

ФІЛОСОФІЯ

DOI: 10.31548/hspedagog13(1).2022.144-151

УДК 378:811.124

ЕВОЛЮЦІЯ ОБРАЗУ ЖІНКИ НА ШПАЛЬТАХ ГАЗЕТ: ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ

О. Ю. БАЛАЛАЄВА, кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації

ORCID: 0000-0002-2675-5554

E-mail: olena.balalaeva@gmail.com

О. О. БОЙКО, студентка 4 курсу спеціальності «Журналістика»

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Анотація. За даними ЮНЕСКО, глобальна картина свідчить про недотримання гендерного балансу щодо репрезентації жінок у сучасному медіаконтенті. Ситуація в Україні лише підтверджує глобальну картину, а статистичні дані свідчать про її погіршення (за даними щорічного Індексу глобального гендерного розриву (Global Gender Gap Index), 2021 року позиція Україна знизилася на 15 пунктів порівняно з 2020). Регулярний моніторинг масмедіа показує, що у національних і регіональних ЗМІ України дедалі виходять матеріали з ознаками сексизму та гендерних стереотипів. Це підкреслює актуальність проблеми та нагальну потребу її всебічного дослідження. Мета дослідження – проаналізувати особливості репрезентації жінок у сучасних українських медіа, простежити еволюцію образу жінки на шпальтах газети «Вечірній Київ». У дослідженні застосовано методи аналізу статистичних даних всеукраїнських моніторингових для визначення особливостей репрезентації образу жінки в медіа та аналізу архівних матеріалів для дослідження еволюції образу жінки на шпальтах українських газет. У результаті аналізу з'ясовано, що залежно від етапу розвитку суспільства змінюється і образ жінки у ЗМІ – ударниці, домогосподарки, ляльки тощо. Можемо стверджувати, що 2022 року в ЗМІ з'явився новий образ жінки – громадянки України. Це складний образ, який інтегрує в собі різні іпостасі: дружини, матері, коханої, працівниці, господині, волонтерки, захисниці та інші, але не тотожний кожному. Він не дорівнює сумі стереотипів, а є новим інтегрованим образом, ключовим елементом у конструкті якого є національна самосвідомість. Жінка постає як громадянка демократичного суспільства, свідомо та активна виразниця національних інтересів і національного духу, яка нарівні з чоловіками робить внесок у загальну справу, виражає готовність і волю до здійснення національної мети – перемоги над ворогом і визволення батьківщини.

Ключові слова: гендерна рівність, гендерний баланс, образ жінки, медіадискурс, медіаконтент.

Актуальність (Introduction). За рекомендацією ЮНЕСКО щодо гендерного виміру плюралізму медіа, ЗМІ мають відображати реальність чоловіків і жінок у всій її різноманітності. «Медіа

можуть як перешкоджати, так і прискорювати структурні зміни, спрямовані на досягнення гендерної рівності. Нерівність у суспільстві відтворюється в медіа. Ця нерівність стає

ще більш помітною, коли йдеться про присутність жінок у медіаконтенті як з точки зору якості, так і кількості, а також те, що жінки нечасто виступають у ролі експертів» [5, с.44].

В Україні протягом останнього року ситуація щодо гендерного балансу значно погіршилася – за даними щорічного Індексу глобального гендерного розриву, 2021 року Україна посіла 74 місце зі 156 країн [10].

Аналіз останніх досліджень та публікацій (Analysis of recent researches and publications). Теоретичні та практичні аспекти проблем гендерного балансу в ЗМІ висвітлено у працях А. Волобуєвої, Ю. Гончар, І. Киянка, С. Кушніра, С. Котової-Олійник, Т. Кравець, М. Маєрчик, Т. Марценюк, Л. Мацько, Н. Остапенко, Н. Сидоренко, Т. Старченко, О. Панченко, О. Плахотнік, О. Синчак, О. Слінчук, Б. Стельмаха, Л. Чернявської, Ю. Штурхецького, О. Ярош та ін. Проте регулярний моніторинг масмедіа свідчить, що у національних і регіональних ЗМІ України дедалі виходять матеріали з ознаками сексизму та гендерних стереотипів. Це підкреслює актуальність проблеми та нагальну потребу її всебічного дослідження.

Мета дослідження – проаналізувати особливості репрезентації жінок у сучасних українських медіа, простежити еволюцію образу жінки на шпальтах газети «Вечірній Київ».

У дослідженні застосовано **методи** аналізу статистичних даних всеукраїнських моніторинрів – для визначення особливостей репрезентації образу жінки в національних та регіональних медіа та аналізу архівних матеріалів для дослідження еволюції образу жінки на шпальтах українських газет.

Результати (Results). Матеріалом дослідження слугували публікації на шпальтах найдавнішої діючої газети столиці «Вечірній Київ»

(заснована в 1927 р.). Репрезентація образу жінки у радянських газетах віддзеркалює офіційне замовлення держави і партії щодо формування образу ідеальної жінки у свідомості громадян як активної та рівноправної будівниці соціалізму.

У періодичній пресі також постійно повідомлення про досягнення жінок на державному та місцевому рівнях, пропонують соціально схвальні рольові моделі, образ думок ставлення до дійсності. Оскільки ця тематика призначалася передусім для жіночої аудиторії, в двох третинах пропонованих тем головними дійовими особами в тих чи інших іпостасях виступали жінки. Насамперед, визначалася роль жінок у будівництві соціалістичного суспільства, наголошувалося, що жінка в СРСР «...рівноправний громадянин соціалістичного суспільства», Неодноразово підкреслювалася «Роль жінки в колгоспному будівництві», окреслювалися ключові ролі і завдання жінок: «...у боротьбі за новий економічний і культурний розквіт нашої соціалістичної батьківщини» [6].

Отже, образ жінки в ЗМІ, пропагований радянською ідеологією – це передусім обрах жінку-трудівниці. Від кінця 40-х і до початку 80-х років, у газеті – на першій шпальті було обов'язкове вітання зі святом від ЦК КПРС. Інколи світлина «передовичок» праці, а в номері газети – історії радянського жіноцтва, яке працює в колгоспах, на фермах, фабриках, заводах. Переважно цього дня згадували заслуги жінок робітничих професій (особливо в післявоєнні часи, та в період 50-70-х, коли активно розбудовували комунізм).

Розглянемо, як подавали образ жінки у газеті 8 березня – у Міжнародний жіночий день. На шпальтах газети «Вечірній Київ» образ жінки спочатку подавався як емансипованої

та «звільненої з кухонного рабства», що нарівні з чоловіками працює на складних виробництвах. Проте цей день сприймався саме як символ боротьби за права лише до 1965 року, після якого було прийнято постанову про запровадження 8 березня вихідним днем. Це перетворило державне відзначення боротьби за права жінок на домашнє свято із даруванням квітів і солодощів.

Ще один образ радянської жінки, який з року в рік згадували в цей день був образ матері. У 80-і роки цього дня починають згадувати не лише про робітниць і колгоспниць, й про представниць інтелігентці: вчительок, юристок, артисток, фельдшерок, керівниць підприємств тощо.

«Невтомні трудівниці», «працьовиті», робітниці, ударниці – переважно так характеризує преса жінок, вартих наслідування. Жінки, які переймаються власним зовнішнім виглядом або сфокусовані на особистому житті, підлягають осуду та критиці і стають героїнями анекдотів та фельєтонів, які друкують газети.

З падінням СРСР образ жінки трансформується під впливом західних ЗМІ, в пресі починає панувати установка на зовнішню привабливість, екстравагантність, успішність жінки. На сторінках газет домінують два образи: домогосподарка і лялька-красуня, що насаджувало моделі фемінності, які не передбачали розвитку особистості, творчих здібностей тощо [7].

Тиражування такої моделі триває в сучасних ЗМІ і дотепер. Водночас наявна й протилежна тенденція – до висвітлення образу жінки з позицій гендерночутливої журналістики.

8 березня 2021 року «Вечірній Київ» запропонував кілька матеріалів, де образ жінки подано з позицій

гендерночутливої журналістики. Передусім привертає увагу матеріал про «Марш за права жінок, який відбувся цього дня на Михайлівській площі», де зібралися кілька сотень жінок та чоловіків, які вийшли вимагати ратифікувати Стамбульську конвенцію та висловити свою позицію щодо прав жінок [4]. На марші учасники та учасниці також вимагали припинення урізання соціальних гарантій для тих, хто втратили роботу, створення безпечних умов праці для жінок, які зайняті у сферах із високим ризиком зараження Covid19, забезпечення доступу до всіх медичних та профілактичних послуг, відкриття державних шелтерів у різних регіонах України для жінок, які зазнають домашнього насилля та справедливого розслідування випадків насилля з боку ультраправих організацій. Газета повідомляє, що 2021 р. марш намагався привернути увагу до наслідків пандемії COVID-19, що суттєво вплинула на життя людей в усьому світі, змінила звичний ритм функціонування суспільства, загострила соціальні проблеми та спричинила появу нових викликів. Найбільше негативні наслідки пандемії відбилися на жінках (рівень домашнього насильства в умовах карантину стрімко зріс, натомість відповідальність тих, хто здійснює насильство, досі не є безумовною перед законом; 82% людей, зайнятих у сфері охорони здоров'я, – це жінки. Водночас працівниці цих сфер не отримують необхідних ресурсів для створення безпечних умов праці. Саме жінки опинилися на передовій боротьби із вірусом та його наслідками. На жінок було покладено ще більший обсяг репродуктивної та доглядової праці. Жінки мають доглядати літніх родичів, виховувати дітей, слідкувати за здоров'ям родини, займатися «хатніми

справами» та доглядовою працею поряд із роботою) [4].

Іншим, не менш цікавим матеріалом, опублікованим 8 березня 2021 р., була стаття про початок мистецького марафону, присвяченого гендерній рівності. Це марафон HeForShe Arts Week, що об'єднує музеї, галереї, кінотеатри та інші арт-інституції навколо теми ґендерної рівності та прав людей. «Вечірній Київ» повідомляє, що за підтримки ООНВ Жінки в Україні та Дитячого фонду ООН в Україні (ЮНІСЕФ) запустили освітній арт-проект «Наука – це вона», покликаний відновити історичну та гендерну справедливість щодо видатних українських науковиць, адже інтелект, працелюбство, талант та відданість свої справі не залежать від статі та віку! Проект є частиною кампанії ООН Жінки «Покоління рівності», з популяризації гендерного паритету серед молоді та забезпечення лідерства жінок в технологіях та інноваціях. У цьому ж матеріалі видання проанонсувало і вручення премії Women in Arts за досягнень жінок у мистецтві.

Не обійшлося й без традиційних портретних замальовок. З нагоди 8 березня «Вечірній Київ» зробив добірку інтерв'ю, в яких киянки розповіли про свої улюблені, цікаві та відповідальні професії [3]. З-поміж них:

– пілотеса Вікторія Арделян (журналісти «Вечірнього Києва» познайомилися з жінкою, яка втілила у життя свою дитячу мрію про небо і продовжила династію авіаторів і яка ламає стереотипи щодо гендерних різниць у професії льотчика);

– водійка трамвая Ольга Заболотна («Вечірній Київ» знайомить читачів жінкою, яка вже майже пів століття керує пультом трамвая);

– тортівниця Крістіна Дольник (створює надзвичайні торти і має замовлення вже до 2023-го року.

Журналісти «Вечірки» запитали у Крістіни, яка сьогодні є засновницею власного бренду Dolnyk Art Cake, про її шлях до успіху);

– чергова метро Наталія Маслянич (працює в столичному метрополітені вже більше ніж 13 років);

– автогонщиця Галина Алмазова (жінка, яка має звання «Народний Герой України», військова волонтер-парамедик з позивним «Вітерець» розповіла які важкі випробування можуть здолати українські жінки на шляху до успіху);

– машиністка фунікулера Наталія Шеховцова (у професії вже 10 років);

– директорка заповідника Влада Литовченко (у минулому, знаменита модель, і успішна менеджерка модельного бізнесу а нині директорка Вишгородського історико-культурного заповідника розповіла «Вечірньому Києву» про зміни і зростання в професії) [3].

Саме з таких замальовок складається новий образ жінки, як її бачать сучасні медіа – активної борчині за власні права, проте бореться вона не проти чоловіків, а проти стереотипів, соціальні ролей та моделей поведінки, які побутують у суспільстві. Така жінка не претендує, а має власне місце в політиці, науці, мистецтві, опановує нові професії, не боїться змін, порушує стереотипи щодо розподілення гендерних ролей у суспільстві.

З початком повномасштабної війни в Україні, змінився й образ жінки в засобах масової інформації. Сьогодні жінки несуть військову службу у Збройних Силах України нарівні з чоловіками, зокрема і на офіцерських посадах, їм забезпечено рівний доступ до військових звань. Жінки у дзеркалі газети не просто покірні, лагідні й ніжні створіння, які люблять прикраси, одяг, квіти – вони пліч-о-пліч з чоловіками боронять

Батьківщину на фронті і забезпечують надійний тил.

За результатами моніторингу українських медіа, проведеного Волинським прес-клубом «Гендерночутливий простір сучасної журналістики» у квітні 2022 року [2], представленість жінок у друкованих

медіа більша, ніж в онлайн-виданнях: в третині випадків жінки є експертками, і в чверті випадків – героїнями матеріалів про війну. Ключовими темами в межах загальної воєнної тематики, де фігурували жінки, були: волонтерство, політика та підтримка переселенців (рис 1).



Рис. 1. Теми війни, де фігурували чоловіки та жінки
(джерело: Волинський прес-клуб [2])

Загалом у суто мілітарних контекстах і як герої публікацій, і як експерти домінують чоловіки. Однак відсоток жінок зріс у кілька разів: якщо у лютому вони були експертками і тою чи іншою мірою коментували питання, пов'язані з війною/армією лише в 16% випадків, то у квітні – в 27% випадків. При чому – не лише як матері чи доньки загиблих бійців, а й і як активні учасниці процесів, пов'язаних із війною. Схожа ситуація і з жінками, які фігурували в публікаціях, але не коментували подій чи ситуацій (тобто були героїнями, але не експертками): у лютому їхня кількість складала всього в 6%, тоді як у квітні – 21%. Волонтерська тема є майже збалансованою – у публікаціях чоловіків

лише на кілька відсотків більше, ніж жінок [2].

Найчастіше жінки коментували події та ситуації в контексті війни у херсонських, харківських, черкаських, чернівецьких та хмельницьких медіа, чоловіки – у сумських, львівських, запорізьких, донецьких, луганських, житомирських. Якщо розглядати увесь контент гіперлокальних медіа, то найбільш гендернозбалансованим був контент черкаських медіа (46% експерток і 54% експертів, 48% героїнь і 52% героїв). Жінки як експертки майже однаковою мірою з експертами присутні у матеріалах київських (51%), хмельницьких (44%), херсонських (44%),

харківських (42%), кіровоградських (40%) видань [там само].

Розглянемо, яким є образ жінки в матеріалах «Вечірнього Києва», опублікованих 8 березня 2022 року. Загалом лише кілька публікацій мали вітальний характер. Таким є нарис «8 березня: як вітають жінок у Києві», який починається словами «Вітаємо зі святом наших ніжних, мужніх і відважних жінок! Бажаємо найбільшої розкоші – життя в мирі, спокої, без війни! Ми працюємо і життя продовжується!» [8]. Так, співробітники Дарницького зеленбуду вітали весняними квітами породіль у лікарнях, адже життя триває! Чоловічий колектив КАРС «Київська служба порятунку» також привітав жінок зі святом 8 березня зі словами «тільки ви даруєте нам надію і віру в наближення перемоги».

А чоловіки 72-ї ОМБр ім. Чорних Запорозжів змалювали такий образ українки: «Наші любі козаки – Ви стали надійною опорою та підтримкою в цей непростий час. Ви бережете спокій наших думок. Ви знаходите слова підтримки, та пояснення для дітей на непросте питання «що таке війна?». Ви нехтуючи своєю безпекою, віддаєте останні сили щоб нагодувати незнайомого Вам захисника України. Ви із тяжким серцем і в сльозах – благословляєте нас на боротьбу за рідний край. Ви на рівні із чоловіками взялися до зброї і нищите ворога» [8].

«Вечірній Київ» розмістив й інформацію про те, що мер столиці Віталій Кличко привітав жінок-військових із 8 березня подарував їм червоно-жовті тюльпани та опублікував вітання очільника Києва: «Зі святом весни вас, наші найкращі, найгарніші й найнадійніші! І ті, хто боронить сьогодні Україну, і ті, хто забезпечує тил та пригортає до серця наших дітей!».

Світова преса теж 8 березня 2022 року публікувала на перших шпальтах фото українських жінок, проте тут

переважає образ жертви. *The Times* публікує образ українки, яка частково засліпла внаслідок російських обстрілів, коли снаряд зруйнував її будинок у Харкові. Газета пише, що жахливі поранення, отримані мирними жителями, пояснюють дії «краще, ніж будь-яка військова карта». *Metro* та *Financial Times* теж розмістили на перших шпальтах фото українок, які через війну були змушені покинути власний дім.

Висновки і перспективи (Discussion). Можемо стверджувати, що 2022 року в ЗМІ з'явився новий образ жінки – *громадянки України*. Це складний образ, який інтегрує в собі різні іпостасі: дружини, матері, коханої, працівниці, господині, волонтерки, захисниці та інші, але не тотожний кожному. Він не дорівнює сумі стереотипів, а є новим інтегрованим образом, ключовим елементом у конструкті якого є національна самосвідомість. Жінка постає як громадянка демократичного суспільства, свідомо та активна виразниця національних інтересів і національного духу, яка нарівні з чоловіками робить внесок у загальну справу, виражає готовність і волю до здійснення національної мети – перемоги над ворогом і визволення батьківщини.

Список використаних джерел

1. Балалаєва О. Ю. Класифікація жанрів новинної журналістики: вітчизняні та зарубіжні підходи. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». 2017. Вип. 12. С. 36-39

2. Війна, медіа і гендер... Як ситуація в країні впливає на контент (результати квітневого моніторингу 2022). Волинський прес-клуб. URL: http://volynpressclub.org.ua/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=10&Itemid=21 (дата звернення: 18.05.2022).

3. Жінки у сучасному Києві: захоплюючі історії. Вечірній Київ. 08 березня 2021. URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/50310/> (дата звернення: 18.05.2022).

4. На Михайлівській площі пройшов Марш за права жінок. Вечірній Київ. 08 березня 2021. URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/50359/> (дата звернення: 18.05.2022).

5. Посібник із впровадження Рекомендації CM/Rec (2013) Комітету міністрів Ради Європи державам-членам щодо гендерної рівності та медіа. Київ, 2017. 51 с.

6. Смольницька М. Жінка в радянському суспільстві: офіційний образ і реальна практика. Україна ХХ ст.: культура, ідеологія, політика, 2011. Вип. 16. С. 162-174.

7. Сушкова О.М. Періодичні видання для жінок в Україні : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 10.01.08. Львів : 2005. 18 с.

8. 8 березня: як вітають жінок у Києві. Вечірній Київ. 08 березня 2022. URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/62422/>

9. Balalaieva O. The problem of gender balance in Ukrainian media: outlines of a solution. *Euromentor*. 2019. No. 3. P. 79-92.

10. Global Gender Gap Report 2021. World Economic Forum. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2021.pdf

References

1. Balalaieva, O.Yu. (2017). Classification of genres of news journalism: domestic and foreign approaches. *Bulletin of Kharkiv National University named after V. Karazin. Series "Social Communications"*, 12, 36-39.

2. War, media and gender ... How the situation in the country affects the content (results of the April, 2022 monitoring). (2022). *Volyn Press Club*. Retrieved from: <http://volynpressclub.org.ua/index.php?opti>

on=com_content&view=category&layout=blog&id=10&Itemid=21.

3. Women in modern Kyiv: fascinating stories. (2021, March 8). *Vechirniy Kyiv*. Retrieved from: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/50310/>

4. The March for Women's Rights was held on Mykhailivska Square. (2021, March 8). *Vechirniy Kyiv*. Retrieved from: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/50359/>

5. Guide to the implementation of Recommendation CM / Rec (2013) of the Committee of Ministers of the Council of Europe to member states on gender equality and the media (2017). Kyiv.

6. Smolnitskaya, M. (2011). Woman in Soviet society: the official image and real practice. *Ukraine of the XX century: culture, ideology, politics*, 16, 162-174.

7. Sushkova, O.M. (2005). Periodicals for women in Ukraine: PhD thesis: 10.01.08. Lviv.

8. March 8: how women are greeted in Kyiv. (2022, March 8). *Vechirniy Kyiv*. Retrieved from: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/62422/>

9. Balalaieva, O. (2019). The problem of gender balance in Ukrainian media: outlines of a solution. *Euromentor*, 3, 79-92.

10. Global Gender Gap Report 2021. (2021). World Economic Forum. Retrieved from: https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2021.pdf

EVOLUTION OF THE IMAGE OF WOMEN ON THE NEWSPAPER PAGES: A GENDER ASPECT

O. Yu. Balalaieva, O. O. Boico

Abstract. *The democratic media should reflect the reality of men and women in all its diversity. Inequality in society is reproduced in the media. According to UNESCO, the global picture shows a lack of gender balance in the representation of women in modern media content. The situation in Ukraine only confirms the global picture, and statistics show its deterioration (under the annual Global Gender Gap Index, in 2021, Ukraine's position decreased by 15 points compared to 2020). Regular monitoring shows that the Ukrainian national and regional mass media are increasingly publishing materials with signs of sexism and gender stereotypes. This emphasizes the relevance of the problem and the urgent need for its comprehensive study. The purpose of the article is to analyze the peculiarities of the representations of women in contemporary Ukrainian media, to trace the evolution of the image of women in the columns of the newspaper "Vechirniy Kyiv". The study uses methods of analysis of all-Ukrainian monitoring statistical data to determine the features of the representations of the women image in the mass media and analysis of archival materials to study the evolution of the image of women in the columns of Ukrainian newspapers. As a result of the study, it was found that image of a woman in the media: working woman, housewife, doll, etc. changes according to the stage of development of society. According to the results of the Ukrainian media monitoring conducted by the Volyn Press Club "Gender-Sensitive Space of Modern Journalism" in April 2022, the representation of women in print media is higher than in online publications: in a third cases women are experts, and in a quarter heroines of materials about the war. The key themes of the general military theme, involving women, were: volunteering, politics and support for displaced persons. We can say that in 2022 a new woman image – a national citizen of Ukraine – appeared in the media. This is a complex image that integrates different incarnations: wife, mother, lover, worker, housewife, volunteer, defender and others, but not identical to everyone. It is not equal to the sum of stereotypes, but is a new integrated image, the key element in the construction of which is national identity. A woman appears as a citizen of a democratic society, a conscious and active voice of national interests and national spirit, who along with men contributes to the common cause, expresses readiness and will to achieve the national goal – the victory over the enemy and liberation of the motherland.*

Key words: *gender equality, gender balance, woman image, media discourse, media content*