

DOI: 10.31548/hspedagog14(2).2023.23-28

УДК 316.776

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЖІНОК В УКРАЇНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА**БАЛАЛАЄВА О. Ю.**, кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри журналістики та мовної комунікації

Національний університет біоресурсів і природокористування України

E-mail: olena.balalaeva@gmail.com

ORCID: 0000-0002-2675-5554

МАЙДАНЮК В. А., студентка 4 курсу спеціальності «Журналістика»**Національний університет біоресурсів і природокористування України**

Анотація. Проблема гендерного балансу є надзвичайно актуальною як для українського суспільства загалом, так і для медіагалузі зокрема. За даними Глобального індексу гендерного розриву, 2022 року Україна посіла 81 місце, втративши 7 позицій у рейтингу проти минулого року. Фактично ставлення суспільства до цієї проблеми відображаються у медіа, а медіа транслює їх на суспільство. Медіаконтент впливає на формування суспільної свідомості, форматів суспільної поведінки, водночас працюючи на поширення та закріплення у свідомості різноманітних стереотипів та упереджень. Попри те, що проблема має широкий резонанс і в науковому дискурсі, і в суспільній практиці, з початком повномасштабної війни ситуація зі збалансованістю медіаконтенту значно погіршилася, що потребує ретельного дослідження. Метою статті є проаналізувати особливості репрезентації жінок в українських загальнонаціональних інтернет-виданнях. Дослідження здійснено на основі аналізу даних моніторингу українських загальнонаціональних інтернет-видань, наукових джерел з окресленої проблематики, синтезу й узагальнення отриманих даних. Аналіз зрізу медіадіяльності інтернет-медіа показав, що український медіапростір наразі хибує стереотипами. Констатовано гендерний дисбаланс в українському медіаконтенті: у матеріалах переважає кількість експертів і героїв чоловіків, що підтверджують дані моніторингу загальнонаціональних медіа. Наявні в українському медіапросторі форми дискримінаційного висвітлення потребують змін, суттєвого перегляду ситуації, пошуку шляхів подолання гендерного дисбалансу, з-поміж яких: введення до журналістських стандартів стандарту балансу висвітлення діяльності жінок та чоловіків у медіа, руйнування гендерних стереотипів, послідовне використання фемінітивів тощо.

Ключові слова: гендерний баланс, дискримінація, суспільство, медіапростір, інтернет-медіа

Актуальність (Introduction).

Узагальнення практики у вітчизняному медіапросторі, яке базується на регулярних моніторингах, опитуваннях, спостереженнях протягом останніх десяти років дає підстави говорити про гендерний дисбаланс в українських медіа, основними ознаками якого є: менша проти чоловіків кількість жінок-експертів і героїнь у журналістських матеріалах, більша представленість у медіасфері чоловіків зрілого віку, по-

мітний розрив у заробітних платах, сексуальна об'єктивація. тенденція до бодішеймінгу, некоректний показ представників тієї чи іншої статі із яскравим використанням стереотипів, використання власне сексистських термінів та еротично забарвленої лексики. З початком повномасштабної війни ситуація зі збалансованістю медіаконтенту значно погіршилася, що потребує ретельного дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій (Analysis of recent researches and publications). Питання гендерного балансу у вітчизняних медіа висвітлювали Н. Авер'янова, В. Агєєва, О. Балалаєва, Ю. Гончар, Н. Гусак, О. Сидоренко, О. Кісь, А. Костенко, Ю. Маслова, В. Костовська, В. Слінчук, З. Шевченко та інші. Проте багато аспектів проблеми є недостатньо вивченими з огляду на постійні зміни тенденцій і підходів у медійній практиці.

Мета (Purpose). Метою дослідження є проаналізувати особливості репрезентації жінок в українських загальнонаціональних інтернет-виданнях.

Методи дослідження (Methods). Дослідження здійснено на основі аналізу даних моніторингу українських загальнонаціональних інтернет-видань, наукових джерел з окресленої проблематики, синтезу й узагальнення отриманих даних.

Результати (Results). Ставлення суспільства до жінок до чоловіків та їхніх ролей формувалося протягом тривалого часу, в усіх соціальних устроях [2]. Стереотипи та упередження

впливають на світогляд людей ще з раннього віку, у свідомості молоді закріплюється «нормальність» певних переконань, які є досить популярними у соціумі. Вагому роль у цьому відіграють саме медіа, адже з їх допомогою нерідко поширюються ті чи інші упередження, і потім це безпосередньо впливає на суспільну думку та відносини. Представників чоловічої статі не очікують у «жіночих» справах, а жінок не сприймають належним чином у політиці, науці та інших галузях. Такий стан справ формувався історично. Ригідність і стійкість цих стереотипів простежується і в українському суспільстві на сучасному етапі [4].

За даними Глобального індексу гендерного розриву [5], на основі якого побудовано рейтинг країн за рівнем гендерної рівності (показники: політичні права і можливості, економічні права і можливості, рівень освіти, здоров'я та виживання). 2022 року Україна посіла 81 місце (рис. 1). Порівняно з минулим роком наша країна опустилася в рейтингу на 7 позицій (2021 року Україна була на 74 місці), а порівняно з 2020 – на 22 (2020 року Україна посідала 59 місце).



Рис. 1. Ранг України в рейтингу Глобального індексу гендерного розриву 2022 (Джерело: Global Gender Gap Report 2022 [5])

Україна безповоротно обрала курс на інтеграцію в ЄС, проте в свідомості значної кількості людей панують стереотипи та викривлене бачення ситуації як важкий спадок тоталітарної епохи. Фактично ставлення суспільства до цієї проблеми відображаються у медіа, а медіа транслює їх на суспільство. Медіаконтент впливає на формування суспільної свідомості, форматів суспільної поведінки, водночас він активно працює на поширення та закріплення у свідомості різноманітних стереотипів та упереджень.

Проте наш час характеризується критичним ставленням до такого стану справ, проблема гендерного дисбалансу й нерівності визнається і в науковому дискурсі, і в суспільній практиці.

Проаналізуємо, чи змінилася ситуація щодо «присутності» жінок у контенті українських онлайн-видань порівняно з 2022 роком.

Результати моніторингу, проведеного Інститутом масової інформації в першому кварталі 2023 року, свідчать про песимістичні зсуви щодо гендерного балансу в масмедіа. Досліджено контент 10 загальнонаціональних інтернет-видань: «Українська правда», «НВ», «ТСН», «Цензор», «Главком», «РБК Україна», «Корреспондент», «УНІАН», «Гордон», «Суспільне» [1].

Експерти Інституту масової інформації зауважують, що «рік повномасштабної війни в Україні негативно вплинув на гендерний баланс в онлайн-медіа. Жінки стали менш видимими, їх почали зображувати більш стереотипно й у вузькому спектрі тем. Як мінімум половину контенту українських медіа зараз становить війна, в якій дуже мало голосів жінок» [там само].

Головні три теми, в яких згадувалися жінки як експертки – це міжнародні події, війна та кримінал. Проте на жінок припало лише 18 % від експертних коментарів у медіа, а 82 % коментарів надали експерти-чоловіки. Як зауважують

дослідники, показник кількості експертток дещо зріс проти з четвертого кварталу 2022 року, проте до повномасштабного вторгнення жінок-експертів згадували частіше – у 23 % матеріалів. Згідно з даними дослідження ІМІ, найбільше експертток у першому кварталі 2023 року залучали на сайті «Суспільне» (31 % загальної кількості експертних коментарів), найменше – в «Українській правді» (13% загальної кількості експертних коментарів). В інших медіа цей показник у середньому коливався від 17 до 19%.

Зменшення кількісного показника цитованості експертток дослідники Інституту масової інформації пов'язують з війною: медіа сфокусовані на висвітленні й коментуванні бойових дій, що звузило перелік тем, які коментують жінки [1].

Щодо тематичного розподілу, то найчастіше в першому кварталі 2023 року медіа залучали експертток коментувати міжнародну тематику (32,2 % коментарів експертток), на другому місці – коментарі від речниць Міноборони та Генштабу ЗСУ (27,8 %: здебільшого в медіа цитували заступницю міністра оборони України Ганну Маляр та керівницю Об'єднаного координаційного пресцентру Сил оборони півдня України Наталію Гуменюк. Обидві експертки повідомляли про щоденну військову ситуацію або коментували важливі для країни інфоприводи з позиції відомств, які вони представляють), на третьому – цитування речниць правоохоронних органів у матеріалах на основі офіційних пресрелізів про кримінальні правопорушення (13,3 %) [там само].

Експертки також коментували теми бізнесу й економіки (6,7 % всіх коментарів експертток), політики (5,6 % всіх коментарів експертток), освіти та прав людини, проте, таких матеріалів було значно менше.

Водночас чоловіки найчастіше коментували матеріали про війну (46,4 % всіх коментарів від чоловіків-експертів). Дослідники Інституту масової

інформації пояснюють це тим, що саме чоловіки переважно обіймають керівні посади у військових структурах України. Здебільшого експерти коментували розвиток подій на фронтах, давали прогнози, обговорювали наслідки обстрілів та війни [1].

Ще 16,8 % матеріалів, які цитували експертів-чоловіків, стосувалися міжнародної тематики (матеріали на цю тему здебільшого теж були пов'язані з війною в Україні), 7,9 % коментарів чоловіків-експертів стосувалися політики: (медіа цитували коментарі представників різних політичних партій щодо війни, економіки тощо). У 5,7 % матеріалів чоловіки коментували тему бізнесу та економіки, у 2 % – кримінальну хроніку, ДТП та надзвичайні ситуації, а також поодинокі матеріали, які стосувалися здоров'я, освіти, прав людини та культури.

Іншим важливим показником присутності жінок у медіапросторі, є кількість героїнь. У моніторинговий період це показник становив 23% від загальної кількості матеріалів, водночас у 77% героями матеріалів були чоловіки. Проти результатів попереднього моніторингу відсотковий показник присутності жінок-героїнь зменшився на 10%. Таке суттєве падіння кількісного показника гендерного балансу експерти Інституту масової інформації пов'язують знову ж таки з війною: контент медіа переважно фокусувався на висвітленні бойових дій, інформації про військових, загиблих, серед яких жінок менше, ніж чоловіків. Але, як акцентують дослідники, матеріали про жінок радше підсилювали сексистські стереотипи, ніж розповідали про зростання навантаження на жінок під час війни, соціальні та гуманітарні виклики чи про жінок-військових. Усе це було практично «невидимим» [1].

Дані моніторингу показують, що найбільше згадок про жінок як героїнь зафіксовано на сайті ТСН (42% загальної кількості героїнь та героїв матеріалів). Але значну частку цих згадок ста-

новили новини шоубізнесу та сексистські матеріали. Найменше жінок – героїнь матеріалів зафіксовано на сайті «РБК-Україна» (5 % усіх героїв та героїнь), проте на ньому не було зафіксовано сексизму чи принизливих матеріалів про жінок.

У першому кварталі 2023 року жінки як героїні публікацій найчастіше траплялися в матеріалах про шоубізнес (31,9 %), кримінал (20,6 %), спорт (11,3%), війну (8,1 %), політику та на міжнародну тему (по 6,9 % загальної кількості героїнь) [там само].

Отже, в публікаціях про війну жінки були героїнями лише в 8,1% матеріалів – здебільшого це потерпілі, або жертви ракетних обстрілів, або родички загиблих військових.

Чоловіки як герої публікацій найчастіше з'являлися в матеріалах про кримінал (24,2%), міжнародну тематику (21,7%), війну (16%), політику (10,8%) та спорт (10,2%).

Також у моніторинговий період зафіксовано, що 40% медіа мають лише часткове вживання фемінітивів. Порівняно з попереднім кварталом цей показник не змінився.

Ці проблеми гендерного дисбалансу характерні не лише для загальнонаціональних, а й для гіперлокальних видань, про що свідчать результати відповідних моніторингів [3].

Контент, який циркулює в медіапросторі України, впливає на формування суспільної свідомості, форматів суспільної поведінки, водночас він активно працює на поширення та закріплення у свідомості різноманітних стереотипів та упереджень. Фактично, ЗМІ значною мірою відповідальні за формування упереджень у суспільстві і шаблонів стереотипної поведінки, а суспільство потім створює інформаційні приводи для ЗМІ, засновані на цих упередженнях. Наразі відбувається зміна ціннісних установок в суспільстві, особливо серед молоді, тому дослідження

цього питання залишається актуальним і надалі.

Висновки та перспективи (Conclusion). Аналіз зрізу медіадіяльності інтернет-медіа показав, що український медіапростір наразі хвиє стереотипами. Констатовано гендерний дисбаланс в українському медіаконтенті: у проаналізованих матеріалах значно переважає кількість експертів і героїв чоловіків, що підтверджують дані моніторингів загальнонаціональних медіа.

Наявні в українському медіапросторі форми дискримінаційного висвітлення потребують змін, суттєвого перегляду ситуації, пошуку шляхів подолання гендерного дисбалансу. Засади гендерної рівності повинні стати нормою у соціумі.

Одним із оптимальних варіантів є введення до журналістських стандартів не просто стандарту балансу думок, а й балансу висвітлення діяльності жінок та чоловіків у медіа. Іншими заходами, спрямованими на покращення ситуації в українському медіапросторі є: руйнування гендерних стереотипів, запровадження практики припинення обговорення зовнішності замість справ, послідовне використання фемінітивів тощо.

Список використаних джерел

1. Гендерний баланс та війна. Моніторингове дослідження в першому кварталі 2023 року. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/gendernyj-balans-ta-vijna-monitoryngove-doslidzhennya-u-pershomu-kvartali-2023-roku-i51269> (дата звернення 22.04.2023)
2. Матвієнко І. С. Історична ретроспектива гендерної проблематики. *Науковий вісник НУБіП України. Серія: Гуманітарні студії*. 2017. № 274. С. 69–76. URL: <http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Gumanitarni/article/view/9607> (дата звернення 20.04.2023)
3. Не більше, ніж у третині випадків жінки виступають експертками

або є героїнями публікацій волинських медіа. *Волинський прес-клуб*. URL: http://volynpressclub.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1179:2023-05-01-12-07-33&catid=10:gendermedia&Itemid=21 (дата звернення: 05.05.2023)

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

5. Global Gender Gap Report 2022. URL: <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2022/in-full> (дата звернення 20.04.2023)

References

1. Gender balance and war. Monitoring study in the first quarter of 2023. (2023) Institute of mass information. Retrieved from: <https://imi.org.ua/monitorings/gendernyj-balans-ta-vijna-monitoryngove-doslidzhennya-u-pershomu-kvartali-2023-roku-i51269>
2. Matvienko, I. S. (2017). Historical retrospective of gender issues. *Scientific bulletin of NULES of Ukraine. Series: Humanitarian studies*, 274, 69–76. Retrieved from: <http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Gumanitarni/article/view/9607>
3. In no more than a third of cases, women are experts or heroines in Volyn media publications. (2023) Volyn press club. Retrieved from: http://volynpressclub.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1179:2023-05-01-12-07-33&catid=10:gendermedia&Itemid=21
4. Balalaieva, O. (2019). The problem of gender balance in Ukrainian media: outlines of a solution. *Euromentor*, 3, 79-92.
5. Global Gender Gap Report (2022). Retrieved from: <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2022/in-full>

© Балалаєва О. Ю., Майданюк В. А.

HUMANITARIAN STUDIOS: PEDAGOGICS, PSYCHOLOGY, PHILOSOPHY Vol 14(2) 2023

REPRESENTATION OF WOMEN IN UKRAINIAN ONLINE MEDIA**Balalaieva O. Yu., Maidaniuk V. A.**

Abstract. *The problem of gender balance is extremely relevant both for Ukrainian society in general and for the media sphere in particular. According to the Global Gender Gap Index, in 2022 Ukraine took 81st place, having lost 7 positions in the ranking compared to last year. In fact, society's attitude to this problem is reflected in the media, and the media translate them to society. Media content affects the formation of public consciousness, formats of public behavior, while working to spread and consolidate various stereotypes and prejudices in the mind. Despite the fact that the problem has a wide resonance in both scientific discourse and social practice, with the beginning of a full-scale war, the situation with the balance in media content has significantly worsened, which requires careful research. The purpose of the paper is to analyze the features of the representation of women in Ukrainian national online media. The study is based on the analysis of monitoring data of Ukrainian nationwide online media, scientific sources on the outlined issues, synthesis and generalization of the obtained data. The analysis of the snapshot of online media activities showed that the Ukrainian media space currently is replete with stereotypical ideas. A gender imbalance in Ukrainian media content has been established: the number of male experts and heroes in the materials significantly predominates over female, which is confirmed by the monitoring data of the national media. The forms of discriminatory coverage present in the Ukrainian media require changes, revision of the situation, and the search for ways to overcome the gender imbalance. One of the optimal way is to introduce into the journalistic standards not just a standard of balance of opinions, but also a balance of coverage of the activities of women and men in the media, breaking down gender stereotypes, consistent use of feminatives, etc.*

Key words: *gender balance, discrimination, society, media space, online media.*