

**COMMUNICATION THEORY AND METHODOLOGY**DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-042-1-1>**АНАЛІЗ РІВНЯ ГЕНДЕРНОЇ ЗБАЛАНСОВАНOSTI  
МАТЕРІАЛІВ ЗМІ (НА ПРИКЛАДІ ВИДАННЯ  
«УКРАЇНСЬКИЙ ТИЖДЕНЬ»****Андрійченко В. О.**

*студентка I курсу Інститут журналістики  
Київський університет імені Бориса Грінченка  
м. Київ, Україна*

Актуальність реалізації позицій гендерної рівності в матеріалах ЗМІ, у загальних підходах медіа до гендерної рівноваги залишається надзвичайно актуальним, оскільки медіа формують свідомість споживачів інформації прямо й опосередковано.

Гендерна рівність в Україні захищена Конституцією, зокрема статтею 3, що закріплює рівність чоловіків та жінок у всіх сферах життя. Разом з тим, частина третя статті 24 Конституції України націлена на подолання дискримінації стосовно жінок та наголошує, що рівність прав жінок і чоловіків забезпечується наданням жінкам рівних із чоловіками можливостей у громадсько-політичній та культурній діяльності, у здобутті освіти та професійній підготовці, у праці та винагороді за неї тощо.

Верховною Радою України 8 вересня 2005 року було прийнято Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків». Законом визначаються основні напрями державної політики щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, вперше, запроваджується визначення таких термінів як «дискримінація за ознакою статі», «сексуальні домагання», «гендерна рівність» тощо [1].

На сучасному етапі, на нашу думку, варто говорити про такий етап реалізації гендерної рівноваги, при якому відкрито декларується його визнання, натомість при пильному спостереженні наявний цілий ряд маркерів, що приховують дисбаланс, зокрема у відсотковому співвідношенні експертів та експерток у певних питаннях, наприклад, політики, економіки тощо. Наразі присутність жінок-експерток в

українських онлайн-медіа дорівнює 19% проти 81% чоловіків-експертів [2]. Дотримання гендерного балансу в засобах масової інформації привертає до себе багато уваги науковців та експертів, адже є наріжною проблемою впровадження вже зазначеної гендерної політики. Гендерну проблематику та баланс у своїх роботах досліджували Н. Сидоренко, О. Сушкова, В. Агєєва, Ю. Гончар, О. Кісь та інші.

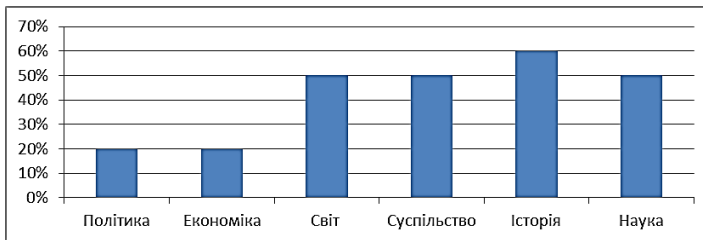
Під час аналізу видань на дотримання гендерного балансу необхідно розглядати взаємодію тематики і кількісного показника, адже є сформована тенденція щодо превалювання, наприклад, експертів та героїв в політичних та економічних темах, а експерток та героїнь в соціальних та культурних темах.

*Мета дослідження:* визначити тенденції дотримання гендерного балансу в українських медіа на прикладі видання «Український тиждень», шляхом детального аналізу матеріалів.

*Завдання дослідження:* провести відсотковий аналіз «присутності» жінок-експерток та героїнь матеріалів за окремими рубриками видання в період червня 2020 року – січня 2021 року.

Аналіз тематичних рубрик здійснювався за такими напрямками: відстеження наявності жінок-авторок та експерток у кожній рубриці, відображення жінок як героїнь матеріалів.

Узагальнено відсоткову присутність авторок за рубриками продемонстровано на рис. 1.



**Рис. 1. Відсоткова присутність жінок-авторок за рубриками**

Рисунок показує, що найменш жінки-авторки представлені в рубриках «Політика» та «Економіка», натомість найбільше – у рубриці «Історія».

Серед політичних проблем, що висвітлюються жінками, переважною є тема подій на Донбасі (авторка Єлизавета Гончарова – кожен третій матеріал). У рубриці також подань коментарі експертки Н. Боровської, координаторки спостереження за виборами в Донецькій

області громадської мережі «ОПОРА». Героїнями матеріалі у цій рубриці, жінки стають дуже рідко.

У рубриці «Економіка» за період червня 2020 року – січня 2021 щодо гендерного балансу героїв в матеріалах, то розглядаючи, наприклад, інтерв'ю, можна помітити, що за 8 місяців 6 матеріалів були з головним героєм чоловіком і 2 – з жінкою, як експерти були залучені 12 чоловіків та 7 жінок.

Також в рубриці неодноразово з'являлися в цей період матеріали з моніторинговим опитуванням декількох експертів і бізнесменів.

У рубриці «Світ» найбільш частотними є матеріали Ольги Ворожбит, у цілому частіше матеріали містять посилання на експертні закордонні медіа, однак увагу привернув той факт, що за наявності публікацій із посиланням на кількох експертів-чоловіків відсутні подібні посилання на кількох жінок-експерток, проте неодноразово було опубліковано статті посиланням на думку експерток у співвідношенні одна експертка і один матеріал Крім того, із 25 інтерв'ю, опублікованих за період з серпня 2020 до січня 2021, 15 були взяті в чоловіків, 10 – у жінок, відповідно. Також при висвітленні подій міжнародної значущості частіше згадуються чоловіки-політики (Олександр Лукашенко, Трамп, Байден), рідше – жінки (Світлана Тихановська, Ангела Меркель), що в цілому відображає представленість жінок у політиці та їхню політичну вагу.

Рубрика «Суспільство» демонструє певну динаміку, оскільки у період з червня до жовтня 2020 кожна друга стаття була написана журналістом, а от з жовтня 2020 по січень 2021 року картина змінилася: кожна 4 стаття належала чоловікові.

Щодо балансу експертності, то в матеріалах спостерігається така тенденція: матеріали, у яких проводиться опитування експертів (що для видання «Тиждень» є характерним прийомом), вирізняються диспропорцією в сторону чоловіків: в одному матеріалі співвідношення 2 до 1, в другому – 9 до 3; матеріалів, де дотримано баланс наявності коментарів від експертів та експерток одночасно, значно менше від тих, де кількість коментарів від експертів певної статі переважає. Поміж тим, у період з серпня 2020 до січня 2021 матеріали з цим «переважанням» чергувалися між собою: наприклад, «*Новини політики, економіки та культури, новини в світі*» (два експерти, одна експертка), «*Імунітет, нові штами та сезонні респіраторні хвороби*» – огляд наукових статей про коронавірус (дві експертки, один чоловік). Що ж до героїв матеріалів, то жінки в рубриці «Суспільство» фігурують в 70% у серіях матеріалів-історій, а інтерв'ю простежується явна диспропорція: 19 інтерв'ю з чоловіками, 15 – з жінками.

Експертність матеріалів рубрики «Культура» загалом не знаходиться в дисбалансі, адже більшість матеріалів складала огляди заходів або ж інтерв'ю. За період 8 місяців було виявлено лише один матеріал з виразним переважанням: 4 коментарі були від експертів і жодного від експертки. В інтерв'ю представлено 24 чоловіків та 16 жінок.

У проаналізованих матеріалах рубрики «Культура» не було експертів, які давали б коментарі, а тому варто зосередити свою увагу на дисбалансі у представленні героїв. З урахуванням, що всі статті так чи інакше містять аналіз історичних подій, де були залучені відповідні політичні та громадські організації, героями матеріалів є лише чоловіки (до того ж є 8 матеріалів в за цей період, що присвячені конкретним особистостям чоловічої статі).

Гендерний баланс відносно експертності в рубриці «Наука» порушено в сторону переважання коментарів чоловіків (саме у тих матеріалах, де два або більше експертів на один матеріал): «*Побічний симптом*» (2 експерти), «*VPN-вразливість. Новий виток персональних даних*» (2 експерти). Також з 3 матеріалів, де вміщено лише коментар одного експерта, 2 належить чоловікам, якщо формувати загальне співвідношення. Аналізуючи героїв, варто розуміти, що в цій рубриці матеріали присвячені конкретним явищам чи процесам, а не окремим особистостям. Поміж тим, можна побачити за період червень 2020 - січень 2021 значну диспропорцію в героях інтерв'ю: два з чоловіками і жодного з жінкою.

Використання фемінітивів у кожній рубриці – 100% у всіх матеріалах за період червень 2020 – січень 2021 (підкріплюється, в тому числі, і моніторингами від ІМІ), що є важливою тенденцією прагнення медіа до гендерного балансу в номінації фахівців різних галузей.

Отже, результати моніторингу гендерного балансу за рубриками видання «Український тиждень» демонструє прагнення медіа до пошуку рівноваги в представленості жінок та чоловіків у різних галузях, однак досі не подолано стереотипного уявлення про певну «спеціалізацію» чоловіків та жінок: чоловіча експертність у політиці та економіці, жіноча експертність у культурі, освіті тощо. У цілому варто зазначити, що медіа буде надзвичайно важко дотримуватися балансу в тих сферах, де баланс відсутній у самому суспільстві.

### Література:

1. Сорока Я.Ю. Розвиток гендерного законодавства. *Міністерство юстиції*: веб-сайт. URL: [https://minjust.gov.ua/m/str\\_11921](https://minjust.gov.ua/m/str_11921) (дата звернення: 19.02.2021).

2. Моніторингове дослідження гендерного балансу в онлайн-ЗМІ. Третій квартал 2020-го. *Інститут масової інформації*: веб-сайт. URL: <https://imi.org.ua> (дата звернення: 28.01.2021).

3. Жінки. Мир. Безпека: Інформаційно-навчальний посібник з гендерних аспектів конфліктів для фахівців сектору безпеки / Ковальчук Л.Г. та ін.; за ред. Ковальчук Л.Г., Левченко К.Б. Київ, 2017, 264 с.

4. Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків: Закон України від 8 вер. 2005 р. № 2866-IV. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2866-15> (дата звернення: 19.02.2021).

5. Мельникова О.С Особливості гендерного балансу в мас-медіа. *Актуальні проблеми науки та освіти*: зб. матеріалів ХХ підсумкової наук.-практ. конф. викладачів МДУ 2 лют. 2018 р. Маріуполь: МДУ, 2018. С. 247 – 249.

6. Риженко Л. Тенденції розвитку гендерного питання на сторінках періодичної преси. *Образ* 2016. Вип. 2. С. 98 – 103.

7. Бровченко С. П. Особливості висвітлення гендерної проблематики в українських медіа. *Сучасні світові тенденції розвитку науки та інформаційних технологій*: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ конф. Одеса : ГО «Інститут інноваційної освіти», 2018. С. 119 – 123.

8. Мельникова О.С. Особливості проведення гендерних досліджень у медіа. *Образ* 2017. Вип. 2. С. 56 – 65.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-042-1-2>

## МЕДІАКУЛЬТУРА У ФОРМУВАННІ Й ТРАНСЛЯЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ СУСПІЛЬСТВА

**Денисюк Ж. З.**

*доктор культурології,*

*доцент кафедри гуманітарних дисциплін*

*Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв  
м. Київ, Україна*

Інформаційно-комунікативні технології та породжувані ними численні медіа-комунікації утворили покоління так званих «нових медіа», які ґрунтуються на цифровому відтворенні інформації. Вони стали не лише засобами виконання безпосередньо комунікативних та