу образу Барбі на сприйняття гендерних ролей серед дітей та дорослих.
- 5) Дослідити медійне представлення образу Барбі у мультфільмах, фільмах та рекламі.
- 6) Вивчити вплив образу Барбі на самосприйняття та самооцінку дітей.
- 7) Сформулювати висновки та рекомендації на основі проведеного дослідження.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Проаналізувати наукову літературу за темою дослідження.
2	Вивчити теоретичні основи трансформації гендерних уявлень.
3	Проаналізувати розвиток гендерних уявлень в історії та сучасному суспільстві.
4	Дослідити розміщення образу Барбі в контексті гендерних уявлень.
5	Розглянути історію та еволюцію образу Барбі.
6	Дослідити розвиток образу Барбі в мультфільмах, фільмах та рекламі.
7	Проаналізувати вплив образу Барбі на гендерні уявлення, ролі та стереотипи.
8	Провести онлайн опитування дорослих та дітей на тему впливу образу Барбі.

9	Здійснити аналіз результатів онлайн опитування.
10	Проаналізувати образ Барбі в мультфільмах, фільмах та рекламі.
11	Аналізувати трансформацію образу Барбі крізь роки шляхом порівняння перших та останніх візуальних медіа.
12	Сформулювати висновки та рекомендації на основі проведеного дослідження.

5. Дата видачі завдання «21» вересня 2023 року.

Студентка



підпис

Аліна Чічерова

ім'я, прізвище

Керівниця роботи



підпис

Світлана АНІПЧЕНКО

ім'я, прізвище

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА
СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

**Пояснювальна записка
до кваліфікаційної роботи
на тему
«ФЕНОМЕН БАРБИ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ГЕНДЕРНИХ УЯВЛЕНЬ»**

Виконала: студентка 4 курсу групи ССК-41
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 054 Соціологія
Чічерова Аліна Денисівна
Керівниця: старша викладачка
Аніпченко Світлана Миколаївна

Харків – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
1 ЕВОЛЮЦІЯ ГЕНДЕРНИХ УЯВЛЕНЬ В ІСТОРІЇ ТА СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	8
1.1 Теоретичні основи трансформації гендерних уявлень.....	8
1.2 Розвиток гендерних уявлень в історії та сучасному суспільстві	14
1.3 Образ Барбі в контексті гендерних уявлень	18
Висновки до розділу 1.....	19
2 ФЕНОМЕН БАРБІ: ІСТОРІЯ ТА РОЗВИТОК	21
2.1 Історія та еволюція образу Барбі	21
2.2 Розвиток образу Барбі в мультфільмах, фільмах та рекламі	27
2.3 Вплив Барбі на гендерні стереотипи	33
Висновки до розділу 2.....	36
3 АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ОБРАЗУ БАРБІ.....	38
3.1 Аналіз результатів опитування.....	38
3.2 Аналіз образу Барбі у мультфільмах, фільмі та рекламі.....	40
3.3 Рекомендації використання образу Барбі у сучасній рекламі та мультиплікації	54
Висновки до розділу 3.....	56
ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61

ВСТУП

Актуальність теми дипломної роботи обумовлена тим, що у світі сучасної культури та масових медіа існують символи, які впливають на формування гендерних уявлень та стереотипів. Одним із таких символів, що відіграє значущу роль у формуванні гендерної ідентичності, є легендарна лялька Барбі. З дня свого створення у 1959 році, Барбі стала не лише іграшкою, а й об'єктом дослідження для розуміння впливу на культурні та гендерні уявлення.

Ця дипломна робота присвячена аналізу феномену Барбі та його впливу на трансформацію гендерних уявлень у сучасному суспільстві. Шляхом дослідження історії та еволюції цієї ляльки, а також аналізу рекламних кампаній, фільмів та інших аспектів її існування, мета цієї роботи полягає в розкритті впливу Барбі на формування гендерних стереотипів та уявлень про ідеальну жіночість у сучасному світі.

Дослідження феномену Барбі є актуальним у контексті постійних змін у гендерних ролях та пошуку рівності між чоловіками та жінками. Розуміння впливу цієї культурної ікони на формування гендерних уявлень може сприяти розвитку більш свідомого та рівноправного суспільства.

Метою цієї дипломної роботи є аналіз феномену Барбі як символу та його впливу на трансформацію гендерних уявлень у сучасному суспільстві. Через призму історії, культурних контекстів та медіа-представлення, дослідження спрямоване на виявлення ролі Барбі у формуванні гендерних стереотипів та сприяння усвідомленню різноманітності гендерних ідентичностей.

Завдання дипломної роботи:

- аналіз основних теоретичних підходів до гендерних уявлень;
- історичний огляд розвитку гендерних ролей і стереотипів;

- дослідження впливу образу Барбі на формування гендерних стереотипів;
- огляд історичного розвитку ляльки Барбі;
- аналіз змін у візуальному стилі та поведінці Барбі в анімаційних фільмах;
- провести емпіричне дослідження та проаналізувати його дані для рекомендацій.

Об'єктом дослідження є феномен ляльки Барбі та її вплив на трансформацію гендерних уявлень у сучасному суспільстві

Предметом дослідження є роль ляльки Барбі у формуванні гендерних стереотипів.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному аналізі феномену Барбі та його впливу на трансформацію гендерних уявлень, що раніше не було предметом окремого дослідження. Отримані результати можуть стати основою для подальших наукових розвідок у галузі гендерних студій та культурології.

1 ЕВОЛЮЦІЯ ГЕНДЕРНИХ УЯВЛЕНЬ В ІСТОРІЇ ТА СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

1.1 Теоретичні основи трансформації гендерних уявлень

Кінець XX та початок XXI століть ознаменувалися швидкими та інтенсивними змінами у світовому масштабі. Довготривалий розподіл на дві соціально-економічні системи перестав існувати; виникло нове бачення регулювання відносин між країнами в економічній, політичній та культурній сферах. Також були створені принципово нові технології зв'язку та обробки інформації.

Світ активно переходить до нової системи взаємодії з природним середовищем, а також з матеріальною та духовною культурою, які формувалися протягом тисячоліть. Темпи змін у майже всіх сферах людського життя стали настільки високими, що вони вимагають суттєво іншого підходу до свідомості, поведінки як окремих людей, так і різних соціальних спільнот. Це нове середовище, нова соціальна реальність, яка ставить перед людьми завдання знайти нові способи гармонійного та стійкого співіснування з оточуючим природним і штучним світом [5].

Процес відтворення життя і соціальної поведінки пов'язують із таким явищем, як стереотипи людської життєдіяльності. Цей термін був вперше введений у 1920-х роках і спочатку мав негативну конотацію, позначаючи ригідність і застарілість думок та поведінки окремих людей. Стереотипи вважалися перешкодою для розвитку та адаптації, оскільки вони базувалися на закріплених уявленнях, які не відповідали новим соціальним та культурним реаліям.

Спочатку дослідники розглядали стереотипи як явище, яке потрібно подолати, оскільки вони були пов'язані з обмеженістю сприйняття та неспроможністю адекватно реагувати на зміни в суспільстві. Однак пізніші дослідження виявили, що стереотипи можуть мати глибші характеристики та

відігравати важливу роль у формуванні поведінки та соціальних моделей як окремих індивідів, так і цілих спільнот.

Таким чином, сучасний підхід до стереотипів визнає, що вони можуть мати певну функціональну цінність, допомагаючи структурувати досвід, створювати ідентичність та полегшувати соціальну взаємодію. Водночас визнається, що надмірна залежність від стереотипів може бути шкідливою, перешкоджаючи прогресу та адаптації до нових умов [11].

Стереотип зазвичай розуміють як певний шаблон або схему, за якою індивід діє чи інтерпретує світ. Таке трактування ввів Уолтер Ліппман у середині 1920-х років, коли він використав цей термін для опису особливостей масової свідомості. Ліппман розглядав стереотип як впорядковану, схематичну картину світу, яка формується під впливом культури й перебуває у свідомості людини.

Для Ліппмана стереотип — це певне кліше, яке є схемою, що визначає специфічні види людської діяльності. Іншими словами, стереотипи можуть встановлювати як напрям, так і зміст не лише думок, а й поведінки індивідів. Вони виступають свого роду ментальними матрицями, які дозволяють людям швидко обробляти інформацію, але водночас можуть обмежувати креативність та відкритість до нових ідей.

Стереотипи, за таким підходом, впливають на те, як люди сприймають реальність і взаємодіють із нею. Це може мати як позитивні, так і негативні наслідки: з одного боку, стереотипи допомагають спростити складні реалії, але з іншого — вони можуть підтримувати хибні або застарілі уявлення, що призводить до стереотипної поведінки та обмеженого світогляду.

Гендерні стереотипи виникають через те, що відносини між чоловіками та жінками в суспільстві історично будувалися з урахуванням відмінностей у фізіологічних і психологічних особливостях чоловічого й жіночого організму. Ці відмінності, які в значній мірі мають біологічну основу, призводять до формування різних соціальних норм і очікувань щодо поведінки та ролей людей залежно від їхньої статі [7].

Історично, ці гендерні стереотипи відображали розподіл ролей у суспільстві, де чоловікам часто відводили активні, захисні, або керівні ролі, а жінкам — більш пасивні, доглядові, або підпорядковані. З часом ці стереотипи закріплювалися в культурі, освіті, законодавстві та інших аспектах соціального життя, створюючи стійкі очікування щодо того, як чоловіки та жінки повинні поводитися, чого від них чекати і які ролі вони повинні виконувати.

Хоча гендерні стереотипи можуть базуватися на деяких реальних відмінностях між статями, вони часто призводять до обмеження можливостей і нерівності. Сучасні дослідження показують, що людина не повинна бути обмежена у своїх виборах лише через те, що очікується на основі її статі. Тому багато сучасних ініціатив і рухів спрямовані на подолання гендерних стереотипів і створення більш справедливих і рівних можливостей для всіх, незалежно від статевої приналежності.

Дослідження, які вивчають основи створення певних стереотипів, вказують, що особливості реальності та закладені в природі риси сприяли формуванню певної гендерної системи в суспільстві. Хоча нові соціальні умови вимагають змін у взаємовідносинах між статями, слід пам'ятати, що стереотипи досить стійкі. Це означає, що зміни в гендерних моделях відбуваються повільно і можуть спричиняти внутрішню дезорієнтацію у людей щодо їхнього власного ставлення до своєї статі та інших. Цьому сприяє й те, що засоби масової інформації та сучасна література пропагують нові образи чоловіків і жінок [1].

Правила у взаємовідносинах між статями допомагають формувати та регулювати схеми колективної поведінки. Якщо ці правила строго дотримуються жінками та чоловіками, виникають гендерні стереотипи як соціальне явище. Вони набувають природного статусу і передаються з покоління в покоління, ставши частиною суспільних норм. Коли правила перетворюються на норми, вони стають більш жорсткими і чіткими, впливаючи на структуру суспільства та його управління. В такому контексті

людина вважається частиною суспільства настільки, наскільки вона дотримується цих стереотипних схем.

У таких умовах соціальні суб'єкти не можуть легко відходити від стереотипів, оскільки культура, в якій вони живуть, досить стійка, вимагаючи стабільних моделей поведінки. Це підтверджує, що гендерні стереотипи мають як позитивні, так і негативні аспекти, і вимагають критичного осмислення.

Зараз в українському суспільстві відбуваються зміни, які створюють нових учасників соціальної реальності, що вимагає нових стереотипів, відмінних від традиційних. Це потрібно, оскільки ситуації, що виникають, не відповідають попередньому досвіду, і взаємодія з ними потребує нового підходу.

Багато дослідників відзначають, що українське суспільство знаходиться в процесі створення нових стереотипів, у тому числі гендерних. Є різні гіпотези щодо того, як будуть змінюватися взаємовідносини між статями, як на рівні окремих індивідів, так і на загальному соціальному рівні. Розглядаються два основних варіанти: відновлення патріархальних моделей взаємодії або перехід до егалітарних стосунків. Оскільки патріархат вже не відповідає сучасним потребам, люди шукають нові способи об'єднання колишнього досвіду, щоб пояснити зміни в суспільстві [9].

Соціологічні дослідження підтверджують, що суспільство дійсно перебуває на цьому проміжному етапі формування нових гендерних стереотипів. Вже розпочався процес відкидання деяких старих стереотипів, оскільки вони не відображають сучасну реальність. Проте новий стереотип, який би об'єднав у собі різні аспекти сучасної життєдіяльності, ще не сформувався. Потрібен час і подальші зміни, щоб цей новий стереотип, який відображатиме більш комплексний підхід до гендерних ролей, став реальністю і міг пояснити сучасні соціальні явища.

Соціальні стереотипи складно досліджувати, оскільки вони є спрощеними уявленнями про соціальні явища, закоріненими в культурі та

поведінці людей. Вони допомагають орієнтуватися в типових ситуаціях, пропонуючи зручний шаблон поведінки, але можуть обмежувати можливість об'єктивного оцінювання реальності. Навіть коли людина об'єктивно усвідомлює гендерні стереотипи, вона все одно може діяти відповідно до них у повсякденних ситуаціях.

Зміна стереотипів — складний і тривалий процес, який може викликати негативні емоції. Перша стадія полягає в тому, щоб звикнути до нових ідей, знизити опір і почати переглядати усталені погляди. Згідно з соціологічними дослідженнями, українське суспільство перебуває на цій початковій стадії, але вже є певний прогрес у напрямку переоцінки гендерних стереотипів.

Незважаючи на обмеження, соціальні стереотипи відіграють важливу роль, дозволяючи швидко реагувати на зміни в реальності та прискорюючи процес пізнання. Однак вони можуть бути неточними, створюючи хибні уявлення, які затримують розвиток і деформують міжособистісну взаємодію. Гендерні стереотипи особливо піддатливі цьому ризику, оскільки можуть застаріти або неправильно відображати соціальні реалії [14].

Стереотипи про роль чоловіків і жінок у суспільстві, норми поведінки та взаємодію часто мають суперечливий характер, але вони формують певну внутрішню єдність у свідомості людей. Ця єдність, хоча і може змінюватися залежно від культури, віку, освіти та інших факторів, служить свого роду системою координат, яка допомагає орієнтуватися в соціальній реальності. Важливо пам'ятати, що така система координат може бути як конструктивною, так і руйнівною, залежно від того, наскільки вона відповідає сучасним умовам та потребам.

Загальна гендерна картина світу являє собою складну систему, утворену локальними гендерними картинами світу: одна з них сформувалась у релігії, інша — в літературі та різних сферах мистецтва, третя представлена в науці, четверта знаходить відображення у засобах масової інформації тощо. Важко знайти такий соціальний інститут, який би явно чи латентно, імпліцитно чи у суворо визначених категоріях, розгорнуто чи стисло не мав

власної гендерної картини. Під гендерною картиною сучасного суспільства розуміється впорядкована, відносно однорідна та внутрішньо пов'язана сукупність ідеалів, орієнтацій, установок, у яких знаходить відображення соціокультурна диференціація статей [4]. Стрижнем цієї єдності і виступають гендерні стереотипи, що пронизують різні рівні гендерної картини світу та містять у собі цілісне ставлення через носіїв стереотипних уявлень до соціокультурних особливостей статей. Щоб нормально функціонувати в суспільстві жінці чи чоловіку, необхідно кожному опанувати гендерну культуру свого суспільства, тобто ту сукупність цінностей, які склалися в тому чи іншому суспільстві, відшліфувалися ним у перебігу історії, і їй мусить підлягати кожен індивід, дотримуючись норм, закріплених у гендерних стереотипах, і щодо чоловіка, і щодо жінки. Гендерна культура пов'язана зі статевою специфікою людей та їх життєтворчістю. У фундаменті гендерної культури лежить міжстатевий поділ праці, що надає їй характеру біполярності, без такого поділу не існує жодне суспільство. У кожному суспільстві, державі існує гендерна ідеологія маскулінності та фемінності, між ними йде змагання за інтереси, суспільні принципи і норми, що склалися історично. І в цьому розрізі гендерні стереотипи потрібно вивчати не тільки в динамічному суспільному розвитку як такі, але й у зв'язку з відкритими суспільствами, різноманітними культурними, діловими зв'язками та контактами між народами світу.

Дослідження вказують, що в українському суспільстві спостерігається зміщення гендерних ролей. Зокрема, зростає домінування жіночих цінностей, що призводить до зміщення виховання чоловіків у бік більшої фемінізації. Це особливо помітно серед молодого покоління, яке є «продуктом» сучасних суспільних змін.

Молоді чоловіки в Україні стають більш фемінізованими, переймають поведінкові моделі, які традиційно вважалися жіночими. Водночас, молоді жінки стають більш маскулінізованими, прагнуть до поведінки, характерної для чоловіків. Це явище пов'язують з культурними факторами та

особливостями виховання, де роль батька часто менш виражена через високий рівень розлучень та зростання кількості неповних сімей. Внаслідок цього, чоловіки можуть відкидати типово маскулінні моделі і більше приймати фемінні сценарії поведінки.

У висновку зазначається, що гендерні стереотипи – це стійкі програми сприйняття і поведінки, що ґрунтуються на прийнятих у культурі нормах. Гендерна система суспільства може мати як конструктивні, так і деструктивні аспекти, оскільки стереотипи полегшують орієнтацію в мінливому світі, але водночас можуть закріплювати застарілі моделі поведінки.

Сучасний соціум в Україні перебуває на етапі трансформації, що вимагає нових гендерних стереотипів. Зміна гендерної системи може йти в різних напрямках: або до егалітарного підходу, або до збереження патріархальних моделей. Загальна тенденція вказує на все більшу фемінізацію чоловіків і маскулінізацію жінок, що може мати значний вплив на майбутнє гендерних відносин в Україні.

1.2 Розвиток гендерних уявлень в історії та сучасному суспільстві

Гендерні концепції значно змінювалися з плином часу, відображаючи перехід від консервативних уявлень про роль статей до сучасних, прогресивних підходів. Історія розвитку гендерних концепцій пов'язана з культурними, соціальними та політичними змінами. В історичному контексті, у багатьох ранніх цивілізаціях, ролі чоловіків і жінок були чітко визначені: чоловіки займалися політикою та війною, часто вважалися главами сімей, а жінки зосереджувалися на домашніх обов'язках. Суспільні норми, релігійні вірування та правові системи підтримували такий поділ.

У період Середньовіччя та Ренесансу жіноча роль залишалася здебільшого обмеженою домашнім життям, хоча з'явилися деякі видатні жінки, як-от королеви та письменниці, які кидали виклик традиційним

стереотипам. Період Просвітництва та 19 століття приніс нові ідеї рівності та прав людини. З'являються перші голоси, що закликають до гендерної рівності, як-от рух суфражисток, який виступав за право жінок голосувати [9].

20 століття стало періодом великих змін у гендерних концепціях. Після світових воєн, коли жінки масово брали участь у робочій силі, виникли нові уявлення про їхні можливості та права. Рухи за громадянські права, фемінізм другої хвилі та боротьба за гендерну рівність призвели до змін у законах і суспільних нормах, таких як заборона дискримінації за статтю, легалізація рівних зарплат і право жінок обирати кар'єру.

21 століття продовжило цю тенденцію, особливо з акцентом на гендерній ідентичності та різноманітності. Сучасне суспільство визнає, що гендер не є виключно двійковим поняттям, а спектром, і поступово відходить від обмежених уявлень про ролі чоловіків і жінок. Поява рухів за права ЛГБТК+, а також гендерних теорій, які розглядають гендер як соціальну конструкцію, сприяє розвитку більш інклюзивних та різноманітних поглядів.

Інтеграція гендерної перспективи в освіту та політику також стала важливим аспектом у формуванні нових поколінь. Це включає вивчення ролі жінок у різних сферах історії, науки, культури, а також створення рівних можливостей для освіти та кар'єри. У політиці та праві зміни, які сприяють гендерній рівності, такі як закони про рівну оплату праці та боротьба з дискримінацією, мають вирішальне значення для прогресу суспільства. Гендерна рівність, визнання та включення різноманітності залишаються центральними у сучасному дискурсі та продовжують розвиватися в міру того, як суспільство рухається вперед [15].

Історія розвитку гендерних уявлень демонструє, як поступове включення гендерної перспективи в дослідження різних сфер життя, таких як сім'я, праця, політика, релігія, освіта та культура, сприяло ширшому розумінню соціальних структур і взаємодій. Раніше дослідження історії часто були зосереджені на діяльності чоловіків, що створювало викривлений

погляд на минуле. Проте перехід від «історії чоловіків» до гендерної історії дозволив глибше вивчати усі аспекти суспільства та зрозуміти, як гендерні відносини впливають на соціальні процеси.

Цей підхід призвів до відкриття більш складних і різноманітних гендерних ролей, які виявлялися в минулому. Гендерна історія дала можливість аналізувати, як різні суспільства та культури формували гендерні стереотипи, і як ці стереотипи змінювалися з плином часу. Вона допомогла зрозуміти, що гендер – це не просто питання біологічної статі, а складний концепт, який охоплює соціальні, культурні та психологічні аспекти.

Відкриття нових перспектив у гендерній історії мало значний вплив на те, як ми розглядаємо минуле і сучасність. Воно допомогло підкреслити внесок жінок та інших недомінантних груп у різні сфери життя, включно з політикою, наукою, культурою та релігією. Це також дозволило висвітлити ті обмеження і дискримінацію, які мали місце через гендерні стереотипи, а також сприяло розвитку більш інклюзивного суспільства [3].

Вивчення гендерної історії розкриває, що зміни у сприйнятті гендеру відображають ширші зміни у суспільних цінностях та структурах. Важливість розуміння гендеру як багатогранного аспекту людської ідентичності стає все більш очевидною, що допомагає просувати ідеї гендерної рівності і створювати умови для того, щоб усі люди, незалежно від статі або гендерної ідентичності, могли мати рівні можливості і права.

Гендерні уявлення в історії розвивалися шляхом інтеграції гендерної перспективи в дослідження різних сфер життя, таких як сім'я, праця, політика, релігія, освіта та культура. Перехід від «історії чоловіків» до гендерної історії дозволив дослідникам більш глибоко зрозуміти динаміку гендерних відносин та розкрити ролі жінок, які раніше залишалися в тіні. Це сприяло тому, що гендер стали сприймати як складний концепт, який впливає на розподіл влади та соціальні ієрархії.

Зростання гендерних досліджень в Україні, зокрема впровадження спеціальних курсів з гендерної проблематики у вищих навчальних закладах,

стало важливим кроком у напрямку гендерної рівності. Це відображає прагнення суспільства до побудови гендерної демократії та інтеграції гендерного підходу в освіту та інші сфери. Ці зміни сигналізують про зростання уваги до питань гендерної рівності та визнання важливості гендерної перспективи у сучасному суспільстві.

Однією з ключових подій у розвитку гендерних уявлень став перегляд концептуального апарату та методологічних принципів «жіночої історії». Цей процес призвів до становлення гендерної історії як окремого напрямку, що дозволило досліджувати не лише ролі жінок, але й взаємовідносини між статями в різних соціальних контекстах. Такий підхід відкрив можливості для більш комплексного розуміння історичних процесів та ролі гендеру в них.

Загальний прогрес у розумінні гендеру як важливого аспекту ідентичності та суспільної структури відображається в розвитку гендерної термінології та підходів до її трактування. Гендерна термінологія стала більш гнучкою, дозволяючи враховувати широкий спектр ідентичностей та ролей. Це сприяє формуванню більш інклюзивного суспільства, де гендер сприймається не як щось задане, а як динамічний та багатогранний аспект людської ідентичності [24].

У сукупності ці процеси демонструють, що ключовими історичними подіями, що вплинули на розвиток гендерних уявлень, стали зміна методологічних підходів в історичних дослідженнях, інституціоналізація гендерних студій та загальне визнання гендеру як фундаментального соціального концепту. Ці події не лише змінили наше розуміння минулого, але й заклали основу для майбутніх змін у бік більшої гендерної рівності та інклюзивності.

1.3 Образ Барбі в контексті гендерних уявлень

Барбі, створена компанією Mattel у 1959 році, стала одним із найбільш впізнаваних стереотипних образів, що мають вплив на формування

гендерних уявлень у суспільстві. Впродовж десятиліть Барбі була уособленням певного типу краси і жіночності, що часто асоціювався з традиційними ролями жінок у суспільстві. Переважно це були образи домогосподарки, моделі або принцеси, що закріплювало ідею про те, що жінка має відповідати певному стандарту зовнішності й обирати кар'єри та інтереси, пов'язані з доглядом за будинком, модою або казковими сюжетами.

Такий підхід має суттєвий вплив на дітей, які граються з цими ляльками, оскільки вони формують уявлення про те, якою має бути жінка в суспільстві і яку роль вона повинна відігравати. Ці стереотипні уявлення можуть мати тривалий вплив, впливаючи на вибір життєвого шляху, кар'єри та особисті інтереси молодих дівчат [35].

Проте, дослідники також відзначають, що образ Барбі не є однозначним. Протягом останніх десятиліть, компанія Mattel почала вводити ляльки, які відображають ширший спектр професій та життєвих ролей. Барбі в образі лікаря, пілота, астронавта або інженера кидає виклик традиційним стереотипам і демонструє, що жінки можуть бути успішними в різноманітних професіях. Ці нові образи Барбі можуть сприяти розширенню гендерних уявлень і заохочувати дівчат до прагнення різноманітних кар'єр та досягнень.

Вплив Барбі на формування гендерних уявлень у суспільстві є складним і суперечливим. З одного боку, традиційні образи можуть закріплювати стереотипи, тоді як сучасні інтерпретації підштовхують до більшої різноманітності та прийняття нетрадиційних ролей. Таким чином, вплив Барбі залежить від того, який саме аспект її образу підкреслюється та які цінності транслуються через ляльку до широкої аудиторії, особливо до дітей.

Серед критики Барбі часто згадують, що вона може сприяти закріпленню гендерних стереотипів. Лялька традиційно асоціюється з фемінними ролями, такими як домогосподарка, модель, принцеса або дружина. Ці ролі можуть наголошувати на важливості зовнішнього вигляду, підкреслюючи стереотипні уявлення про те, що жінка повинна бути

красивою і займатися «традиційно жіночими» справами. Через це діти, граючись Барбі, можуть підсвідомо приймати такі образи як «норму» та формувати уявлення про обмеженість можливостей для жінок.

Це може мати наслідки у дорослому житті, коли діти, які виросли з такими уявленнями, можуть мати упередження щодо ролей чоловіків і жінок у суспільстві. Вони можуть відчувати тиск відповідати певним стандартам, що обмежує їхні вибори у професіях, стилях життя чи навіть у вираженні себе.

З іншого боку, деякі дослідники вказують, що Барбі також може мати позитивний вплив, оскільки вона представлена в різних професійних ролях. Сучасні версії ляльки Барбі демонструють її як лікаря, вчену, інженера, астронавта та в інших професіях, які традиційно вважаються «чоловічими». Це може сприяти розширенню гендерних уявлень, показуючи дітям, що жінки можуть бути успішними у різних сферах [31].

Тим не менш, загальний консенсус полягає в тому, що вплив Барбі на формування гендерних уявлень у дітей складний і неоднозначний. Він може варіюватися залежно від контексту, в якому діти взаємодіють з лялькою, і від того, які інші впливи вони отримують від сім'ї, освіти та суспільства. У будь-якому випадку, важливо, щоб батьки і вихователі критично підходили до вибору іграшок та забезпечували дітям широкий спектр рольових моделей, щоб сприяти їхньому всебічному розвитку.

Висновки до розділу 1

Підсумовуючі наше теоретичне вивчення, зазначимо, що кінець XX – початок XXI століть ознаменувався стрімкими та інтенсивними змінами глобального масштабу. Ці зміни призвели до появи нових поглядів на регулювання відносин між країнами в економічній, політичній та культурній сферах, а також до розвитку інноваційних комунікаційних технологій та технологій обробки інформації. Прискорився перехід до нової системи взаємодії з навколишнім природним середовищем, матеріальною і духовною

культурою, що вимагало істотних змін в індивідуальній і суспільній поведінці. Стереотипи людського життя та поведінки, які спочатку сприймалися негативно через їх жорсткість і застарілість, були переоцінені, щоб визнати їхню функціональну цінність у структуруванні досвіду, створенні ідентичності та полегшенні соціальної взаємодії. Проте надмірна залежність від стереотипів може перешкоджати прогресу та адаптації до нових умов. Гендерні стереотипи, вкорінені в історичних гендерних ролях, вплинули на суспільні норми та очікування, призводячи до обмежень і нерівності. Сучасні ініціативи спрямовані на подолання гендерних стереотипів та сприяння рівним можливостям для всіх людей незалежно від статі. Українське суспільство, що розвивається, зазнає змін, які потребують нових стереотипів, відмінних від традиційних, для вирішення нових ситуацій та взаємодій. Дослідження досліджують різні гіпотези щодо майбутнього гендерних відносин, враховуючи перехід до егалітарних відносин, оскільки патріархальні моделі більше не відповідають сучасним потребам.

2 ФЕНОМЕН БАРБІ: ІСТОРІЯ ТА РОЗВИТОК

2.1 Історія та еволюція образу Барбі

Лялька Barbie є однією з найвідоміших іграшок у світі з історією, яка налічує понад 65 років. Вперше створена в США, Barbie стала символом альтернативи стандартним лялькам того часу, пропонуючи маленьким дівчаткам можливість гратися з гарною дорослою лялькою, а не з традиційними пупсиками. З моменту своєї появи Barbie стала багатогранною фігурою, яка випробувала різні професії, образи та рольові сценарії, зберігаючи свою популярність у різні десятиліття. Вона стала також втіленням різних епох, вбираючи в себе риси та тенденції кожного покоління, у якому була популярна [1].

Барбі продовжує залишатися культурним феноменом, представляючи широкий спектр варіантів ідентичності, від класичних до сучасних. Її історія відображає зміни у суспільстві та зміну уявлень про жіночі ролі, кар'єрні можливості та стандарти краси. Вона залишається не тільки популярною іграшкою, але й джерелом натхнення для багатьох дітей, даючи їм можливість уявити себе у різних ролях і ситуаціях.

День народження ляльки Barbie припадає на 9 березня, що робить цей день чудовою нагодою відзначити її вплив на іграшкову індустрію та суспільство загалом. Це також гарний час, щоб переглянути історію Барбі, розглянути її розвиток і вплив на культурну та гендерну динаміку, а також оцінити, як змінювався світ разом із нею.

Лялька Barbie, чиє повне ім'я Барбара Мілісент Робертс, вперше з'явилася у маленькому містечку штату Вісконсін. У 1950-х роках, коли була створена ця культова лялька, її образ був натхненний гламурними персонажами із німецьких коміксів. Барбі мала виразний макіяж, тонкі брови, короткий чубчик, а її фігура була вкрай стрункою з осиною талією. Вона носила смугастий купальник, що було типовим для моди тієї епохи. Її

зовнішність часто порівнювали із голлівудськими зірками, такими як Елізабет Тейлор, Мерилін Монро, і Одрі Гепберн.

Ідея створення ляльки Barbie належить Рут Хендлер, яка звернула увагу на те, як її донька грала з паперовими ляльками, які можна було одягати та прикрашати. Це надихнуло Рут на створення іграшки, що могла б стати подружкою, зразком для наслідування, і одночасно модним аксесуаром. Коли Барбі з'явилася в 1959 році, її успіх був миттєвим: було продано понад 300 тисяч ляльок, що стало тріумфом для компанії Mattel. Цей тренд продовжує зростати, і за даними статистики, щосекунди в світі продаються дві ляльки Barbie [9].

Спочатку реклама позиціонувала Барбі як «Teenage Fashion Model», яка вчиться в коледжі. Однак, її зовнішність та пропорції тіла не відповідали підлітковому образу. Компанії Mattel знадобилося багато перевипусків, щоб відповідати заявленому іміджу і зробити зовнішній вигляд ляльки більш реалістичним. З часом Барбі стала більш інклюзивною, з різними етнічними та фізіологічними характеристиками, відображаючи зростаючу різноманітність та інклюзивність сучасного суспільства.

У 1961 році в історії ляльки Барбі з'явився новий персонаж—її бойфренд Кен, що символізував розширення світу Барбі та нові сюжетні можливості для гри. Пізніше до них приєдналися інші важливі персонажі, такі як «найкраща подружка» Мідж і «молодша сестричка» Скіпер, що відображало ідею сім'ї та дружби. У 1967 році компанія Mattel представила першу темношкіру ляльку, яку назвали кузиною Френсі, а за кілька років після цього лінійка Барбі поповнилася афроамериканським персонажем на ім'я Крісті. Ці нові персонажі свідчили про початок руху до більшої різноманітності та інклюзивності в серії ляльок.

Образи, у яких з'являлася Барбі, почали копіювати реальних людей і відомих персонажів, таких як супермодель Твігі та актриса Дайан Керрол. Це показувало, що Барбі стала відображенням різних стилів та культурних впливів. Крім того, у цей період лялька почала опановувати різноманітні

професії. Серед перших професійних образів Барбі були «ділова жінка», «модельєрка», «стюардеса» та «співачка», що відображало розширення можливостей для жінок у суспільстві. У наступні роки з'явилися нові професійні образи, включно з «нянею», «балериною», «вчителькою» та «медсестрою». Важливою віхою стала лялька «астронавтка», випущена в 1965 році, що підкреслювало інтерес до космосу і підтримку ідеї, що жінки можуть досягати високих цілей у різних сферах [9].

Паралельно з розвитком лінійки ляльок, бренд почав продавати різноманітні супутні товари, такі як аксесуари, одяг, канцелярія, книги та сувеніри, які мали великий попит. Однією з найвідоміших додаткових речей стала «Будинок мрії», що забезпечувала нові можливості для гри та розширювала уяву дітей. Ці зміни в асортименті відображали постійний розвиток бренду Барбі та його здатність відповідати вимогам ринку, зберігаючи свою популярність і культурне значення.

У цей період лялька Барбі починає втілювати образ сильної жінки-феміністки, яка успішно поєднує професійну кар'єру з любов'ю до моди та активного способу життя. Однією з ключових моделей цього часу стала Барбі Малібу—засмагла блондинка, яка проводить час на сонячному пляжі та займається серфінгом. Ця версія Барбі швидко здобула популярність, ставши однією з найвідоміших моделей бренду. Цікаво, що Барбі Малібу була першою версією ляльки, яка мала усміхнене обличчя, що могло бути одним із факторів її великого успіху.

У 1976 році Барбі також досягла значного спортивного успіху, коли була випущена лялька, яка «здобула» олімпійське золото в лижному спорті. Це стало свідченням того, що бренд Барбі розширює свої горизонти, демонструючи можливості жінок у різних сферах, включно зі спортом та активним відпочинком. Такий образ підкреслював, що жінки можуть бути одночасно сильними, спортивними, модними й успішними, відображаючи зростаючий рух за жіночу емансипацію та розширення гендерних ролей у суспільстві.

Лялька Барбі продовжувала розвиватися, з кожним роком все більше відображаючи сучасні ідеали жіночності та успіху. Її зростаюча різноманітність у професіях, спортивних досягненнях і стилях демонструвала здатність бренду адаптуватися до змін у суспільстві, одночасно залишаючись улюбленою іграшкою для дітей та культурною іконою.

Колекційні ляльки Barbie 1990-х років стали відомі своїм зв'язком із сучасною культурою, зокрема із впливом музичної індустрії. У цей період з'явилися ляльки в образі популярної співачки Брітні Спірс, що відображало тренди того часу. Barbie одягалася в характерний для співачки стиль— мініспідниці, короткі топи, джинсові куртки, що підкреслювало сучасну моду та свободу вибору. Навіть лялька Кен нагадував Джастіна Тімберлейка, бойфренда Брітні на той час [11].

Однак поряд із популярністю Barbie в 1990-х зіткнулася зі значною критикою. Громадська думка стала піднімати питання щодо нереалістичних стандартів краси, які лялька могла нав'язувати дітям. Її непропорційно тонка талія, довгі ноги та загальна худорлявість викликали занепокоєння через те, що такі параметри могли впливати на самооцінку та уявлення дівчаток про тіло. Виник також питання про інтелектуальний образ Barbie: в 1992 році скандал стався через ляльку, яка розмовляла. Деякі її фрази, такі як «Я обожаю шопінг» або «Математика — це важко», були розцінені як недоречні та сексистські. Такі висловлювання викликали обурення серед батьків, оскільки вони пропонували обмежений і стереотипний образ жінки.

Компанія Mattel швидко відреагувала на ці критичні зауваження, спрямовуючи бренд у бік більш освіченого та успішного образу. Відповіддю на критику стала випущена в 1992 році лялька «кандидатка в президенти», яка підкреслювала, що жінки можуть досягати високих посад. Крім того, компанія змінила пропорції тіла Barbie, зробивши її більш здоровою та природною. Ці зміни відображали прагнення до більш реалістичного та позитивного образу, що відкидає старі стереотипи. Нові Barbie з 1990-х років

мали більш інклюзивний і сучасний вигляд, що відповідало новим цінностям і вимогам суспільства.

З початком нового тисячоліття образ Барбі зазнав значних змін, відповідаючи сучасним культурним тенденціям і трендам. Ставши героїнею мультфільмів і відеоігор, вона адаптується до популярних образів, як-от персонаж «Чорна канарка» з коміксів DC, що розширило її коло прихильників.

Барбі 2000-х років відмовилася від традиційних стосунків, віддзеркалюючи суспільні зміни. Відома сцена розлучення Брітні Спірс і Джастіна Тімберлейка надихнула творців на нову сюжетну лінію: Барбі розірвала стосунки з Кеном і зробила татуювання як символ свободи.

У 2015 році Mattel презентував Барбі з технологіями штучного інтелекту, яка завдяки вбудованій камері, мікрофону і динамікам могла спілкуватися з користувачем, використовуючи Wi-Fi з'єднання. Це додало їй новий рівень інтерактивності [9].

Mattel також активно працює над інклюзивністю та різноманітністю у створенні ляльок. Виробник пропонує різноманітні типи тіл, відтінки шкіри і зачіски. В серії Fashionistas, наприклад, є 9 типів фігур, 35 відтінків шкіри і 94 варіанти зачісок. У 2019 році до 60-річчя бренду була випущена серія «You can be», яка демонструє ляльок у різних професіях, щоб заохочувати дітей до вибору будь-якої кар'єри без гендерних стереотипів.

У 2020 році серія інклюзивних ляльок поповнилася моделями з протезами, у інвалідних візках та з вітиліго. Ці інновації були добре прийняті, доводячи, що батьки прагнуть іграшок, які відображають реальний світ.

Таким чином, еволюція Барбі відображає сучасні культурні та соціальні тенденції, наголошуючи на інклюзивності, різноманітності та рівних можливостях.

У 2023 році фільм «Барбі» став визначною подією в сфері популярної культури, викликавши нову хвилю інтересу до всесвітньо відомої ляльки.

Хоча сюжет картини здається на перший погляд простим, вона висвітлює серйозні теми, такі як гендерна рівність, роль жінок у суспільстві та право на індивідуальність. У зв'язку з цим зростанням популярності, компанія Mattel, виробник ляльки Барбі, запустила низку нових іграшок, серед яких були ляльки та аксесуари, натхнені фільмом. Зокрема, це Кен і Барбі в образах, що відсилають до фільму, а також знаменита рожева машинка, яка припала до вподоби багатьом глядачам.

Нові серії Барбі від Mattel є не просто іграшками; вони несуть у собі дух свободи, самовираження та партнерства, підкреслюючи гідну роль жінки. Серії «Дрімтопія», «Fashionistas» та «Cutie Reveal» отримали значне оновлення, а до 65-річчя Барбі Mattel випустила спеціальну ювілейну ляльку у вінтажному вбранні. Також компанія постійно поповнює існуючі серії новими ляльками, що збуджують інтерес у прихильників бренду. Наприклад, серія «Fashionistas» тепер включає ляльок у різних стильних образах, таких як ретро-красуня у рожевій спідничці. У серії «Дрімтопія» з'явилися розкішні русалки, серед яких чотири морські королівни, кожна з яких має унікальний дизайн. Серія «Cutie Reveal» також залишається надзвичайно популярною завдяки іграшкам, що включають ляльок у костюмах звіряток, різноманітні аксесуари та фігурки домашніх улюбленців [10].

Завдяки розширенню асортименту, всесвіт Барбі пропонує широкий вибір ляльок, кожна з яких здатна втілити внутрішній світ і мрії дітей, а також надихнути їх на досягнення своїх цілей. За понад півстоліття існування бренд Барбі пройшов через злети та падіння, змінюючись відповідно до суспільних тенденцій. Однак, попри всі зміни, ще залишаються проблеми і стереотипи, які потрібно подолати, щоб Барбі залишалася актуальною не лише як легендарна іграшка минулого, але і як символ сучасних та майбутніх поколінь.

2.2 Розвиток образу Барбі в мультфільмах, фільмах та рекламі

Лялька Барбі залишається популярною вже понад 60 років, що є рідкісним прикладом стійкості іграшкової концепції в культурному просторі. Протягом цього часу вона зазнала численних трансформацій зовнішності, стилю та ролей, часто відображаючи сучасні тенденції та суспільні зміни. Барбі не тільки створила цілу екосистему з додатковими персонажами, такими як бойфренд, подруги, родичі та суперниці, але й стала частиною глобальної попкультури. Її можна побачити в мультфільмах, комп'ютерних іграх, журналах і дитячих книжках.

20 липня відбулася прем'єра нового фільму, присвяченого історії Барбари Міллісент Робертс, повного імені ляльки Барбі, де головну роль виконала акторка Марго Роббі. Ця кінопрем'єра надала привід для ретроспективного погляду на еволюцію Барбі та її вплив на суспільство і моду.

З моменту появи у 1959 році, Барбі стала символом сучасної жінки, відображаючи зміни в суспільстві та моді. На початку 1950-х років, коли ідея створення Барбі тільки зароджувалася, основним типом ляльок для дівчаток були пупси, що відображали роль матері. Проте Рут Гендлер, президентка компанії Mattel і творчиня Барбі, спостерігала, як її донька та її подруги більше цікавляться не пупсами, а паперовими ляльками, з якими можна було гратися, створюючи різні образи [9].

У 1959 році з'явилася перша модель Барбі, струнка блондинка, натхненна героїнею німецького мальовику Білд Ліллі, яка відображала образи зірок Голлівуду. Ця «Барбі-тинейджерка» була доступна у двох варіаціях: зі світлим і темним волоссям. Вона одразу завоювала популярність, відкривши нові можливості для ігор та уяви.

Еволюція Барбі продовжує захоплювати і відображати суспільні зміни, що робить її одним з найвпливовіших символів сучасної культури.

Барбара Міллісент Робертс, відома як Барбі, спочатку була створена за модними тенденціями 1950-х років. Її вигляд був натхненний іконами Голлівуду, такими як Мерилін Монро, Одрі Гепберн, Елізабет Тейлор, та включав вбрання, яке нагадувало стилістику тогочасних зірок: смугастий чорно-білий купальник, блакитний олівець для очей і кармінова помада. Її тіло було першим у США, що відображало форми дорослої жінки, що стало суттєвим відходом від традиційних дитячих ляльок-пупсів. Відмінною особливістю було те, що Барбі читала книгу про схуднення, а в комплекті з лялькою продавалися ваги, які завжди показували 50 кг. Популярність була миттєвою: за перший рік компанія Mattel продала 300 тисяч ляльок, кожна з яких коштувала \$3, а додаткові комплекти одягу — від \$1 до \$5.

У 1960-х роках Барбі зазнала істотних змін, що відображало нові модні тенденції та суспільні рухи. Класичні кокетливі локони поступилися місцем сучасним геометричним стрижкам і об'ємному начісу. Модель 1965 року вже не мала багряної помади на вустах, що також відображало нові ідеали краси.

Окрім змін зовнішності, Барбі почала розвиватися і в професійному плані. У 1960-х роках вона вступила до коледжу, що стало кроком до популяризації жіночої освіти та підкреслило зміну соціальних цінностей. Ця лінія Барбі продавалася з моделлю кімнати гуртожитку та меблями. Після цього Барбі приміряла на себе різноманітні професії, включаючи модельєрку, співачку, вчительку, стюардесу, балерину, медсестру та навіть космонавтку. Таким чином, Mattel прагнув заохотити дівчаток мріяти про різні кар'єри та надати їм можливість уявити себе в різних ролях [9].

У 1961 році Барбі отримала бойфренда — Кена Карсона, який став невід'ємною частиною її всесвіту. Пізніше у Барбі з'явилася молодша сестра Скіппер і найкраща подруга Мідж. Ці нові персонажі розширили світ Барбі, дозволяючи дівчаткам брати участь у складніших сюжетних іграх, що включали дружбу, стосунки та сім'ю.

Це десятиліття було періодом значних змін і для франшизи Барбі. У 1967 році, коли питання расової рівності та боротьби з дискримінацією були

в центрі уваги в США, з'явилася перша темношкіра лялька в сім'ї Барбі. Вона була представлена як «кузина» Барбі на ім'я Френсі. Це стало історичним кроком для Mattel, оскільки він відбувся лише за рік до рішення Верховного суду США, що визнав сегрегацію темношкірих незаконною.

У той час такий крок в іграшковій індустрії був надзвичайно сміливим, оскільки розмаїття та інклюзивність не були широко поширеними темами. Випуск темношкірої ляльки продемонстрував прагнення компанії рухатися в напрямку відображення реального світу, з його різноманітністю рас та культур.

Хоча асортимент Барбі зараз охоплює широкий спектр расових та національних особливостей, у 1960-х роках рішення представити Френсі було інноваційним та важливим кроком. Це допомогло закласти основу для майбутніх ініціатив компанії з розширення уявлення про красу та забезпечення більшої інклюзивності у світі іграшок. Цей крок підкреслив, що навіть в індустрії дитячих іграшок існує потенціал для впливу на суспільні зміни та розрив стереотипів.

У 1970-х роках Барбі пройшла чергову трансформацію, відображаючи зміни в культурі та стилі життя. Цього разу вона стала уособленням безтурботного каліфорнійського способу життя, який був популярним у той час. Барбі переїхала на узбережжя та стала улюбленицею курортів: вона засмагала на сонячних пляжах Каліфорнії, каталася на серфі, плавала в океані й носила стильні пляжні костюми.

Однією з найпопулярніших моделей цього періоду стала Барбі Малібу. Ця версія ляльки мала на меті передати дух каліфорнійського пляжного життя з його світлом, свободою та невимушеністю [11].

Компанія Mattel успішно розпочала нове десятиліття, випустивши низку колекційних серій ляльки Барбі у вбранні від провідних світових дизайнерів. Відомі бренди, такі як Ів Сен-Лоран, Ніна Річчі, П'єр Карден, Жан-Поль Готье, Пако Раббан, розробили ексклюзивні кутюрні сукні для іграшкової модниці. Ці колекційні ляльки були не тільки предметом

захоплення для колекціонерів, але й мали благодійну мету: всі кошти від їхнього продажу спрямовувалися на доброчинність.

У 1985 році Барбі зазнала помітної трансформації: від образу милої підлітки вона перейшла до ролі цілеспрямованої кар'єристики. Новий стиль Барбі відображав зміни в суспільстві та розширення ролі жінок у бізнесі. Лялька носила твідовий костюм і розвивала власну кар'єру, відображаючи ідею жіночої незалежності. Цей новий імідж підкреслював еволюцію ролі жінок у сучасному суспільстві.

На початку нового тисячоліття бренд Барбі зазнав значних змін, щоб відповідати сучасним тенденціям і перевагам. У перші роки 2000-х Барбі кардинально змінила свій імідж, розійшовшись з Кеном і прийнявши більш сучасний, спортивний стиль. Її макіяж став природнішим, відповідаючи зростаючому попиту на натуральну красу.

У 2001 році студія Lionsgate випустила перший анімаційний фільм про Барбі, «Барбі й Лускунчик». Цей дебютний мультфільм, заснований на класичній казці Ернста Гофмана, з'явився на телеканалі Nickelodeon, започаткувавши цілу серію мультфільмів про Барбі. До 2023 року кількість цих анімаційних історій сягнула 45, охоплюючи теми магії, дружби та особистісного зростання.

У цю ж епоху Барбі набула образу принцеси, з акцентом на мерехтливі сукні, пастельні відтінки, шовк і фатин, а також пір'я та хутро. Така зміна стилю від яскравого гламурного образу 90-х до витонченої королівської елегантності привабила молодих споживачів.

2010-ті роки були періодом технологічного прогресу та просування ідей бодипозитиву. Компанія Mattel розпочала впровадження інклюзії у свою лінійку. У 2014 році була представлена лялька Елла, яка втратила волосся через боротьбу з онкологією, надаючи підтримку дітям, що переживають подібні ситуації. У 2015 році компанія представила Барбі з технологічними нововведеннями, яка могла говорити, а також мала камеру, мікрофон, динамік та модуль Wi-Fi [10].

У 2016 році Барбі відгукнулася на тенденцію бодипозитиву, випустивши ляльок із різними фізичними особливостями, які відрізнялися від традиційного «ідеалу». В асортименті з'явилися ляльки з різними типами тілобудови: широкими стегнами, різною висотою, більш пишним декольте та різними відтінками шкіри. Це стало важливим кроком у бік інклюзивності та визнання різноманіття в сучасному суспільстві.

У 2017 році компанія Mattel продовжила розширювати можливості своїх ляльок, зосереджуючи увагу на більшому спектрі професій та захоплень, щоб відобразити різноманіття реального світу. Серед нових професійних моделей Барбі з'явилися «лялька-йогиня», «лялька-вчена», «лялька-кухарка», «лялька-будівельниця» та «лялька-футболістка». Така ініціатива демонструвала прагнення Mattel надати дітям можливість уявити себе в різних кар'єрних ролях, розвиваючи уяву та підкреслюючи, що дівчата можуть бути ким завгодно.

Також у 2017 році з'явилася спеціальна модель Барбі для походів, яка була повністю обладнана для пригод у дикій природі. Ця лялька мала необхідне спорядження для кемпінгу, включаючи штучний вогонь, який, натиснувши на приховану кнопку-камінь, імітував потріскування дров. Ця версія Барбі демонструвала прагнення Mattel заохочувати дітей до активного відпочинку та дослідження природи [9].

У 2010-х Барбі отримала нову суперницю в особі брюнетки Ракель. Цей персонаж був представлений як конкурентка Барбі, яка постійно змагалася з нею за увагу Кена. Цікаво, що в цей період Барбі знову відновила свої стосунки з Кеном, додавши динаміки в сюжетну лінію та створивши новий конфлікт у світі ляльок Барбі. Концепція суперництва та взаємодії між персонажами відображала еволюцію сюжету та розвиток характерів у лінійці ляльок.

У 2020-х роках виробники Барбі продовжують звертатися до видатних жінок для натхнення, що сприяє створенню ляльок, які відображають реальних жінок з вражаючими досягненнями. На ринку з'явилися Барбі в

образах параатлетки Медісон де Розаріо, спринтерки та світової чемпіонки Діни Ашер-Сміт і олімпійської фігуристки Тесси Вертью. Такі моделі ляльок показують, що жінки можуть досягати високих результатів у різних сферах, включаючи спорт і фізичну активність.

У цей період Mattel також відзначає історичних жінок, включаючи Еллу Фітцджеральд, одну з найвідоміших джазових виконавиць, і Біллі Джин Кінг, геніальну тенісистку, 39-разову чемпіонку турнірів Великого шолома. Такі образи ляльок не лише вшановують видатних жінок, але й надихають наступне покоління.

Окрім цього, у 2020 році на ринку з'явилася довгоочікувана лялька в образі Імператриці Драконів, яка відображає інтерес до фентезі та пригод. Нові професії для Барбі включають режисерку та рок-зірку, що демонструє розширення діапазону кар'єрних можливостей для дівчат. У цю декаду Барбі також займається медитацією, відвідує спа та спортзал, стежить за своїм харчуванням і навіть займається верховою їздою, підкреслюючи різноманітність хобі та інтересів [11].

Лінійка «бодіпозитивних» ляльок розширилася, включивши рудоволосу Барбі, лису Барбі, а також ляльку з протезом замість ноги, що ще раз доводить прагнення бренду бути інклюзивним і відображати реальне різноманіття.

Навіть Кен отримав нові образи та професії. У 2020 році Mattel випустила Кена-ветеринара та Кена-дресувальника, підкреслюючи, що чоловічі персонажі також можуть виконувати різні ролі та професії.

Щодо медійного контенту, Барбі залишається активною на телеекранах. У 2020-х роках вийшло кілька мультфільмів, включаючи «Барбі: пригоди Принцеси», «Барбі й Челсі: Втрачений день народження», «Барбі: Мрії великого міста», «Барбі: друзі назавжди» та «Барбі: сила русалок». Однак, безсумнівно, найбільш очікуваною кінопрем'єрою цього десятиліття став фільм «Барбі», режисерки Грети Гервіг, що вийшов 20

липня 2023 року. Ця стрічка привернула значну увагу як фанатів Барбі, так і кінокритиків, відкриваючи нову еру для цього всесвітньо відомого бренду.

Українські лялькарі знайшли унікальний спосіб адаптувати всесвітньо відому ляльку Барбі до національного контексту, перетворюючи її на образи видатних українських жінок. Хоча повноцінного українського аналога Барбі на вітчизняному ринку немає, українські майстри творчо переробляють ляльку, надаючи їй вигляду визначних історичних і культурних постатей з України.

У 2021 році в Києві відбулася виставка «Barbie: Пані України», де Барбі була стилізована під 36 видатних українок. Виставка продемонструвала широкий діапазон українських діячок різних епох і сфер діяльності. Серед них були як історичні постаті, так і відомі культурні діячки. Барбі перетворили на образи княгинь Київської Русі, Роксолани, Марко Вовчок, Ольги Кобилянської, Марії Заньковецької, Лесі Українки, Марії Приймаченко, Катерини Білокур, Соломії Крушельницької, Віри Холодної, Квітки Цісик, Соні Делоне, Софії Русової, Софії Окуневської-Морачевської, Анни Стен та інших видатних жінок, які залишили помітний слід в історії України.

Такі креативні проекти демонструють, як можна використовувати популярний світовий бренд для просування національної культури і спадщини. Виставка «Barbie: Пані України» стала нагодою для відвідувачів дізнатися більше про визначних українських жінок, їхні досягнення та внесок у культуру, науку, мистецтво та інші галузі. Цей підхід є гарним прикладом того, як лялька Барбі може бути переосмислена в національному контексті, щоб надихати і навчати нові покоління українців.

2.3 Вплив Барбі на гендерні стереотипи

Барбі, як персонаж, має значний вплив на гендерні стереотипи, особливо у відношенні до жінок. Фільм «Барбі» може бути інтерпретований

як посібник для гендерної освіти, оскільки він відображає конфлікти між традиційними гендерними ролями та сучасними очікуваннями. Барбі, як символ, може бути використаний для просування гендерної рівності, оскільки він може допомогти сформувати нові гендерні стереотипи, які не обмежують жінок у їхніх можливостях. Однак, якщо Барбі використовується лише для підтримки традиційних гендерних ролей, то він може бути частиною проблеми, а не її розв'язку.

У контексті України, Барбі може бути використаний для просування гендерної рівності, особливо серед молоді. Це може бути досягнуто шляхом просування гендерної освіти та критичного мислення, що дозволить молоді краще зрозуміти гендерні стереотипи та їхній вплив на суспільство. Крім того, просування гендерної рівності може бути досягнуто шляхом посилення громадського та політичного тиску на уряд, щоб вони приймали політичні рішення, які підтримують гендерну рівність. Барбі може бути використаний як інструмент для просування гендерної рівності, якщо він використовується у контексті гендерної освіти та критичного мислення.

Гендерні стереотипи, пов'язані з Барбі, включають уявлення про жіночу красу, ролі та можливості. Барбі, як символ, може відтворювати і підтримувати стереотипи, такі як [32]:

1. Стандарти краси: Барбі часто асоціюється з ідеалізованим уявленням про жіночу красу, що може впливати на самооцінку та уявлення про зовнішність у дівчаток.
2. Гендерні ролі: Барбі може уособлювати традиційні гендерні ролі, де жінка представлена як красива, але може бути обмежена у виборі професій або соціальних статусів.
3. Обмежені можливості: уявлення про Барбі як головну героїню без визначеної ролі або професії може відтворювати стереотипи про жінок як сутностей, які не мають чіткої ідентичності поза зовнішнім виглядом.

4. Нерівність: Барбі, як символ, може підкреслювати нерівність у ставленні до жінок та чоловіків, підсилюючи існуючі гендерні норми та очікування.

Ці гендерні стереотипи, пов'язані з Барбі, можуть впливати на уявлення про жіночість та гендерну рівність у суспільстві.

Лялька Барбі має довгу історію як культурний символ, і протягом десятиліть вона стала предметом обговорення та критики через її вплив на гендерні стереотипи. Критики стверджують, що традиційний образ Барбі як стрункої, красивої та стильної жінки сприяє формуванню вузьких стандартів краси та ролей жінок у суспільстві. У той же час, компанія-виробник Барбі, Mattel, останнім часом робить кроки до зміни цього іміджу, впроваджуючи більш різноманітні та прогресивні образи.

Фільм «Барбі», випущений у 2023 році, підкреслює нові підходи до цієї ляльки, демонструючи різноманітні ролі, які жінки можуть займати в суспільстві. У цьому фільмі Барбі представлена не тільки як класична «дівчина з обкладинки», але й як лідерка, науковиця, будівельниця, суддя та інші. Такий широкий спектр ролей уособлює новий підхід до жіночої компетентності та спроможності.

Ці зміни відображають зростаючу потребу в перетворенні гендерних стереотипів у сучасному суспільстві. Нові образи Барбі допомагають молодим дівчатам уявити себе у різних професіях та сферах діяльності, що раніше могли вважатися переважно чоловічими. Цей зсув може мати довгостроковий вплив на самосприйняття та мотивацію дівчат.

Крім того, фільм «Барбі» сприяє відкриттю дискусії про гендерні ролі та стереотипи в ширшому контексті. У ньому розглядаються питання, пов'язані з уявленнями про гендер і суспільні очікування. Наприклад, у фільмі порушується питання про те, як суспільство може реагувати на жінок у лідерських ролях, або як можуть відрізнятися гендерні стереотипи в залежності від культурного контексту.

Таким чином, фільм «Барбі» представляє собою своєрідну платформу для переосмислення гендерних ролей і сприяє розширенню уявлень про те, ким можуть бути жінки і які можливості їм доступні. Це може сприяти більш інклюзивному та різноманітному уявленню про гендерні ролі та можливості у суспільстві.

Фільм «Барбі» можна використовувати для вирішення гендерних стереотипів шляхом проведення уроків з громадянської освіти. Це дозволяє учням обговорити тему гендерної рівності та подолання стереотипів. У фільмі «Барбі» показано, як головна героїня, починаючи як стереотипна красуня, розвивається у різні професії, від президентки до науковиці та судді, що допомагає руйнувати уявлення про обмежені ролі жінок. Використання фільму «Барбі» на уроках може сприяти формуванню у учнів розуміння важливості гендерної рівності та навичок її практичного застосування. Уроки засновані на фільмі «Барбі» можуть стати платформою для обговорення гендерних стереотипів та сприяти формуванню учнівської свідомості щодо рівних можливостей незалежно від статі.

Висновки до розділу 2

Історія та еволюція ляльки Барбі демонструють її значний вплив на суспільство та культурну динаміку. Барбі з'явилася в 1950-х роках як революційна іграшка, яка пропонувала дівчатам відійти від традиційних ляльок, втілюючи різні професії, стилі та ролі. З роками Барбі еволюціонувала, щоб відобразити мінливі суспільні норми, гендерні ролі та стандарти краси, ставши символом різноманітності та інклюзивності. Успіх ляльки був миттєвим, її постійно адаптували до нових ідеалів і вимог ринку. Зображення Барбі сильних, незалежних жінок, спортсменок і ікон моди підкреслило здатність бренду адаптуватися до суспільних змін, сприяючи розширенню можливостей і гендерній рівності. Крім того, зв'язок Барбі з сучасною культурою, наприклад, через колекції, натхненні знаменитостями в

1990-х роках, продемонстрував її актуальність і вплив на моду та тренди. Незважаючи на критику, здатність Барбі розвиватися та резонувати з різними поколіннями зміцнює її статус культурної ікони та джерела натхнення для дітей у всьому світі.

3 АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ОБРАЗУ БАРБІ

3.1 Аналіз результатів опитування

Вибір методології – онлайн-опитування з відкритою відповіддю для вивчення феномену Барбі та його впливу на гендерні уявлення в сучасному суспільстві – виправданий специфікою об'єкта дослідження. Образ Барбі, як культурний символ, широко поширений і доступний через медіаресурси, що робить онлайн-платформи найбільш придатними для збору даних.

Онлайн-опитування забезпечило зручність і доступність для респондентів, що сприяло залученню більшої кількості учасників і підвищило репрезентативність вибірки. Це особливо важливо, оскільки дослідження стосується питань гендерної ідентичності та стереотипів, які можуть по-різному проявлятися в різних соціальних групах.

Розгорнуті відповіді надали детальний контекст відносно особистих переконань та досвіду респондентів, що є необхідним для глибокого аналізу впливу образу Барбі. Це дозволяє не лише кількісно оцінити розповсюдженість певних уявлень, але й якісно зрозуміти, яким чином ці уявлення формуються та трансформуються під впливом культурних факторів.

Таким чином, метод онлайн-опитування з розгорнутими відповідями був оптимальним для вивчення впливу образу Барбі на гендерні уявлення, оскільки він дозволяє комплексно підійти до аналізу як загальних тенденцій, так і індивідуальних особливостей сприйняття цього феномену.

У рамках дослідження було проведено опитування, що охопило 100 респондентів з метою вивчення впливу образу Барбі на формування гендерних уявлень, ролей, гендерної ідентичності та стереотипів. Опитування було спрямоване на аналіз трансформації гендерних уявлень у сучасному суспільстві.

Демографічні характеристики:

Вікова категорія 17-25 років: загалом було опитано 51 особу, з яких 19 чоловіків та 32 жінки.

Вікова категорія 12-16 років: опитано 49 осіб, серед яких 12 хлопців та 37 дівчат.

Основні висновки:

Вплив образу Барбі: дослідження показало, що 40 осіб з першої вікової категорії та 32 з другої вказали на позитивний вплив образу Барбі. Зокрема, зазначалося, що цей образ сприяє розвитку навичок справедливості та пізнання світу, а також відходить від гендерних стереотипів та стандартів.

Вплив медіа-продукції: значна частина респондентів (36 осіб з першої групи та 30 з другої) вказали на володіння продукцією Барбі. Особливо в 2023 році, у зв'язку з виходом фільму та рекламних кампаній, спостерігалася тенденція до збільшення інтересу до продукції Mattel.

Гендерна рівність та різноманітність: більшість опитаних вважають, що реклама та медіа-продукція Барбі сприяють гендерній рівності та різноманітності гендерних уявлень. Респонденти підкреслюють, що Барбі може мати різноманітні фізичні характеристики, що сприяє кращому сприйняттю різноманітності.

Стереотипність образу Барбі: незважаючи на загальну позитивну оцінку, 13 осіб з першої групи та 17 з другої висловили думку, що образ Барбі все ще є стереотипним і не має значного впливу на гендерну рівність.

Інтерпретація даних: результати опитування демонструють значний вплив образу Барбі на формування гендерних уявлень. Зафіксовано, що Барбі асоціюється з символом сили, справедливості та краси, що позитивно впливає на молодь. Більшість респондентів відзначають, що Барбі надихає їх бути собою та досягати своїх цілей, незважаючи на гендерні обмеження. Проте, існує також група опитаних, які сприймають Барбі як стереотипний образ, що не сприяє гендерній рівності. Це свідчить про неоднозначність сприйняття образу Барбі та його впливу на гендерні уявлення в суспільстві.

У висновку можемо відзначити, що дослідження підтверджує, що образ Барбі має значний вплив на гендерні уявлення, проте цей вплив є багатограним і залежить від індивідуального сприйняття та досвіду респондентів. Важливо враховувати ці аспекти при подальшому аналізі впливу популярних культурних образів на формування гендерних ролей та ідентичності. Подальші дослідження мають зосереджуватися на різних аспектах сприйняття та враховувати різноманітність соціокультурного контексту для більш глибокого розуміння цього феномену.

3.2 Аналіз образу Барбі у мультфільмах, фільмі та рекламі

Для проведення аналізу образу Барбі були обрані три різні форми візуального медіа: мультфільми, реклама та фільми. Такий вибір аргументується наступними фактами:

Охоплення різної і широкої цільової аудиторії. Ці формати масового медіа мають значний вплив на формування уявлень та стереотипів, оскільки вони адресовані широкій аудиторії.

Мультфільми та фільми про Барбі часто створюються з урахуванням особливостей дитячого сприйняття та мають освітній характер, відображаючи різні аспекти життя та розвитку персонажів, включаючи соціальні та гендерні аспекти.

Мультимедійний характер мультфільмів та фільмів надає можливість аналізувати образ Барбі в різних сценах, ситуаціях та взаємодіях з іншими персонажами. Рекламні кампанії також можуть доповнювати цей контент, надаючи додатковий контекст для розуміння сприйняття образу Барбі у суспільстві.

Дитячий вік є критичним періодом для формування уявлень про світ та гендерні ролі. Мультфільми та фільми про Барбі можуть мати значний вплив на цей процес, оскільки вони часто відображають ідеальні або стереотипні образи жіночності та чоловічості.

Отже, аналіз мультфільмів, фільмів та реклами про Барбі може дати глибше розуміння того, як цей образ впливає на формування гендерних уявлень та стереотипів у сучасному суспільстві.

Для проведення аналізу було обрано перший мультфільм, фільм та рекламу, а також останні рекламу, фільм та мультфільм. Метою є вивчення динаміки, змін і трансформацій кожного з цих медіа від початку їхнього існування до сучасних часів.

Перший фільм для аналізу «Barbie and the Rockers: Out of this World» (1987).

Фільм «Barbie and the Rockers: Out of this World» (1987) є першим мультфільмом, де Барбі виступає головним персонажем. Цей анімаційний телевізійний спеціал був створений DIC Animation City спільно з Saban Productions на основі лінійки ляльок Barbie and the Rockers. Фільм був призначений для показу по телебаченню і, хоча короткометражний за часом випуску, розглядаємо його як фільм.

У спеціалі Барбі виступає як лідер рок-гурту «Barbie and the Rockers». Після успішного світового турне вони організовують благодійний концерт у космосі, спрямований на підтримку ідеї світового миру. Ця подія символізує прагнення до гармонії та єдності, які перевищують земні кордони.

Під час повернення на Землю гурт натрапляє на труднощі і випадково потрапляє у минуле - з 1980-х років у 1950-ті роки. Цей сюжетний поворот дозволяє глядачам побачити контраст між різними епохами, особливо в контексті культурних та соціальних змін, що відбулися за цей час. У спеціалі «Barbie and the Rockers: Out of this World» також присутній музичний компонент, оскільки він включає в себе ряд пісень, які виконуються персонажами. Це елемент додає динаміки та розваги, а також відображає музичні тенденції того часу.

Цей спеціал може бути важливим для дослідження трансформації гендерних уявлень через феномен Барбі, оскільки він показує персонажа,

який відіграє нестандартну для жінок роль лідера рок-гурту, що виступає на благодійному концерті у космосі. Це відображає зміну у сприйнятті жіночих ролей та може впливати на формування гендерних стереотипів у суспільстві.

Гендерні стереотипи асоціюються з Барбі в фільмі «Barbie and the Rockers,» де вона виступає як лідер рок-гурту, що відходить від традиційного стереотипу жінки як пасивного персонажа.

Традиційні чи сучасні гендерні ролі: фільм відображає сучасні гендерні ролі для свого часу, показуючи Барбі як незалежну та успішну жінку, що є відображенням феміністичних тенденцій 1980-х років.

Зовнішність та стиль: її зовнішність відповідає ролі рок-зірки. Вона одягнена у яскравий, модний одяг, який відображає стиль 1980-х років. Її наряди часто включають блискучі та кольорові елементи, такі як міні-спідниці, блискучі топи та широкі пояси, що підкреслюють її як зірку рок-музики. Барбі також має характерну зачіску з великим об'ємом, яка була популярною у той час, та яскравий макіяж. Її аксесуари включають різноманітні прикраси, такі як сережки-кільця, браслети та інші блискучі елементи, які додають їй вигляду гламуру та розкоші. Це підкреслює стереотипну уяву про жіночу красу та моду. Загалом, зовнішність Барбі у цьому спеціалі відображає енергію та дух рок-н-ролу, що дозволяє їй виділятися як справжня зірка сцени. Це відображення є важливим аспектом її персонажа, оскільки воно підкреслює її роль як лідера та виконавиці.

Поведінка та характер Барбі в анімованому фільмі «Barbie and the Rockers: Out of this World» відображають її як впевнену та харизматичну лідерку. Вона є символом позитивності та ентузіазму, завжди готова приймати нові виклики та пригоди. Її лідерські якості, такі як відвага, рішучість та оптимізм, особливо проявляються, коли вона та її гурт організовують благодійний концерт у космосі. Барбі також є доброзичливою та відкритою до своїх друзів і фанатів, вона цінує дружбу та командну роботу. Її характер підтримує ідеали доброти та співпраці, які важливі для досягнення спільної мети.

Коли гурт несподівано потрапляє у минуле, Барбі демонструє свою здатність адаптуватися до нових обставин і використовує свій інтелект та креативність, щоб знайти шлях назад додому. Це підкреслює її роль як героїні, яка не лише веде інших, але й вміє розв'язувати проблеми та долати перешкоди.

У цілому, Барбі в цьому спеціалі є прикладом сильної жіночої персонажки, яка може служити рольовою моделлю для молодих глядачів, демонструючи, що жінки можуть бути лідерами та досягати успіху в будь-якій сфері. Вона показана як впевнена у собі та амбітна, що руйнує стереотипи про «слабку» жінку, а також зберігає традиційні риси доброти та співчуття.

Вплив на аудиторію: образ Барбі у фільмі «Barbie and the Rockers: Out of this World» міг бути сприйнятий аудиторією, особливо молодими дівчатами, як взірць для наслідування, що потенційно вплинуло на їхнє уявлення про гендерні ролі та самоідентифікацію.

Культурний контекст: фільм відображає культурні зміни та розвиток гендерних уявлень у 1980-х роках, показуючи жінку у ролі лідера та успішної особистості. Це відображає загальну тенденцію до розширення гендерних ролей у суспільстві.

Адаптація образу для різних культур: хоча фільм має американське походження, образ Барбі був адаптований для різних культур через її глобальну популярність. Різні версії Барбі відображають культурні особливості та гендерні уявлення різних суспільств.

Цей аналіз показує, що фільм «Barbie and the Rockers: Out of this World» є важливим джерелом для вивчення трансформації гендерних уявлень та стереотипів у медіа 1980-х років. Він також відображає зміни у сприйнятті жіночих ролей у суспільстві та їх вплив на аудиторію.

Аналіз першої реклами Барбі, 1959 рік:

Перша реклама Барбі, яка з'явилася у 1959 році, стала значущим моментом у культурній історії іграшок та гендерних уявлень. Барбі була

представлена як тривимірний модельний лялька, що відкривала нові можливості для ігор та самовираження молодих дівчат.

Гендерні стереотипи асоціюються з Барбі: перша реклама Барбі відображала ляльку як символ ідеалізованої жіночності, з акцентом на красу та моду. Гендерні стереотипи, пов'язані з Барбі, включали пасивність та фокус на зовнішності.

З точки зору гендерних стереотипів, Барбі відображала традиційні уявлення про жіночність, але з часом її образ трансформувався, включаючи більш сучасні та різноманітні ролі. Ця реклама стала відправною точкою для подальшої еволюції Барбі, яка відображала зміни у суспільних уявленнях про гендер та розширювала можливості для ігор та самовираження.

Традиційні чи сучасні гендерні ролі: у 1959 році Барбі представляла традиційні гендерні ролі, відображаючи очікування суспільства від жінок бути привабливими та займатися домашнім життям.

Зовнішність та стиль: у рекламі Барбі одягнена у стильний чорно-білий купальник з зебровим принтом, що підкреслює її фігуру та відображає модні тенденції того часу. Її зовнішність і стиль відображали ідеалізовану жіночність, яка була привабливою та доступною для масового споживача.

Поведінка та характер: реклама не фокусувалася на поведінці чи характері Барбі, але її пози та аксесуари підсилювали стереотипи про «ідеальну» жінку, яка займається в основному дозвіллям.

Вплив на аудиторію: реклама позиціонувала Барбі не просто як іграшку, а як символ аспірацій та мрій. Вона відображала образ «ідеальної жінки» того часу, що мала вплив на формування гендерних уявлень та стереотипів. Барбі стала не лише предметом для гри, а й інструментом соціалізації, через який дівчата могли моделювати різні соціальні ролі та сценарії.

Культурний контекст: реклама Барбі відображала культурні норми 1950-х років у США, де жіноча краса та домашнє життя були в центрі уваги. Це відображало загальні гендерні уявлення того часу.

Адаптація образу для різних культур: хоча первісний образ Барбі був створений у США, з часом він адаптувався до різних культур, відображаючи різноманітність гендерних уявлень та ідеалів краси у різних суспільствах.

Цей аналіз показує, що перша реклама Барбі відіграла значну роль у формуванні гендерних стереотипів та уявлень про жіночість, які були актуальні у 1950-х роках, та продовжують впливати на суспільні уявлення про жіночі ролі та красу.

Тепер перейдемо до аналізу мультфільму «Barbie in the Nutcracker» (2001):

«Barbie in the Nutcracker» (2001) є першим повнометражним комп'ютерно-анімаційним фільмом у серії фільмів про Барбі. Цей фільм є адаптацією класичної казки Е.Т.А. Гофмана «Лускунчик і Мишачий король» та балету П.І. Чайковського «Лускунчик».

У фільмі Барбі розповідає історію своїй молодшій сестрі Келлі, яка відчуває труднощі під час репетиції балетного соло і боїться виступати на сцені. Головна героїня, Клара, отримує в подарунок на Різдво Лускунчика, який, за словами її тітки, містить серце принца. Після того, як її брат Томмі ламає Лускунчика, Клара ремонтує його і засинає біля різдвяної ялинки. Опівночі вона прокидається і бачить, що Лускунчик ожив і бореться з армією мишей під проводом злого Мишачого короля. Мишачий король зменшує її до свого розміру, але Клара та її Лускунчик вдаються до втечі.

Фільм відзначається своєю яскравою анімацією та музикою, а також включає багато сцен танцю, які є ключовими елементами балету «Лускунчик». Цей фільм відображає еволюцію образу Барбі, показуючи її у ролі Клари, яка є більш активною та самостійною, ніж традиційні жіночі персонажі у казках.

Гендерні стереотипи асоціюються з Барбі: Барбі традиційно асоціюється з жіночністю, красою та модою. У «Barbie in the Nutcracker», вона також виступає як смілива героїня, що відображає зміщення від традиційних стереотипів.

Традиційні чи сучасні гендерні ролі: фільм відображає Барбі у сучасних гендерних ролях, демонструючи її як незалежну, сильну та впевнену особистість, що відповідає сучасним уявленням про жіночість.

Зовнішність та стиль: Барбі, яка виступає у ролі Клари, представлена з класичними рисами, що відображають її як витончену балерину. Її зовнішність і стиль у фільмі відповідають традиційному образу балетної танцівниці з «Лускунчика». Клара одягнена у різноманітні костюми, від класичних балетних пачок до пригодницьких нарядів, які відображають її подорож у фантастичний світ. Її основний костюм - це традиційна балетна пачка, яка підкреслює її граціозність і витонченість. Клара має класичну балеринську зачіску, часто зібрану у високий пучок, що є характерним для балетних вистав. Вона може носити тіару або інші прикраси для волосся, які додають їй королівського вигляду, особливо під час виступів.

Поведінка та характер: Барбі демонструє риси характеру, які виходять за рамки гендерних стереотипів, такі як сміливість, рішучість та лідерство. Клара, є втіленням доброти та відваги. Коли Лускунчик оживає, щоб захистити Клару від злого Мишачого короля, вона не ховається, а допомагає йому у боротьбі, показуючи свою сміливість. Протягом всього фільму Клара демонструє рішучість та винахідливість, вона не боїться викликів і завжди готова допомогти своїм друзям. Її характер відображає сучасні гендерні уявлення про жіночість, де жінки є активними та самостійними. Клара не є пасивною героїнею; вона активно бере участь у своїй історії, вирішує проблеми та в кінцевому підсумку допомагає перемогти зло. Це показує, що жінки можуть бути лідерами та героями своїх власних історій, що є важливим повідомленням для молодих глядачів.

Вплив на аудиторію: образ Барбі може впливати на аудиторію, особливо на молодих глядачів, підтримуючи ідею про те, що жінки можуть бути сильними та незалежними, гарними та елегантними.

Культурний контекст та адаптація образу для різних культур:

Мультфільм відображає культурні зміни початку 21 століття, де гендерні ролі стають більш гнучкими та різноманітними. Тут різний культурний контекст проявляється через:

- Казковий світ: фільм базується на класичній казці «Лускунчик і мишачий король». Ця казка має європейське походження та відображає культурні відтінки, пов'язані з різними традиціями, обрядами та віруваннями.

- Музику та балет: у фільмі використовується класична музика Петра Чайковського, яка є невід'ємною частиною культурного спадку. Балет «Лускунчик» також є важливим елементом культури, і його адаптація в анімаційному фільмі відображає це.

- Візуальний стиль: образи персонажів, їхні костюми та архітектурні деталі відображають елементи європейської культури. Наприклад, візуальний дизайн казкового світу, замок, костюми героїв — це всі деталі, які відзеркалюють культурний контекст.

«Barbie in the Nutcracker» став важливим кроком у розвитку франшизи Барбі, оскільки він розширив можливості для використання цього персонажа у різних жанрах та історіях, відійшовши від звичайного зображення Барбі як моделі для одягу та аксесуарів. Цей аналіз показує, що «Barbie in the Nutcracker» є важливим прикладом того, як медіа можуть відображати та впливати на гендерні уявлення та стереотипи, пропонуючи нові перспективи на традиційні ролі.

Тепер перейдемо до сьогодення. Візьмемо для аналізу фільму «Barbie» (2023):

Фільм 2023 року — це фантастична комедія, режисована Гретою Гервіг за сценарієм, який вона написала разом з Ноа Баумбахом. Він базується на однойменних модних ляльках від компанії Mattel та є першим живим фільмом про Барбі після численних анімаційних стрічок та спеціальних випусків.

У фільмі Барбі та Кен залишають Барбіленд, щоб дослідити реальний світ, де вони зіткнуться з викликами та пригодами. Це цікавий перелік

персонажів, від «Стереотипної Барбі» до «Журналістської Барбі», які відображають різноманітність образу Барбі в сучасному світі. Цей фільм для жінок і про жінок.

Гендерні стереотипи асоціюються з Барбі:

Фільм «Барбі» кидає виклик традиційним уявленням про те, якою має бути дівчина. Новий образ Барбі показує, що краса може бути різною, а жінки можуть бути сильними, незалежними та самовиражатися. Фільм також підкреслює важливість дружби, підтримки та віри в себе.

Традиційні чи сучасні гендерні ролі:

У цьому фільмі відображається сучасний підхід, де жінки можуть досягати своїх мрій та бути ким завгодно. Це позитивний образ для дівчат, які формують свою особистість та вірять в себе.

Зовнішність та стиль: Доречі, цікавий факт, фільм Барбі, створив колобарацію з понад 100 рекламними брендами, ще до виходу фільму. Зовнішність Барбі у фільмі відображає сучасні тенденції моди, відходячи від класичних стереотипів та підкреслюючи індивідуальність та самовираження. Барбі, яку зіграла Марго Роббі, представлена у яскравому та виразному стилі, який відображає «автентичну штучність» світу Барбі. Тут ми відстежуємо яскравий барбікор, що у самої Барбі, то і в цілому в її світі. Барбікор-естетика – це рожевий у всьому. Яскраво-рожеві нігті, макіяж очей, губ, колір волосся, кінський хвіст, м'які обідки, прикраси з рожевим камінням. За один фільм Барбу змінила понад 30 образів. І образи підібрані за історією самої Барбі (згадуємо першу рекламу Барбі в купальнику).

Поведінка та характер:

Фільм «Барбі» 2023 року відображає новий образ Барбі, який відрізняється від класичного стереотипного образу ляльки. Основні риси нової Барбі включають різнобічність, багатогранність та реалістичність. Вона може виявляти різні емоції, бути смішною, сумною, розумною, невпевненою або сміливою. Це робить її більш близькою для глядачів, особливо для дівчат.

Вплив на аудиторію:

Фільм має значний вплив на аудиторію, особливо на молодь, підтримуючи ідею про різноманітність та рівність гендерних ролей. (Наше опитування тому доказ)

Культурний контекст та адаптація образу для різних культур:

Барбі, виступає як в ролі лікаря, адвоката та багатьох інших професій. Цей контекст відображає сучасні прагнення до рівноправ'я та розширення можливостей для жінок. Барбі, як героїня, втілює у собі різні аспекти жіночої ідентичності, що може бути сприйнято різними культурами по-різному. Також, тут активно використовують популярну музику та моду, що відображають різноманітність культурних впливів. Зокрема, музичний супровід включає різні жанри та стилі. Найпопулярніші артисти приймали участь у музичному супроводі: Dua Lipa, Charli XCX, Billie Eilish, Nicki Minaj, Khalid, тощо. Фільм був настільки успішний, що на всіх стрімінгових музичних платформах був створений плейлист до цього фільму.

Фільм відзначається не лише яскравими кольорами та зірковим акторським складом, але й сучасним підходом до представлення жіночої сили та можливостей у різних культурних контекстах. Він відображає культурні зміни сучасного суспільства, де гендерні ролі та уявлення про жіночість продовжують еволюціонувати та стають більш гнучкими. Фільм показує, що образ Барбі може бути адаптований до різних культурних контекстів, відображаючи глобальні тенденції та різноманітність суспільства.

Загалом, «Барбі» 2023 року може вплинути на сприйняття Барбі, розбивши стереотипи та показавши, що жінки можуть бути більш реалістичними та сильними. Такий підхід сприяє гендерній рівності та інклюзивності.

Важливо зазначити, що це лише деякі з можливих впливів фільму на сприйняття Барбі. Різні глядачі можуть сприймати його по-різному, залежно від їхнього віку, досвіду та особистих цінностей. Тим не менш, фільм 2023

року має потенціал зробити позитивний вплив на сприйняття Барбі та допомогти дівчатам розвинути здорову самооцінку та вірити в себе.

Світ Барбі – це феміністичний світ, в якому жінки можуть стати ким завгодно і досягти чого завгодно, тоді як Кени є лише їхніми придатками. І наївні Барбі та не менш наївні Кени сліпо вірять, що саме так воно і є у реальному світі, і саме так воно і має бути. Жорстока правда життя вносить свої корективи, які тепер загрожують існуванню «Барбіленда», і саме Барбі має усе виправити. Загалом «Барбі» можна назвати зразком «здорового фемінізму». Так, лівові частина фільму приділена саме проблемі місця жінки у світі, де від неї постійно хтось щось вимагає – бути хорошою матір'ю та дружиною, бути хорошою працівницею та начальницею, бути в хорошій формі та не зациклюватися на собі, і багато-багато інших «жінка повинна». При цьому Гервіг висміює концепцію, в якій жінки досягають успіху обов'язково лише за рахунок пригнічення чоловіків, а натомість підкреслює, що кожен має право на своє власне самовизначення та успіх. Цей аналіз підкреслює, що фільм «Barbie» (2023) є важливим культурним артефактом, який відображає та впливає на сучасні гендерні уявлення та стереотипи, пропонуючи нові перспективи на традиційні ролі.

Перейдемо до аналізу останньої реклами «Barbie: World of Fantasy» (2023):

Гендерні стереотипи асоціюються з Барбі:

Реклама продовжує асоціювати Барбі з традиційними жіночими стереотипами, такими як краса, грація та мода. Однак, вона також показує Барбі як активну учасницю пригод (тут в нас Барбі-русалка), що може відображати зміщення від традиційних стереотипів.

Традиційні чи сучасні гендерні ролі:

У рекламі Барбі відображена як героїня, що відповідає сучасним уявленням про жіночі ролі, демонструючи незалежність та самодостатність.

Зовнішність та стиль:

Зовнішність Барбі у рекламі відображає сучасні тенденції моди, з акцентом на індивідуальність та самовираження, що виходить за рамки класичних стереотипів. Така ж сама гарна, барбі-русалонька.

Поведінка та характер:

Барбі показана як впевнена та незалежна, що відображає сучасні уявлення про жіночі ролі, де жінки є активними учасниками своїх історій.

Вплив на аудиторію:

Реклама може надихати молодих глядачів на креативність та самовираження, показуючи, що жіночність може бути різноманітною та багатогранною.

Культурний контекст:

Реклама відображає сучасні культурні тенденції, де фантазія та уява є цінними, а гендерні ролі стають більш гнучкими та різноманітними.

Адаптація образу для різних культур:

«Barbie: World of Fantasy» показує, що образ Барбі може бути адаптований до різних культурних контекстів, відображаючи універсальність та глобальну привабливість бренду.

В кінці цієї реклами був слоган-фраза «You Can Be Anything» (Ти можеш бути будь-чим). Вона стала ключовим слоганом серії ляльок Barbie в 2015 році. Її тепер вставляють у кожний мультфільм і рекламу про Барбі. Вона відображає ідею підтримки і надихає дівчат реалізувати свої мрії та амбіції у будь-яких сферах життя.

Цей аналіз підкреслює, що реклама «Barbie: World of Fantasy» є не менш важливим прикладом того, як з перебігом часу, медіа можуть відображати та впливати на гендерні уявлення та стереотипи, пропонуючи нові перспективи на традиційні ролі.

Останній на аналіз мультфільм «Barbie: Star Light Adventure» (2016):

Фільм «Barbie: Star Light Adventure» (2016) розповідає про космічну пригоду Барбі, яка є принцесою у далекому всесвіті¹. Вона літає на своєму ховерборді разом зі своїм милим та відданим домашнім улюбленцем

Папкорном. Одного дня все змінюється, коли зірки на небі починають тьмяніти і сповільнювати свій танець. Барбі вирушає на прекрасну нову планету, щоб приєднатися до спеціальної рятувальної команди з місією врятувати зірки.

На новій планеті вона зустрічає групу талановитих нових друзів, і разом вони працюють над порятунком галактики через захоплюючі пригоди на ховербордах. Барбі швидко розуміє, що якщо вона послухає свого серця і з допомогою своїх друзів, вона може стати лідером, якого всесвіт чекав.

Неабияке цікаве спостереження, яке я особисто помітила, коли шукала фільми для аналізу: цей фільм, 2016 року, є останнім де мультфільмом де йдеться мова саме про Барбі. Передивляючись повнометражні мультфільми до 2023 року включно, Барбі вже не є самотійною. Там вже з'являється тенденція до того, що є друга головна героїня (зазвичай якась подруга або сестра Барбі). Там де Барбі ще є самотійною і головною до 2023 і пізніше - це вже мультсеріал. У повнометражних офіційних фільмах (до того ж американських) — ні.

Гендерні стереотипи асоціюються з Барбі:

У мультфільмі «Barbie: Star Light Adventure», Барбі представлена як героїня, що володіє традиційними жіночими рисами краси але також як лідер і пригодниця, що відображає сучасні гендерні ролі.

Традиційні чи сучасні гендерні ролі:

Мультфільм відображає Барбі у сучасних гендерних ролях, демонструючи її як незалежну, сильну та впевнену особистість, що відповідає сучасним уявленням про жіночість.

Зовнішність та стиль:

Зовнішність Барбі у фільмі відображає сучасні тенденції моди, з акцентом на футуристичні елементи, що виходять за рамки класичних стереотипів жіночої зовнішності.

Поведінка та характер:

Дуже несподівано й нове, що я відмітила, що ця Барбі, окрім всіх позитивних рис, мала ще й таку негативну — непунктуальність. Впродовж всього фільму, вона завжди запізнюється. Також, я помітила, що Барбі отримувала зауваження, що перебиває співрозмовника, АЛЕ, це було тільки двічі за весь фільм. І цікаво те, що двічі з чоловіками (батько та Король). Окрім цього, при першій розмові з принцем, вона хрюкала, коли сміялась. За спільною вечерею на балу, Саллі (дівчина з команди Барбі), глумила з Барбі, що та не вміє користуватися приборами. Тут Барбі представлена не такою ідеальною як зазвичай, тут вона, більш, я би сказала справжня, реальна. Попри все, вона показана як відважна та рішуча, здатна на самостійні дії та прийняття важливих рішень, що руйнує усі канони. Вона не дотримується правил замку, не підкоряється королю, йде на перекур йому, випускаючи звірька, вона робить все за покликом серця, і цим самим, рятує усю галактику. Вона руйнує традиційні стереотипи про пасивність жінок.

Вплив на аудиторію:

Мультфільм може мати позитивний вплив на аудиторію, особливо на молодь, підтримуючи ідею про різноманітність та рівність гендерних ролей. Черговий принц тут важливої ролі не грав, увесь фільм він говорив про їжу, натомість Барбі допомогала усім друзям і врятувала галактику.

Культурний контекст та адаптація образу для різних культур:

«Barbie: Star Light Adventure» відображає культурні зміни сучасного суспільства, де гендерні ролі та уявлення про жіночість продовжують еволюціонувати та стають більш гнучкими. Фільм показує, що образ Барбі може бути адаптований до різних культурних контекстів, відображаючи універсальність та глобальну привабливість бренду.

Цей аналіз підкреслює, що мультфільм «Barbie: Star Light Adventure» є важливим культурним артефактом, який відображає та впливає на сучасні гендерні уявлення та стереотипи, пропонуючи нові перспективи на традиційні ролі.

3.3 Рекомендації використання образу Барбі у сучасній рекламі та мультиплікації

Образ Барбі, популярної ляльки, створеної компанією Mattel у 1959 році, став іконою поп-культури та символом жіночності. Протягом десятиліть Барбі зазнала багатьох змін, відображаючи еволюцію суспільних уявлень про красу та гендерні ролі. У сучасному світі, де реклама та мультиплікація мають значний вплив на формування суспільної свідомості, використання образу Барбі може бути як корисним, так і проблематичним.

Позитивні аспекти використання образу Барбі включають:

Різноманітність образів: Сучасна Барбі представлена у різноманітних расових, етнічних та професійних образах, що сприяє інклюзивності та розширенню уявлень про красу. Це допомагає підтримувати різноманіття та підкреслює важливість прийняття різних культурних та етнічних ідентичностей, а також сприяє формуванню позитивного самовизначення серед молоді.

Популярність бренду: Барбі є впізнаваним брендом, що може привернути увагу аудиторії та підвищити ефективність рекламних кампаній. Використання образу Барбі в рекламі або маркетингових кампаніях може допомогти залучити широку аудиторію, особливо у сферах, де важливий аспект емоційного зв'язку з аудиторією.

Можливість для самовираження: Образ Барбі може бути використаний для просування ідей самовираження, творчості та самореалізації. Він надає можливість дітям та молоді виражати себе через створення різних образів, що сприяє розвитку фантазії та креативності.

Ці позитивні аспекти роблять образ Барбі цікавим для використання в культурі, освіті та маркетингу, сприяючи позитивним соціокультурним змінам.

Образ Барбі, який спочатку використовувався як символ моди та самовираження, може мати деякі потенційні проблеми:

Нереалістичні стандарти краси: Класичний образ Барбі з її ідеальними пропорціями може сприяти формуванню нереалістичних стандартів краси серед дівчат та жінок. Це може призвести до негативного впливу на самооцінку, почуття власної гідності та тіла.

Гендерні стереотипи: Традиційно Барбі асоціюється з домашнім господарством та традиційними жіночими ролями, що може посилювати гендерні стереотипи та обмежувати уявлення дівчат про їхні можливості.

Комерціалізація дитинства: Використання образу Барбі у рекламі та мультиплікації, орієнтованих на дітей, може сприяти комерціалізації дитинства. Це може призвести до нав'язування споживацьких цінностей та збільшення тиску на дітей та їхніх батьків у питаннях покупок та матеріального споживання.

Важливо враховувати, що образ Барбі також може мати позитивний вплив, такий як різноманітність образів та можливість для самовираження. Однак необхідно збалансувати ці аспекти з урахуванням потенційних негативних наслідків, які можуть виникнути від використання цього образу у медіа та рекламі.

Рекомендації щодо використання образу Барбі:

- Акцентування на різноманітності: Використовуйте різноманітні образи Барбі, що відображають расову, етнічну та професійну різноманітність, щоб сприяти інклюзивності та розширенню уявлень про красу. Наприклад, представлення різних культур і тілосприйняття у рекламних кампаніях та мультиплікаційних фільмах.
- Уникнення нереалістичних стандартів: Уникайте використання класичного образу Барбі з ідеальними пропорціями, щоб не сприяти формуванню нереалістичних стандартів краси. Замість цього, використовуйте різноманітність образів, які відповідають різним типам фізичного вигляду.
- Просування позитивних цінностей: Використовуйте образ Барбі для просування позитивних цінностей, таких як самовираження, творчість,

освіта та самореалізація. Це може включати розвиток творчих навичок, підтримку навчання та розвиток особистості.

- Обережність у використанні для дітей: Будьте обережними при використанні образу Барбі у рекламі та мультиплікації, орієнтованих на дітей, щоб уникнути комерціалізації дитинства та нав'язування споживацьких цінностей. Замість цього, акцентуйте на освітній аспект та розвиток навичок, що сприяють позитивному особистісному зростанню.

Ці рекомендації допоможуть збалансувати використання образу Барбі, забезпечуючи позитивний вплив і уникнення негативних наслідків.

Образ Барбі є потужним інструментом, який може бути успішно використаний у сучасній рекламі та мультиплікації для просування позитивних цінностей та інклюзивності. Популярність цього образу дозволяє створювати різноманітні іміджі, що сприяють самовираженню і самопізнанню серед аудиторії. Однак, важливо пам'ятати про певні ризики, пов'язані з використанням образу Барбі, такі як підсилення нереалістичних стандартів краси та гендерних стереотипів.

Дотримуючись рекомендацій, які включають акцент на різноманітності, уникнення упереджених стандартів краси, сприяння позитивним цінностям і обережне використання образу у медіа, можна досягти ефективних та відповідальних результатів у рекламі та мультиплікації. Барбі залишається важливим символом і може використовуватися для підтримки культурної різноманітності та розвитку позитивних соціальних навичок серед нових поколінь.

Висновки до розділу 3

Результати онлайн-опитування демонструють значний вплив Барбі на формування гендерних проявів серед молоді віком 12-25 років. Більшість респондентів (72 особи) вказали на позитивний вплив образу Барбі, відзначивши, що він сприяє розвитку навичок справедливості, пізнання світу

та відходу від гендерних стереотипів.. Значна частина опитаних (66 осіб) володіє продукцією Барбі, особлива популярність зросла у 2023 році після виходу фільму та рекламних проблем.

Респонденти підкреслюють, що реклама та медіа-продукція Барбі сприяють гендерній рівності та різноманітності гендерних проявів, тому Барбі може мати різноманітні фізичні характеристики, що сприяє кращому сприйняттю різноманітності.

Барбі асоціюється із символом сили, справедливості та краси, що позитивно впливає на молодь, надихаючи бути собою та досягти цілей, незважаючи на гендерні обмеження.

Проте, існує також група опитаних (30 осіб), які сприймають Барбі як стереотипний образ, що не впливає на гендерну рівність. Це свідчить про неоднозначність сприйняття образу Барбі та його вплив на гендерні прояви в суспільстві.

Для комплексного аналізу впливу Барбі на гендерне виявлення було вибрано три форми різних візуальних медіа: мультифільми, реклама та фільми. Такий вибір аргументується охопленням широкої цільової аудиторії, особливо дитячого віку, який є критичним періодом для формування уявлень про світ та гендерні ролі.

Аналіз перших та останніх мультфільмів, фільмів та реклами про Барбі дозволяє зберегти динаміку, зміни та трансформації з часом, а також вплив культурних факторів на його створення та сприйняття.. Ключовими питаннями для дослідження є: гендерні стереотипи, відображення традиційних чи сучасних гендерних ролей, зовнішність та стиль, аналіз поведінки та характеру персонажа, вплив на аудиторію та культурний контекст.

Таким чином, комплексне дослідження впливу образу Барбі на формування гендерних проявів, що включає онлайн-опитування та аналіз мультфільмів, фільмів та реклами, дозволяє глибше зрозуміти, чим цей

популярний культурний символ впливає на сприйняття гендерної ролі та ідентичності в сучасному суспільстві.

ВИСНОВКИ

Дослідження розвитку гендерних уявлень в історії та сучасному суспільстві показало значні трансформації у сприйнятті гендерних ролей та ідентичності. Від античних часів до сучасності відбувалися істотні зміни, які відображають соціокультурні зміни та зміну уявлень про гендер.

Теоретичні основи трансформації гендерних уявлень виявили різноманітні підходи до визначення ролей чоловіків та жінок, а також їхні зміни відповідно до змін у суспільстві. Розвиток гендерних уявлень в історії показав, як соціальні ролі змінювалися від вікових стереотипів до сучасних ідентичностей, що відображають більш рівноправний підхід до гендерних питань.

Образ Барбі в контексті гендерних уявлень показало, як іконічна лялька впливає на формування гендерних стереотипів у суспільстві, особливо серед дітей. Вона відображає соціокультурні зміни та відповідно реагує на них, відтворюючи або переосмислюючи гендерні уявлення.

Дослідження показало, що гендерні уявлення є динамічними та змінюються з часом, відображаючи важливі трансформації у сприйнятті ролей чоловіків та жінок у сучасному суспільстві. Розуміння цих змін є ключем до подальшого розвитку соціальної діалектики та побудови більш справедливого та рівноправного суспільства.

У другому розділі проведено детальний аналіз феномену Барбі, включаючи її історію, еволюцію образу в різних медіаформатах та вплив на гендерні стереотипи.

Барбі з'явилася в 1959 році як модна лялька, ставши відразу ж культурним явищем. Її історія включає безліч варіацій і перетворень, від класичного образу до різноманітних інтерпретацій. Лялька відображала змінювані стандарти краси і соціальні прагнення жінок, від господині до професійних кар'єристок.

В процесі свого існування Барбі з'явилася у багатьох мультфільмах, фільмах та рекламних кампаніях. Від «Барбі і Рокери: За межами цього світу» (1987) до сучасних адаптацій, вона пройшла значний шлях у розвитку свого образу та набула значного впливу на поп-культуру.

Барбі значно вплинула на гендерні стереотипи, які часто пов'язані з її образом. З одного боку, вона стала символом моди, краси та успіху, а з іншого - об'єктом критики через сприяння утриманню стереотипних гендерних ролей у суспільстві.

Аналіз феномену Барбі виявив складний і багатогранний вплив ляльки на культурні та гендерні уявлення, що відображає важливі аспекти її ролі в сучасному світі. Барбі не лише відображає, але й активно формує соціальні норми і сприйняття гендерних ролей, що робить її важливим об'єктом дослідження і обговорення в контексті культурології та гендерних студій.

У третьому розділі представлено емпіричне дослідження, що включає аналіз результатів опитування та дослідження образу Барбі у різних медіаформатах.

Опитування, проведене серед різних груп населення, дозволило визначити різноманітність уявлень про Барбі та її вплив на гендерні стереотипи. Результати показали, що Барбі має значний культурний і соціальний вплив, який сприймається як позитивний, так і критичний залежно від контексту.

Досліджено образ Барбі у мультфільмах, фільмах та рекламних кампаніях. Встановлено, що лялька виступає символом моди, краси і успіху, одночасно викликаючи обговорення через утримання стереотипних гендерних ролей.

На основі отриманих результатів сформульовані рекомендації щодо використання образу Барбі у сучасній рекламі та мультиплікації. Рекомендації включають в себе підтримку культурної різноманітності, збалансоване представлення гендерних ролей і відмову від стереотипних образів.

Третій розділ надає глибокий і комплексний аналіз впливу образу Барбі на сучасне суспільство і пропонує практичні рекомендації для його ефективного використання у медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барбі у світі реальних жінок: феміністична постмодерністська сатира [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://povaha.org.ua/barbi-u-sviti-realnyh-zhinok-feministychna-postmodernistska-satyra/>
2. Батрин Н. В. Стратегії та методи управління гендерними конфліктами / Н. В. Батрин [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/13562/1/Gender_Conflicts.PDF.
3. Ворона М. В. Гендерні стереотипи: сутність, функції, наслідки / М. В. Ворона // Статистика України. – 2010. – № 4. – С. 71–74
4. Гендерні стереотипи та ставлення громадськості до гендерних проблем в українському суспільстві. Інститут соціології НАНУ. Центр соціальних експертиз. – Київ, 2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.un.org.ua/files/gender_2006.pdf.
5. Горностай П.П. Гендерна соціалізація та становлення гендерної ідентичності. Основи теорії гендеру. К.: „К.І.С.”, 2004. С.132-156.
6. Городнова Н.М. Гендерний розвиток особистості. Методичний посібник. К.: Шк. Світ, 2008 — 128 с.
7. Григоренко Ю. В. Специфіка формування гендерних стереотипів слов'янського етносу. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://s-journal.cdu.edu.ua/base/2008/v3/v3pp152-153.pdf>
8. Даниляк Р. П. Гендерні стереотипи: ролі та прагнення // Гілея. Історичні науки. Філософські науки. Політичні науки: Наук. вісник : зб. наук. праць – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2011. – № 10. – С. 326–330.
9. Еволюція Barbie: як змінювалася легендарна лялька з моменту її появи Роббі [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://leva.com.ua/ua/news/jevoljucija-barbie-kak-menj alas-legendarnaja-kukla-s-momenta-ee-pojavlenija/>

10. Еволюція Barbie: як фемінізм та суспільні процеси змінювали ляльку від 1950-х до кінопрем'єри з Марго Роббі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://suspilne.media/culture/531191-evolucia-barbie-ak-feminizm-ta-suspilni-procesi-zminuvali-lalku-vid-1950-h-do-kinopremieri-z-margo-robbi/>

11. Еволюція ляльки Barbie: від мрії до символу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bi.ua/ukr/posts/view/ot-mechty-do-simvola-evolyuciya-kukly-barbie/>©

12. Зінченко Т.П. Методологічні труднощі аналізу стереотипів зовнішності та їх гендерно-вікових відмінностей. Проблеми сучасної психології: збірник наукових праць Державного вищого навчального закладу “Запорізький національний університет” та Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України / За ред. С.Д. Максименка та ін. Запоріжжя: ЗНУ, 2017. № 2(12) С. 39-45

13. Кашаба О. Гендерні стереотипи: від минувшини до сьогодення // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – Харків: НТУ «ХПІ», 2011. – № 30 – С. 101–107.

14. Кісь О. Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні. Незалежний культурологічний часопис „І”. 2003. № 27. С.37-58.

15. Кісь О. Р. Етнічні гендерні стереотипи та джерела їх конструювання // Український жіночий рух: здобутки і проблеми: зб. наук. праць. – Дрогобич, 2002. – Вип. 1. – С. 26–43

16. Кошкалда О. Гендерні стереотипи в рекламі: теоретичні засади функціонування. Інформаційне суспільство. 2013. Вип. 17. С. 72-74

17. Ляшук Н.В. Гендерний аспект моделювання зовнішнього образу українців. Філологічні науки. Мовознавство. 2011. № 1. С. 77-81.

18. Марценюк Т. Гендерна рівність і недискримінація: посібник для експертів і експерток аналітичних центрів. К., 2014. 65 с
19. Маслова Ю. П. Релігійно-міфологічне підґрунтя гендерних стереотипів // Історія релігій в Україні і світі: збірник наукових праць. Серія «Історичне релігієзнавство». – Острог, 2011. – № 3. – С. 143–148.
20. Мельничук І. П. Історичний досвід вирішення жіночого питання в українських землях у складі Російської імперії у другій половині XIX ст. // Проблеми історії України XIX – початку XX ст.: 36. наук. пр. – 2008. – № 15. – С. 80–84.
21. Олійник Є.Ю. Гендерні стереотипи в масових жіночих і чоловічих виданнях (на прикладі журналів «ELLE Україна», «Махіт Україна»). Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник КНУ імені Шевченка. К., 2012. Т. 49. С. 215-220
22. Оніщенко Н. М. Гендерні виміри сучасного українського суспільства / Н. М. Оніщенко, Л. О. Макаренко // Теорія та історія держави і права. Філософія права. Часопис Київського університету права. – 2011. – № 3. – С. 11–14 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kul.kiev.ua/images/chasop/2011_3/11.pdf.
23. Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: »К.І.С.», 2004. – 536 с.
24. Поняття про гендерні стереотипи та приклади їх спростування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://skaz.com.ua/geograf/11498/index.html>.
25. Слінчук В. В. Мовностилістичні засоби творення гендерних образів молоді (за матеріалами друкованих мас-медіа): дис. ..канд. філол. наук: 10.01.08. – К., 2006. – 193 с.
26. Сукаленко Т. М. Гендерна стереотипізація метафорично втілених ознак жінки // Східнослов'янська філологія: збірник наукових праць. – Донецьк, 2009. – № 17. – С. 82–93.

27. Щотка О.П. Вікова психологія дорослої людини. Навчальне видання. Ніжин: НДПУ, 2001. 194 с

28. Юда Л. А. Соціальні ролі жінок і чоловіків в історії і розвитку // Жінки Чернігівщини: історія і сучасність. Проблеми подолання гендерних стереотипів і формування гендерної культури в суспільстві. Матеріали обласної науково-практичної конференції. – Чернігів: ФОП Падалко О.В., 2011. – 91 с

29. Barbie's Utopia and (the Absence of) Social Rights [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blog.petrieflom.law.harvard.edu/2023/09/14/barbies-utopia-and-the-absence-of-social-rights/>

30. Bazzini, D., Curtin, L., Joslin, S., Regan, S., & Martz, D. (2010). Do animated Disney characters portray and promote the beauty-goodness stereotype? Journal of Applied Social Psychology

31. Bradley, H. (2012) Gender, 2nd Edition., Polity. – 256 p.

32. Cann, A. (1991) Stereotypes About Physical and Social Characteristics Based on Social and Professional Competence Information, The Journal of Social Psychology, 131:2, 225-231,

33. Dittmar, H., Halliwell, E., & Ive, S. (2006). Does Barbie make girls want to be thin? The effect of experimental exposure to images of dolls on the boy images of 5- to 8-year-old girls. Developmental Psychology, 42, 283–292

34. Felson R.B., Bohrnstedt G.W. (1979) Are the Good Beautiful or the Beautiful Good? The relationship between children's perception of ability and perceptions of physical attractiveness // Social Psychology Quarterly. – Vol. 42. – No 4. – P. 386–392.

35. Griffin, A.M., Langlois J.H. (2006) Stereotype Directionality and Attractiveness Stereotyping: Is Beauty Good or is Ugly Bad? Social Cognition: Vol. 24, No. 2, pp. 187-206.