

УДК 007 : 304 : 70

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ У ПРЕСІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

ВОЛОБУЄВА Анастасія,

канд. наук із соц. комунік., доц., e-mail: nastyavolob@ukr.net;

ФЕДОРІВ Анастасія,

магістрантка, e-mail: yppah@ukr.net

Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, вул. Мельникова, 36/1, м. Київ, 04119, Україна

У статті зроблено спробу розглянути та проаналізувати поняття стереотипів, гендеру і, власне, гендерних стереотипів. Приділено увагу походженню вищезазначених дефініцій. Предмет гендерності розглядається з соціальних і культурних поглядів. Стаття базується на дослідженнях поглядів і порівнянь, висловлених українськими та зарубіжними вченими. Одним із аспектів пропонованої праці є класифікація гендерних стереотипів в українській та закордонній пресі. Основні гендерні ролі – «часлива господиня», «хороша мама», «берегиня», «барбі», «надлюдина», «партнер».

Ключові слова: гендерні стереотипи, преса, соціальні ролі, маскуліність, фемінність.

Вступ. Гендерні стереотипи є невід’ємною частиною повсякденного мислення. У соціумі вони діють у вигляді стандартизованих уявлень про моделі поведінки людини та риси характеру, що відповідають поняттям «маскулінне» та «фемінне». Засоби масової інформації активно створюють образи й ролі, яким чоловіки та жінки мають відповідати, щоб досягти бажаної мети чи успіху.

Теоретичне обґрунтування і практичний аналіз гендерних стереотипів у пресі представлений в роботах українських науковців – Н. Сидоренко, А. Волобуєвої, Т. Старченко, Н. Остапенко, І. Кіянки, Р. Федосєєвої, М. Скорик, О. Кісь, В. Слінчук. Серед російських учених можна виділити Н. Ажгіхіну, Г. Альчук, С. Виноградову, О. Вороніну, А. Кириліну, О. Іванову. Проблеми стереотипів і ролей загалом і в полі ЗМК зокрема порушувались у працях таких науковців, як Т. Бендас, П. Бергер, І. Кон, Дж. Плек, Г. Сілласте, Ж. Спенс, І. Тартаковська, Е. Томпсон, С. Ушакін, М. Фуко, О. Хашковський та ін.

Мета роботи полягає у систематизації наукових розвідок українських та зарубіжних науковців у галузі гендерології та досліджень гендерних стереотипів. Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких *завдань*: визначити трактування ученими дефініцій «стереотип», «гендер», «гендерні стереотипи»; проаналізувати існуючі класифікації гендерних стереотипів; виокремити найпоширеніші гендерні стереотипи, що трапляються у пресі, спираючись на праці науковців.

Об’єктом дослідження стали праці українських та зарубіжних науковців, що вивчали стереотипи, гендер та гендерні стереотипи. *Предмет* аналізу – гендерні стереотипи. *Джерельною основою* для розгляду зазначених понять обрано праці українських і зарубіжних дослідників, зокрема В. Слінчук, О. Кісь, О. Кікінеджи, О. Скар, Н. Гриця, Е. Соколової, Є. Іванової, С. Скорнякової та ін.

Методи дослідження. Порівняння та узагальнення – використано для пошуку відмінностей у підходах до визначень дефініцій; аналіз та синтез – для пошуку особливостей у досліджуваних працях та формулювання висновків.

Результати й обговорення. Стереотип – сучасний концепт, що увійшов до загального словника наприкінці XIX століття в галузі соціальних наук. Термін «стереотип» має грецьке походження: «стерεος» – міцний, твердий, стійкий та «τυπος» – форма, зразок, модель. Поняття зародилось у друкарській справі й означало пластину, плиту з металу, гуми або пластмаси з точним відтворенням друкарського набору, що дає можливість водночас друкувати на кількох машинах, в різних місцях [1].

© Волобуєва А., Федорів А., 2017

Термін увів у науковий обіг американський соціолог У. Ліпман. В книзі «Громадська думка», яка вийшла друком 1922 року, він зробив спробу визначити місце і роль стереотипів у системі громадської думки. Під стереотипом Ліпман «розумів створені культурою образи людей з інших груп, які пояснюють поведінку цих людей і дають їм оцінку, і трактував стереотипи як вибірковий і неточний спосіб сприйняття дійсності, що призводить до її спрощення і виникнення забобонів» [2, с. 95].

На думку соціолога, людина, намагаючись осягнути навколишній світ у всій його суперечливості, створює «картину в своїй голові» щодо тих явищ, які він безпосередньо не спостерігав. Людина має ясне уявлення про більшість речей ще до того, як безпосередньо зіткнулася з ними в житті. Такі уявлення-стереотипи формуються під впливом культурного оточення індивідуума: «У більшості випадків ми не бачимо спочатку, а потім даємо визначення, ми спочатку визначаємо для себе те чи інше явище, а потім вже спостерігаємо його. У всій плутанині зовнішнього світу вихоплюємо те, що нав'язує нам наша культура, і маємо очевидну тенденцію сприймати цю інформацію у формі стереотипів» [2, с. 81]. Стереотипи дозволяють людині скласти уявлення про світ у цілому, вийти за рамки свого вузького соціального, географічного та політичного оточення.

За соціальним критерієм розрізняють: етнічні (національні), ґендерні, професійні та вікові стереотипи. Перш ніж перейти до пояснення поняття ґендерних стереотипів, варто розглянути дефініцію «ґендер».

Термін «ґендер» уперше увійшов у науковий вжиток у 60-х роках ХХ ст. Його застосував американських психоаналітик Р. Столлер 1968 р. у праці «Стать і ґендер» («Sex and Gender: on the Development of Masculinity and Femininity»). Концепція дослідника будувалася на розділенні «біологічного» і «культурного». Вивчення статі (англ. – sex) Р. Столлер вважав завданням біології і фізіології, а аналіз ґендера (англ. – gender) розглядав як наукову галузь досліджень психологів, соціологів, культурологів.

У перекладі з англійської «ґендер» означає *стать, вид*. Американська дослідниця Т. де Лауретіс, звертаючись до «Американського словника спадщини англійської мови», виділяє кілька значень поняття. По-перше, це лексико-граматична категорія, що використовується у багатьох мовах для класифікації іменників (жіночого, чоловічого та середнього роду); по-друге, класифікація за статтю; *стать*. [3, с. 49]. Також «ґендер» розуміється як репрезентація відносин, вказує належність до класу, групи, категорії, що відповідає одному зі значень слова «рід».

У психології та сексології під поняттям «ґендер» розуміється сукупність стандартів і сценаріїв поведінки, котрі суспільство визначає як «жіночі» і «чоловічі», котрі виражаються у двох головних категоріях – маскуліність та фемінність [3, с. 6–12]. Вони, у свою чергу, виявляються у стилі одягу, способах ходіння та говоріння, у манерах, захопленнях та інших способах поводження.

Українська дослідниця О. Скар визначає «ґендер» як комплекс соціально сконструйованих відмінностей: психологічних, соціальних і культурних ознак, за якими розрізняють осіб чоловічої та жіночої статі. На думку Н. Грицяк, ґендер – складний соціокультурний процес конструювання суспільством відмінностей між чоловічими і жіночими ролями, поведінкою, ментальними та емоційними характеристиками [4, с. 11–12].

Слова «ґендер» і «стать» та їхні похідні часто вживаються як синоніми, до прикладу, так чинить один із найбільших у світі фахівців із психології статевих відмінностей Еліно́р Маккобі. Однак ці поняття варто розмежовувати. Краще зрозуміти різницю допоможе висловлювання американської антропологині Кетрін Марч: «Стать відноситься до ґендеру як світло до кольору. Стать і світло – природні фізичні явища, що допускають об'єктивний вимір. Ґендер і колір – історичні, культурно зумовлені категорії, за допомогою яких люди групують певні властивості, надаючи

їм символічного значення. Хоча фізіологія сприйняття світла в людей більш-менш однакова, одні культури і мови термінологічно розрізняють лише два чи три, а інші – кілька десятків і навіть сотень кольорів» [5, с. 9].

Гендерні стереотипи в журналістиці виникли разом із самою журналістикою – вони відображали гендерні відмінності в існуючих тоді суспільствах, закріплювали традиційні гендерні ролі. Не можна не сказати і про те, що, перебуваючи в найтіснішому контакті з літературою, журналістика відтворювала образи чоловіків і жінок, створені письменниками різних країн і народів, розвивала їх та перетворювала в кліше.

У словнику гендерних термінів поняття «гендерний стереотип» означає стійкі, повторювані, загальноприйняті уявлення (думки) про місце та виконувані ролі того чи іншого гендеру в суспільстві, а також про особистість людей тієї чи іншої гендерної ідентичності.

Гендерні стереотипи виступають як соціальні норми – основні правила, що визначають припустимі гендерні репрезентації. Підкорятися цим стереотипам індивіда змушують соціально-психологічні механізми нормативного та інформаційного тиску. Нормативний тиск полягає в тому, що людина намагається відповідати гендерним стереотипам, щоб отримати соціальне схвалення й уникнути соціального несхвалення. Інформаційний тиск полягає в тому, що розширення знань людини про саму себе і про світ часто пов'язано не з власним досвідом, а з інформацією, що була надана оточуючими [6]. Правильним часто вважається те, що вважають правильним інші, і свою поведінку індивід вважає правильною доти, поки спостерігає її у інших членів референтної для нього групи.

Українські науковці визначають дефініцію «гендерний стереотип» як один із видів соціальних стереотипів, стандартизованих, стійких, емоційно насичених та ціннісно визначених образів, що базуються на визначених у суспільстві уявленнях про «маскулінне» (чоловіче) та «фемінне» (жіноче). Вони формуються віками та закріплюються навіть на підсвідомому ментальному рівні нації [7].

До прикладу, О. Кісь у статті «Сексизм у ЗМІ: протидіяючи комунікативному потокові» визначає стереотипізацію як засадничу рису зображення представників різних гендерних груп у ЗМІ; вона полягає у використанні та репродукуванні існуючих у суспільстві консервативних гендерних стереотипів, заснованих на протиставленні та ієрархічному представленні гендерних ролей, гендерному розподілі сфер та способів самореалізації, есенціалістських уявленнях про одвічно притаманні жінкам та чоловікам риси вдачі, поведінки, зовнішності, тощо [8].

Гендерні стереотипи також можна визнати своєрідним інструментом творчості журналіста і читача (створення тексту і його прочитання), системою знаків, які полегшують взаємне розуміння. Російська дослідниця О. Соколова зазначає, що, як правило, в медійних текстах зустрічаються дві групи стереотипів. Перша група – відображає реальний стан речей (наприклад, принижене становище жінки в суспільстві, сім'ї, приписані жінці суспільством форми діяльності: виховування дітей, ведення домашнього господарства тощо). Друга група – застарілі стереотипні уявлення, які не відповідають дійсності, і використовуються часто як засіб маніпуляції (наприклад, уявлення про те, що молодість і краса – запорука успіху і багатства) [9].

Ще одна російська дослідниця О. Іванова, посилаючись на дослідження американських учених, зазначає, що гендерні стереотипи є сильнішими за расові, що існують досить сильні гендерні стереотипи, які приймаються і тими членами групи, на яких вони діють [10, с. 336]. Спираючись на наукові розробки західних учених, зокрема С. Бьом та Дж. Плека, вона наголошує, що «не існує «суто» чоловічої чи жіночої особистості... стереотипи не є чимось природним», вони створюються суспільством, «жіночий рух і феміністська ідеологія значно похитнули більшість гендерних стереотипів» [10, с. 338].

У контексті цього варто згадати концепцію Сандри Бьом і торкнутися поняття «андрогінії», покладене в її основу: незалежно від статі людина може мати риси як маскулінності, так і фемінності, що «дозволяє людям менш жорстко дотримуватися статеворольових норм і вільно переходити від традиційних жіночих занять до традиційно чоловічих» [10, с. 328]. Американська дослідниця поділила параметри чоловіків і жінок на чотири групи: маскулінний (індивіди, чи то чоловіки, чи то жінки з яскраво виявленими традиційно чоловічими якостями, наприклад, честолюбство, рішучість та ін.); фемінний, в якому виражені такі традиційно жіночі якості, як лагідність, емоційність тощо; андрогіни – це особи, у котрих поєднуються і традиційно жіночі, і традиційно чоловічі риси; і четверта група – люди, позбавлені як рис маскулінності, так і рис фемінності.

Дж. Плек, спираючись на думку С. Бьом, наголошує на фрагментарності ґендерних ролей, тобто на відсутності єдиної ролі чоловіка чи то жінки: кожний із них виконує цілу низку різнорідних ролей (наприклад, жінки, чоловіка, матері, батька, подруги, студентки тощо). Деколи ці ролі не збігаються, що зумовлює рольовий конфлікт.

Існує також залежність відмінностей ґендерних ролей від ступеня маскулінності/фемінності тієї чи іншої культури. Як пише голландський соціопсихолог і антрополог Г. Хофстеде у своїй праці «Culture's consequences: international differences in work-related values» (1984), домінантами маскулінної культури є висока цінність матеріальних речей, влади, репрезентативності. Головна ж цінність жіночої культури – сама людина, її виховання [11].

Подібний погляд знаходимо й у російської дослідниці Н. Лебедевої. Вона зазначає, що прикладом фемінних культур можуть бути Данія, Фінляндія, Норвегія, Швеція (ознаки: низька дистанція влади, особистісно орієнтовані родини, які сприяють засвоєнню рівності в ґендерних ролях), а маскулінні культури представляють Греція, Японія, Мексика та ін. (ознаки: висока дистанція влади, яскраво виявлена маскулінність, родини, орієнтовані на ґендерну диференціацію, тобто жорсткі ґендерні рольові позиції: батько – це авторитарна фігура, панує ієрархія у відносинах) [12, с. 141–142]. Водночас проблема ґендерних ролей пов'язана не лише з розвитком культури. Значний вплив має також й історична доба, соціальні, культурні, релігійні, політичні, вікові, економічні фактори. Наприклад, соціально й економічно високорозвинені країни орієнтуються на ґендерну рівність, натомість країни з низьким рівнем життя і традиційними культурами – на ґендерну асиметрію.

У переважній більшості випадків національні ЗМК є віддзеркаленням тієї ґендерної асиметрії, що склалася в нашому суспільстві. З одного боку, спостерігається захоплення проблемами українського жіноцтва, з іншого – ігнорується безпосередньо ґендерна проблематика.

Попри те, що ґендерні стереотипи в сучасному суспільстві все-таки мають тенденцію до трансформування та перерозподілу в них ролей, дослідники виділяють кілька класифікацій ґендерних стереотипів. Зокрема, узагальнюючи результати досліджень О. Кікінеджи та О. Кісь, можна виокремити за змістом чотири групи ґендерних стереотипів.

Перша група стосується закріплення сімейних та професійних ролей відповідно до статі. Для жінок головними соціальними ролями є сімейні (мати, господиня), для чоловіків – професійні ролі. Чоловіків оцінюють за професійними успіхами, жінок – за наявністю сім'ї та дітей. Друга група ґендерних стереотипів пов'язана з відмінностями у змісті праці. Сфера жінок – це експресивна діяльність, у якій визначальним є виконавчий та обслуговувальний характер праці. Інструментальна сфера – це сфера діяльності для чоловіків, де головним є творчість, влада, сила. Третя група ґендерних стереотипів – це стереотипи маскулінності–фемінності. Чоловікам та жінкам приписують певні психологічні якості та риси особистості, які можуть не відповідати реальним. Четверта група – це зовнішність, фізична привабливість.

Схожу класифікацію ґендерних стереотипів виділяє дослідниця І. Клецина, а саме: стереотипи маскулітності-фемінності; стереотипи уявлень про розподіл сімейних і професійних ролей між чоловіками і жінками; стереотипи за специфікою змісту праці [13].

Українська дослідниця О. Кісь виокремлює найтипівші стереотипні жіночі образи, що активно експлуатуються в пресі та телерекламі: «щаслива домогосподарка», «берегиня», «турботлива матуся», «жертва», «богиня», «прикраса», «сама природа», «дика кішка» [9, с. 3]. При цьому часто такі стереотипи вирізняються сексизмом щодо жінок. Як зазначає О. Кісь, «в межах патріархатного дискурсу чоловіче домінування представлене як природне, одвічне, а отже – справедливе. Таким чином дискримінаційні практики по відношенню до жінок перетворюються на норму, стають звичними, загальноприйнятими та непомітними».

До того ж, образ жінки-берегині дослідниця вважає нав'язаним українському суспільству. За її словами, берегинями у давній українській міфології називали небезпечних духів води, які, згідно з віруваннями, мали жіночу подобу та населяли береги річок. Відродження образу Берегині відбулося у часи перебудови СРСР, коли похитнувся нав'язаний канон жіночності «радянська супержінка». Тоді «нова національно-державницька ідеологія швидко розробила свій образ ідеальної жінки з національним забарвленням. Це почесне місце посіла Берегиня» [14, с. 4].

Це твердження підтверджує і російська дослідниця С. Скорнякова [15]. Вона зазначає, що у радянський період відповідно до соціалістичних ідей активної участі жінок в суспільстві панував тип «працівниці й матері», активної учасниці комуністичного будівництва. «А коли почалася перебудова, на перший план знову стала висуватися ідеологія «природного призначення жінки». ЗМК енергійно почали формувати позитивне ставлення до відродження традиційної ролі жінки як берегині домашнього вогнища. Під прапором зміцнення сім'ї та підвищення народжуваності М.С. Горбачов у 1987 році запропонував нову систему моральних цінностей, заявивши – «жіноча емансипація зайшла занадто далеко і жінка повинна повернутися до своєї жіночої місії» [15].

Як зазначає О. Кісь, з одного боку, це явище репродукує консервативні ґендерні стереотипи з характерним прикріпленням жінки виключно до приватної сфери (сім'ї, дому), з іншого – під гаслом «відродження традиції» насаджує штучну модель жіночої ідентифікації, що насправді має небагато спільного з українською минушиною [9]. Думку, з якої випливає, що суспільна домінанта жінки нівелюється, натомість культивується жіноча репродуктивна домінанта, підтримують Л. Ставицька та В. Слінчук.

Однак В. Слінчук звертає увагу на еволюцію суспільних догматичних поглядів на призначення чоловіка та жінки, злам традиційних і зародження нових ґендерних ідеологій. «Молодь обирає більш толерантні вектори розвитку особистісних відносин між статями. З'являються модернізовані стереотипні образи (Барбі, Супермен, Секс-символ, Модель), більш характерні для молодіжного соціуму. Актуалізуються образи-символи: Принц, Лицар, Партнер, Партнерка, як реакція на прагнення сучасних чоловіків та жінок до чогось прекрасного, пошук ідеальних стосунків поряд із чим актуальними для українського суспільства залишаються традиційні ґендерні стереотипні уявлення, втілені в образах Берегині, Годувальника, Адама, Єви, Слабкої-Сильної статі тощо» [8]. Також спостерігається процес переорієнтації ґендерних характеристик, наприклад, коли сильні якості лідера в сім'ї та суспільстві перебирає на себе жінка, часто визначається слабкість чоловіка.

Висновки та перспективи. У наш час гостро стоїть питання ґендерних стереотипів. Це пояснюється тим, що люди не лише створюють судження про представників іншої статі на основі стереотипів, але й формують власну поведінку, відповідно до нав'язаних їм стереотипних образів ідеальної жінки або чоловіка. Як наслідок,

порушується право на індивідуальність. Журналісти звертаються до гендерних стереотипів, щоб полегшити розуміння героїв власних матеріалів, які уособлюють те чи інше суспільне явище. У той же час формується викривлена дійсність на основі застарілих стереотипів.

Підсумовуючи, варто зазначити, що зважаючи на опрацьований матеріал: сьогодні все ще триває робота вчених над розробкою теорії гендерних ролей, стереотипів; в українському журналістикознавстві, порівняно із зарубіжним, недостатньо ґрунтовних досліджень, присвячених аналізу гендерної асиметрії у пресі та ЗМІ.

1. *Словник української мови*: в 11 т. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/>. – Дата доступу: 15.02.2017.
2. *Lippman W. Public Opinion* / Walter Lippman. – N.Y. : W. W. Norton, 1950. – 427 р.
3. *Гендерні медійні практики: навчальний посібник із гендерної рівності та недискримінації для студентів вищих навчальних закладів* / за заг. ред. С. Штурхецького. – К., 2014. – 206 с.
4. *Боровцова М. С. Гендер як неповторна репрезентація статі* / М. С. Боровцова // Вісник Одеського національного університету. Психологія. – 2012. – Т. 17, вип. 5. – С. 6–12.
5. *Актуальні проблеми гендерної політики у Збройних силах України: навч.-метод. посіб.* / за заг. ред. Б. Андресюка. – К., 2011. – 112 с.
6. *Посібник для журналістів-практиків «Гендерний погляд-2»* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/07730.pdf>. – Дата доступу: 12.05.2017.
7. *Словник гендерних термінів* [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://a-z-gender.net/ua/gendernij-stereotip.html>. – Дата доступу: 02.04.2017.
8. *Слінчук В. Соціальна типізація гендерних стереотипів у мові ЗМІ* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1356>. – Дата доступу: 30.03.2017.
9. *Кісь О. Сексизм у ЗМІ: Протидіючи комунікативному потокові* / Кісь О. // 36. наук. пр. Донецького держ. ун-ту управління. Серія «Спеціальні та галузеві соціології». – Донецьк : Вебер, 2007. – Т. 8. – Вип. 3 (80). – С. 221–241.
10. *Соколова Е. А. Гендерные стереотипы в современных СМИ как инструмент коммуникации* / Е. А. Соколова // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2013. – № 1 (110). – С. 71–77.
11. *Иванова Е. Гендерная проблематика в психологии* / Иванова Е. // Введение в гендерные исследования / под ред. И. Жеребкиной. – Х. : ХЦГИ ; СПб. : Алетейя, 2001. – Ч. 1. – С. 312–389.
12. *Пода О. Проблема гендерних ролей і стереотипів у пресі на межі ХХ–ХХІ ст.* [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://vuzlib.com/content/view/full/1541/43/>. – Дата доступу: 04.03.2017.
13. *Лебедева Н. Введение в этническую и кросскультурную психологию* / Лебедева Н. – М. : Ключ, 1999. – 230 с.
14. *Кісь О. Кого оберігає Берегиня, або матриархат як чоловічий винахід* [Електронний ресурс]. – 2006. – Режим доступу: http://social-anthropology.org.ua/wpcontent/uploads/2014/10/Kis_matriarchy_Berehynia.pdf. – Дата доступу: 04.03.2017.
15. *Скорнякова С. Женщины и власть в России – уроки демократии* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.russcomm.ru/rca_biblio/s/skornyakova.shtml. – Дата доступу: 04.03.2017.

UDC 007 : 304 : 070

Gender's stereotypes in press: theoretical aspect

Volobuieva Anastasiia, PhD (Social Communications), Associate Professor, e-mail: nastyavolob@ukr.net;

Fedoriv Anastasiya, magistr, e-mail: yppah@ukr.net

Taras Shevchenko National University of Kyiv, The Institute of Journalism, 36/1, Melnykova St., Kyiv, 04119, Ukraine

The article attempts to review and analyze definitions of stereotypes, gender and gender stereotypes. The subject of gender is considered from social and cultural standpoints and not by biological character-

istics. Gender is based on both biological sex and socially determined male and female behavior models. It means that gender has a very complex structure and impacts different aspects of life.

Gender stereotypes are generalizations about the roles of each gender. Gender roles are generally neither positive nor negative; they are simply inaccurate generalizations of the male and female attributes. Since each person has individual desires, thoughts, and feelings, regardless of their gender, these stereotypes are incredibly simplistic and do not at all describe the attributes of every person of each gender. While most people realize that stereotypes are untrue, many still make assumptions based on gender.

The research is based on view and comparison researches written by Ukrainian and foreign scientists. One of aspects of the article is classification of gender stereotypes in Ukrainian and foreign press based on researches. The main gender roles are «happy housekeeper», «good mother», «berehynya», «Barbie», «superman», «partner».

Key words: gender stereotypes, press, social roles, masculinity, femininity.

Гендерные стереотипы в прессе: теоретический аспект

Волобуева Анастасия, Федорив Анастасия

В статье сделана попытка рассмотреть и проанализировать понятие стереотипов, гендера и, собственно, гендерных стереотипов. Уделено внимание происхождению вышеупомянутых определений. Предмет гендерности рассматривается на основе социальных и культурных взглядов. Статья базируется на исследованиях точек зрения и сравнений, высказанных украинскими и зарубежными учеными. Одним из аспектов предлагаемой работы является классификация гендерных стереотипов в украинской и зарубежной прессе. Основные гендерные роли – «счастливая хозяйка», «хорошая мама», «Берегиня», «барби», «сверхчеловек», «партнер».

Ключевые слова: гендерные стереотипы, пресса, социальные роли, маскулинность, фемининность.

1. Vocabulary of Ukrainian language, available at: <http://sum.in.ua/> (access February 15, 2017).

2. Lippman, W. (1950), Public Opinion, W. W. Norton, N.Y.

3. Gender media practice: Tutorial gender equality and non-discrimination for university students (2014), available at: <http://www.osce.org/uk/ukraine/284966?download=true> (access November, 2016).

4. Borovtsova, M. S. (2012), «Gender as a unique representation of gender», Bulletin of the Odessa National University. Psychology, vol. 5, pp. 6–12.

5. Andresyuko, B. (2011), Recent problems of gender policy in the Armed Forces of Ukraine: Teach method. Guidances, Kyiv.

6. Guidance for practicing journalists «Gender glance-2» (2010), available at: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/07730.pdf> (access May 12, 2017).

7. Glossary of gender terms, available at: <http://a-z-gender.net/ua/gendernij-stereotip.html> (access April 2, 2017).

8. Slinchuk, V. Social typing gender stereotypes in media language, available at: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1356> (access March 30, 2017).

9. Kis, O. (2007), «Sexism in the media, opposing the communication stream», Proceedings of Donetsk State University of Management, vol. 8, pp. 221-241.

10. Sokolova, E. A. (2013), «Gender stereotypes in modern media tools as communication», Proceedings of Ural Federal University, vol.1 (110), pp. 71-77.

11. Yvanova, E. (2001), «Gender issues in psychology», Introduction to the study gender, vol. 1, pp. 312-389.

12. Poda, O. The problem of gender roles and stereotypes in the press at the beginning of XXI century, available at: <http://vuzlib.com/content/view/1541/43/> (access March 4, 2017).

13. Lebedeva, N. (1999), Introduction to ethnic and cross-cultural psychology, Klyuch, Moscow.

14. Kis, O. (2006), Who guards Berehynya or matriarchy as a male invention, available at: http://social-anthropology.org.ua/wpcontent/uploads/2014/10/Kis_matriarchy_Berehynia.pdf (access March 4, 2017).

15. Skornyakova S. Women and power in Russia – lessons in democracy, available at: http://www.russcomm.ru/rca_biblio/s/skornyakova.html (access March 4, 2017).

Стаття надійшла до редакції 25.04.2017