ВПЛИВ СТЕРЕОТИПІВ НА РІЗНІ СОЦІАЛЬНІ ГРУПИ

Охрімчук Дарія Володимирівна
студентка 4 курсу, факультету ННІ філології та журналістики
Житомирський державний університет імені Івана Франка, Україна

Науковий керівник: Богуславський Олег Вікторович
професор кафедри, д-р. соц. ком.
Житомирський державний університет імені Івана Франка, Україна

Ключові слова: *медіастереотипи, соціальні групи, журналістика, дискримінація, інклюзивність, етичні стандарти, медіаграмотність, фреймінг, кліше, регіональні медіа*

У сучасному інформаційному суспільстві медіа не лише відображають соціальні процеси, а й активно формують уявлення про різні соціальні групи. Медіастереотипи, які циркулюють у журналістських матеріалах, стають важливим чинником як інтеграції, так і дискримінації в суспільстві.

Актуальність. Проблема впливу медіастереотипів є надзвичайно актуальною для України, яка переживає період соціальних трансформацій, зростання різноманіття та політичної поляризації. Дослідження цього явища необхідне для розробки ефективних механізмів протидії дискримінації, підвищення стандартів журналістики та розвитку інклюзивної культури.

Мета дослідження. Визначити закономірності формування та впливу медіастереотипів на різні соціальні групи в українських ЗМІ, а також виробити практичні рекомендації щодо їх подолання та мінімізації негативних наслідків для суспільства.

Основна ідея та аргументи. У роботі доведено, що медіастереотипи в українських ЗМІ формуються через фреймінг, клішування, повторення, використання емоційно забарвленої лексики, вибірковість джерел та експертів, сенсаційність і міфотворчість. Ці механізми ведуть до закріплення упереджених уявлень про жінок, національні меншини, ЛГБТ+, людей з інвалідністю, молодь, пенсіонерів та інші соціальні групи. Особливо небезпечними є стереотипи, що використовуються для маніпуляції громадською думкою під час політичних кампаній, у висвітленні конфліктів чи соціальних криз.

Дослідження базується на контент-аналізі понад 200 журналістських матеріалів центральних і регіональних ЗМІ (зокрема Житомирської області) за 2021–2025 рр., моніторингу Інституту масової інформації, порівняльному аналізі міжнародних практик (BBC, Deutsche Welle, GMMP), а також на вивченні соціологічних опитувань, експертних інтерв'ю, аналізі нормативно-правової бази та етичних стандартів журналістики. Методологія включає якісний аналіз, порівняльний підхід, вивчення практик саморегулювання у сфері медіа.

Наукова новизна дослідження. У роботі вперше на основі комплексного контент-аналізу центральних і регіональних українських ЗМІ (2021–2025 рр.) системно розкрито закономірності формування, трансляції та закріплення медіастереотипів щодо різних соціальних груп у сучасному інформаційному просторі України. Дослідження містить порівняльний аналіз національних та міжнародних практик, а також розроблені практичні рекомендації щодо впровадження етичних стандартів, інклюзивної мови та розвитку медіаграмотності для подолання негативного впливу стереотипів у журналістиці.

1. Медіастереотипи як фактор соціальної стратифікації. Стереотипи у ЗМІ закріплюють дискримінаційні моделі поведінки, формують "образ ворога", підсилюють соціальні бар'єри та ізоляцію вразливих груп. Особливо це стосується жінок, етнічних меншин, ЛГБТ+, людей з інвалідністю, які часто представлені у медіа через призму проблемності, "інакшості" або навіть загрози для суспільства [1, с. 54; 2, с. 12–16; 8, с. 18–19].

2. Типологія стереотипів у сучасних українських ЗМІ. У вітчизняних ЗМІ найпоширенішими є гендерні, етнічні, вікові та соціальні стереотипи, які підтримуються через повторювані сюжети, кліше, вибірковість експертів, сенсаційність і драматизацію. Гендерні стереотипи проявляються у зведенні ролі жінки до зовнішності чи "традиційних" функцій, етнічні — у підкресленні "інакшості" національних меншин, вікові — у зображенні молоді як безвідповідальної, а пенсіонерів — як пасивних [2, с. 17–18; 5; 6, с. 100–101].

3. Механізми формування та закріплення стереотипів. Фреймінг, повторення, клішування, використання емоційно забарвленої лексики, вибірковість джерел, сенсаційність і міфотворчість — основні технології, що забезпечують стійкість стереотипів у масовій свідомості. Особливо небезпечними є стереотипи, які підкріплюються не лише текстом, а й

візуальними образами, заголовками, відео [1, с. 55–56; 2, с. 19–21; 8, с. 20–21; 12].

4. Вплив стереотипів на громадську думку та поведінкові установки. Систематичне використання стереотипізуючих прийомів у журналістиці формує уявлення про соціальні групи, події, явища, які згодом сприймаються як об'єктивна реальність. Це впливає не лише на інтерпретацію подій, а й на формування громадської думки, поведінкові установки, політичні та соціальні рішення. Особливо небезпечними є ті стереотипи, які підсилюють дискримінацію, сприяють конфліктам, знижують рівень довіри в суспільстві [3; 9].

5. Регіональний вимір стереотипізації (на прикладі Житомирської області). На регіональному рівні проблема стереотипізації ускладнюється браком ресурсів і професійної підготовки журналістів, але водночас саме тут спостерігаються перші позитивні зрушення у впровадженні етичних стандартів, розвитку медіаграмотності та залученні громадськості до контролю за контентом [6, с. 104].

6. Міжнародний досвід та рекомендації. Досвід провідних європейських і світових ЗМІ (BBC, Deutsche Welle, GMMP) засвідчує ефективність системного моніторингу контенту, впровадження політик інклюзивності, гендерного балансу, прозорості та відкритості до зворотного зв'язку з аудиторією. Ці підходи поступово впроваджуються і в Україні, однак потребують подальшої адаптації до національного контексту [3; 4].

7. Механізми протидії медіастереотипам. Ефективна протидія медіастереотипам можлива лише за умови системної роботи: впровадження етичних стандартів, розвитку медіаграмотності, залучення різних точок зору, громадського контролю та гармонізації національних норм із міжнародними стандартами. Особливу роль відіграють редакційна політика, професійні об'єднання, незалежні органи саморегулювання [4; 7].

8. Практичні рекомендації для журналістів і редакцій:

– Впровадження інклюзивної мови та уникнення дискримінаційної лексики [4; 7].

– Критичний аналіз джерел, залучення різних експертів і представників цільових груп [2, с. 20; 4].

– Регулярний редакційний контроль, тренінги, аналіз типових помилок [7, с. 140; 9].

– Відкритість до зворотного зв'язку з аудиторією, оперативне реагування на зауваження [7, с. 141].

– Розвиток медіаграмотності як серед журналістів, так і серед аудиторії [2, с. 21; 5; 8, с. 22].

Висновки

Дослідження доводить, що стереотипізація у мас-медіа суттєво впливає на формування суспільних уявлень про соціальні групи, сприяючи дискримінації та ізоляції вразливих категорій. Основними інструментами створення упереджених образів є фреймінг, повторення, емоційно забарвлена лексика та вибірковість джерел. Особливо небезпечним є використання стереотипів для маніпуляції громадською думкою і підсилення соціальної напруги.

Подолати негативний вплив медіастереотипів можливо лише комплексно: через впровадження етичних стандартів, розвиток медіаграмотності, залучення різних точок зору та громадський контроль. Це необхідно для формування відкритого й справедливого суспільства, де права кожної соціальної групи захищені.

Список використаних джерел:

1. UNESCO. Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training. Paris: UNESCO, 2018. – С. 54–56. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552 (дата звернення: 25.05.2025).
2. Степанова Н. М. STOP-стереотипи: методи їх подолання в українському суспільстві / Н. М. Степанова. — Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2024. — 61 с. – С. 12–21. URL: https://medialiteracy.org.ua/posibnyk-stop-stereotypy-metody-yih-podolannya-v-ukrayinskomu-suspilstvi/ (дата звернення: 25.05.2025).
3. Council of Europe. Committee of Ministers. Recommendation CM/Rec(2022)16 on Combating Hate Speech. 20 May 2022. – URL: https://www.coe.int/en/web/combating-hate-speech/recommendation-on-combating-hate-speech (дата звернення: 25.05.2025).
4. New guidelines and best practice checklist for inclusive journalism // International Federation of Journalists, 2025. URL: https://www.ifj.org/media-centre/news/detail/category/8m-gender-equal-media/article/new-guidelines-and-best-practice-checklist-for-inclusive-journalism (дата звернення: 24.05.2025).
5. Інститут масової інформації. Гендерний баланс у медіа: моніторинг 2021–2025. URL: https://imi.org.ua/monitorings/hendernyj-balans (дата звернення: 24.05.2025).
6. Сукаленко В. Гендерні стереотипи в мові сучасних ЗМІ // Термінологічний вісник. 2023. № 2. С. 98–106. URL: https://termvisnyk.iul-nasu.org.ua/wp-content/uploads/sites/11/2023/06/11.pdf (дата звернення: 25.05.2025).
7. Барбаш Д. Стереотип як перешкода правосуддю та його вплив на суддю під час розгляду кримінального провадження // KHRIFE Journal. 2023. №3. С. 137–142. URL: https://khrife-journal.org/index.php/journal/article/download/576/656/ (дата звернення: 25.05.2025).

8. Visual Stereotypes in the Media: A Global Perspective. UNESCO, 2023. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384647 (дата звернення: 24.05.2025).
9. Arendt, F., & Northup, T. Media stereotypes, prejudice, and preference-based reinforcement. Journal of Communication, 73(5), 463–484. 2023. URL: https://academic.oup.com/joc/article/73/5/463/7190600 (дата звернення: 25.05.2025).