

Турчин Єлизавета Максимівна, здобувач вищої освіти
факультету міжнародних відносин і журналістики
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

Науковий керівник: Афанасьєва Олена Миколаївна, старший викладач
кафедри управління соціальними комунікаціями
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

РОЛЬ МЕДІА В ФОРМУВАННІ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ ТА РІВНОПРАВ'Я

В сучасному інформаційному світі, медіа є одним із провідних каналів, які визначають наше сприйняття гендерних ролей. Стереотипи та нерівноправ'я, представлені у медійному просторі, визначають наше загальне розуміння світу. Стаття спрямована на вивчення впливу медіа на формування гендерних уявлень та розвиток рівноправ'я. Протягом останніх років спостерігається певний прогрес у представленні гендерних ролей у медіа, але є певні виклики. Зросла увага до розширення ролей та відображення різноманітності гендерів у кіно, телебаченні та соціальних мережах. Зокрема, існують кампанії та ініціативи, спрямовані на покращення репрезентації жінок у високопосадових позиціях та зміцнення їхнього впливу у сферах, де раніше було відчуття нерівності.

Однак, не дивлячись на це, деякі стереотипи продовжують існувати, особливо в контексті інтернет-контенту та кіно. Важливо продовжувати визначати та вирішувати ці питання, розвиваючи більш глибокі та відкриті обговорення щодо гендерних ролей у медіа з метою досягнення більшого рівноправ'я та різноманітності в цих платформах. Причинами гендерної асиметрії у медіа є андроцентрична культура та домінування в ній андроцентричних дискурсивних практик.[1]

Відображення чоловіків і жінок у медіа відіграє значущу роль у формуванні концепції рівноправ'я в суспільстві. Здебільшого, у медійному просторі, чоловіки представлені як герої, лідери думок, часто асоціюються з пригодами та владою, в той час, як жінки – матері, дружини та рідше зображуються як сильні, незалежні особистості. Це стереотипне відображення може зміцнювати традиційні гендерні ролі та норми, визнаючи, які обов'язки та очікування приписувати кожному з гендерів; може впливати на психічне здоров'я, створюючи нереальні стандарти та викликати стрес. Наприклад, ідеалізація жіночої краси чи мускулітність.

Підвищення гендерної освіти та свідомості серед медіаспоживачів призведе до зменшення стереотипів у житті суспільства. Їх закріплення часто ґрунтується на несвідомих уявленнях та поглядах суспільства. Введення гендерної освіти може сприяти формуванню критичного мислення та усвідомленню впливу медіа. Це може стимулювати попит на різноманітні та нерозподілені ролі у медіапросторі, сприяючи створенню рівноправного відображення гендерів.

Активне відображення жіночого лідерства у медіа сприятиме розширенню можливостей для жінок у сферах влади та впливу. Представлення жінок у владних та визначальних ролях може підтримати їх у досягненні високих посад та сприяти зрушенню стереотипів про те, які ролі вони повинні виконувати.

Ще одною значущою проблемою гендерного питання у медіа є сексуалізація та об'єктивізація, які найчастіше використовуються щодо жінок. Реклама з

оголеним жіночим тілом, відверті пози, клікбейти з відвертим підтекстом – все це вказує на акцентування уваги аудиторії виключно на зовнішності та «формах» жінки, а не на її успішних досягненнях.[2]

Гендерні відмінності не мали б жодного сенсу, якби люди двох статей не перебували у взаєминах гендерної нерівності. Немає нерівності – немає причин створювати ідею про суттєві відмінності між жінками і чоловіками. Залучення до створення медіа в різних гендерних ролях призведе до більшого розмаїття та аутентичності. Активна участь представників різних гендерів у творенні медіа контенту може внести свою унікальну перспективу та збільшити аутентичність представлення гендерів.[3] Це може призвести до створення більш різноманітного, інклюзивного та відображаючого сучасне суспільство медіапростору.

Наостанок можна зазначити, що дослідження теми гендерних ролей у медіа виокремило кілька ключових аспектів. Перш за все, розглянуті гіпотези стверджують, що гендерні стереотипи у медіа можуть впливати на формування традиційних гендерних ролей в суспільстві, зміцнюючи певні уявлення про те, якими мають бути чоловіки і жінки. Додаткові дослідження можуть допомогти визначити конкретний вплив цього явища на реальні гендерні динаміки та рівноправ'я.

З іншого боку, покращення гендерної репрезентації у медіа може стати ефективним інструментом для стимулювання розгортання гендерних ролей та різноманіття. Наведені гіпотези вказують на те, що активна участь різних голосів, підтримка жіночого лідерства та впровадження гендерно-чутливого мовлення можуть сприяти створенню більшого рівноважного, аутентичного та інклюзивного гендерного представлення у медіапросторі.

Ще однією важливою точкою є необхідність гендерної освіти для споживачів медіа, що сприятиме формуванню критичного мислення та свідомого сприйняття гендерних норм. Дослідження може поглибити розуміння того, як гендерна освіта може впливати на переосмислення стереотипів та викликати позитивні зміни у сприйнятті ролей чоловіків і жінок.

Зазначені гіпотези вказують на те, що подальше дослідження теми гендерних ролей у медіа є важливим для розвитку стратегій та політик, спрямованих на побудову більш справедливого та рівноправного суспільства, за допомогою медіа-каналів. Продовження досліджень у цьому напрямку може призвести до ефективних заходів, спрямованих на покращення репрезентації гендерів у медіапросторі та підвищення рівноправ'я в суспільстві.

Список використаних джерел:

1. Жук Т. В. «Гендерні стереотипи в радіопрограмах (на матеріалі контенту радіостанції «Громадське радіо»)» [Електронний ресурс] / Тетяна Володимирівна Жук – Режим доступу до ресурсу: https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/nmc.nd/student_nauka/2018-2019/zhurn_roboty/08.pdf.
2. Горчинська О. Чи є ваша журналістика гендерночутливою? Пояснюємо, що це таке [Електронний ресурс] / Олександра Горчинська – Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/production/article/187713/2021-05-05-chy-ie-vasha-zhurnalistyka-gendernochutlyvoyu-poyasnyuiemo-shcho-tse-take/>.
3. Гендер для медій, 2017. – (Інститут народознавства Національної академії наук України). – (3) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://ua.boell.org/sites/default/files/gender_dlya_medii_2017.pdf.