ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ

Васьківська Олена Євгеніївна
канд. пед. наук, доцент кафедри журналістики
Факультет міжнародних відносин
Національний авіаційний університет

У статті розглядається проблема гендерних стереотипів в медіа та висвітлюються прояви сексизму в українських ЗМІ.
Ключові слова: гендерні стереотипи, дискримінація, сексизм, гендерний дисбаланс, медіа.

The article examines the problem of gender stereotypes in the media and highlights the manifestations of sexism in the Ukrainian mass media.
Key words: gender stereotypes, discrimination, sexism, gender imbalance, media.

Публікації в українських медіа є постійним джерелом як ствердження, так і розвінчування гендерних стереотипів сучасності. Ця проблематика завжди була актуальною та є темою постійних моніторингів незалежних громадських організацій. В умовах повномасштабного вторгнення питання гендерних стереотипів не лише не зменшилося, а й набуло нових масштабів.

Медіа – це завжди відображення наявних у суспільстві проблем, стереотипів та проявів нерівності. На жаль, в Україні досить поширений побутовий сексизм, а тому на цьому часто побудовані не просто коментарі та сюжети, а й цілі формати телевізійних проєктів, у рутинній же риториці мовлення ці стереотипи надійно переважають – і медійники навіть не помічають цього [1].

Дослідник М.Ткалич зазначає, що гендерні стереотипи – уявлення про соціальні ролі для чоловіків і жінок, які базуються передусім на біологічних ознаках та проявляються через сексизм. Він поділяє гендерні стереотипи на три умовні групи: до першої групи належать стереотипи маскулінності-фемінності, згідно з якими для чоловіків притаманне активне, творче начало, розвинуте логічне мислення та компетентність, а для жінок – природно-репродуктивне начало. До другої групи відносяться стереотипи про професійні ролі жінок та чоловіків (для жінок – сімейні, для чоловіків – професійні). До третьої входять стереотипи про зміст праці, де для жінки відведено сферу виконавчої й обслуговуючої діяльності, а для чоловіків – сферу творчої та інструментальної праці [2, с 161-162].

Згідно з останнім дослідженням «Гендерна рівність в українських ЗМІ», проведеного проєктом «Повага — кампанія проти сексизму в українських ЗМІ та політиці» та AI-платформою медіааналітики Semantrum, в українських медіа негативних публікацій щодо гендерної рівності у 2,5 рази більше, аніж позитивних. Серед усього масиву публікацій основні прояви негатива стосувалися теми "гендерна рівність" (93%) та мали ознаки сексуалізації та об’єктивації жінок. Медіа збирають і перетворюють на новини дописи у соцмережах. Роблять новини про груди, живіт, стегна, декольте, схуднення чи набір ваги відомих жінок, таким чином ЗМІ продовжують підтримувати стандарти краси, які створюють нескінченний тиск на жінок» [3].

Переглядаючи публікації українських медіа ми можемо відзначити, що вони продовжують публікувати сексистський контент, використовуючи зокрема, так званий «доброзичливий сексизм», що в завуальованій формі принижує жінок, наголошуючи на стереотипі маскулінності-фемінності.

Наприклад, на сайті «Обозреватель» можемо знайти статтю під заголовком «Новою прем'єркою Фінляндії стане 34-річна красуня: який вона має вигляд». У статті «Красуню-прем'єра Фінляндії можуть призначити головою Єврокомісії – ЗМІ», на сайті УНІАН, присутні ознаки сексизму, а також можемо помітити, що в матеріалі не вживаються фемінітиви. «Доброзичливий сексизм» також можемо побачити у матеріалах медіа про жінок в ЗСУ: «Жінки в ЗСУ: українські красуні, які взяли до рук зброю та "насипають" окупантам» (ТСН) та «Красуні в ЗСУ: 5 українок, які вступили в лютий бій з окупантами (відео)» (УНІАН). Водночас, використання «доброзичливого сексизму» стосується не лише жінок, а й чоловіків, що можна прослідкувати у черговому матеріалі від ТСН «Драйвове відео з красунчиками та красунями ЗСУ».

Щодо фемінітивів, що їх було затверджено Кабінетом міністрів України у новій редакції «Українського правопису», медіа не поспішають їх використовувати. Згідно з дослідженням проведеним Інститутом масової інформації в четвертому кварталі 2022 року, 40% онлайн-медіа не вживають систематично фемінітивів. Такі порушення були зафіксовані, зокрема, на сайтах "РБК-Україна", "Корреспондент" та "Цензор". До прикладу, у матеріалах сайту "Корреспондент" не вживають фемінітивів, які стосуються посад, наприклад "директор з комунікацій Східного крила Елізабет Александер". РБК-Україна під час згадки прем'єр-міністерки Фінляндії Санни Марін у тексті вжило "прем'єр-міністр". А також у матеріалах, де згадувалась Урсула фон дер Ляєн, редакція вжила "президент виконавчої влади Європейського Союзу". Редакція УНІАН у матеріалі про Бріджит Брінк вжила "посол", втім вживання "пані посол" є прийнятнішим для норм української мови [4].

Проблемою сьогодення є також низька залученість експертів-жінок, в середньому онлайн-медіа зараз цитують експерток лише у 12,5% матеріалів, У дослідженні ІМІ зазначається, що таких низьких показників вони не фіксували із 2014 року. Жінки як героїні зараз згадуються в 33% матеріалів, тоді як чоловіки – в 67% матеріалів онлайн-медіа. Щодо тематичного наповнення, найчастіше експертки коментували міжнародну тематику (48,4% всіх коментарів експерток). Значно менше жінки були залучені як експертки в матеріалах про війну (лише 10,9% коментарів); у темах, які стосувалися виживання, гуманітарної катастрофи й наслідків війни (9,4%); економіки й бізнесу (7,8%) та кримінальної хроніки (6,3%). Експертки також коментували теми прав людини, погоди, здоров'я та науки, однак цих згадок було досить мало [4].

Отже, гендерний дисбаланс залишається проблемою українських медіа та має загальнонаціональний характер. Медійні організації, зокрема, Комісія із журналістської етики, Інститут масової інформації, ГО «Детектор медіа», об'єднують свої зусилля для моніторингу ЗМІ та розробки рекомендацій для медіа щодо висвітлювання гендерної тематики. Більшість ЗМІ дотримуються

забезпечення гендерної рівності, долучаються до проєкту BBC «50:50» щодо залучення однакової кількості жінок та чоловіків в сюжетах на телебаченні та в публікаціях. Однак, попри ці заходи в українських ЗМІ все ще присутні матеріали з ознаками сексизму та гендерної нерівності.

Список використаних джерел

1. Про сексизм і гендерні стереотипи в українських медіа. — Режим доступу: https://www.nrada.gov.ua/pro-seksyzm-genderni-stereotypy-v-ukrayinskyh-media/
2. Ткалич М. Гендерна психологія : навч. посіб. 2-ге вид., випр., доповн. / М.Г. Ткалич. — Київ: Академ-видав, 2016. — 256 с.
3. Українські ЗМІ опублікували у 2,5 рази більше негативних матеріалів про гендерну рівність, ніж позитивних — дослідження. — Режим доступу: https://ms.detector.media/trendi/post/28834/2022-01-19-ukrainski-zmi-opublikuvaly-u-25-razy-bilshe-negatyvnykh-materialiv-pro-gendernu-rivnist-nizh-pozytyvnykh-doslidzhennya/
4. Війна та гендерний баланс. Моніторингове дослідження за четвертий квартал 2022 року. — Режим доступу: https://imi.org.ua/monitorings/vijna-ta-gendernyj-balans-monitoryngove-doslidzhennya-za-chetvertyj-kvartal-2022-roku-i49610