

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЖІНОК У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРІ

Кароліна Василенко

здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти
Житомирський державний університет імені Івана Франка, Україна

Науковий керівник: Олексій Башманівський

кандидат педагогічних наук, доцент
Житомирський державний університет імені Івана Франка, Україна

Сприйняття дійсності та моделі її осмислення, в межах яких розвивається й функціонує суспільство, значною мірою зумовлюються характером і динамікою інформаційних процесів. Водночас становлення інформаційного суспільства супроводжується низкою викликів, зокрема загрозами інформаційній безпеці та конфіденційності персональних даних, а також зростанням залежності від цифрових технологій і соціальних мереж. У цьому контексті особливої ваги набувають медіа як ключовий інструмент формування, трансляції та інтерпретації соціально значущої інформації. Вони є невід'ємною складовою інформаційного суспільства, що охоплює всі сфери суспільного життя і ґрунтується на доступності й оперативності інформації. За умов домінування медіа в структурі інформаційного суспільства особливого значення набуває питання репрезентації соціальних груп та конструювання суспільних уявлень про них. Медіадискурс не лише відображає реальність, а й активно формує символічні образи, закріплюючи певні соціальні ролі, моделі поведінки й ціннісні орієнтації. У цьому контексті показовим є те, як у медійному просторі представлені жінки, оскільки це суттєво впливає на сприйняття гендерних ролей і визначення соціальної позиції жінки в суспільстві.

За обставин складної економічної ситуації, підвищеного стресу та невпевненості в майбутньому, що є характерним для сучасного життя українського суспільства, проблеми гендерної рівності стоять особливо гостро, що знайшло відображення у дослідженнях А. Дашковський, І. Грицай, А. Кучук, С. Семенов, Д. Тінін та ін. Проаналізувавши наукову літературу, можна стверджувати, що питання репрезентації жінок у медійному просторі та формування гендерних уявлень залишаються актуальними й у сучасному інформаційному середовищі.

Дотримання основних принципів гендерного законодавства в Україні нагальна потреба сучасності, що має забезпечити захист обох статей. Нормативно-правова база України з питань гендерної рівності наближена до міжнародних стандартів. Концептуальний підхід Європейського Союзу до досягнення гендерної рівності ґрунтується на визнанні необхідності забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків у всіх сферах суспільного життя. З цією метою інституції ЄС системно інтегрують гендерну проблематику у свою діяльність, приділяючи увагу питанням рівності між жінками та чоловіками в політичній, економічній, культурній та інших сферах [5]. У цьому контексті ухвалення Верховною Радою України Закону України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» від 8 вересня 2005 року слід розглядати як стратегічний крок щодо імплементації міжнародних стандартів гендерної рівності та формування правових засад реалізації конституційного принципу рівності прав жінок і чоловіків [3]. Водночас нормативно-правове врегулювання не автоматично гарантує рівну видимість та представленість жінок у суспільно значущих сферах. Особливе значення у цьому контексті набуває медіа, які виконують функцію формування громадської свідомості та конструюють уявлення про соціальні ролі жінок і чоловіків [1].

Аналіз контенту українських медіа свідчить, що репрезентація жінок у медійному просторі залишається дисбалансованою та стереотипізованою. У новинних блоках і публіцистичних матеріалах більша частина уваги зосереджується на таких аспектах, як особисте життя, зовнішній вигляд, сімейні обов'язки чи розважальні теми. Питання політичної, економічної чи наукової активності жінок у медіа висвітлюється значно рідше, що створює у суспільній свідомості обмежене уявлення про жіночі ролі та можливості. Водночас, аналіз тематичних блоків соціальних мереж та онлайн-видань демонструє певні зміни: зростає кількість матеріалів, що акцентують увагу на професійних досягненнях жінок, їхній громадській активності, участі в культурних і соціальних проєктах. Проте й тут часто можна помітити подвійний наратив – поєднання репрезентації сильних, незалежних жінок із акцентом на їхній зовнішності чи особистому житті [4].

Медіа в умовах інформаційного суспільства виступають одним із ключових чинників формування соціальних уявлень про гендерні ролі та

статус жінки в суспільстві. Аналіз наукових джерел і медіаконтенту свідчить, що, попри наявність розвиненої нормативно-правової бази та задекларовані принципи гендерної рівності, репрезентація жінок у сучасних українських медіа залишається частково обмеженою й стереотипізованою. Така ситуація зумовлює відтворення традиційних моделей гендерної ієрархії в масовій свідомості та гальмує процеси утвердження гендерної рівності.

Список використаних джерел:

1. Грицай І. Механізм забезпечення принципу гендерної рівності: теорія та практика: монографія. К.: «Хай-Тек Прес», 2018. С. 560.
2. Гришко В., Лівчук С. Історичні передумови формування гендерної нерівності. Підприємництво, господарство і право. 2019. № 2. С. 141-145.
3. Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15#Text>
4. Котова-Олійник С., Стельмах Б., Ярош О. Гендерна абетка для українських медіа : посібник. Луцьк : Волинська мистецька агенція «Терен», 2013. С. 50.
5. Кучук А. Гендерна рівність і рівність чоловіка і жінки: правовий дискурс. Порівняльно-аналітичне право. 2017. № 3. С. 24-26