



*Мар'яна БОБРИВЕЦЬ
магістрант із журналістики
Тернопільського національного
педагогічного університету
ім. В. Гнатюка
науковий керівник –
доктор філологічних наук, професор
Наталія Поплавська*

УДК 070.19+316

Гендерні стереотипи в пресі (на прикладі газети „Україна молода“ за 2011-2012 роки)

*У статті розглянуто проблему гендерних стереотипів у пресі та їх усунення. Проаналізовано основні публікації з вказаної проблематики в газеті „Україна молода“. Подано класифікацію найпоширеніших гендерних стереотипів у журналістських матеріалах.
Ключові слова: гендер, гендерні відносини, гендерні стереотипи, гендерна освіта, газета, журналістський матеріал, публікація.*

У зв'язку з євроінтеграцією України, прийняттям нового законодавства, що забезпечує рівноправність статей, зокрема Закону України „Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків“, постала проблема переосмислення стереотипних уявлень, зокрема у ЗМІ. Це й визначає актуальність нашого дослідження.

Мета статті – на прикладі матеріалів всеукраїнської газети „Україна молода“ віднайти, типізувати та охарактеризувати гендерні стереотипи, визначити їх специфіку, взаємозв'язки і способи усунення.

Проблему гендерних стереотипів у пресі вивчали і продовжують досліджувати журналіст і медіаексперт Гендерного інформаційно-аналітичного центру „Крона“ М. Сухомлин, науковці Н. Сидоренко, М. Скорик, Л. Павлюк та ін.

„Стереотип – стійкий образ соціального колективу, транспонований на уявлення про окремого представника групи. Або навпаки: це уявлення про окрему особу, поширене на образ усієї спільноти“, – зазначає Л. Павлюк [2, с. 141]. Стереотипи можуть бути позитивними, негативними та змішаними. Відповідно до індивідуальної та соціальної ідентифікації, вони поділяються на національні, соціальні, професійні, вікові та гендерні.

Гендер – це поняття, яке охоплює соціальні можливості кожної статі в освіті, професійній діяльності й доступі до влади, сімейні ролі і репродуктивну поведінку статей. Гендерний стереотип є стійким образом соціального відтинку, емоційно насиченим і

цінно визначеним, що базується на прийнятих у суспільстві уявленнях про “маскулінне” (чоловіче) та “фемінне” (жіноче) [3, с. 124]. На психологічному і ментальному рівні такі стереотипи можуть створюватися навіть на рівні націй.

Суспільним розплідником гендерних стереотипів часто є ЗМІ, зокрема преса, яка створює велику кількість різних міфів про спосіб життя, поведінку та психологічні особливості чоловіків і жінок. Постійно в публікаціях і регіональних, і загальнонаціональних видань зустрічаються стереотипи на кшталт жіночої слабкості, альтруїзму, балакучості, образу березині сімейного вогнища, неконкурентоспроможної особистості у сфері бізнесу чи політики. Образи жінок в українських ЗМІ часто сповнені гендерних упереджень та є сексистськими, тобто дискримінують людину чи групу людей через їх належність до певної статі.

“Справжніх чоловіків” друкують ЗМІ подають у світлі небагатослівних, войовничих особин, чий матеріальний і соціальний стан, як правило, на кілька щаблів вищий, ніж у представниць протилежної статі. Разом із тим варто визнати, що роль друкують ЗМІ при висвітленні гендерних стереотипів є все-таки пасивною. Найчастіше на такі упередження можна натрапити в інформаційних жанрах, що мають описовий характер. Проте журналісти також удаються до упереджень, наповнюючи зміст певних рубрик, обираючи осіб для майбутніх інтерв’ю, задумуючись над заголовками для публікацій.

На прикладі матеріалів всеукраїнської щоденно-інформаційної політичної газети “Україна молода” спробуємо окреслити коло найбільш публікованих гендерних стереотипів у сучасній вітчизняній періодиці. Візьмемо для прикладу публікацію журналістки Валентини Семеняк у підрубриці “Домогосподарка у штанях”. Цікавим є заголовок: “Чому українська сильна половина з легкістю взялася за жіночі обов’язки, а слабка стала годувальником родини?” (№ 36 за 07.03.12). Вже у назві публікації журналістка чітко розподілила гендерні ролі: “зразки поведінки жінок і чоловіків, які ґрунтуються на традиційних очікуваннях, пов’язаних з їх статтю” [3, с. 127]. На гендерний конфлікт нашттовхує її підрубрика, мовляв, господарка у штанях – явище диковинне, ненормальне. Поділ на “слабкі” та “сильні” половини, “жіночі” та “чоловічі” обов’язки з погляду гендеру є неприйнятним, адже відповідно до сучасного законодавства представники обох статей мають однакове право на здійснення хатньої роботи, виховання спільних дітей чи наповнення сімейного бюджету. Газетам як рупорам суспільства не варто акцентувати на цих псевдорозбіжностях і поглиблювати їх.

У цьому ж номері є рубрика “Жіноча весна”, яка закликає читачів до прочитання матеріалу регіональних кореспондентів Івана Гавриляка, Лариси Салімонович, Анни Щепи, Ганни Лободи, Ірини Вузлової: “УМ” поцікавилася, як вітатимуть із 8 Березня жінок-зеків, жінок-воjakів, феміністок та партійних соратниць”. Одразу ж виникає запитання: а чому в назві вказано саме військових, жінок-політиків? Невже це особлива категорія жінок? Тут дається взнаки інший гендерний стереотип: існування сфери “істинно жіночих” та “істинно чоловічих” професій.

Загалом установки щодо “гендерного характеру” різних професій становлять одну з трьох основних груп гендерних стереотипів. Простежити уклад стереотипних уявлень можна завдяки аналізу доповіді “Гендерні проблеми очима студентства” [1]. Абсолютна більшість опитуваних розподіляє професії за статевою ознакою, зокрема: 45% юнаків і 31% дівчат на запитання “Чи поділяються професії на чоловічі та жіночі?” відповіли “згоден(-на)”; 37% юнаків і 43% дівчат – “в чомусь згоден(-на), в чомусь ні”; 17% юнаків і 26% дівчат відповіли “не згоден(-на)”; 1% дівчат було “важко відповісти” [1, с. 16–21]. На жаль, у зрілому віці хибні переконання без необхідного гендерного навчання будуть лише загострюватися.

У матеріалі Христини Інжуватої “До Центру допомоги від домашнього насильства потрапляють ті, для кого рідний дім став пеклом” (№ 27 за 21.02.12) неважко знайти авторські висловлювання, які можна віднести до гендерних стереотипів: “...хоча за ста-

тистикою кожна третя українка потерпає від домашнього насильства”, “... це зовсім не означає, що кожна третю дружину чоловік б’є, – насильство буває також психологічне, сексуальне та економічне...”. Журналістка вирізняє лише чоловіче насильство над жінками. Попри існування цього стереотипного уявлення журналісти забувають про інші види насильства. Адже часто трапляється, що над невісткою знущається свекруха, дружина морально та психологічно “поїдає” чоловіка, а батьків з дому виганяють рідні діти. Тож матеріал варто назвати інформаційно викривленим – він демонструє лише один кут бачення багатогранної проблеми.

Під рубрикою “Дебати нижче пояса” з розширеним інформаційним повідомленням Ганни Лободи “Депутатки вимагають вибачень від Литвина за те, що він цитує “негендерного” Платона” (№ 35 за 06.03.12) помічаємо такий текст: “Правда, домінувати почав і домінує ще досі у світі принцип, який сповідував Аристотель, що жінка – це нижча істота”, – так говорив Голова ВР Володимир Литвин в інтерв’ю телеканалу “Рада”. Тут маємо підтвердження того, що гендерно неосвічена частина суспільства, зокрема відомі політики й можновладці, живе стереотипами про слабке і недолуге жіноцтво та чоловіків – стать сильних і владних переможців.

Гендерні стереотипи можна віднайти навіть на кулінарній сторінці. Наприклад, у матеріалі Валерії Корчевської “Готуймо чатні, конфі та несолодкий мармелад” (№ 12 за 25.01.12) читаємо: “У хорошій господині завжди під рукою мають бути якісь заготовки, які нададуть смаку хоч старій підошві, хоч простій дієтичній страві з пароварки”. І знову ж – розподіл професій, занять, захоплень, хобі на істинно “жіночі” та “чоловічі”, тоді як гендерна рівність “забезпечує справедливий розподіл обов’язків у здобутті освіти, виконанні сімейних і соціальних ролей” [3, с. 126].

У публікації Ірини Кирпи “Миколаївські “мажори” 8 березня грали в гестапо: гвалтували, душили, а потім палили живцем 18-річну дівчину” (№ 39 за 15.03.12) сказано: “Із веселою посмішкою на обличчі дівчина побігла до подружок пити шампанське і мріяти про справжнє кохання”. Перед нами стереотип гендерно-психологічного характеру. Він нав’язується вже у перші роки життя дитини – в садочку, під час навчання у початкових класах. Хлопчиків запевняють, що вони мають бути мужніми, терпеливими, сильними, сміливими, а дівчатка – красивими, охайними, ніжними і романтичними. Напевно, саме тому журналіст дофантазує інформацію про мрії і шампанське Оксани Макар, адже, як можемо з’ясувати зі свідчень бармена, дівчина забажала горілки і сиділа в кафе у чоловічій компанії.

Матеріал Лариси Гуторової “Найвищою державною нагородою В’єтнаму – орденом Дружби – нагороджено Київську школу № 251 і українських друзів” (№ 177 за 05.10.11) містить стереотип гендерно-лінгвістичного характеру: “Один зі стендів присвячено Майї Кашель – першому перекладачу з в’єтнамської на українську.” Журналістка вживає відповідник професії чоловічого роду, маючи на увазі жінку, тоді як експерти з гендерної тематики заохочують представників ЗМІ вживати родову форму іменника за професією, званням, посадою залежно від того, про особу якої статі йде мова. Тож у цій публікації доцільним є слово “перекладачка”. Як правило, з таким стереотипом найуспішніше борються журналісти спортивного спрямування. Для них уже звичним стало вживання таких слів, як “спортсменка”, “медалістка”, “переможниця” тощо. Хоча, виходячи за коло звичної тематики, вони теж не застраховані від помилок. Ось приклад – публікація Віталія Мохната “Через недофінансування скоротилася кількість учасників вітчизняної гандбольної суперліги в жінок. Змінилися й фаворити...” (№ 119 за 13.07.11): “Розповіла “УМ” директор ГК “Спартак” ім. І. Турчина”, олімпійська чемпіонка Галина Захарова”.

У згаданій публікації Л. Гуторової яскраво виражений гендерний стереотип щодо різностатевої поведінки та виховання: “Втім, щодо дівчат, вони більш сором’язливі, ніж наші, бігати за хлопцями для них – ганьба. Їх виховують у цнотливості. І, знаєте, багато хлопців це цінують”. Оскільки йдеться про представників в’єтнамської нації, то

маємо ще й національне його забарвлення. Характер і поведінку дітей не можна визначати за їх статевою ознакою та батьківським впливом.

Публікація Івана Крайнього “Військовий пілот з Івано-Франківська Андрій Шведов аж перед виходом на пенсію дізнався, що живе з однією ниркою. З того світу його витягувала дружина” (№ 8 за 19.01.11) висвітлює гендерний стереотип щодо батьківського впливу на виховання дітей: “Бравий офіцер-фронтвик не сумнівався, що саме так змалку гартують справжніх чоловіків. Материнське серце теж байдуже спостерігало за ексзекуціями”. Автор стандартно описує нав’язану суспільством схему: якщо батько, то строгий, жорсткий, якщо мама – отже, жаліє, потакає, втішає.

Найпоширеніші гендерні стереотипи у журналістських матеріалах “України молоді” можна класифікувати також за психологічною ознакою, розподілом домашніх обов’язків, приналежністю професій до “чоловічих” чи “жіночих”, варіантами батьківського впливу на виховання дітей, уживанням відповідників професій чоловічого роду для жінок. Їх вплив на сприйняття і читабельність матеріалу не варто недооцінювати. Стійкі хибні уявлення часто подають інформацію під неправильним кутом зору, змінюють зміст та емоційне забарвлення публікацій.

Гендерні стереотипи негативно впливають і на самого журналіста та його роль у суспільстві: представник ЗМІ з авторитетного джерела інформації, особи, якій вірять і довіряють люди, перетворюється в того, хто діє за чітко визначеними схемами, стійкими застарілими та хибними уявленнями. Журналісти вітчизняних видань потребують спеціальних знань, консультацій спеціалістів, які забезпечать їм гендерно чутливий погляд при висвітлюванні та аналізі подій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гендерні проблеми очима студентства : Аналітична доповідь / Л. Гусякова, І. Даниленко, О. Плахотнік, М. Сухомлин. – Харків : Райдер, 2009. – 64 с.
2. Павлюк Л. Риторика, ідеологія, персуазивна комунікація / Л. Павлюк. – Львів : ПАІС, 2007. – 168 с.
3. Сухомлин М. Гендерний погляд : навч. посібник для журналістів-практиків / М. Сухомлин. – Харків : Райдер, 2009. – 160 с.
4. Сухомлин М. Гендерний погляд – 2 : навч. посібник для журналістів-практиків / М. Сухомлин. – Харків : Наклейко, 2010. – 200 с.
5. Україна молода : всеукраїнська щоденна інформаційно-політична газета. – Київ, 2011–2012.

Марьяна Бобривец

Гендерные стереотипы в прессе

(на примере газеты “Україна молода” за 2011–2012 годы)

В статье рассмотрена проблема гендерных стереотипов в прессе и их устранения. Проанализированы основные публикации по указанной тематике в газете “Україна молода”. Представлена квалификация наиболее распространенных гендерных стереотипов в журналистских материалах.

Ключевые слова: гендер, гендерные отношения, гендерные стереотипы, гендерное образование, газета, журналистский материал, публикация.

Mariana Bobrivets

Gender stereotypes in the mass media using the example of the newspaper “Ukraina moloda”

The article deals with the problem of gender stereotypes in the media and their elimination. analyzes the main issues mentioned in the newspaper “Young Ukraine”. Filed classification of common gender stereotypes in journalistic materials.

Key words: gender, gender relations, gender stereotypes, gender education, newspaper journalists