

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

ТУЛЬЧІЙ АНАСТАСІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА

Допускається до захисту:

в.о. завідувача кафедри журналістики та
соціальних комунікацій,

канд. філософських наук, доцент

_____ Костянтин РОДИГІН

«_____» _____ 2024р.

**ІНТЕРНЕТ – РЕСУРС ПРО ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В МЕДІА :
СТВОРЕННЯ ТА НАПОВНЕННЯ РЕСУРСУ**

Спеціальність 061 Журналістика

Випускова робота (медіа-проект)

Керівник:

Мирослава ЧОРНОДОН, доцент кафедри
журналістики та соціальних комунікацій

Оцінка: _____ / _____ / _____

(бали за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)

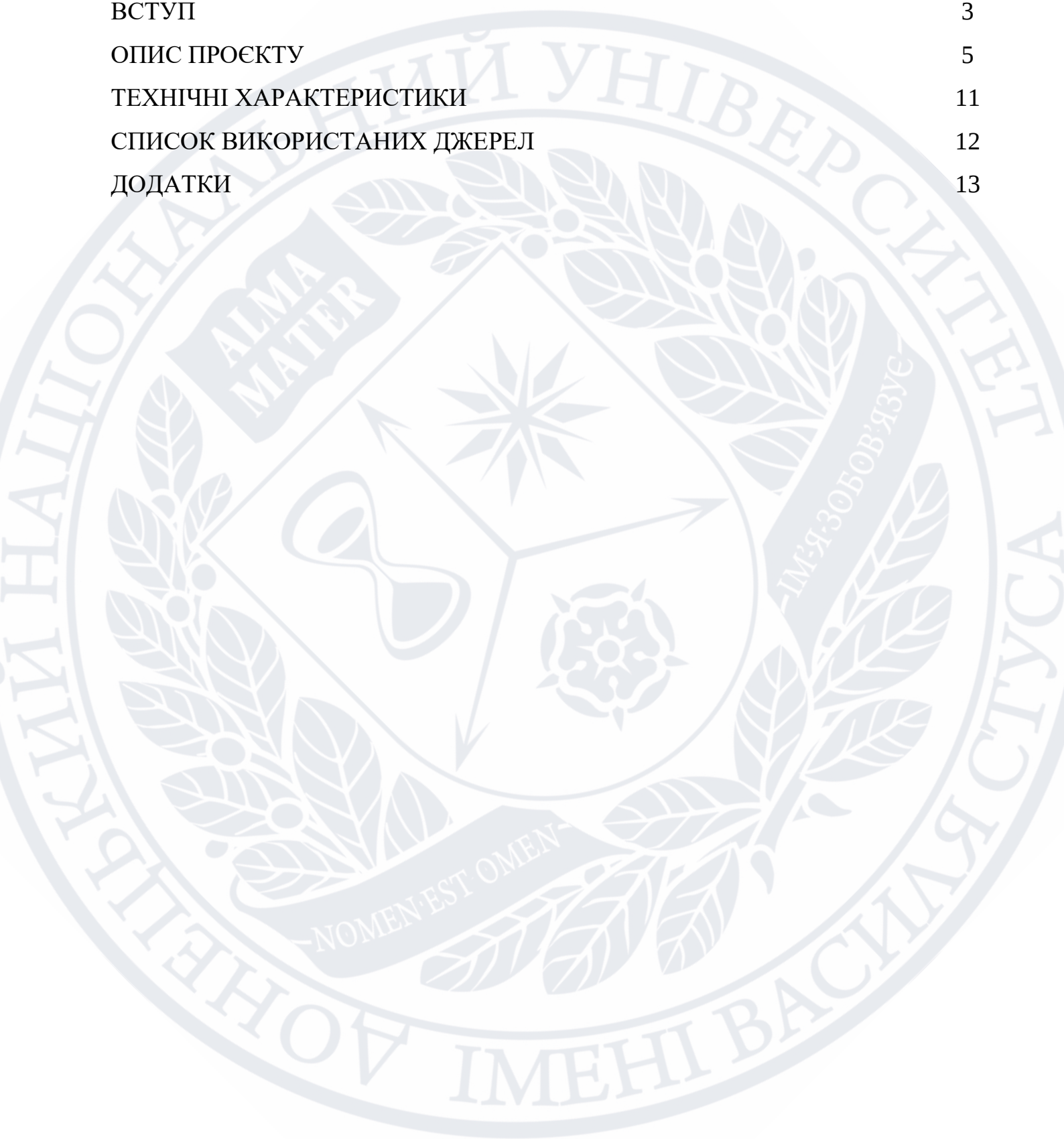
Голова комісії: _____

(підпис)

Вінниця – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
ОПИС ПРОЄКТУ	5
ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ	11
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	12
ДОДАТКИ	13



ВСТУП

Актуальність обраної теми. Сучасні медіа – це один з основних інструментів впливу на свідомість людини. Саме вони закладають множинні установки. Аналіз гендерних ролей дасть змогу глибше зрозуміти концепти «жінка» та «чоловік». У ХХІ сторіччі, поширюється рівноправ'я, що не скажеш про кількасот років тому. Де жінці відводили лише роль матері та господині. А на той момент ще не існувало телебачення. Сьогодні, відголоски минулого щодо гендерної нерівності та стереотипних ролей наздогнали нас. Потрібно надавати розголосу і викоринити стереотипність з медіа та нашого життя.

Важливо, щоб висвітлення гендерних аспектів було в пріоритеті. Окрім ЗМІ, потрібно повноцінно висвітлювати ролі жінок та чоловіків у блогах. Саме це завдання ставить перед собою інстаграм-блог «gender_sm».

GS – це своєрідний інстаграм-журнал про одну з суперечливих тем: «Гендерні стереотипи у медіа». Адже, це не про боротьбу жінок та чоловіків. Це не про колір блакитний чи рожевий. Гендерні стереотипи – це про комфортність життя чоловіків, жінок та про погляди людини, яку оточує різна інформація у соцмережах, медіа та Інтернеті.

Мета медіа-проєкту: зробити аналіз гендерних стереотипів у медіа, порівняти як вони відображаються на житті чоловіків та жінок, визначити у яких телепрограмах масово поширюється сексизм й гендерна нерівність. Ознайомити читачів з гендерним словником.

Об'єктом медіа-проєкту є відомі українські телеканали, новинні Інтернет-ресурси, телепрограми, фільми та серіали.

Предметом медіа-проєкту є Інстаграм – блог на гендерно-стереотипну тематику “gender_sm”.

Джерельна база медіа-проєкту. У процесі створення теоретичної бази опрацьовано наукові матеріали на тему : «Гендерні стереотипи». Також використовувались свідчення героїв інтерв'ю та новини на наступних сайтах : «ТСН», «Wonderzine».

Завдання медіа-проєкту :

- створити Ютуб-канал;
- створити ілюстрації та відео до матеріалів;
- підкреслити важливість обраної теми;
- проаналізувати сучасні телепрограми на наявність гендерних стереотипів;
- виявити наскільки дотримано гендерний баланс у медіа;
- визначити гендерні стереотипи, які найчастіше використані у засобах масової інформації.

Методи використані при підготовці медіа-проєкту. При розробці медіа-проєкту були використані методи, які напряду стосуються журналістської діяльності та контент-менеджменту.

Було застосовано наступні загальнонаукові методи :

- Емпіричні - на етапі збору даних (спостереження);
- Теоретичні (застосовувались для аналізу фактажу);
- Комплексні.

ОПИС ПРОЄКТУ

Тема гендерної нерівності все більше обговорюється в Україні та світі. Усі сучасні медіа повинні дотримуватись гендерного балансу. Насамперед тому, що – це один з показників, який характеризує засоби масової інформації з точки зору демократичних відносин.

В Україні немає закону, що регулює гендерний баланс у ЗМІ, зате є закон про забезпечення рівних прав. Мета цього закону - досягнути паритетного становища жінок і чоловіків у всіх сферах життєдіяльності суспільства. Це напряду стосується гендерного балансу в українських медіа.

Проблема дотримання гендерного балансу та дискримінації актуальна для багатьох світових ЗМІ. У доповіді ООН «Прогрес у досягненні цілей сталого розвитку : гендерний зріз 2022», акцентовано увагу на тому, що системна дискримінація жінок поширена в усьому світі як у житті так у засобах масової інформації. Саме тому, зокрема в Україні, здійснюється регулярний моніторинг гендерного балансу у засобах масової інформації.

Так, як зараз наша країна знаходиться у стані повномасштабної війни, результати на дотримання гендерного балансу погіршились. Експерти Інституту масової інформації вважають, що це пов'язано саме з російським вторгненням у 2022 році. У чому проявляється погіршення ситуації? З моменту початку повномасштабної війни, присутність жінок в українських медіа зменшилась. Наприклад, експертну думку жінок цитують тільки у 16% від усіх випадків.

За власними спостереженнями, можна сказати, що найбільше поширений гендерний дисбаланс у, так званих, жовтій пресі. Там найбільше акцентують увагу на зовнішній вигляд відомих жінок, і перекручують факти.

Що робити, щоб уникнути цього в українських засобах масової інформації? Насамперед, звернути на це увагу. Тому, що у нас завжди акцентують увагу на більш «важливіші» питання такі, як сфера економіки, політики, освіти. Це знову повертає нас до стереотипності. Хибна думка про те, що слід спершу підняти економіку, а тоді повертатись до «не зовсім суттєвого» питання щодо гендерної

нерівності. Насправді гендерна проблематика пронизує всі сфери суспільства. І від того, що ми постійно дивимось, формується наша думка. Від цього з'являються проблеми пов'язані з домашнім насиллям або булінгом у школах та на роботі.

Так як жінки та чоловіки у реальності приміряють на себе ролі, які закладені у підсвідомості. Саме з метою розвінчувати гендерні стереотипи у медіа створений Інстаграм-блог «gender_sm». Чому обрано цю соціальну мережу? Instagram – платформа, яка набирає найбільшого розголосу. У другій половині 2021 року аудиторія платформи в Україні зросла на 2,3 млн до 17,3 млн користувачів.

У блозі використовувались хештеги, які стосуються гендерної теми та поширювались відео REELS. Також було розкрито чимало важливих тем, які супроводжувались ілюстраціями. Суміжно з блогом створено Ютуб-канал, на який завантажено інтерв'ю з юристом. Усі матеріали написані та зняті відповідно до формату соціальних мереж.

Етапи підготовки та реалізації медіа-проекту :

1. Створення сторінки та каналу;
2. Вибір кольорової гами, унікального стилю дописів;
3. Розробка ілюстрацій, які супроводжують тексти;
4. Створення відео Reels;
5. Проведення міні-інтерв'ю (до якого залучені були люди різної статі та віку);
6. Підготовка до основного інтерв'ю;
7. Пошук локації та зйомка.

Створено 31 матеріал, з них 1 пост-знайомство, 7 матеріалів, які стосуються рубрики : «Гендерний словник» та 9 відеоматеріалів включно з уривками фільмів, серіалів та відеорекламою інтерв'ю, які містять супроводжувальний опис. Загалом опубліковано 2 аналітичних матеріали (один з них супроводжується відео REELS), 1 художньо-публіцистичний, 5 оглядів, 8 матеріалів в інформаційних жанрах з них 2 текстових інтерв'ю та 1 відеоінтерв'ю.

Інформаційні жанри :

1. «Як медіа поширюють гендерні стереотипи?»

https://www.instagram.com/p/C6WKiBFtvkk/?igsh=ODhhZ252ZTljeTRu&img_index=1

У матеріалі розповідається про стереотипні заголовки на сайті ТСН. Більшість з них стосуються саме жінок. Схожі заголовки можуть ображати честь та гідність людини.

2. «СТАНОВИЩЕ ЖІНОК У СВІТІ»

https://www.instagram.com/p/C6bTA6xNQPI/?igsh=eGVrdGVodGdr cmFm&img_index=1

Гендерна нерівність присутня не тільки у медіа, а також у нашому житті. На жаль, у багатьох країнах світу жінки не на рівних правах з чоловіками. Найбільш обмежена свобода у жінок серед країн близького Сходу та Північної Африки.

3. «Не зробила макіяж – залишилась без роботи»

https://www.instagram.com/p/C6oou2yNMRf/?igsh=MXR1NTZqMDA4MWI5cQ%3D%3D&img_index=1

Замітка про новину, яка прощтовхує у маси гендерні стереотипи. Інфопривід: дівчину не взяли на роботу через те, що вона не зробила макіяж.

4. «НЕДОПУЩЕННЯ СЕКСИЗМУ ТА ДОМАГАНЬ»

https://www.instagram.com/p/C66XitxNdPb/?igsh=MXdvOXBrbGlydGtsag%3D%3D&img_index=1

Матеріал написаний у жанрі замітки. Інфопривід: Верховна Рада України прийняла закон про недопущення сексизму та домагань. Закон стосується військовослужбовців, військовослужбовиць, працівників та працівниць поліції.

5. «Стереотипні ролі жінок та чоловіків у медіа»

https://www.instagram.com/p/C66XroStn3Z/?igsh=MTk2ZWk4ZTVwZDhtYWw%3D%3D&img_index=1

Медіа відіграють ключову роль у формуванні уявлення про образи жінок та чоловіків. Сучасне суспільство зіштовхнулось з проблемою гендерної нерівності, що проявляється у стереотипному висвітленні ролей.

6. «ЩО ЛЮДИ РІЗНОГО ВІКУ ДУМАЮТЬ ПРО ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ?»

https://www.instagram.com/p/C7RD6o2Os5v/?igsh=bmZqbXE3ZzAxeml1&img_index=1

«ЩО ЛЮДИ ДУМАЮТЬ ПРО ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ. ЧАСТИНА 2»

https://www.instagram.com/p/C7Ty5vvt_MG/?igsh=aTZoY3NxMXBqZmhm&img_index=1

Інтерв'ю, яке ґрунтувалось на опитуванні людей різного віку та статті на тему «Гендерні стереотипи та гендерна нерівність», з метою порівняльного аналізу.

7. «СТАНОВИЩЕ ЧОЛОВІКІВ У СВІТІ»

https://www.instagram.com/p/C7REC9Lu4kd/?igsh=NWd5eWI0eTUwMDZm&img_index=1

Стереотипи покладають саме на чоловіка функції головного. Але у більшості випадків цього не спостерігається. Цим самим ми закладаємо підґрунтя для психологічної вразливості чоловіків.

Аналітичні жанри :

1. «ЯК УКРАЇНСЬКІ ТЕЛЕКАНАЛИ БОРЮТЬСЯ З ГЕНДЕРНИМИ СТЕРЕОТИПАМИ?»

<https://www.instagram.com/reel/C5Fxmospqg/?igsh=ZXg0eHgZdzJmb3Vv>

Аналітичний матеріал про гендерні стереотипи на українських телеканалах у якому проаналізовані відомі телешоу. Матеріал супроводжує відео формату REELS.

2. «ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПІД ЧАС ПОВНОМАШТАБНОЇ ВІЙНИ»

https://www.instagram.com/p/C5VJaisMjkK/?igsh=czh6bDJsYTRqNzY4&img_index=1

У матеріалі проаналізована динаміка висвітлення гендерних стереотипів під час повномаштабної війни.

У ході створення медіа-проєкту, опубліковано 5 оглядів на найскандальніші телепрограми, фільм «Барбі» та ютуб-формати, які пропагують та навпаки борються з гендерними стереотипами.

Огляди :

1. ЧОМУ ЦЕ НЕ ОК?

https://www.instagram.com/p/C5TJRtgsSTC/?igsh=OWJrZTdyYnA4aWZr&img_index=1

2. ЕБАУТ-ШОУ БЕЗ СТЕРЕОТИПІВ

https://www.instagram.com/p/C6bSfQqt1gK/?igsh=MXdhOTMxMWxrb2t6Zg%3D%3D&img_index=1

3. РОЗБІР РАНДОМНОГО ВИПУСКУ «СУПЕРМАМА»

https://www.instagram.com/p/C6onq_Gt1zN/?igsh=OGt3YjQyMHhlMGtm&img_index=1

4. ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ У ФІЛЬМІ «БАРБІ»

https://www.instagram.com/p/C63hdETtBG/?igsh=ejNzaDN0YXh5bTZ0&img_index=1

5. РОЗБІР ШОУ «ВІД ПАЦАНКИ ДО ПАНЯНКИ»

https://www.instagram.com/p/C63h3MWtPM_/?igsh=MW53d2txYmxocGk1dQ%3D%3D&img_index=1

У блозі опубліковані також відеоматеріали у форматі REELS, які включають у себе уривки та розбори кейсів з фільмів та серіалів. Матеріали створені в інформаційних жанрах мета, яких провести просвітницьку роботу для читачів на тему гендерних стереотипів та гендерного балансу у медіа. Відеоматеріали включають у себе інтерв'ю з експертом, яке додане на офіційний Ютуб-канал блогу.

Відеоматеріали :

1. «ЯК УКРАЇНСЬКІ ТЕЛЕКАНАЛИ БОРЮТЬСЯ З ГЕНДЕРНИМИ СТЕРЕОТИПАМИ?»

<https://www.instagram.com/reel/C5Fxmzomspgx/?igsh=ZXg0eHgzdZJmb3Vk>

Супроводжувальне відео для аналітичного матеріалу.

2. «ГЕНДЕРНИЙ БАЛАНС»

<https://www.instagram.com/reel/C5YGGZ7Ks6lb/?igsh=MWh1dzlvZTFtMGUzeA%3D%3D>

3. «ЯК ДІТЕЙ ПРИВЧАЮТЬ ДО ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ?»

<https://www.instagram.com/reel/C6bRkrNjya/?igsh=MTgwYWJ4eGxndmVkbG%3D%3D>

4. ПРИКЛАД СЕКСИЗМУ У СЕРІАЛІ «ВІДЧАЙДУШНІ ДОМОГОСПОДАРКИ»

<https://www.instagram.com/reel/C6d0dMetexP/?igsh=MXJkMDR0bDA1aW12NQ%3D%3D>

5. «ЧОЛОВІЧІ, ЖІНОЧІ ПРОФЕСІЇ»

<https://www.instagram.com/reel/C63eq2ltS9E/?igsh=dnl0MDJtMDhyZmdk>

6. ПРИКЛАД СПРОСТУВАННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ФІЛЬМІ «БЕРЕЖІТЬ ЖІНОК»

<https://www.instagram.com/reel/C66XWzbtUsv/?igsh=amRpeWF2ajA4OXV2>

7. ДОБРОЗИЧЛИВИЙ СЕКСИЗМ

<https://www.instagram.com/reel/C7RDi6bu78l/?igsh=OHh1c25keG5mM3Bu>

8. «ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ З БОКУ ЗАКОНУ/РОЗМОВА З ЮРИСТОМ»

<https://www.youtube.com/watch?v=NZ-U1zXyGSM>

Відеоінтерв'ю з юристом на тему «Гендерні стереотипи з боку закону». В інтерв'ю розглянуті наступні теми :

- сексистська реклама;
- закон про гендерну нерівність;
- закон про недопущення сексизму.

ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Під час роботи над медіа-проектом було використано :

- Інстаграм – сторінку;
- створено Ютуб-канал (зادля завантаження інтерв'ю).

Розроблено унікальний дизайн з власною кольоровою гамою, яка відповідає складеному контент-плану та тематиці. Є чітка структура та графік постів. Формат, яких відповідає технічним характеристикам соціальної мережі. Більша частина супроводжуючих ілюстрацій створена за допомогою графічного дизайну «Canva».

Робота включала у себе написання різних матеріалів, створення фотоматеріалів та відео REELS, опитування людей, інтерв'ю з експертом, аналіз новин на обрану тему.

Під час роботи над проектом велось спілкування з читачами у коментарях.

З метою збільшення кількості підписників в блозі, було поширено матеріали на особистій сторінці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Васьківська О. Гендерні стереотипи в українському інформаційному просторі.
URL: <https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/59223/1/%d0%92%d0%b0%d1%81%d1%8c%d0%ba%d1%96%d0%b2%d1%81%d1%8c%d0%ba%d0%b0%20 %d0%b3%d0%b5%d0%bd%d0%b4%d0%b5%d1%80%d0%bd%d1%96%20%d1%81%d1%82%d0%b5%d1%80%d0%b5%d0%be%d1%82%d0%b8%d0%bf%d0%b8.pdf> (дата звернення 21.04.2024)
2. Гендерний баланс у новинах телеканалів – позитивні і негативні тенденції. Національна рада з питань телебачення і радіомовлення : веб-сайт.
URL: <https://www.nrada.gov.ua/gendernyj-balans-u-novynah-telekanaliv-pozytyvni-negatyvni-tendentsiyi/> (дата звернення: 01.05.2024)
3. Маслова Ю. Роль гендерних стереотипів у розбудові громадянського суспільства (на прикладі сучасних українськомовних ЗМІ). URL: <https://core.ac.uk/reader/12242159> (дата звернення 10.05.2024)
4. Медіакритика: «Супермама» чи суперсексизм? Гендерні стереотипи в українських шоу. URL: <https://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/supermama-chy-superseksyzm-henderni-stereotypy-v-ukrayinskykh-shou.html> (дата звернення 12.05.2024)
5. Рубрика: Від реклами до «Холостячки»: яка вона – жінка на українському телебаченні? URL: <https://rubryka.com/article/ukrainian-woman-on-tv/> (дата звернення 14.04.2024)
6. Ставицька Л. Гендер: мова, свідомість, комунікація. URL: <http://www.komm.ltd.ua/images/STAVYTSKA.pdf> (дата звернення 30.04.2024)
7. Шевченко З. Словник гендерних термінів : веб-сайт. URL: <https://a-z-gender.net/ua/wp-content/uploads/2018/05/Slovnyk-gendernyh-terminiv.pdf>

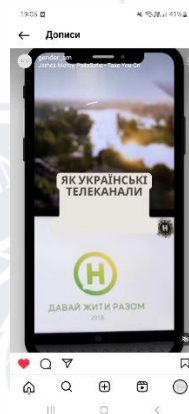
ДОДАТКИ

1. ГЕНДЕРНИЙ СЛОВНИК. URL :

- a) https://www.instagram.com/p/C5VJmwWso_w/?igsh=YjI1b29reXVqMTY1
- b) <https://www.instagram.com/p/C6WKt0iNAfM/?igsh=Z3ZybmU5eWFvcjc5>
- c) <https://www.instagram.com/p/C6bTSq6tNhm/?igsh=MWY3M3B5Ymw4eW9hYQ%3D%3D>
- d) <https://www.instagram.com/p/C6opGSAtr3L/?igsh=dTlubnIxYWhoemNu>
- e) <https://www.instagram.com/p/C63iCs1NLb-/?igsh=MWhwcHdyeXEzejVuOA%3D%3D>
- f) <https://www.instagram.com/p/C66X1iEt8hl/?igsh=MWMwN3U3OWVxNThoeQ%3D%3D>
- g) <https://www.instagram.com/p/C7RENiVu6tg/?igsh=MW4xenI5MGhmOWQ1Yg%3D%3D>

2. ЯК УКРАЇНСЬКІ ТЕЛЕКАНАЛИ БОРЮТЬСЯ З ГЕНДЕРНИМИ СТЕРЕОТИПАМИ? URL :

<https://www.instagram.com/reel/C5Fxmospqg/?igsh=ZXg0eHgZdzJmb3Vk>



Багато медіа використовують спосіб еротизації, висвітлюючи образи саме жінок. Еротизація – це один з найпоширеніших проявів сексизму. Ми можемо спостерігати оголених жінок на обкладинках гламурних журналів. Так пропагують гендерні стереотипи. Ідея полягає у тому, щоб зобразити оголені тіла жінок, і

підсилити підлеглість щодо чоловіка. Цей прийом також використовують у розважальних передачах та рекламі. Стереотипи формуються як певна сукупність знань. У медійних матеріалах повинна бути збалансована інформація. Згідно з дослідженням Національної ради з питань радіо та телебачення, гендерні стереотипи - це явище яке стрімко поширюється у медіапросторі. Та чи є програми, які допомагають викоринювати їх?

Розглянемо на прикладі провідних українських телеканалів.

Новий канал

Одразу хочеться зазначити, що новий канал позиціонує себе, як розважальний. Саме тому можна розглянути це питання детальніше.

ХТО ЗВЕРХУ?

"Хто зверху?" — це адаптація формату Battle of the Sexes, який вигадав нідерландський телеканал Talpa Впевнена усі бачили один випуск або рекламу цієї програми. ця телепрограма створена задля висміювання гендерних стереотипів. Умовно кажучи, сенс цієї телепрограми - боротьба чоловіків і жінок. Але чи руйнує вона гендерні стереотипи? Звісно ні. Сама назва посилює це явище. Навіть декорації у залі посилюють стереотип, дівчаткам—рожеве, хлопчикам—блакитне. Новий ведучий цього шоу Богдан Шелудяк виявився сексистом. Він потрапив у скандал через обговорення зовнішності дівчат : ««Мені взагалі не ок. Я вважаю, що дівчина має бути поголеною всюди. Естетично мене це коробить. Це ваше життя, але я дивлюся на це і думаю: «Ну окей, тоді Карпати в безпеці», — прокоментував Володимир Остапчук.»

Отже, можна сказати це шоу навпаки підтримує гендерні стереотипи.

СТБ

Реаліті «Холостячка» з часткою 15,77% стало лідером пошукових запитів в категорії телевізійних шоу. Нібито це шоу створене задля руйнації стереотипності. Тобто жінка може бути не тільки господинею, жінка може бути успішною та незалежною. Але ведучий «Холостячки» Григорій Решетник згодом відзначився сексистськими коментарями перед запуском нового формату шоу: «Якщо у

спілкуванні з дівчатами я намагаюсь підбирати слова, так як представниці слабкої статі ранимі душі, то чоловікам потрібно говорити прямо, вони не сприймають підтексту, на все дивляться буквально».

Топ-модель по-українськи (за новим правописом — топмодель по-українськи) — українське реаліті-шоу (раніше відоме, як «Супермодель по-українськи»), що створене за форматом іспанського реаліті-шоу Supermodelo. У шоу перебуває група молодих конкурсантів з України, які змагаються один з одним, виконуючи різні завдання. Спочатку були сезони, де набирали тільки дівчат, пізніше і хлопці могли брати участь і боротись на рівних правах. Чи руйнує ця програма стереотипи? Були висловлювання журі, які можна розглядати з боку дискримінації. Хоча треба зазначити, були конкурси, які руйнують гендерні стереотипи.

3. ЧОМУ ЦЕ НЕ ОК? URL :

https://www.instagram.com/p/C5TJRtgsSTC/?igsh=OWJrZTdyYnA4aWZr&img_index=1



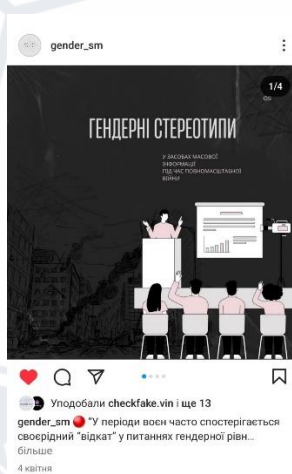
Стрункі ніжки, гладеньке тіло - це норма і більше того, іншого виходу немає. Інакше, ти не гарна жінка. Усі згадали автора цієї думки?

Саме її розпочали критикувати, обговорювати на радіо та телеканалах блогери, артисти, співаки.

Розвінчуємо цю стереотипність разом з GS. Адже, на жаль, у медіа дуже часто ми чуємо схожі слова.

У 21 столітті, коли увесь світ намагається боротися гендерними стереотипами, існують шоу, які їх посилюють. Найгірше те, що у медіа занадто багато уваги приділяють саме зовнішності жінки. Розглянемо найпримітивнішу рекламу косметики. Дівчина з «ідеальною» шкірою обличчя, без висипів, без веснянок, рекламує крем для проблемної шкіри. Звісно це звичайний маркетинг. Але таким чином формується цей самий стереотип «ідеальної зовнішності». Чи насправді ми приречені зустрічати у медіа стереотипи? Ні! Якщо звісно ми будемо скаржитися на стереотипні матеріали та активно реагувати на них. В Україні також можна боротися із сексистською рекламою за допомогою закону.

4. ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПІД ЧАС ПОВНОМАШТАБНОЇ ВІЙНИ. URL : https://www.instagram.com/p/C5VJaisMjkK/?igsh=czh6bDJsYTRqNzY4&img_index=1



У періоди воєн часто спостерігається своєрідний “відкат” у питаннях гендерної рівності, адже від чоловіків передусім очікують виконання ролей захисників, а жінок сприймають як тих, хто потребує захисту.

Війна завжди впливає на людей так чи інакше. Одна зі складних проблем, яка виникає у контексті війни, є зміна гендерних ролей. Роль жінок та чоловіків може мати позитивні й негативні наслідки для гендерної рівності. У багатьох країнах жінки отримали доступ до армії лише у 20 столітті. Через гендерні стереотипи, жінки зазвичай були обмежені.

Наприклад, підвищена увага до проблеми інтеграції жінок до оборонного і безпекового середовища призвела до прийняття Резолюції 1325 (2000) Ради Безпеки ООН та інших. Сьогодні можемо говорити про те, що поступово змінюється сприйняття жінок: з ролі жертв насильства вони перетворюються на повноцінних учасників діяльності з забезпечення миру.

Гендерна політика в секторі безпеки і оборони і проходження військової служби жінками – це не тотожні поняття, як вважається більшістю. Останнє передбачає прийняття управлінських рішень щодо забезпечення конкретних побутових чи інших умов з метою підвищення комфорту жінок під час несення служби. Гендерна політика ж полягає у висвітленні питань рівних умов.

Через повномасштабне вторгнення в українських медіа зменшився показник присутності жінок. Дослідження, проведене Інститутом масової інформації у 2022 році, показує, що в середньому у медіа цитують експерток лише у 12,5% матеріалів. Крім того, в українських медіа негативних публікацій щодо гендерної рівності більше, аніж позитивних. Зокрема, серед усього масиву публікацій основні негативні прояви стосувались теми «гендерна рівність».

5. ГЕНДЕРНИЙ БАЛАНС. ВІДЕО РІЛС. URL :

<https://www.instagram.com/reel/C5YGGZ7Ks6lb/?igsh=MWh1dzlvZTFtMGUzeA%3D%3D>



Баланс — це те, що стосується і медіа, і нашого життя.

Сьогодні розглянемо тему : «Гендерний баланс у медіа»

В Україні немає закону, що регулює гендерний баланс у ЗМІ, зате є закон про забезпечення рівних прав.

Проблема дотримання гендерного балансу та дискримінації актуальна для багатьох світових ЗМІ. Саме тому, зокрема в Україні, здійснюється регулярний моніторинг гендерного балансу у засобах масової інформації. Так, як зараз наша країна знаходиться у стані повномасштабної війни, результати на дотримання гендерного балансу погіршилися. Експерти Інституту масової інформації вважають, що це пов'язано саме з російським вторгненням.

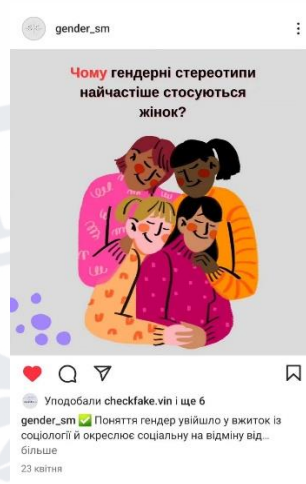
До речі, гендерний баланс в сучасних ЗМІ проявляється не тільки у висвітленні експертних думок жінок або чоловіків, а також у використанні фемінітивів. Саме вони стають виразниками мовної політики, що орієнтуються на пропагування гендерної нерівності. Зокрема, українські мас-медіа поступово намагаються вживати фемінітиви у своїх матеріалах. Наприклад, в ефірах почали вживати слова : «експертки», «композиторка».

Що робити, щоб уникнути гендерного дисбалансу в українських засобах масової інформації? Насамперед, звертати на це увагу.

6. ЧОМУ ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ НАЙЧАСТІШЕ СТОСУЮТЬСЯ

ЖІНОК? URL :

<https://www.instagram.com/p/C6GUdFIsh9/?igsh=cHdhcW1ldm5oNnA4>



Поняття гендер увійшло у вжиток із соціології й окреслює соціальну на відміну від біологічної, стать людини, соціально-рольовий статус, який визначає соціальні можливості.

Але чому ж зазвичай гендерні стереотипи стосуються жінок? Чим вони так завинили?

Якщо заглянути в історію, можна зрозуміти чому гендерна нерівність переважно стосується жінок. У суспільній свідомості склалось чітке уявлення про те, що в первісному суспільстві жінки виконували роль «берегині вогнища», народжували і створювали домашній затишок дітей. Чоловіки ходили на полювання та приносили здобич. Це усе усталені гендерні стереотипи. Сучасні дослідження доводять що картинка була дещо іншою: сильні, здорові чоловіки та жінки ходили на полювання. Хоча деякі медіа досі транслюють те, що жінка – це «берегиня».

Пізніше людство переходить до обробки землі, виникає приватна власність, основним ресурсом, який визначає статус людини, стає земля. Саме в цьому суспільстві виникає чіткий розподіл на приватну і публічну сферу, які на довгі роки закріплюються відповідно за жінками і чоловіками. Статус чоловіка різко підвищується, в ці часи виникають символи чоловічої влади: калім і паранджа.

Виникають заводи та фабрики, на яких працюють чоловіки. Високий статус чоловіків закріплюється, вони заробляють гроші, мають доступ до капіталу та

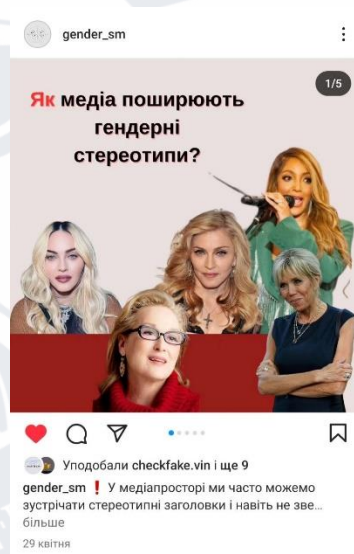
домінують у публічній сфері. Жінки залишаються у приватній сфері, де виконують неоплачувану репродуктивну працю.

Завдяки досягненням у сфері захисту прав жінок, жінки виходять із приватної сфери і беруть участь в усіх сферах суспільного життя. Але стереотипи у більшій мірі збереглися. Тому часто гендерна нерівність стосується саме жіночої частини людства.

Хоча не дивлячись на факти, я спостерігаю те, що жінки на рівні з чоловіками можуть виконувати деяку роботу, заробляти кошти та займати керівні посади. Адже немає розподілу на «чоловічі» та «жіночі» заняття, є легка робота та важка, яку може виконати чи не виконати і жінка і чоловік.

7. ЯК МЕДІА ПОШИРЮЮТЬ ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ? URL :

https://www.instagram.com/p/C6WKiBFtvkk/?igsh=ODhhZ252ZTljeTRu&img_index=1



У медіапросторі ми часто можемо зустрічати стереотипні заголовки і навіть не звертати на це уваги.

Більшість подібних заголовків стосуються жінок. Медіа акцентують увагу зазвичай на зовнішності жінки. Ось, наприклад, на сайті ТСН, можна знайти безліч стереотипних матеріалів.

У каруселі лише частина опублікованих за день. Чому медіа не повинні поширювати подібні матеріали? Перш за все, тому що це може образити людину. Також схожі заголовки формують стереотипність й неправильне сприйняття людини.

Розглядати в жінці лиш такі зовнішність, вік, одяг – це означає укорінювати стереотип, що про жінку можна писати лише «так», також транслювати недовіру до її фаховості та знань. Зрештою, не сприймати як професіонала у своїй сфері.

Тому, намагайтесь уникати подібних новин!

8. ЯК ДІТЕЙ ПРИВЧАЮТЬ ДО ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ? ВІДЕО

РІЛС. URL : <https://www.instagram.com/reel/C6bRkr-Njya/?igsh=MTgwYWJ4eGxndmVkbG%3D%3D>



9. ЕБАУТ-ШОУ БЕЗ СТЕРЕОТИПІВ. URL :

https://www.instagram.com/p/C6bSfQqt1gK/?igsh=MXdhOTMxMWxrb2t6Zg%3D%3D&img_index=1



Простори Інтернету заповненні шоу, які формують стереотипну думку у більшості людей.

- А чи є ті, які борються з ними?

- Так!

Розглянемо ютуб-шоу "Ебаут"

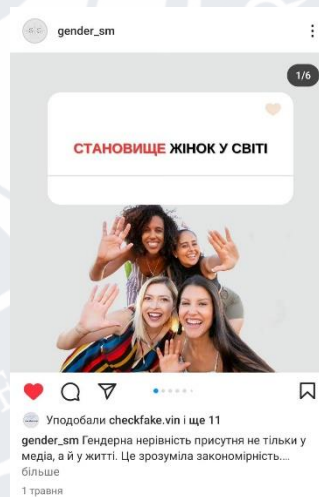
YouTube-шоу «Ебаут» заснували Наті Гресько та піарниця Катерина Мотрич. Третьою ведучою проєкту стала радіоведуча Ярослава Кравченко.

Формат шоу «Ебаут» передбачає живе обговорення табуйованих тем. Ведучі розвінчують різні стереотипи. Крім цього, до обговорення запрошують зіркових гостей та експертів.

Після трьох успішних сезонів команда жіночого шоу «Ебаут» запустили теж чоловічу версію проєкту.

10. СТАНОВИЩЕ ЖІНОК У СВІТІ. URL :

https://www.instagram.com/p/C6bTA6xNQPI/?igsh=eGVrdGVodGdrcmFm&img_index=1



Гендерна нерівність присутня не тільки у медіа, а й у житті. Це зрозуміла закономірність.

На жаль, у багатьох країнах світу жінки не на рівних правах з чоловіками, але ми самі можемо змінити ситуацію. Насамперед, варто надавати цьому розголосу. Це можна робити в особистих блогах, у медіа й при розмові з друзями.

100 років — саме стільки потрібно, щоб подолати гендерну дискримінацію на нашій планеті.

Найбільш обмежена свобода у жінок серед країн Близького Сходу та Північної Африки. Там у законодавстві немає норм про гендерну рівність. У Єгипті жінки не можуть самостійно отримувати паспорт, але можуть влаштовуватись на роботу без дозволу чоловіка.

В Алжирі більш лояльні до прав жінок, у Конституції наявна норма, яка забезпечує гендерну рівність, у законодавстві є норми, які стосуються сімейного насилля.

У Сирії жінки раніше отримали право голосувати на виборах. Але їхня свобода залишається обмеженою. Вони не можуть самостійно обирати навіть місце проживання.

11. ПРИКЛАД СЕКСИЗМУ У СЕРІАЛІ «ВІДЧАЙДУШНІ ДОМОГОСПОДАРКИ». ВІДЕО РІЛС. URL :

<https://www.instagram.com/reel/C6d0dMetexP/?igsh=MXJkMDR0bDA1aW12NQ%3D%3D>



12. РОЗБІР РАНДОМНОГО ВИПУСКУ «СУПЕРМАМА». URL :

https://www.instagram.com/p/C6onq_Gt1zN/?igsh=OGt3YjQyMHhlMGtm&img_index=1



Розпочнемо з того, що сама назва «Супермама» уже посилює гендерні стереотипи. Тобто, жінка повинна доглядати дітей та чоловіка, працювати, готувати і тому подібне. А чоловіку достатньо просто бути або лише заробляти гроші. Хоча кожна сім'я живе так, як їм зручно й подобається. Інша справа, як сценаристи описують учасниць.

Перша учасниця Людмила. СТБ характеризує її, як берегиню домашнього вогнища. Адже вона займається домогосподарством та виховує дитину. А чи це є її бажання? Ні. Людмила розповідає, що бабуся чоловіка нав'язала їй ці стереотипи. Чоловік-працює, жінка-готує. Хоча сама дівчина мріє про саморозвиток.

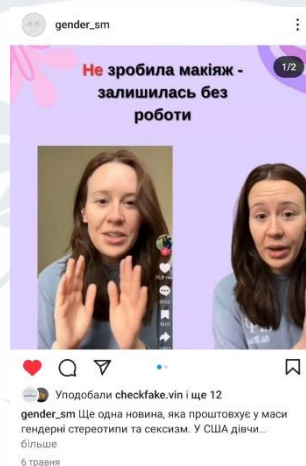
Наступну учасницю Тетяну розкритикували за те, що вона заробляє більше, ніж чоловік та не часто готує їжу. Сама ж учасниця зазначає, що жінка не повинна готувати та прибирати, а може заробляти кошти.

«Залізна мама» Ілона. Саме так зазначає ведучий про третю учасницю. Ілона займається паверліфтингом. Учасниці, знову ж таки стереотипно зазначили, що це не жіноча справа.

Маргарита – мама трьох донечок. Тут уже сама учасниця укорінює стереотип щодо зовнішності дівчаток. Це не зовсім здоровий підхід. Вдуже вона зациклена на дістах своїх доньок. Вони після шостої п'ють лише йогурти. Учасниця стверджує, що дівчата гарні, коли стрункі

13. НОВИНА, ЯКА ПРОШТОВХУЄ У МАСИ ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ ТА СЕКСИЗМ. URL :

https://www.instagram.com/p/C60ou2yNMRf/?igsh=MXR1NTZqMDA4MWI5cQ%3D%3D&img_index=1



Гендерні стереотипи та сексизм. У США дівчину не взяли на роботу через те, що вона не нанесла макіяж. Це зазначила Мелісса у своєму тік-тоці. Як це сталося? У листі роботодавці пояснили, що її досвід – «саме те, що вони шукали», тобто її знання насправді ідеально відповідали вимогам вакансії. Водночас у роботодавців виникли сумніви, що дівчина доклалала недостатньо зусиль «для своєї зовнішності». Ось саме так стереотипи заважають жити.

14. ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ У ФІЛЬМІ «БАРБІ». URL :

https://www.instagram.com/p/C63hdETt-BG/?igsh=ejNzaDN0YXh5bTZ0&img_index=1



Розберемо приклад нового феміністичного фільму «Барбі», який створений задля руйнування стереотипів. Жінка може бути президенткою, а чоловік може бути секретарем, також чоловік може бути начальником, жінка чудовою домогосподаркою. У фільмі створений образ стереотипної Барбі, яка має гладеньке тіло, стрункі ніжки, саме цей образ часто показують у медіа й рекламі. У житті усе навпаки.

15. ЧОЛОВІЧІ, ЖІНОЧІ ПРОФЕСІЇ. ВІДЕО РІЛС. URL :
<https://www.instagram.com/reel/C63eq2ltS9E/?igsh=dnI0MDJtMDhyZmdk>



16. РОЗБІР ШОУ «ВІД ПАЦАНКИ ДО ПАНЯНКИ». URL :
https://www.instagram.com/p/C63h3MWtPM_/?igsh=MW53d2txYmxocGk1dQ%3D%3D&img_index=1



«Від пацанки до панянки» - телешоу, яке укорінює один з стереотипів: «Ти ж дівчинка». За словами викладачів, дівчата повинні бути ідеальними господинями, мати постійно приголомшливий вигляд і вражати чоловіків своїм інтелектом. У телепередачі також критикують зовнішній вигляд дівчат. Хоча кожна людина має право одягатись, як подобається.

17. ПРИКЛАД СПРОСТУВАННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ФІЛЬМІ «БЕРЕЖІТЬ ЖІНОК». ВІДЕО РІЛС. URL :

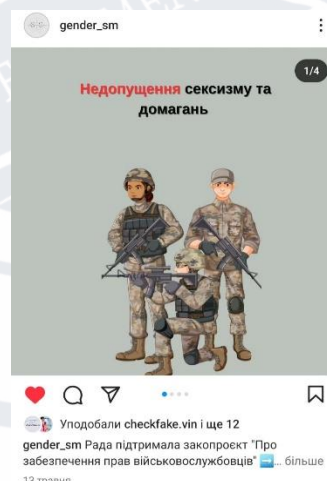
<https://www.instagram.com/reel/C66XWzbtUsv/?igsh=amRpeWF2ajA4OXV>

2



18. НЕДОПУЩЕННЯ СЕКСИЗМУ ТА ДОМАГАНЬ. URL :

https://www.instagram.com/p/C66XitxNdPb/?igsh=MXdvOXBrbGlydGtsag%3D%3D&img_index=1



Верховна Рада підтримала законопроект №10313 «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прав військовослужбовців та поліцейських на соціальний захист», пише Міністерство оборони України. У розділ щодо загальних обов'язків військових додали згадку про сексуальні домагання та дискримінацію за ознакою статі. У законі згадали про дотримання «принципу забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків у службовій діяльності».

19. СТЕРЕОТИПНІ РОЛІ ЖІНОК ТА ЧОЛОВІКІВ У МЕДІА. URL :

https://www.instagram.com/p/C66XroStn3Z/?igsh=MTk2ZWk4ZTVwZDhtYw%3D%3D&img_index=1



Медіа відіграють ключову роль у формуванні уявлення про образи жінок та чоловіків. І сучасне суспільство зіштовхнулось з проблемою гендерної нерівності, що проявляється, у тому числі і у стереотипному висвітленні ролей, які відводяться жінці чи чоловіку.

Розподіл зазвичай відбувається за сферами їхньої діяльності. Незважаючи на те, що різні сфери поділяють на «жіночі» та «чоловічі», у них переважають все-таки чоловіки. Наприклад, у друкованій пресі даний дисбаланс фіксують у таких сферах : політика, економіка, промисловість, транспорт, наука.

Сфера економіки в українських медіа представлена, як «чоловіча». Коментарі, експертні думки формують стереотипи щодо гендерної нерівності.

Сьогодні в українських медіа більше висвітлюють все, що стосується війни. Візьмемо до уваги висвітлення жінок – військовослужбовиць. Засоби масової інформації створили жіночий та тендітний образ, тим самим сформували у людей уявлення про те, що «жінка» та «армія» поняття не зовсім сумісні.

20. ДОБРОЗИЧЛИВИЙ СЕКСИЗМ. ВІДЕО РІЛС. URL :

<https://www.instagram.com/reel/C7RDi6bu78l/?igsh=OHh1c25keG5mM3Bu>



21. ЩО ЛЮДИ РІЗНОГО ВІКУ ДУМАЮТЬ ПРО ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ? URL :

https://www.instagram.com/p/C7RD6o2Os5v/?igsh=bmZqbXE3ZzAxeml1&img_index=1



22. СТАНОВИЩЕ ЧОЛОВІКІВ У СВІТІ. URL :

https://www.instagram.com/p/C7REC9Lu4kd/?igsh=NWd5eWI0eTUwMDZm&img_index=1



Стереотипи покладають саме на чоловіка функції головного, годувальника сім'ї, який має право вирішувати все у своїй родині. Але в більшості випадків цього вже немає. І цим самим, ми закладаємо підґрунтя для психологічної вразливості чоловіків. Психологічні та поведінкові складові в Україні визначаються, насамперед поведінкою чоловіків. Наприклад, чоловіки частіше вживають алкоголь та піддаються палінню цигарок.

23. ЩО ЛЮДИ ДУМАЮТЬ ПРО ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ. ЧАСТИНА 2.

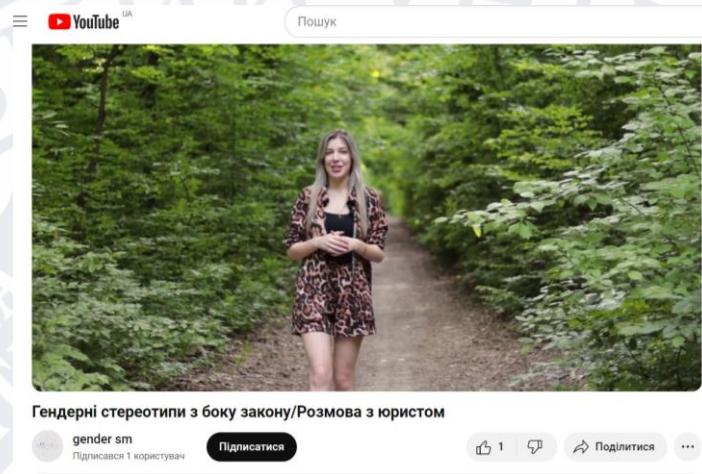
URL :

https://www.instagram.com/p/C7Ty5vvt_MG/?igsh=aTZoY3NxMXBqZmhm&img_index=1



24. ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ З БОКУ ЗАКОНУ/РОЗМОВА З ЮРИСТОМ.

ВІДЕО НА ЮТУБ. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=NZ-U1zXyGSM>



25. СТОРІНКА ІНСТАГРАМ. URL : [Gender Stereotypes In Media \(@gender_sm\)](#) • Фото и видео в Instagram

26. ЮТУБ-КАНАЛ. URL :

<https://www.youtube.com/watch?reload=9&feature=shared&v=NZ-U1zXyGSM>

27. ПОСТ-ЗНАЙОМСТВО. URL :

<https://www.instagram.com/p/C4XmIkxq4kv/?igsh=aThqNDEzNjFnOGO1>