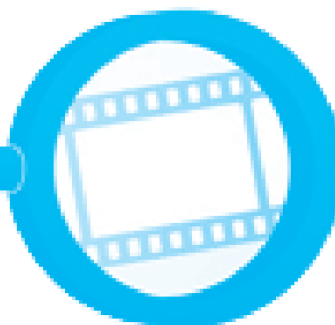


# ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ГЕНДЕРНИЙ КОМІТЕТ З РЕКЛАМИ



## МОНИТОРИНГ НАРУЖНОЇ РЕКЛАМИ ОТНОСИТЕЛЬНО НАЛИЧІЯ СЛУЧАЄВ ДИСКРИМІНАЦІЇ І СЕКСИЗМА

В апрелі 2015 року стартовувало моніторинг назовнішньої реклами, проведення якого ініціював Індустріальний Гендерний Комітет по Рекламі. Участвовавши в моніторингу підтвердили 10 регіональних представителів ІГКР, в тому числі такої моніторинг пройшов і в Києві. Проєкт реалізується в партнерстві з Представництвом Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні

Методику проведення моніторингу запропонував Аналітичний центр «Стратегіко». Методика була обговорена і доповнена Регіональними представництвами ІГКР. Для кожного міста були розроблені свої маршрути. Інтерв'юєри пройшли по основним головним вулицям міст, вивчили рекламу в торгових центрах. Були проаналізовані рекламні оголошення і в житлових масивах, і на околицях міст. Інтерв'юєрами стали студенти рекламісти і маркетингологи.

Сьогодні йде обробка даних, отриманих в результаті моніторингу. С нашої точки зору, цікаво не тільки те, яку рекламу молоді люди вважали дискримінаційною, але і їх ставлення до такої реклами. Анкета передбачала, що інтерв'юєри обґрунтовують, чому вони вважають таку рекламу сексистською, дискримінаційною.

Мніння експертів ІГКР не завжди збігалися з мнінням інтерв'юєрів стосовно наявності дискримінації в рекламі. Ці і інші результати моніторингу будуть опубліковані нами в наступних номерах журналу. Сьогодні ми пропонуємо ознайомитися з результатами проведення моніторингу в Одесі.