

# ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В РЕКЛАМІ: ВПЛИВ І НАСЛІДКИ

**Катарович А.О.**

*Національний авіаційний університет, Київ*

*Науковий керівник – Маєвська М.М., канд.філос.н, доц.*

Історично у людей склалися стереотипи, що жінка — це берегиня вогнища, яка зобов'язана готувати їжу, дивитися за дітьми, прибирати і прати. Чоловік – це здобувач, який заробляє гроші і захищає свою сім'ю. Але, якщо ми уявимо, що жінка займає керівну посаду, а чоловік виховує дитину, взявши декретну відпустку? [2] На жаль, не дивлячись на те, що зараз вже 21 століття, уявити це вкрай важко.

Розвиток рекламних технологій дуже тісно пов'язаний із бажанням вплинути на споживача та змусити його купити товар. Сьогодні реклама не тільки надає інформацію про товар чи послугу, а

й моделює систему громадських відносин у суспільстві, зокрема між чоловіком і жінкою. Такі відносини часто подаються через призму гендерних стереотипів, щостворює певні соціальні настрої та визначає диференціацію соціальних ролей у суспільстві [1].

На початку 2020 року компанія «Kantar» провела дослідження на тему гендерних стереотипів в рекламі. Вважається, що саме жінки приймають рішення про покупки і витрати в сім'ї. Відповідно, промо орієнтується на них, виходячи зі стереотипів про жінок[4]. Типові якості жінок в рекламі: хазяйновитість, краса, сексуальність, відсутність компетенції в деяких питаннях, схильність прислуховуватися до думок чоловіка, подруги, сусідки тощо. Ролі чоловіків: успішний бізнесмен, який має високий прибуток, дорогий автомобіль; спортсмен з вишуканим тілом, спокусник серед жінок та вірний друг [3].

Сьогодні існує чимало прикладів гендерно-нерівної реклами, одними із таких є:

- реклама прального порошку Savexza участю жінки-домогосподарки [5].
- реклама парфумів, де чоловік виступає спокусником [6].

Дані стереотипи настільки сильно засвоїлися в нашій свідомості, що ми вже не звертаємо увагу і спокійно приймаємо те, що рекламують. Перебуваючи під впливом власних застарілих поглядів, ми здійснюємо потрібну рекламістам цільову дію - купуємо те, що вони нам «пропонують». Інакше кажучи, ми не хочемо вириватися з рук складених споконвічних стереотипів, і не рухаємося далі разом з сучасним світом. Така бездіяльність викликає ряд проблем, пов'язаних із взаєминами між жінками і чоловіками. Через те, що багато століть тому жінкам було недозволено займати місце, наприклад, в управлінні державою, а іноді навіть вечеряти за одним столом з чоловіком, то з часом жінки стали боротися за свої права і рівні можливості. У зв'язку з чим, між жінкою і чоловіком закрився дух суперництва, замість взаєморозуміння і поваги.

Насправді, подібні гендерні стереотипи дуже легко зруйнувати, поступово змінюючи уявлення про роль жінок та чоловіків у житті. Приклад гендерно-нейтральної реклами одягу бренду H&M, яка руйнує стереотипи [7]. Застосовуючи іншу подачу інформації в рекламі, можна з легкістю закласти інші стереотипи в свідомості людей. Наприклад, частіше використовувати жінку в ролі бізнесвумен, а чоловіка в ролі люблячого батька, хранителів домашнього вогнища, які вміють готувати краще жінок. Рекламуючи пральний порошок, можна використовувати не тільки жінок, а й чоловіків в якості господарів. Більше того, і жінка, і чоловік повинні виглядати доглянутими, привабливими, спокусливими, наприклад, в рекламі парфумів. Реклама може донести до глядачів

головну думку – неможливо постійно бути ідеальним, мати підтягнуте тіло, прокидатися з макіяжем і бути в гарному настрої. І успішність в бізнесі залежить не від гендеру, а від того, які зусилля ти прикладаєш.

Підсумовуючи, гендерні стереотипи поступово застарівають, оскільки зараз стає більше прихильників рівності в правах між жінками і чоловіками. Це означає, що реклама з подібними технологіями стає менш ефективна. Якщо змінити подачу і застосувати сучасні способи рекламування продукту, можна не тільки підвищити впізнаваність бренду, а й повністю перевернути уявлення цілі життя у чоловіків і жінок.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гендерні стереотипи в телевізійній рекламі [Електронний ресурс ]. – Режим доступу:[https://vuzlit.ru/107704/genderni\\_stereotipi\\_televizijnyy\\_reklami](https://vuzlit.ru/107704/genderni_stereotipi_televizijnyy_reklami)
2. Гендерное равенство: проблемы, обеспечение, мировая статистика[Електронний ресурс ]. – Режим доступу: <https://mentamore.com/socium/gendernoe-ravenstvo.html>
3. Гендерные стереотипы в рекламе [Електронний ресурс ]. – Режим доступу: <https://netology.ru/blog/gendernye-stereotipy-v-reklame>
4. Почему до сих пор в рекламе работают стереотипы [Електронний ресурс ]. – Режим доступу: <https://l-a-b-a.com/blog/1804-pochemu-do-sih-por-v-reklame-rabotayut-gendernye-stereotipy>
5. Пример гендерно-стереотипной рекламы 1 [Електронний ресурс ]. – Режим доступу:<https://www.youtube.com/watch?v=e7DOJCpfjMI>
6. Пример гендерно-стереотипной рекламы 2[Електронний ресурс ]. – Режим доступу:<https://www.youtube.com/watch?v=kPkQnKEZZho>.
7. Пример гендерно-нейтральной рекламы одягу бренда N&M[Електронний ресурс ]. – Режим доступу:<https://www.youtube.com/watch?v=1LbJjSHIn0&t=18s>