

УДК 007: 304: 070 (477) + 004.738.5 + 32

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГЕНДЕРНОГО ПИТАННЯ НА СТОРІНКАХ ПЕРІОДИЧНОЇ ПРЕСИ

**РИЖЕНКО Людмила,**

аспірант,

Приватний вищий навчальний заклад «Міжнародний економікогуманітарний університет імені акад. Степана Дем'янчука», вул. С. Дем'янчука, 4, м. Рівне, 33027, Україна, e-mail: l\_guzhenko\_m@ukr.net.

*Стаття присвячена актуальній проблемі розвитку гендерної політики на сторінках української преси. Сьогодні утверджується думка про те, що кожен незалежно від статі має право на розкриття власного таланту й саморозвитку задля загального суспільного поступу. Виносячи на загальне обговорення ідеї, тиражуючи моделі поведінки, відкриваючи нові для суспільства способи комунікації, ЗМІ формують, зі свого боку, гендерні принципи в суспільній свідомості. Право ж друкованого слова на аналітичність дозволяє пресі бути активним учасником гендерних зрушень до позитивних змін. Апеляція до гендерних стереотипів, їх нівелювання відбуватимуться постійно, а частота залежатиме від розвитку суспільства, його культурного рівня. Головним методом дослідження в статті виступив моніторинг; традиційно використано історико-порівняльний метод дослідження у вивченні гендерних стереотипів на шпальтах вітчизняних медіа.*

**Ключові слова:** гендер, преса, гендерний стереотип, лексика, культура, суспільство.

**Вступ.** Проблеми гендерного характеру набувають нового розвитку. «Сьогодні в економіці й політиці, науці, дипломатії і навіть в армії визначаються гендерні «підходи», «аспекти», «чинники», «настанови», «орієнтації», «особливості». Триває процес згладжування того соціального, духовного, культурного дисонансу, який і понині стимулює гендерну дискримінацію» [10, с. 13], – наголошують фахівці Інституту масової комунікації.

Засоби масової інформації, враховуючи їх вплив на формування суспільної свідомості та культури, займають чільне місце в провадженні гендерної політики. Оскільки вони реактивно реагують на будь-які зміни в суспільстві, моніторинг друкованих видань дає змогу аналізувати стан гендерної проблематики в суспільстві.

Як зазначає дослідниця Ю. Маслова: «Гендерну картину в соціумі найкраще експліковано за допомогою сучасних ЗМІ... газетні тексти в яких, з одного боку, відображено погляди, уявлення, стереотипи, а з іншого – реалізовано латентну маніпуляцію свідомістю реципієнта. Гендерно маркована лексика, яка трапляється на сторінках ЗМІ, становить лінгвосинергетику концептуального поля мас-медійного гендерного дискурсу що загалом відтворює уявлення про гендерну ситуацію, гендерні відносини в суспільстві» [7, с. 58].

Проблеми гендерної асиметрії в суспільстві й медіа сьогодні розглядають учені різних наукових сфер, зокрема А. Волобуєва, В. Передирій, М. Маєрчик, Т. Старченко, Н. Сидоренко, О. Сушкова, О. Плахотнік, Ю. Маслова та ін. При написанні статті стали в нагоді творчі напрацювання О. Кісь та І. Засурського.

*Мета цієї статті* – з'ясувати гендерні пріоритети української преси, максимально ефективно провівши аналіз гендерної проблематики на сторінках періодичних видань України, врахувавши при цьому інновації в царині громадсько-політичного життя.

*Об'єктом дослідження* є емпірика: насамперед, публікації, присвячені гендерному дискурсу в національних ЗМІ.

В масштабах статті авторка намагається вирішити питання, серед яких головними є специфіка або так званий формат жіночого стилю; гендерна асиметрія в матеріалах національних, насамперед регіональних, ЗМІ.

**Методи дослідження.** Під час написання статті ми послуговувалися історико-порівняльним методом дослідження. Преса як соціальний інститут має свою історію та інструменти впливу на суспільну свідомість. Це дозволяє дослідити тенденції розвитку гендерної політики відносно друкованого слова на шпальтах вітчизняних медіа. Враховуючи специфіку теми роботи, застосовувався порівняльний метод і моніторинг, дотримуючись принципів толерантності та поваги до колег-журналістів.

Використано результати соціологічних опитувань, що найкраще демонструють картину гендерної асиметрії в суспільстві. Метод герменевтики використовувався у дослідженні текстів вітчизняних видань щодо гендерних стереотипів.

**Результати й обговорення.** В умовах формування в суспільній свідомості принципів гендерної рівності преса виступає медіатором хорошого і поганого, висвітлюючи на своїх сторінках з одного боку, – набуті і актуальні моделі поведінки, з іншого – пропонує нові суспільні норми.

Аналізуючи друковані ЗМІ в науковому полі гендерної тематики, варто зазначити, що в Україні існує сегмент журналів і газет, що розраховані виключно на чоловічу чи жіночу аудиторію. З цього приводу професор Н. Сидоренко зазначає: «В образах чоловіків і жінок, представлених у сучасних засобах масової інформації, можна вгадати як чимало історичних напашарувань, так і новітнього гриму» [9, с. 4].

Глянцеві журнали вже не визначають потреби, як скажімо, в часи сексуальної революції в 50–60 рр. ХХ ст., намагаючись їх задовольнити, а продукують ці потреби, визначаючи спосіб та стиль життя для жінок та для чоловіків. Влучно зазначає І. Засурський: «Для багатьох російських жінок читання журналу стало джерелом уявлень про спосіб життя» [2, с. 73].

Мова, якою звертаються автори зі шпальт журналу до пересічної читачки, проста і невибаглива, історії відірвані від буденного життя, в багатьох мало художньо-стилістичних вдало підібраних матеріалів, культури. Жінкам просто пропонуються зразки поведінки в текстах, фотографіях, створюється ефект вже здійснених надій, відбувається нівелювання інтелектуального розвитку. Такі журнали відволікають від нагальних потреб суспільства, адже «злободенність» не може межувати в журналі поряд із «гламуром», вони спотворюють споживчі інстинкти. О. Кононенко вважає: «Споживацька спрямо-ваність жіночих журналів здавалося б абсо-лютно не узгоджується з купівельними мож-ливостями основної маси українських жінок. Для кого ж усе це? Для дівчат і жінок, у котрих усе в порядку!.. А хто не вміє вико-ристати симпатичне личко і поки що струн-ке тіло, хай звинувачують себе, а не еко-номічну кризу або важкий спадок ко-муністичного минулого. Хворобливих со-ціальних проблем в Україні не існує: існу-ють лише креми для обличчя...» [5, с. 27].

Проте спостерігається і позитивна динаміка. На обкладинку жіночих гляців запрошувались українські жінки-політики, громадські діячки, видатні представниці культури, спорту тощо. Після Революції гідності змінились орієнтири суспільної думки, які, зокрема стосуються і гендерної проблеми. Жінка-політик, жінка-революціонерка поруч із чоловіками брала участь у запеклих протистояннях у столиці України; жінка-журналістка, відома своїми розслідуваннями, була по-звірячому побита представниками колишнього режиму. Жінки-медсестри і жінки-волонтерки допомагали рятувати поранених і доглядати за ними. Тож чимало гляцевих видань, виходячи, насамперед, із прагматичних міркувань, не могли не відреагувати на подібні реалії українського життя.

Тим більше, що робота фоторепортерів під час події революційного протистояння дала надзвичайно багатий фактичний матеріал: популярність здобули світлини, фоторепортажі, колажі, на яких жінка-революціонер і жінка-волонтер відображені максимально експресивно, яскраво, в драматичному оточенні, що робить ці роботи оптимальними для розміщення їх у досі закритих для подібних образів і сцен гля-

цевих виданнях. Прикладом, цього можуть бути публікації в журналі «Натали» про Ольгу Богомолець (2013–2014), Тетяну Чернопол, Ірину Ваннікову, Оксану Корчинську [13]. Якщо раніше вважалось, що це не «класичний формат» для таких видань, то два роки тому нова тематика заповнила сторінки традиційно мирної жіночої періодики в Україні.

На шпальтах української преси можемо спостерігати наявність ґендерних стереотипів. Звичайно, класичний, архаїчний приклад: це подання образу чоловіка – сильного, годувальника, жінки, як матері, берегині родинного вогнища тощо. Скажімо, відома дослідниця О. Кісь, вважає образ Жінки-Берегині штучно нав'язаним українському суспільству [4].

Теза О. Кісь, на думку авторки статті, є доволі суб'єктивною, очевидно вона була актуальною в 1990-ті рр. у період відносного спокою, що характеризувався відповідними тенденціями розвитку ґендерної проблеми, які були спрямовані в основному на романтизацію жіночого образу в душі ліричної поезії і, що звучить парадоксально, прагматизації жіночого питання. Зрештою образ Берегині можна при бажанні звести і до архетипу Жінки-Матері, призначенням якої є виховання дітей і збереження домашніх традицій.

ґендерні дослідження виявляють чимало прямих та прихованих ознак того, що мова, якою ми користуємося, не є статевно нейтральною. За допомогою слів, які називають поняття, ми засвоюємо знання про структуру навколишнього світу та відносини, що в ньому панують. Дослідники доводять, що існуюча мовна система відображає підлегле, другорядне становище жінки у суспільстві і не відповідає уявленням жінки про себе [6, с. 290].

Ряд науковців підтримує думку зміни назви виду діяльності залежно від статі. Під час перекладу дієслів та іменників з англійської мови, що позначають професію та різновид зайнятості, українські журналісти не користуються можливостями рідної мови. Адже українською можна зазначити: сенаторка, демократка, губернаторка тощо.

Авторка статті звернулася до відомого українська мовознавця О. Пономарева з проханням роз'яснити ситуацію для одного зі студентських видань України. В розмові, що мала формат інтерв'ю, професор О. Пономарів підтвердив, значно розширив і обґрунтував висловлені тези. (Матеріали інтерв'ю, що безперечно мають наукову і прагматичну цінність, авторка збирається опублікувати у вигляді окремого наукового дослідження).

Журналістські матеріали в своїй множинності – це масштабна площина для ґендерних досліджень. Так, останні соціологічні дослідження говорять про певну ґендерну асиметрію в українському суспільстві. Відповідно до досліджень Інституту масової інформації, жінки згадуються в матеріалах регіональних друкованих ЗМІ втричі рідше за чоловіків: в ролі експертів у 2015 р. було запрошено 471 жінку і 1492 чоловіків, героями сюжетів стали 4357 чоловіків і лише 1359 жінок [11]. Важливим завданням друкованих ЗМІ є всебічний моніторинг ґендерних питань в бурхливій сучасності. Досить великого резонансу набули результати соціологічного дослідження «Невидимий батальйон» – першого масштабного дослідження про роль жінки в антитерористичній операції. Виявляється, що готовність жінки брати участь в АТО, виконувати бойові завдання в суспільстві не сприймається позитивно. У двох жінок соціальні служби намагалися, навіть, забрати дитину. Попри все, 40 респонденток із 42 пішли на війну добровільно.

Координатор проекту М. Берлінська говорить, що на минулорічне святкування Дня захисника України мало хто вітав жінок-захисниць. Адже свято сприймається як для батьків, чоловіків, синів тощо [12]. В цьому аспекті роль жінки стає невидимою для суспільства, тоді як медіа, маючи всі для цього інструменти, можуть змінити цей стереотип української сучасності.

**Висновки та перспективи.** У статті зроблена спроба проаналізувати розвиток гендерної проблематики на сторінках періодичних видань України. На основі емпіричного матеріалу було доведено ряд тверджень, серед яких слід виділити такі:

1) невпинно збільшується кількість виступів журналісток на сторінках друкованих національних ЗМІ. Проте кількість героїв жінок в матеріалах преси значно менша за чоловіків;

2) констатуємо, що жінки-журналістки беруть найактивнішу участь у подіях Революції Гідності і, певним чином, скерували громадську думку на гендерні проблеми, що досі лишалися пріоритетом суто специфічних громадських об'єднань, видань тощо.

3) вважаємо одним із можливих напрямів досліджень специфічне питання впровадження в масову свідомість змін назви виду діяльності в залежності від статі. У вирішенні цього питання авторка сподівається на допомогу наукового загалу, зокрема мовознавців Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Гендерна політика твориться повільно, але суспільні відносини виступають на кілька кроків вперед. Тож у ЗМІ, як «п'ятої колони» є всі можливості вести свою діяльність у векторі гендерної симетрії, де вбачаються риси громадянського суспільства.

**Подяки.** Висловлюю подяку своїм консультантам, професорам М. Василенку та Ю. Фінклеру за фахові поради, орієнтири в світі засобів масової інформації.

1. *Волобуєва А. М.* Гендерна політика у дзеркалі преси (моніторинг газет «День», «Дзеркало тижня», «Столиця», «Хрещатик») / А. М. Волобуєва // Наукові записки Інституту журналістики. – 2002. – Т. 6. – С. 66–69.

2. *Засурский И. И.* Масс-медиа второй республики / И. И. Засурский. – М. : Изд-во Москов. ун-та, 1999. – 326 с.

3. *Іванов В. Ф.* Основні теорії масової комунікації і журналістики : [навч. посіб.] / В. Ф. Іванов ; [за наук. ред. В. В. Різуна]. – К. : Центр вільної преси, 2010. – 258 с.

4. *Кісь О.* Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні / О. Кісь // Ї. – 2003. – № 27. Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/kis.htm>. – Дата доступу: 16.03.2016.

5. *Кононенко С.* Їхня наука виживання серед чоловіків / С. Кононенко // Критика. – 1999. – № 6. – С. 27–28.

6. *Маслова Ю. П.* Сексизм у мові друкованих засобів інформації / Ю. П. Маслова // Українське мовознавство : міжвідомчий наук. зб. Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. – К., 2009. – Вип. 39/1. – С. 289–293. Маслова Ю. П. Концептосфера гендерного дискурсу ЗМІ / Ю. П. Маслова // Нова інформаційна ситуація та тенденції альтернативного розвитку ЗМК в Україні. – Острогор : Вид-во НаУ «Острозька академія», 2012. – С. 57–69.

7. *Маєрчик М.* Гендер для медій / М. Маєрчик, О. Плахотнік, Г. Ярманова. – К. : Критика, 2013. – 220 с.

8. *Сидоренко Н. М.* Гендерна мозаїка українських мас-медіа / Н. М. Сидоренко та ін. ; ред.-упоряд. Н. М. Сидоренко // Гендерні ресурси українських мас-медіа: ціна і якість : практич. посіб. для журналістів та працівників ЗМІ. – К. : К.І.С., 2004. – 76 с.

9. *Сухомлин М. І.* Посібник для журналістів-практиків «Гендерний погляд» / М. І. Сухомлин. – Х. : Райдер, 2009. – 160 с.

10. *Як дотримуються* гендерного балансу регіональні ЗМІ [Електронний ресурс]: за даними Інституту масової комунікації від 04.02.2016. – Режим доступу : <http://imi.org.ua/analytics/52150-yak-dotrimuyutsya-gendernogo-balansu-regionalni-zmi.html>. – Дата доступу: 12.03.2016.

11. *Гриценко Г.* Невидимий батальйон: участь жінок у військових діях АТО (соціологічне дослідження) / Г. Гриценко, А. Квіт, Т. Марценюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.uwf.kiev.ua/files/Nevidymiy\\_batalion.pdf](http://www.uwf.kiev.ua/files/Nevidymiy_batalion.pdf). – Дата доступу: 15.03.2016.

12. *Архів* журналу «Натали» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.natali.ua/archive/>. – Дата доступу : 15.03.2016.

UDC 007: 304: 070 (477) + 004.738.5 + 32

## Gender trends on the pages of Periodicals

Ryzhenko Liudmyla, PhD student,

Private higher education establishment named after academician Stepan Demianchuk «International University of Economics and Humanities», S. Demianchuka St., 4, Rivne, 33027, Ukraine, email: l\_ryzhenko\_m@ukr.net.

*The article is devoted to the issue of development of gender policy on the pages of the Ukrainian periodicals. It is impossible to imagine today any serious psychological, political or other scholarly research without gender approach, namely without clarification of the role of woman and man in the modern life, those specific contributions that each of them makes to development of the society. Journalism has an impact on public consciousness. Today the idea that everyone, regardless of gender has the right to unlock one's own talent and self-development for a general social progress is being only argued. Disseminating the models of behaviors, opening new forms of communication to the public, the media, for its part, form the gender principles in public consciousness. Nowadays periodicals are behind other media in efficiency. However, the analytics is their advantage allowing them to remain active participants of positive changes in gender issues. An appeal to gender stereotypes will take place constantly. Its frequency will depend on development of the society, its cultural level. The main research method in the article is monitoring. Traditionally in the study it was used the historical-comparative method of research of gender stereotypes on the pages of national periodicals.*

Key words: *gender, media, gender stereotype; language, culture, society.*

## Анализ развития гендерного вопроса на страницах периодической прессы

Рыженко Людмила

*Статья посвящена актуальной проблеме развития гендерной политики на страницах украинской прессы. Сегодня утверждается мысль о том, что каждый независимо от пола имеет право на раскрытие собственного таланта и саморазвития во имя общего общественного прогресса. Вынося на всеобщее обсуждение идеи, тиражируя модели поведения, открывая новые для общества формы коммуникации, СМИ формируют, со своей стороны, гендерные принципы в общественном сознании. Право печатного слова на аналитичность позволяет прессе быть активным участником гендерных изменений. Появление гендерных стереотипов на страницах печатных СМИ – неизбежность. Его частота будет зависеть от развития общества, его культурного уровня. Главным методом исследования в статье выступил метод мониторинга, который применен на протяжении всей научной публикации. Традиционно использован историко-сравнительный метод в исследовании гендерных стереотипов на страницах отечественной периодики.*

**Ключевые слова:** *гендер, пресса, гендерный стереотип, лексика, культура, общество.*

1. Volobuieva A. M. Henderna polityka u dzerkali presy (monitorynh hazet «Den», «Dzerkalo tyzhnia», «Stolytsia», «Khreshchatyk») / A. M. Volobuieva // Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky. – 2002. – Т. 6. – P. 66–69.

2. Zasurskij I. I. Mass-medija vtoroi respubliky / I. I. Zasurskij. – Moscow : Izd-vo Moskov. un-ta, 1999. – 326 p.

3. Ivanov V. F. Osnovni teorii masovoi komunikatsii i zhurnalistyky : [navch. posib.] / V. F. Ivanov ; [za nauk. red. V. V. Rizuna]. – Kyiv : Tsentrl Vilnoi Presy, 2010. – 258 p.

4. Kis O. Modeli konstruivannia hendernoi identychnosti zhinky v suchasni Ukraini / Kis O. // Ī. – 2003. – № 27. Referense: <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/kis.htm>. – Accessed: 16.03.2016

5. Kononenko Ye. Yikhnia nauka vyzhyvannia sered cholovikiv / Ye. Konontnko. – Kyiv : Krytyka, 1999. – № 6. – P. 27–28.

6. Maslova Yu. P. Seksyzm u movi drukovanykh zasobiv informatsii / Yu. P. Maslova // Ukrainske movoznavstvo: Mizhvidomchyi naukovyi zbirnyk Kyivskoho natsionalnogo universytetu im. Tarasa Shevchenka. – Kyiv, 2009. – Vyp. 39/1. – P. 289–293.

7. Maslova Yu. P. Kontseptosfera henderneho dyskursu ZMI / Yu. P. Maslova // Nova informatsiina sytuatsiia ta tendentsii alternatyvnoho rozvytku ZMK v Ukraini. – Ostroh : Vyd-vo NaU «Ostrozka akademiia», 2012. – P. 57–69.

8. Maierchuk M. Hender dlia medii / M. Maierchuk, O. Plakhotnik, H. Yarmanova. – Kyiv : Krytyka, 2013. – 220 p.

9. Sydorenko N. M. Henderna mozaika ukrainskykh mas-media / N. M. Sydorenko ta in. ; red.-uporiad. N. M. Sydorenko. // Henderni resursy ukrainskykh mas-media: tsina i yakist : prakt. posib. dlia zhurnalistiv ta pratsivnykiv ZMI. – Kyiv : K.I.S., 2004. – 76 p.

10. *Sukhomlyn M. I.* Posibnyk dlia zhurnalistiv-praktykiv «Hendernyi pohliad» / M. I. Sukhomlyn. – Kharkiv : Raider, 2009. – 160 p.

11. *As observed* gender balance regional media Gender monitoring [Electronic resource]: according to the Institute of Mass Communication 04/02/2016. – Reference : <http://imi.org.ua/analytics/52150-yak-dotrimuyutsya-gendernogo-balansu-regionalni-zmi.html>. – Accessed: 15.03.2016.

12. «*Unvisible battalion*» [Electronic resource]: investigation on women in ATO. – Reference : <http://www.5.ua/video/nevydymyi-batalion-doslidzhennia-pro-zhinok-v-ato-100344.html>. – Accessed: 10.03.2016.

13. *Archive* of the magazine «Natali» [Electronic resource]. – Reference : <http://www.natali.ua/archive/>. – Accessed: 15.03.2016.

Стаття надійшла до редакції 07.04.2016