

Pomidora

МЕДІЙНИЙ ОБРАЗ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПОЛІТИКИ
В УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕДИСКУРСІ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ПОЯВА ТА ЗРОСТАННЯ ЖІНКИ НА ПОЛІТИЧНІЙ АРЕНІ.....	5
1.1. Світові тенденції еволюції становища жінки в політиці.....	5
1.2. Динаміка становлення українських політикинь.....	7
1.3. Становище та роль вітчизняного медійного поля у формуванні образу політикині.....	10
РОЗДІЛ 2. ПОЛІТИКИНЯ В СУЧАСНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ....	15
2.1. Історіографія досліджень порушення ЗМІ гендерного питання в політиці	15
2.2. Основні медіаупередження щодо жіночої участі у вітчизняному державоуправлінні.....	18
2.3. Порушення прав політикині проявами сексизму на телебаченні (на прикладі телевізійних випусків новин та політичних ток-шоу).....	21
2.4. Нормативно-правова база та запобігання медіапорушенням щодо жінок політичного апарату	26
ВИСНОВКИ	30
ЛІТЕРАТУРА	32
ДЖЕРЕЛА	37

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасна суспільна матриця вимагає нових підходів до репрезентації ролі жінки в суспільстві, зокрема новітніми медіакомунікаційними ресурсами. Ось уже 29 років наша країна має свої кордони, органи управління та, звісно ж, свої засоби масової інформації, що висвітлюють усі суспільно-важливі події відповідно до інтересів соціуму. Молода українська держава ще тільки освоює всі принципи «європейства» та демократії, до яких прагне, в тому числі й точного принципу дотримання прав людини, проте досі в нашому медіапросторі можна знайти матеріали, що порушують права жінок, вдаючись до сексизму, хоч українська журналістика і має законодавче підґрунтя задля недопускання таких випадків.

Рівний доступ чоловічої і жіночої частин населення до ухвалення рішень на державному рівні може бути гарантом представлення інтересів різних соціальних груп країни. Це один з основних принципів демократії, який базується на рівноправ'ї. До того ж, у складній боротьбі української жінки за місце в уряді медіа мають підтримувати та пропагувати цю рівність. Тож проблема висвітлення ролі жінок на політичній арені у ЗМК і була обрана за темою дослідження. Незважаючи на конкуренцію з радіо, друкованими та електронними ЗМІ, телебачення залишається найпотужнішою медіаплатформою не тільки в Україні, а й по усьому світу, адже містить поєднання аудіо- та відеосупроводу, що найбільш ефективно впливає на свідомість реципієнта (глядача).

Мета дослідження – комплексний аналіз становища української політикині в сучасному медіапросторі.

Завдання дослідження:

- 1) простежити еволюцію становлення жінки як політикині у світі та в Україні;
- 2) з'ясувати дискримінаційні тенденції стосовно політикинь в українському телевізійному медіапросторі;
- 3) окреслити поняття «гендеру» та «сексизму» у медіапросторі;

4) визначити заходи підтримки жінок в українській політиці засобами ЗМІ;

5) дослідити сучасне наповнення телеканалів на наявність сексизму щодо політикинь;

6) надати рекомендації для запобігання сексизму.

Об'єкт дослідження: медійний образ жінки у вітчизняній журналістиці.

Предмет дослідження – прояви сексизму дощо політикинь на українському телебаченні та шляхи їх усунення.

Джерельна база дослідження. У практичній частині цієї праці досліджено випуски новин та політичних ток-шоу українських телеканалів «1+1», «112 Україна», «ICTV» та «Прямий» за 2019 рік.

Методи дослідження. При написанні роботи використані описовий метод характеристики і постановки проблеми, а також порівняльний метод (у пункті 1.1), де розглядатиметься зміна ставлень до жінки-політикині крізь призму епох; аналізу й синтезу для узагальнення і систематизації заходів підтримки жінок в українському держправлінні та проявів сексизму з боку медіа стосовно цих жінок. Проведено також контент-аналіз та моніторинг обраних ЗМІ на наявність типових порушень, пояснено їх.

Науково-теоретична основа роботи. Таким підґрунтям нам слугують погляди українських та закордонних законодавчих органів, правозахисних організацій, філософів Аристотеля [2], Платона [29], Томаса Мора [22], Олімпії Де Гуж [10], а також українських учених В. Георгієвської [6], В. Супруна [38; 39], С. Геника [5], Т. Марценюк [22], О. Тараненко [41], Ю. Маслової [23;24].

Практичне значення роботи. Отримані під час дослідження результати мають прикладне значення в контексті діяльності установ ЗМІ, а також вони можуть стати корисними при підготовці наукових статей, тез доповідей, кваліфікаційних робіт.

Апробація дослідження. Матеріали дослідження були апробовані на Міжнародній науково-практичній конференції «Таврійські Філологічні наукові читання», що відбулись 29-30 січня 2021 року (м. Київ).

Структура роботи: вступ, два розділи, висновки, список використаної літератури та джерела.

РОЗДІЛ І. ПОЯВА ТА ЗРОСТАННЯ ЖІНКИ НА ПОЛІТИЧНІЙ АРЕНІ

1.1. Світові тенденції еволюції становища жінки в політиці

Історія суспільства – це історія переважного політичного правління чоловіків. Звичайно, з'являлися винятки, коли правителькою або просто посадовою особою була саме жінка. Так, у Стародавньому світі, ще до Античності (XXXI ст. до н.е. – 500 рік н.е.) історії відомі близько 98 цариць та імператорок, таких як Бількіс-цариця Савська (X ст до н.е.), Клеопатра VII – цариця Давнього Єгипту (51–30 дон. е.) та ін. [11].

З переходом суспільства до патріархату жінка займала позицію матері, берегині домашнього затишку та господарства. Дійсно, певні переваги в цьому були і для жінок, оскільки їм потрібно було перейматися лише долею власної родини. Утім, суспільство не створювало умов для прояву жінками управлінської діяльності.

Ще за часів Античності суспільство зациклювалося на ієрархічній «природі» людини, за принципом якої жінка не мала права втручатися у державні справи. Давньогрецький філософ Аристотель писав, що «чоловік за своєю природою вище, жінка – нижче, перший володарює, друга підкорюється» [2], хоча йому й суперечив Платон у своєму трактаті «Держава»: «Однакові природні якості зустрічаються як в живих істотах однієї, так і іншої статі, за своєю природою як чоловіки, так і жінки можуть брати участь у всіх справах» [29].

З приходом та поширенням християнства, особливо у часи Середніх віків і аж до XVIII століття жінки (королеви, імператриці, княгині) могли займати найвищі державні посади і втручатися у внутрішню та зовнішню політику тільки у випадку заміжжя за, наприклад, королем або у випадку регентства [11].

1516 року англійський політик Томас Мор у своєму трактаті «Утопія» визначав державу, де чоловіки та жінки однаково беруть участь у суспільному

житті та мистецтві. За його твердженнями, жінки теж можуть служити в армії чи займати посади в уряді [27].

У XVIII столітті формуються нові принципи гендерної диференціації, а саме рівноправ'я. Під час Великої французької революції 1791 р. Олімпія Де Гуж видала «Декларацію прав жінки і громадянки», в якій зробила заяву: «Закони повинні виражати загальну волю, всі громадяни, як жінки, так і чоловіки, повинні особисто або через своїх представників сприяти законотворчості. І чоловіки, і жінки повинні бути рівні перед законом, мати однаковий доступ до державних постів, почестей, громадської діяльності згідно їх здібностям і на підставі їхніх талантів» [10, с. 6]. За це висловлювання письменниця була страчена, проте їй вдалося змусити задуматись суспільство про рівний розподіл суспільно-політичних ролей у тогочасній Європі.

До XIX століття жінки могли лише голосувати на виборах, та й те було можливе лиш деяким привілейованим дамам з «вищого світу», у політику їх не пускали. Лише з середини XX століття у міжнародних документах офіційно визнали право жінки на управління державою.

1948 року країни з Організації американських держав прийняли Міжамериканську конвенцію про закріплення політичних прав жінок, а ООН – Загальну декларацію прав людини. Стаття 21 Декларації визначає:

«1. Кожна людина має право брати участь в управлінні своєю країною безпосередньо або опосередковано через вільно обраних представників.

2. Кожна людина має право рівного доступу до державної служби у своїй країні» [14, с. 21].

До цієї міжнародної законодавчої бази можна додати і Конвенцію ООН 1952 року «Про політичні права жінок» і Конвенцію ООН 1979 року «Про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок».

Першою жінкою на президентській посаді стала Марія Естела Мартінес де Перон в Аргентині у 1974.

За дослідженням аналітичного порталу «Слово і діло» [37] станом на 12 лютого 2020 року понад 50% жінок є у парламентах Болівії (53,1%) та Руанді

(61,3%). Швеція, Бельгія, Португалія, Норвегія, Іспанія, Швейцарія, Македонія та країни Латинської Америки та ПАРу мають трохи більше 40%. У переважній більшості країн Європи в парламентах працюють близько третини жінок-депутатів. Україна ж входить до числа країн, де частка політикинь складає приблизно 20% від загальної кількості урядовців. Жодної жінки немає в парламенті Вануату, тільки 2,5% жінок у парламенті Гаїті, близько 5% на Шрі-Ланці, Соломонових островах та Малі.

Отже, з плином історії змінювалося і уявлення про роль жінок у суспільно-політичному житті. Якщо порівнювати ставлення до фемінного у добу Стародавнього світу і зараз, то можемо спостерігати, що історія набуває певного «ефекту спіралі»: положення жінок починає все більше цінуватися через певний проміжок часу (за який їх громадянські права встигли знівелювати). У наш час спостерігаємо досить позитивну градацію розуміння гендерного балансу. Завданням сьогодення і майбутніх поколінь ми бачимо контроль за діяльністю засобів масового впливу, їх ідейним вектором та контроль за діяльністю політичного апарату та фіксування усього засобами масової інформації.

1.2. Динаміка становлення українських політикинь

Гендерна рівність та участь у політичному житті країни – складові демократичного суспільства. Відповідно до вищезгаданих міжнародних стандартів, чоловіки і жінки мають рівні права на однакову участь у всіх аспектах політичного процесу.

Тут важливо таки з'ясувати, що говорячи про гендер, йдеться не про стать людини, а про її соціальну роль: «це соціально-біологічна характеристика, через яку визначаються поняття «чоловік» і «жінка», психосоціальні, соціокультурні ролі чоловіка і жінки як особистостей, а також психо-біологічні особливості, на які впливає біологічна стать, цілісна психічна репрезентація статі, сповнена неповторним динамічним глибинним, когнітивним та

поведінковим поняттям жіночого та чоловічого, здобута індивідом у результаті набуття індивідуального гендерного досвіду» [20].

В Україні вперше ввели можливість для жінок обирати та бути обраними Конституцією УНР 1918 року. Про це йдеться у статтях:

«11. Актова, громадянська і політична правомочність громадянина УНР починається з 20 літ. Ніякої різниці в правах і обов'язках між чоловіком і жінкою право УНР не знає;

21. Активне і пасивне право участі у виборах, як до законодавчих органів УНР, так і до всіх виборчих органів місцевого і громадянського самоврядування, мають всі громадяне УНР, коли їм до дня виконання виборчого акту вийде двадцять літ[...]ніяких інших обмежень виборчого права не може бути;

27. Всенародні Збори вибираються загальним, рівним, безпосереднім, тайним і пропорціональним голосуванням всіх, хто користується громадянськими і політичними правами на Україні і в них судово не обмежений» [18, с. 11; 21; 27].

Центральна Рада формувала Генеральний секретаріат – уряд. Проте все ще домінуючими були представники чоловічої статі: Володимир Винниченко, Павло Христюк, Симон Петлюра, Сергій Єфремов, Христофор Барановський, Борис Мартос, Валентин Садовський, Іван Стешенко і Микола Стасюк. «Усі профільні секретаріати в період УНР очолювали винятково чоловіки, лише Софія Русова керувала відділами позашкільної освіти й дошкільного виховання. Відтак право ухвалювати найважливіші політичні рішення чоловіки залишали за собою» [5].

Із приходом більшовицького режиму всі жіночі об'єднання були заборонені, а замість них створено радянські [16].

Згідно з історією, найбільша частка жінок у складі Верховної Ради УРСР складала 30%, коли 1985 року до Верховної Ради УРСР було обрано 157 жінок. Причиною цьому стало провадження Комуністичною партією спеціальної

квоти [30]. Проте, насправді Партія власноруч відбирала кандидатів, крім того законодавчі органи СРСР майже не мали впливу, однопартійна система комуністів приймала рішення самостійно (а в ній жінок майже і не було). «За весь час існування Політбюро ЦК КПРС у ньому було тільки дві членкині – Катерина Фурцева (1957–1961) і Галина Семенова (1990–1991). Остання курувала питання сім'ї, жінок і демографічної політики» [13].

«За даними звіту Всесвітнього економічного форуму, Україна посідає 59-е місце (зі 153) в рейтингу гендерної рівності, а у сфері політичних можливостей для жінок – вже 83-е місце. Крім того, у нещодавно ухваленому Виборчому кодексі прописані гендерні квоти на рівні 40%. Тепер у кожній п'ятірці виборчого списку повинні бути як чоловіки, так і жінки, що ще поліпшить ситуацію», – так коментує гендерне питання аналітичний портал «Слово і діло» [44].

Вони дослідили динаміку гендерного розподілу посад за період незалежності України (1991-2020 рр.) і виявили, що частка жінок в парламентах зростає від початкових 2,5 % до 20,6% серед депутаток, а щодо керівництва парламенту, виділяють всього трьох політикинь: «Вперше в керівництві парламенту з'явилася Оксана Сироїд, що зайняла пост заступника спікера, потім Ірина Геращенко, яка стала першим віце-спікером. У нинішньому скликанні Ради єдина жінка в президії – заступник спікера Олена Кондратюк» [44].

Дослідниця участі жінок у міжнародній політиці та дипломатії Ірина Тишко виокремлює ще кількох українських політикинь, що яскраво увійшли в аналіз історії політикуму незалежної України: «Феноменом української політики, без сумніву, слід уважати Юлію Тимошенко, яка була першою і єдиною жінкою – двічі прем'єр-міністеркою України. Крім того, її політичний вік один із найдовших не лише серед жінок, а й серед чоловіків» [13].

Реформи у сферах поліції, освіти й медицини Еки Згуладзе, Лілії Гриневич, Уляни Супрун наразі найпомітніші. З 2012 року в Україні діє парламентське

міжфракційне об'єднання «Рівні можливості». Проте після децентралізації та об'єднання територіальних громад спостерігаємо зменшення кількості жінок-сільських голів і депутаток сільрад, хоча там вона була завжди високою [6]. Інтеграція до процесу прийняття рішень для чоловіків і жінок є запорукою економічного та соціального розвитку України. Доказом цьому є дослідження ООН, що виявляють взаємозалежність між країнами, які посідають перші позиції щодо представництва жінок у політиці [15] і високими показниками рівня життя й економічного розвитку, адже допускають ґендерний баланс точок зору на управлінську діяльність.

Отже, боротьба українок за право брати участь в ухваленні рішень була досить стабільною і перемінно мала успіх (інколи лише «антуражний»). Хоч періоди УНР та УРСР формально давали жінкам свободу діяльності, проте де-факто їх рішення мали мінімальний вплив. Ще досі питання жіночої емансипації не можна відділити від економічної, соціально-культурної та загалом демократичної концепції розвитку країни.

1.3. Становище та роль вітчизняного медійного поля у формуванні образу політикині

У 2014 році дослідниця Олена Симоненко у своїй статті «Інформаційні основи у формуванні іміджу сучасних політичних лідерів України» пояснила основні механізми формування іміджу політичного лідера під впливом ЗМІ: «Образ того чи іншого політика в українських умовах формується здебільшого завдяки політиці, обраній наймасовішими телеканалами і газетами. Громадяни переважно голосують не за програму певного кандидата, а за той імідж (позитивний або ж негативний), який цьому претенденту робили засоби масової комунікації» [36]. Історія підпорядкування українських засобів масової інформації, в яких фігурують політичні постаті, досить неоднозначна. В основному, це були спеціалізовані газети чи журнали, що згодом витіснились більш новітніми каналами передачі інформації: радіо та телебаченням.

Дослідниця Мальвіна у своїй праці для «Великої Української енциклопедії» детально описує періоди становлення політично-орієнтованих ЗМІ на території України [3]. Через тривалий період бездержавності та у зв'язку з запізнілою появою друку такий вид журналістики зародився лише наприкінці XVIII століття на теренах Західної України.

Загальновідомо, що 1776 року у Львові вийшов перший примірник часопису «Gazette de Leopol», де основою були політичні вісті. Згодом, у 1848 році там же з'явилась і «Зоря Галицька». Проте жіночий сегмент авторства у цих виданнях, на жаль, не представлений. Пізніше на західноукраїнських землях з'являються чимало суспільно-політичних періодичних видань.

«Новини політичного характеру містили також видання «Dnewnyk Ruskij» («Щоденник Руський», Львів, 18.08.1848–13.10.1848), «Новини» (Львів, 01.02.1849–30.03.1849). Згодом почав виходити літературно-політичний москвофільський часопис «Слово» (Львів, 1861–1887), що пропонував читачам статті політичного, міжнародного та економічного характеру. Широкі політичні огляди містив журнал «Правда» (Львів, 1867–1898, із перервами), газета «Діло» (Львів, 1880–1939)» [3]. Саме в цей період зародилася партійна конкуренція і преса почала прискіпливіше висвітлювати того чи іншого політичного діяча/діячки. З аспекту саме жіночої участі, то зі сторінок цієї преси українці дізнались про перших політикинь Української Центральної Ради: Софію Русову, Валерію О'Коннор-Вілінську, Зінаїда Мірну, Людмила Старицьку-Черняхівську, Любов Яновську, Марію Грушевську. При тому згадки про них і тон матеріалів були на тому ж рівні, що і згадки колег-чоловіків.

Щодо східноукраїнських земель, то громадсько-політична преса зазнавала величезних утисків Російської імперії, а тому і розвивалася значно повільніше. «Розвиток питома політичної преси пов'язаний із становленням соціалістичного руху та появою партій на східноукраїнській території: часопис «Гасло», 1902 (Революційна українська партія); часопис «Правда», 1905 (Українська соціал-демократична спілка) тощо» [3]. Політичні перипетії на Сході України не давали можливості реалізуватися жінці ні в політичній, ні в

журналістській царині. Тому назвати бодай один яскравий приклад жінки-авторки чи жінки-політика також неможливо. Імперська політика Росії мала патріархально-заскорузлий характер, що позначилось на суспільній ролі жінки як домогосподарки, матері, берегині, а не як активного гравця на політичній арені.

Розвиток справді суспільно-політичної преси почався 1905 року після Маніфесту про свободу друку. Наступний поштовх – Лютнева революція 1917 року. До цього періоду можна віднести такі видання: «Хлібороб», «Самостійна Україна», «Рідний край», «Робітнича газета», «Рада» та інші (загалом їх було близько 30-ти). Журналістика набула плюралізму.

Наступним періодом Мальвіна Воронова виділяє радянський і характеризує його так: «У 1920–1939 із приходом до влади більшовиків преса стає комуністичною та монопартійною» [3].

Довоєнну журналістику науковиця характеризує як таку, що поступово втрачає українське бачення розвитку держави, натомість насаджує культ радянського мислення. Із початком Другої світової війни журналістика політична стала частиною окупаційної політики агресорів, що змагалися за різні частини української території, і відповідно засобом їхнього ідеологічного впливу. Не зважаючи на інформаційний опір преси ОУН і УПА, по завершенню війни журналістика стала засобом укріплення тоталітарної системи СРСР і підпорядковувалась КПРС та КПУ.

Під час Другої світової і по її завершенню жінки-героїні, які захищали Батьківщину (особливо, якщо мали керівні військові звання), масово з'являлись у тогочасних ЗМІ: Наталя Березинська-Шухевич, Марія Савчин, Людмила Павличко, Валентина Гризодубова та ін.

Потім образ жінки на сторінках радянських видань був зовсім аполітичним та здебільшого ідеалізованим. Наприклад, журнал «Радянська жінка» періоду «відлиги» асоціював усіх радянських жінок з образом трудівниці, новаторки у виробництві, матері, господині. Політика концентрувалась в чоловічих руках у

таких виданнях як «Вісті з України», «Комсомольская правда», «Известия» та ін.

Зі здобуттям Україною незалежності у 1991 році журналісти мушили швидко перелаштуватись та переосмислити роль засобів масової інформації, адже сформувалася нова самостійна держава і потрібно було формувати зовсім нову владу. Хоч свободи журналіста і були задекларовані, проте, на жаль, не усвідомлені.

До 1994 року ще залишалися державне телебачення та радіо, газети й журнали різних владних структур. «З'являлися видання загальнополітичного спрямування комерційного характеру, окремі журналістські колективи намагалися вижити за рахунок реалізації, отримавши повну незалежність (газети «Вечірній Київ», «Комсомольское знамя», «Робітнича газета», журнал «Україна»). Формувалося покоління журналістів політичних незалежної України: Л. Івашина, М. Вересень, Ю. Мостова, О. Ткаченко, О. Мартиненко, М. Княжицький, С. Рахманін, О. Герасим'юк, В. Піховшек, Л. Малазонія, Т. Коробова, О. Мусафірова та ін.» [3].

До кінця XX століття ЗМІ переходять під власництво олігархів та стають знову заангажованими в інтересах окремих бізнесменів. Професор Анатолій Москаленко зазначав: «Преса ніколи не повинна визнавати правил гри політичної кон'юнктури» [28]. Проте зараз преса разом з іншими каналами ЗМІ і є пішаком у політичних іграх, завданням яких найчастіше стають заниження іміджу політичного опонента.

У 2001-2002 рр. на фоні цього явища утворився рух проти цензури та створили Незалежну професійну спілку журналістів. А на початку 2004 року відбулася певна журналістська революція з оприлюдненням «листів-темників» (список тем, про які і яким чином писати/знімати матеріали). Згодом «темники» змінились «джинсою» (замовним матеріалом без відповідного маркування). Це явище зберігається і донині.

Навіть з початком війни Росії з Україною політична журналістика, хоч і стала більше спрямована на зовнішню політику, проте все ще існує видима

конкуренція внутрішніх політичних позицій тих чи інших засобів масової інформації. Особливо яскраво це виражається у передвиборчий, виборчий та післявиборчий періоди. Саме такі періоди ми й розглядатимемо у наступному розділі цієї роботи.

Отже, розглянувши загальне становище українського медійного поля через часову призму, ми бачимо, що тією чи іншою мірою засоби масової інформації ніколи не були дійсно вільними і незалежними. Завжди була гілка влади, яка впливала на діяльність журналістів і висвітлення суспільно-політичних питань у цілому. Беручи до уваги ще й аспект культури патріархату, українським політикам (а особливо політикиням) було дуже важко реалізуватися у державоуправлінні та втримати свій імідж хоча б за допомогою ЗМІ. Лише справді великий суспільний внесок або безсуперечний героїзм жінки був наслідком того, що і їй знайшлося місце на шпальтах політичної української преси. Більше того, уже в XXI столітті Україна побачила яскравих представниць політичного менеджменту таких, скажімо, як Юлія Тимошенко, Ірина Геращенко, чий медійний образ активно експлуатується засобами масової інформації.

Висновок. Розглянувши історію сприйняття жінки в суспільстві, ставлення до фемінного в цілому, шляху становлення гендерного балансу в українській політиці, а також нормативно-правову базу, ми дійшли до висновку, що жінки завжди вважалися досить маргінальною частиною людства, особливо, коли мова йшла про їхню роль у прийнятті рішень, які стосуються управління державою. Важливу роль відіграють представники та представниці громадських об'єднань та засобів масової інформації як форматори суспільної думки.

Гендерна рівність не повинна сприйматися у вигляді феміністичної примхи. Вона потрібна як один із засобів для того, щоб Україна досягла очікуваних перших сходинок у всесвітніх списках країн-лідерок за рівнем демократії.

РОЗДІЛ 2. ПОЛІТИКИНЯ В СУЧАСНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

2.1. Історіографія досліджень порушення ЗМІ гендерного питання в політиці

Дослідження політичного статусу жінки в українському суспільстві починається з робіт С. Павличка, М. Богачевської-Хом'як, Ю. Андруховича, О. Забужко, І. Грабовської, В. Супруна, Т. Марценюк та інших науковців. Здебільшого до уваги бралось порушення гендерного питання в друкованих та електронних ЗМІ.

У 2006 році українська дослідниця Олена Тараненко працювала над сучасними тенденціями образу політикинь в аспекті норм професійної журналістської етики. Вона пояснює, що: «Якісні методи гендерного аналізу ЗМІ в сфері політики передбачають аналіз образу героя (які людські якості виділяють, заголовки, фото, сюжет, які факти біографії наводяться, хто дає оцінку)» [41]. Перш за все, дослідниця звертає увагу на номінацію політикинь як пародію на справжнього чоловіка-політика. У приклад наводить досить поширені кліше: «Зазвичай жінок-політикинь називають «політиками в спідницях», «прекрасною частиною парламенту», «парламентською слабкою статтю та ін.» [41].

Обов'язковим елементом діалогу медійників з політикинями вважаються компліменти. Проте не діяльності, а зовнішньому вигляду, манерам: *«Христина Гусева: Є політики, а є Юлія Тимошенко. Вона диктує моду як у світі моди, так і в політиці». «Лілія Подкопаєва: «Мені дуже вона подобається саме як жінка. Дуже важко бути серед чоловіків, які весь час хочуть її укусити» (ПРАВДА.com.ua)»* [41].

З дослідження випливає, що ЗМІ ще досі не сприймають всерйоз жіночої ролі у політиці, натомість акцентують увагу просто на їх присутності.

Ще однією українською дослідницею, яка вивчала гендерне питання в політиці через призму ЗМІ є Юлія Маслова. Основою її досліджень ставали методи конструювання стереотипних образів чоловіка та жінки у ЗМІ, (в тому числі чиновників та чиновниць) [23]. За джерельну базу свого дослідження

2012 року науковця також брала друковану періодику, а саме: «День», «Дзеркало тижня», «Волинь», «Україна молода», «Галичина», «Високий замок».

Роздумуючи про новосформований українським суспільством образ «ділової жінки», Юлія помічає на сторінках українських видань матеріали, що все ж нівелювали стереотипи про слабкість жінки і подають нове бачення її ролі у політиці: *«Дуже часто чуємо: політика – не жіноча справа. Але якщо в родинному житті частенько всю відповідальність жінки беруть на себе, то чому б не доручити їм більший простір у вирішенні політичних та соціальних питань?»* (День. – 2006. – 27 черв.). *«Бізнес з жіночим обличчям»* (Ого. – 2007. – 26 лип.); *«Жінки у великій політиці»* (Львівська газета. – 2006. – 17 січ.); *«Жіночі обличчя київської влади»* (Хрещатик. – 2007. – 8 бер.); *«Найвпливовіші жінки України – зі сфери медіа?»* (Львівська газета. – 2008. – 6 жовт.)» [23].

За кілька років до цього у 2009 році дослідниця у своїй статті «Сексизм у мові друкованих засобів інформації» [27] торкається питання сексизму у ставленні до політикинь. Як зазначає авторка, «всю суть проблеми промовисто характеризує заголовок однієї із таких статей: «Українське суспільство нетерпимо ставиться до жінок в політиці» (Дзеркало тижня. – 2009. – 16-22 травня). Так, в інтерв'ю Володимира Литвина журналу EGO (2009. – березень) знаходимо: «Я не люблю жінок-політиків... Жінка в політиці намагається компенсувати щось, чого вона не отримала і не отримує у повсякденному житті. У жіночому плані не отримує» [24].

Найчастіше прояви сексизму стосувалися недоречного акцентування на зовнішності депутаток: «У статті-інтерв'ю з О. Кужель «Коли політика – жіноча справа» (Високий замок. – 2005. – 12 травня) після першого запитання про причину її приходу в політику стоїть питання: «Тепер у вас, мабуть, ціла «взуттєва» колекція? (зовнішність Олександри Кужель справляє враження – від зачіски і макіяжу до одягу і біжутерії)», або таке питання: «Скільки ви дозволяєте собі витрачати на одяг?». Кого ж автор хоче зобразити – жінку-політика чи модель?» [24].

Порівнюючи ці два дослідження Юлії Маслової, можемо спостерігати позитивну тенденцію зміни медійного мислення в бік жінок та перейняття позиції їх захисту.

Кандидат наук із соціальних комунікацій Вікторія Георгієвська у 2016 році також досліджувала гендерну презентацію у політиці на прикладі друкованих ЗМІ [6]. Об'єктом цього дослідження була партійна періодика: «Свобода», «Солідарність», «Нація і держава» та інші. Ці видання, а саме зображення на їх перших шпальтах, науковця проаналізувала на прояви *«гендерної асиметрії»* [6].

Спершу вона звернула увагу на образ політикині у березневих номерах (саме тоді в Україні 8 березня відзначається як Міжнародний жіночий день). На перших сторінках, звісно, були фотографії відомих народних обраниць та квіти у якості символу свята. Вікторія помітила позиції самих політикинь щодо привітальних матеріалів: «У номері газети «Солідарність» першу сторінку прикрашає фото з квітами, а народний депутат України Ірина Фріз відповідає на запитання редакції: чи святкує вона 8 Березня та що хотіла б побажати українським жінкам? Відповідь була досить виваженою: *«Українські жінки варті того, щоб їм освідчувались у коханні й дарували квіти щодня, а не лише один раз на рік... Для мене особисто початок березня – це передусім початок весни...»* (2016. – № 3).

Натомість на шпальтах газети «Свобода» у депутат Черкаської обласної ради від ВО «Свобода» Оксана Ковбоша заявила: *«Друзі, мене не потрібно вітати з Днем захисту жінок! Я не беззахисна! Я не феміністка і не соціалістка. Я маю рівні виборчі права (які, до речі, реалізувала). Я можу голосувати [...] тому заспокойтеся з 8 Березня. Якщо так хочеться привітати, то потерпіть до завтра (9 березня – День народження Т. Г. Шевченка)»* [6].

Як бачимо, медійники використовують стереотипні зображення та запитання. Хоч і не з намірами нашкодити, але саме за допомогою таких деталей у суспільства формується уявлення про жінку як про слабку статтю.

Науковиця звернула увагу і на дотримання кількісного гендерного балансу зображення політиків та політикинь у випусках преси. Так із 18 світлин «Солідарності» на 11-ти зображені чоловіки, а на 4 жінки; «Свобода» вміщує 30 зображень, з яких на 24 – лише чоловіки, на одній – жінка-пенсіонерка; «Нація і держава» має 22 матеріали з ілюстраціями: «6 групових знімків 3 – нейтральні, на 10 представлено чоловіків на 3 – жінки» [6].

Досліджувана партійна періодика таки мала значні вияви «гендерної асиметрії» в бік чоловічої частини політикуму, що виявлялося у частоті їх зображення в матеріалах та у відсутності стереотипізації.

Отже, прояви сексизму в сучасних медіа досі існують. Журналісти «женуться» за аудиторією та провокативністю текстів, закриваючи очі на дотримання гендерного балансу матеріалів, або, хоча б, відсутності кліше та стереотипів, які тільки більше підкріплюють насторожене ставлення соціуму до жінок у сфері управління.

2.2. Основні медіаупередження щодо жіночої участі у вітчизняному державоуправлінні

Національний інститут демократії у вересні 2019 року провів загальнонаціональне опитування, участь у якому взяло 2004 респонденти [25].

На питання: «Хто має бути більш залучений до політичного життя України?» 39% відповіли переважно чоловіки і 27% – винятково чоловіки, чоловіки і жінки порівну –11%.

Другим питанням наводилися причини, чому жінок в політиці менше. 60% опитаних вказали на причину перевантаженості політикинь сімейним життям, 41% – жінки менше зацікавлені політикою і 21%, що немає кваліфікованих жінок. Проте, з останнім твердженням все ж не погодилися 66% респондентів, а з попередніми близько 30%.

Така статистика доводить те, що у суспільстві ще досі залишилися навіяні стереотипи стосовно жінок, що беруть участь в урядуванні.

За даними моніторингового дослідження на дотримання гендерного балансу у ЗМІ, проведеного Інститутом масової інформації у березні 2019 року у 11 відомих медіа України [26], «жінки-героїні присутні в онлайн-новинах майже втричі менше, ніж чоловіки, – в середньому у 28% матеріалів. Експертки коментують лише кожен четвертий матеріал – 24%, відповідно, чоловіки виступають в ролі експертів учетверо більше».

37% матеріалів, у яких згадувалися жінки, були на політичну тему. Найчастіше згадувалися Юлія Тимошенко та Світлана Заліщук. Тобто можемо побачити, що засоби масової інформації віддають перевагу чоловікам, якщо новини стосуються політики, а особливо її коментування. При цьому це сприймається вже як усталена норма.

«BBC Україна», посилаючись на дослідження правозахисної організації «Ла Страда-Україна» пише, що «близько 60% жінок страждають від проявів сексизму в українській політиці, 47% - від сексуальних домагань, 59% - від психологічного насильства, 58% - від словесних образ, 62% від приниження через соціальні мережі та ЗМІ. Дослідження охоплювало період 2010-2018 рр. Експерти опитували депутаток парламенту та інших жінок, пов'язаних з політикою, зокрема робітниць Верховної Ради і помічниць членів парламенту, а також жінок, що займають керівні посади» [21].

У документі Рекомендацій CM/Res(2019)1 Комітету міністрів державам-членам щодо запобігання сексизму та боротьби з ним сексизм визначається як «будь-яка дія, жест, візуальний прояв, вимовлені або написані слова, практика або поведінка, в основі яких лежить ідея про те, що людина або група людей гірші через свою стать, та які проявляються в публічній або приватній сферах, у мережі або поза нею і скеровані на (або спричиняють):

- порушення власної гідності або прав людини чи групи людей;
- фізичну, сексуальну, психологічну або соціально-економічну шкоду або страждання особи чи групи осіб;
- створення загрозливого, ворожого, принизливого або образливого середовища;

•перешкоджання незалежності або повноцінному здійсненню прав людини з боку особи чи групи осіб; підтримку та посилення гендерних стереотипів» [35, с. 8].

Найрозповсюдженішою формою сексизму щодо політикинь є гендерні стереотипи. Наведемо кілька прикладів:

- політика – не жіноча справа;
- жінки гіперемоційні, тому не мислять глибоко;
- жінки повинні працювати у гуманітарній сфері, а чоловіки в технічній;
- політикині завжди будуть по декретам.

Яскравим прикладом політичного сексизму є протистояння Дональда Трампа і Гіллари Клінтон на президентських виборах 2016 року в США. Після перемоги Трампа його зображали Персеєм, що обезголовлює Медузу, тобто опонентку, мовляв чоловіки знову «зробили» жінок [1].

Центр прав людини «ZMINA» виокремили 8 стереотипів [42] стосовно урядовиць, які вживають медійники (особливо у заголовках) задля більшого ажіотажу новин, або, коли новину потрібно «висмоктати з пальця».

1. Одяг і зовнішність (коли замість того, щоб описати реальну роботу політикині вдаються до опису її модного чи не дуже вбрання чи, наприклад, результату пластичної операції);
2. Натяк на незрілість (коли вказують вік політикині, при цьому наче протиставляючи його високій посаді, ніби ще надто юна для неї);
3. Жарти про колір волосся (чомусь вже так склалося, що у суспільстві побутує міф про низькі розумові здібності білявок, хоча колір волосся залежить лише від пігменту у ньому);
4. Поради про сім'ю і заміжжя та, взагалі, втручання у особисте життя, що аж ніяк не стосується роботи;
5. Порівнювати негативні явища з жінками, наче вони – це хаос;
6. Пояснювати успіх жінки допомогою чоловіка;

7. Поділ на жіночі та чоловічі професії (до прикладу, жінки в армії не служили, отже у військовій справі не тямлять);

8. Недоречне підкреслення статі (з одного боку заголовок «Мером стала жінка» підкреслює успіх жіночої частини політикуму, проте, з іншого боку, применшує її значення).

Отже, серед соціуму України досі побутує думка про те, що політика здебільшого чоловіча справа. Підкріплюють ці настрої засоби масової інформації, які не відображують достатньої жіночої участі в управлінні, натомість концентруючи увагу на зовнішності та особистому житті політикинь, що не несе в собі іншої мети окрім як розважальної.

2.3. Порухення прав політикині проявами сексизму на телебаченні (на прикладі телевізійних випусків новин та політичних ток-шоу)

Спробуємо проаналізувати деякі матеріали за участю чиновниць на українському телебаченні за 2019 рік на різні прояви сексизму. До того ж, саме минулоріч в Україні відбулися сьомі вибори Президента України та вибори у Парламент, тож на хвилі передвиборчих і після виборчих подій у випуски телеканалів увійшло чимало таких.

1. «1+1» – український загальнонаціональний телеканал, який входить до медіаконгломерату «1+1Media». Кінцевим бенефіціарним власником телеканалу є Ігор Коломойський.

Серед програм, в яких згадуються політикині ми виділяємо наступні:

- «ТСН» (телевізійна служба новин);
- «Право на владу» (політичне ток-шоу).

Наприклад, у випуску «ТСН» 19:30 за 17 вересня 2019 року, який має назву «Нові депутатки», (маючи на увазі депутаток нового скликання ВРУ), і розміщений на платформі «You-Tube» ще у самому описі зазначено *«Провокативний одяг та інтимне листування – чим відзначились депутатки нового скликання. ТСН простежила за депутатками нового скликання і розкаже, чим вони запам'яталися за перший місяць роботи. А ще дізналася,*

кому в СМС-повідомленнях освідчувалася депутатка Олена Криворучкіна, яку всі тепер знають як "Зелену кнопочку» [45]. Це вже містить інформацію особистого характеру, яка ніяк не пов'язана з роботою політикинь. У самому ж сюжеті у проміжок 0:38-1:02 хв крупним планом виведено особисте листування Олени Криворучкіної, що порушує статтю 3 КЖЄ [17, с. 3]. Про повагу журналіста до приватного життя людини. На 2:26 хвилині помічають іще одну депутатку, коментуючи: *«А це ще одна яскрава слугиня народу Ірина Аллахвердієва»*, 2:55 *«За яскравим образом, прихована ще й яскрава особистість»*. З 3:15 по 3:36 коментують дороги на відверті сукні *«білявки»*, порівнюючи зі стилем Ірини Геращенко [45].

Чи варто говорити, що увесь сюжет побудований на відвертому сексизмі, недоречності висвітлення особистого життя та зовнішності, не відповідає прямому завданню журналістики.

А от раніше, ще 5 вересня цього ж року у випуску політичного ток-шоу *«Право на владу»* 22:30 журналіст поставив народній депутатці Ірині Геращенко запитання 1:24:52, вирішивши *«розрядити напружену атмосферу»*. Питання звучало: *«Як Вам наші нові колежанки в Раді, чи подружилися вже з кимось познайомитись? – а потім додав: – Жінки все одно між собою дивляться хто в чому прийшов, у кого яка зачіска, потім це все обговорюють. Чий образ подобається найбільш?»*

На це питання депутатка відповіла прямо: *«Ви ставите сексистські запитання. Я приходжу в Парламент для іншого: читати і голосувати за закони і мені шкода, що такий молодий журналіст ставить такі запитання»* [46].

Журналіст же замість того, щоб попросити вибачення лиш відповів, що не бачить нічого сексистського. При цьому за кілька хвилин до того він питав чоловіків-політиків про економіку та реформи, а сама ж Ірина розповідала йому про подолання сексизму в Раді за допомогою гендерних квот. У цьому випадку ми спостерігаємо некоректне питання, яке не стосується діяльності політикині.

До речі, за дослідженням «Детектор медіа» гендерного балансу політичних ток-шоу періодом з 28.01 по 06.05.2019 року (власне у передвиборчий процес) у 15% «Права на владу» не було запрошено жодної жінки-експертки [12].

2. «112 Україна» – приватний український телеканал інформаційної агенції «112.ua».

Серед програм, в яких згадуються політикині ми виділяємо такі:

- «Новини 112» (новини);
- «Пульс» (політичне ток-шоу);
- «Чому так» (політичне ток-шоу);
- «Урядовий квартал» (політичне ток-шоу);
- «Вечірній прайм» (політичне ток-шоу);
- «Голос народу» (політичне ток-шоу);
- «Ліवेशоу» (політичне ток-шоу).

Як бачимо, на цьому телеканалі досить багато програм, у яких час від часу мова йде про політикинь.

Цікавий випадок вияву сексизму ми помітили у випуску «Чому так» від 8 червня 2019 року [50].

Він був повністю присвячений жінці у політиці і мав назву «Бути політиком: чоловіча чи жіноча робота?». Ведуча постійно вживає сексистські номінації, називаючи чиновниць «прекрасною статтю» та подібними. Від запрошених експертів у ході дискусії постійно лунали фрази на кшталт: *«Жінці в політиці складніше, ніж чоловікам, тому що політичні дискусії це складніше, ніж нарізати салати та прасувати»*; *«більшість жінок в українській політиці, як і українських ведучих жінок, отримали свої посади завдяки чоловікам, які просувають на посади коханок»*; *«до чоловіків потрібно саджати жінок, щоби в кабінетах було охайно і прохолодно»*; *«жінкам не подобається політика, бо кожна жінка ідеалізує все : свого чоловіка, оселю, країну»* [50].

При цьому упродовж усього випуску ведуча Євгена Скорина лише мило посміхалася з невдалих жартів, зовсім не роблячи зауважень, ба-більше, і сама

інколи впускала сексистські жарти і кивала головою взгоду деяким подібним твердженням.

З боку журналістів тут помилка не у діяльності, а скоріше, у бездіяльності при проявах сексизму. Загалом, хоч випуск і був присвячений гендерному питанню і Раді, проте, його виставляють як щось не потрібне.

За дослідженням «Детектор медіа» гендерного балансу політичних ток-шоу періодом з 28.01 по 06.05.2019 року (власне у передвиборчий процес) у ще одному ток-шоу «Пульс» аж у 33% ефірів не було запрошено жодної жінки-експертки, хоч про них і говорили досить багато [12].

3. «ICTV» (англ. International Commercial TeleVision – «Міжнародна комерційна телерадіокомпанія») – український телеканал. Входить до медіахолдингу StarLightMedia.

Серед програм, в яких згадуються політикині ми виділяємо наступні:

- «Факти» (новини);
- «Свобода слова» (політичне ток-шоу).

До прикладу візьмемо випуск інформаційного випуску новин «Факти» від 8 лютого 2019 року [47].

Першою новиною стало оголошення остаточної кількості зареєстрованих ЦВК кандидатів у президенти. На 2:30 хвилині журналіст аналізує приблизний вигляд кандидата і каже: *«Як виглядатиме цьогорічний кандидат? Це буде чоловік, щоправда, з сильним жіночим началом... представниць слабкої статі в бюлетені чотири»* [47]. Конкретних жінок у приклад тут не наведено, проте поняттям жіночності підмінюють поняття слабкості та неповноцінності. Як бачимо журналіст, по-перше, наче знецінює чоловіка «сильним жіночим началом», а, по-друге, називає політ кандидаток «слабкою статтю» – це лише підкріплює вже віками сформований стереотип стосовно жінок і є неприпустимим та дискримінаційним.

Щодо політичного ток-шоу «Свобода слова», то випадків сексистських звертань до політикинь виявлено не було. Це ток-шоу може слугувати прикладом для наслідування. А за дослідженням «Детектор медіа» гендерного

балансу політичних ток-шоу періодом з 28.01 по 06.05.2019 року (власне у передвиборчий процес) «Свобода слова» у кожен свій випуск запрошувала бодай одну жінку-експертку [12].

4. «Лідером» цього хіт-параду сексизму стає канал «Прямий» – український інформаційний телеканал, що працює у форматі інфотейнменту.

Серед програм, в яких згадуються політикині, ми виділяємо такі:

- «The week» (політичне ток-шоу);
- «По факту» (інформаційно-аналітична програма);
- «Новини 112» (новини);
- «Прямий ефір» (політичне ток-шоу);
- «Ситуація» (політичне ток-шоу);
- «Ехо України» (політичне ток-шоу).

Розберемо два кейси саме останнього ток-шоу «Ехо України». Перший від 13 лютого 2019 року [48].

Ведучий Матвій Ганапольський неодноразово (зрештою, у властивій йому манері) вдається до гіперемоційних висловлювань у бік різних політиків, так він називає депутатку Юлію Литвиненко *«бой-бабою»* і каже, що *«у нее есть принцыпы»* 50:10 лиш за те, що вона може конкурувати з чоловіками за пост Президента. Це підкріплює стереотип, що лише мізерний відсоток дійсно сильних духом жінок здатні до управління.

Ще одним прикладом з цього ж ток-шоу (тільки вже у випуску датованому 2 квітня 2019 року [49]) є вислів ведучого *«Ідеальний кандидат і здосвідом, і з косою... В сто лет баба ягодка опять»*, маючи на увазі кандидатку Юлію Тимошенко. Тут виявляється скоріше особиста образа чиновниці, котру назвали 100-річною бабою і акцентували увагу саме на її статі приплівши до досвіду характерну жінці косу – наче глузуючи.

Знову ж беручи до уваги дослідження «Детектор медіа» гендерного балансу політичних ток-шоу періодом з 28.01 по 06.05.2019 року (власне у передвиборчий процес) це політичне ток-шоу має майже найвищий відсоток проведених ефірів без участі жодної жінки-експертки – 36% [12].

Отже, як бачимо, образ жінки, а тим паче чиновниці часто нівелюють використанням стереотипних описів, запитань, ігноруванням участі у дискусії та навіть бездіяльністю у випадку прямих порушень прав людини. Такі кроки є неприпустимими для засобів масової інформації, оскільки суперечать стандартам, об'єктивності висвітлення проблем. Інакше, такий образ політичині постає засобом маніпуляції глядацькою свідомістю.

2.4. Нормативно-правова база та запобігання медіапорушенням щодо жінок політичного апарату

Якщо вести мову про захист жінок політичного апарату від «медіанападів», то найважливішим документом, який забезпечує їх права (як і усіх громадян України) є Конституція – основний закон держави. Зокрема у статті 24 йдеться: «...Не може бути привілеїв чи обмежень за ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, за мовними або іншими ознаками.

Рівність прав жінки і чоловіка забезпечується: наданням жінкам рівних з чоловіками можливостей у громадсько-політичній і культурній діяльності, у здобутті освіти і професійній підготовці, у праці та винагороді за неї; спеціальними заходами щодо охорони праці і здоров'я жінок, встановленням пенсійних пільг; створенням умов, які дають жінкам можливість поєднувати працю з материнством; правовим захистом, матеріальною і моральною підтримкою материнства і дитинства, включаючи надання оплачуваних відпусток та інших пільг вагітним жінкам і матерям» [19, с. 24].

Майже ідентичне положення наведено у статті 15 Кодексу журналістської етики.

До переліку можна ще додати Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» від 08.09.2005 р. №2866-IV та Закон «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні» від 06.09.2012 р.

Працівники засобів масової інформації повинні ретельно аналізувати висловлювання, оскільки якимось чином допустивши дискримінацію певних категорій людей, вони псують репутацію героям матеріалу, їх ідеям та негативно впливають на статус країни на міжнародному рівні в цілому.

2019 року проєкт ЄС-ПРООН з парламентської реформи у співпраці з офісом Урядової уповноваженої з питань гендерної політики розробив інформаційний посібник для депутатів, який містить пам'ятку для тих, хто транслює думки публічно і допускає вживання дискримінаційних сексистських висловів у бік як чоловіків так і жінок. Прочитуємо:

1. «Якщо це стереотипний жарт, спрямований на висміювання тієї чи іншої особи або групи осіб, то висловлювати чи публікувати його не варто, бо з імовірністю 99% він виявиться дискримінаційним;
2. Не варто вживати зменшувально-пестливі форми на кшталт «хлопчик, дівчинка, сонечко, депутатик, жіночки, чоловічки»;
3. Необхідно працювати над собою, зокрема формувати чутливість до дотримання прав людини. Для боротьби з внутрішніми стереотипами варто вживати фемінітиви, бо це спосіб візуалізувати жінок на «нетипових» посадах» [4, с. 46-47].

Як бачимо, тут виокремлена і специфічна проблема применшення значимості людини або її діяльності за допомогою умисного/неумисного вживання зменшено-пестливих форм.

Центр прав людини «Zміна» також виокремив деякі поради як слід медійникам подавати матеріали саме за участю жінок-політикинь:

1. «Використовувати статистику. Наприклад, 90% потерпілих від домашнього насильства – це жінки та діти. Жінки у середньому заробляють на 30% менше, ніж чоловіки. В українському парламенті представлено всього 12% жінок.
2. Запрошуйте коментувати жінок-експерток про політику, уряд, економіку, бізнес, а не тільки про медичну чи виховну сфери.

3. Про гендерні питання нехай говорять самі жінки через власні історії. Не розставляйте в своєму матеріалі поблажливих акцентів.
4. Правило навпаки. Що хотіли б запитати жінку, чи спитали б ви про це в чоловіка? Чи спитали б ви у народного депутата, з ким його діти, коли він обговорює законопроект у парламенті? Який колір волосся мера, який виграв на місцевих виборах? Не запитуйте про це і в жінки» [42].

Ті ж журналісти та інфлюенсери, хто досі керується правилом, що професії чоловічого роду не мають відповідників у жіночому можуть звернутися за допомогою до словника фемінітивів навчального посібника «Гендерні медійні практики» [9, с. 198-202].

Ми можемо зробити висновок, що на українському телебаченні все ще легко знайти прояви сексизму навіть до чиновниць. Виходячи з цього, можемо виокремити деякі власні поради для підвищення гендерної чутливості:

- Для власників медіа радимо:

- 1) провести аудит гендерної чутливості контенту (частота згадування того чи іншого гендеру);
- 2) не пропускати редакцією сексистських висловлювань, кадрів, підтексту;
- 3) демонструвати важливість гендерного питання в сучасних українських та світових реаліях;
- 4) підвищувати рівень обізнаності стосовно об'єктивної стандартизованої журналістики та дотримання законів серед працівників.

- Для самих журналістів:

- 1) уникайте упередженої мови та образів;
- 2) акцентуйте увагу на роботі, а не на зовнішньому вигляді героїв;
- 3) давайте можливість висловитись представникам різних гендерів;
- 4) не порушуйте журналістські та етичні стандарти в пошуках сенсаційності.

- Для споживачів інформації:

- 1) повідомляйте про виявлені порушення у комісію журналістської етики;
- 2) ставтеся критично до поданої інформації, думайте для чого було вжите питання/ висловлювання/ кадр;

З) висвітлюйте думку щодо гендерної чутливості медіа у вільному доступі, залучаючи до обговорення інших.

Отже, як і у чоловічої частини населення, у жінок є захист законом їхніх прав. Що ж стосується жінок саме на політичній арені, то для їх захисту від сексизму з боку ЗМІ та порушень їхніх прав в ефірах, публікаціях та виступах публічних людей були розроблені специфічні рекомендації, ратифіковані Україною, за дотриманням яких стежать правозахисні організації, Комісія з журналістської етики та, власне, держава.

Висновок. Проаналізувавши матеріали новинних сюжетів або випусків політично орієнтованих ток-шоу на українських телеканалах «1+1», «ICTV», «112 Україна» та «Прямий» на предмет сексизму та порушення прав відносно українських чиновниць, ми дійшли висновку, що на деяких українських телеканалах у медійників немає цілковитої кваліфікації для того, щоб подавати гендерно збалансовану інформацію.

Виявлені правопорушення стосувалися вживання сексистських порівнянь, стереотипізації жінок, ігнорування їхньої участі в обговоренні, порушень їх прав. Спостерігалось використання образу політикині лише задля розгортання сюжету.

Хоча дотримуватись повної об'єктивності та емоційної нейтральності неможливо, завдання медійників докласти якомога більше зусиль, щоб усі прошарки населення мали відчуття комфорту і захисту їхніх прав, а у глядачів формувалося правильне сприйняття дійсності під час перегляду медійних матеріалів.

ВИСНОВКИ

Отож реалізація мети й завдань роботи дозволила нам сконстатувати, що уявлення і сприйняття суспільством жінки, особливо її залучення в суспільно-політичне життя змінювалося відповідно до епохи. У наш час роль жінок набуває все більшого значення, а розуміння гендерного балансу вже є у всіх сферах суспільної діяльності на законодавчому та морально-етичному рівнях.

Боротьба українок за свої свободи завжди була тривалою, складною і продовжується донині. За часів України під владою Росії та у складі СРСР у вітчизняних політикинь з'явилися перші сподівання на досягнення гендерної збалансованості в органах правління задля демократизації влади. Проте досі питання жіночої емансипації не вирішене повністю. Для жінки суспільством «традиційно» заготована ніша матері, хранительки домашнього вогнища, просто красуні.

Спричинюють та підживлюють ці упередження засоби масової інформації, використовуючи стереотипні номінації, судження, теми, не забезпечуючи гендерний баланс між чоловіками та жінками у згадуванні в матеріалах як експертів або в контексті саме політичної діяльності. Це ми бачимо з наведених у роботі прикладів: медіа здебільшого концентрують увагу аудиторії на зовнішньому вигляді, особистому житті чиновниць. Формування такого образу людини (не за її безпосередню діяльність, а за побічні риси) є прямою маніпуляцією суспільною свідомістю та світоглядом. Навряд чи більшу частину подібних описів, запитань, фотографій та й матеріалів в цілому, що стосуються політикинь, можна було б застосувати до чоловіків, оминаючи недолугість. При цьому засоби масової інформації порушують низку нормативно-правових документів, що гарантують забезпечення рівних прав та свобод як жінок, так і чоловіків. До вирішення цього питання підключаються і правозахисні громадські організації, які займаються моніторингом матеріалів ЗМІ та впровадженням проектів щодо врегулювання гендерного балансу в системі державного управління.

Журналістам важко дотримуватись повної об'єктивності та емоційної нейтральності у своїх матеріалах, але їхня діяльність має бути такою, щоб не дискримінувати жодну ланку нашого соціуму, а аудиторія медіа мала правильно сформоване сприйняття дійсності та вдавалася до суджень про політиків, спираючись лише на висвітлені факти їхньої професійної діяльності.

Важливим завданням сьогодення є контроль за діяльністю засобів масового впливу, їх ідейним спрямуванням та відповідністю державним законам і журналістським стандартам. При цьому не варто забувати і про контроль за діяльністю політикуму, яка фіксується засобами масової інформації.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо в ширшому розгляді образу жінки-політикині в українських і західних медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Анатомія і доля: як жінки змінювали себе і чоловічий світ навколо себе.
Укрінформ : веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2891054-anatomia-i-dola-ak-zinki-zminuvali-sebe-i-colovicij-svit-navkolo-sebe.html> (дата звернення: 06.04.2020).
2. Аристотель. Политика. *Етика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории*. Москва : Литература, 1998. 1391 с.
3. Воронова М. Ю. Історія журналістики політичної в Україні. *Велика українська енциклопедія* : веб-сайт. URL: <https://vue.gov.ua/> (дата звернення: 01.01.2021).
4. Гендерна рівність. Міфи, факти та державна політика. / проєкт ЄС-ПРООН з парламентської реформи. Київ, 2020. 60 с.
5. Геник С. Русова Софія : [про життя та діяльн. педагога]. 150 видатних українок. Івано-Франківськ, 2003. С. 172–174.
6. Георгієвська В.. Гендерна презентація в політиці (за матеріалами сучасної партійної преси в Україні). *Образ* : науковий журнал / за ред. Н. Сидоренко, О. Ткаченко. Сумський державний університет; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. Суми ; Київ, 2016. №2 (20). С. 51-55.
7. Гендерні квоти не працюють? *Повага: кампанія проти сексизму* : веб-сайт. URL: <https://povaha.org.ua/henderni-kvoty-ne-pratsyuyut/> (дата звернення: 06.04.2020).
8. Гендерний моніторинг виборів голів рад ОТГ 2015–2017 : аналітичний звіт / Наталія Богренцова, Андріана Костенко, Ніна Світайло, Оксана Ярош. Київ: ЖКУ. URL: <http://www.womeninpolitics.org.ua/investigates/genderniy-monitoring-viboriv-goliv-ta-rad-otg-za-2015-2017-rrpdf> (дата звернення: 01.04.2020).

9. Гендерні медійні практики : навчальний посібник із гендерної рівності та недискримінації для студентів вищих навчальних закладів / Колектив авторів. Київ, 2014. 206 с.
10. Де Гуж О. Декларация прав женщины и гражданки. *Новая электронная библиотека* : веб-сайт. URL: http://read.newlibrary.ru/read/olimpiya_de_guzh/page8/deklaraciya_prav_zhenshiny_i_grazhdanki.html (дата звернення: 01.04.2020)
11. Эрлихман В. В. [Правители Мира. Хронологическо-генеалогические таблицы по всемирной истории](#) в 4 тт. Т1. Древний Восток и античность. Византия и Закавказье. Россия, СССР, СНГ. Восточная Европа. Москва, 2002. 498 с.
12. Жінкам вхід заборонено. Гендерний баланс українських ток-шоу. *Детектор Медіа* : веб-сайт. URL: <https://detector.media/tok-shou/article/167684/2019-05-29-zhinkam-vkhid-zaboroneno-gendernii-balans-ukrainskikh-tok-shou/> (дата звернення: 20. 04.2020).
13. Жінки в політиці України: 100 років еволюції. Гендер в деталях : веб-сайт URL: <https://genderindetail.org.ua/season-topic/polityka/zhinki-v-polititsi-ukraini-100-rokiv-evolyutsii-134913.html> (дата звернення: 01.04.2020).
14. Загальна декларація прав людини: прийнята і проголошена в резолюції 217 А (III) Генеральної Асамблеї від 10 грудня 1948 року № 995_015 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015 (дата звернення: 01.04.2020).
15. Заключні зауваження Комітету з ліквідації дискримінації щодо жінок. – Сорок п'ята сесія, 18 січня 5 лютого 2010 року (CEDAW/C/UKR/CO/7). URL: <https://www.mil.gov.ua/content/gender/CEDAW-Concluding-Observations-UKR.pdf> (дата звернення: 01.04.2020).

- 16.Збірник доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Гендерні теорії, практики: налагоджуючи мости» / упорядн. О. Плахотнік, Л. Гусякова, Т. Ісаєва. Харків : Райдер, 2008. 100 с.
17. Комісія з журналістської етики. Кодекс етики українського журналіста. URL: <http://www.cje.org.ua/ua/code> (дата звернення: 20. 04.2020).
- 18.Конституція Української Народної Республіки (Статут про державний устрій, права і вільності УНР) від 29.04.1918 № n000230018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0002300-> (дата звернення: 01.04.2020).
- 19.Конституція України від 01.01.2020 № 254к/96 ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 13.04.2020).
- 20.Костикова И. В. Введение в гендерные исследования. 2 изд. Москва: Аспект Пресс, 2005. С. 8 –10.
- 21.«Красивые украинские женщины». Тренд или сексизм? *BBC Україна* : веб-сайт URL: https://www.bbc.com/ukrainian/features-russian_48678239 (дата звернення: 06.04.2020).
- 22.Марценюк Т. Чи спрацювала гендерна квота на місцевих виборах 2015 року? Міжнародний центр перспективних досліджень, 2015. 14 с.
- 23.Маслова Ю. П. Особливості конструювання стереотипних / нестереотипних образів чоловіка та жінки у ЗМІ. *Гендерна проблематика та антропологічні горизонти* : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції 16-17 березня 2012 року. Національний університет "Острозька академія", 2012. С. 85-96.
- 24.Маслова Ю. П. Сексизм у мові друкованих засобів інформації. *Українське мовознавство: Міжвідомчий науковий збірник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. Київ, 2009. – № 39/1. С. 289–293.

- 25.Можливості та перешкоди на шляху демократичного переходу України: загальнонаціональне опитування. *НДІ Україна* : веб-сайт. URL: https://www.ndi.org/sites/default/files/NDI_September%202019%20survey_Public_UKR.pdf (дата звернення: 01.04.2020).
- 26.Моніторингове дослідження гендерного балансу в українських онлайн ЗМІ. Інститут масової інформації : веб-сайт. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/monitorynhove-doslidzhennia-hendernoho-balansu-v-ukrains-kykh-onlayn-zmi-liutyy-2019-i28311> (дата звернення: 06.04.2020).
- 27.Мор Т. Утопия (De optimo rei publici [sic!] statu, deque nova Insula Utopia libri duo illustris viri Thomae Mori, regni Britanniarum cancellarii). Перевод с латинского А. Г. Генкель при участии Н. А. Макшеевой. Спб. 1903.
- 28.Москаленко А. З. Вступ до журналістики. К. 1997. 265 с.
- 29.Платон. Держава. *Мыслители Греции. От мифа к логике: соч.* Москва: ЗАО Изд-во ЭКСМО-Пресс; Харьков: Фолио, 1998. 832 с.
- 30.Права людини в Україні – 2004 : доповідь правозахисних організацій / за ред. Є. Захарова, І. Рапп, В. Яворського. Харків: Фолио, 2005. 332 с.
- 31.Про канал. Телеканал «ICTV» : веб-сайт. URL : <https://ictv.ua/ua/pro-kanal/> (дата звернення: 20. 04.2020).
- 32.Про канал. Телеканал «1+1» : вебсайт. URL : <https://media.1plus1.ua/ua/media/channels/1plus1> (дата звернення: 20. 04.2020).
- 33.Про місцеві вибори: Закон України від 19.04.2020 № 595 VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/595-19> (дата звернення: 06.04.2020).
- 34.Про нас. Телеканал «112 Україна» : веб-сайт. URL : <https://ua.112.ua/pro-nas> (дата звернення_ 20. 04.2020).

- 35.Рекомендація CM/Rec (2019) 1 Комітету міністрів державам- членам щодо запобігання сексизму та боротьби з ним від 27 березня 2019 року.
URL: <https://rm.coe.int/cm-rec-2019-sexism-ukr-rev-ps-no-track-changes-fin-with-content-al/1680953cb8> (дата звернення: 18.04.2020).
- 36.Симоненко О.В. Інформаційні основи у формуванні іміджу сучасних політичних лідерів України. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України*. 2014. Вип. 2 (70). С. 352-364.
- 37.Скільки депутатів жінок у парламентах світу. *Слово і діло* : веб-сайт.
URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/02/12/infografika/polityka/skilky-deputativ-zhinok-parlamentax> svitu?fbclid=IwAR2RwQg2e16-8dFALBB7LwYrK5siCId_AZ_b-Yfh1l_jjqX99dOW_Er0irY (дата звернення: 06.04.2020).
- 38.Соціально політичні дослідження. *InfoSapiens* : вебсайт. URL: https://sapiens.com.ua/ua/socpol-research-single_page?id=62 (дата звернення: 06.04.2020).
- 39.Супрун В.М. Образ жінки політика в сучасному медіадискурсі України. *Глухівські наукові читання – 2018. Актуальні питання суспільних та гуманітарних наук*: матеріали VIII Міжнар. інтернет-конф. молодих учених і студентів., 4-6 груд. 2018 р. / відп. за випуск Вишник О.О. Глухів : Глухівський НПУ ім. О. Довженка, 2018. С. 190-191.
- 40.Супрун В.М. Феміністичні тенденції в українській публіцистиці середини ХХ століття. *Наукові дослідження – теорія та експеримент 2010* : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., 17-19 трав. 2010 р. Полтава : ІнтерГрафіка, 2010. Т. 7. С. 116-117.

41. Тараненко Е.В. Этические аспекты изображения женщин-политиков в украинских СМК. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. 2006. №4. С. 124-128.
42. Топ-8 стереотипов про женщин, которые охотно тиражируют украинские СМИ. *ZMINA* : веб-сайт. URL: https://zmina.info/ru/articles.ru/top8_stereotipiv_pro_zhinok_jiaki_ohoche_tira_zhujiut_ukrajinski_zmi/ (дата звернення: 20. 04.2020).
43. Український жіночий фонд. Участь жінок у політиці та процесі прийняття рішень в Україні. Стратегії впливу. Київ: УЖФ, 2011. 39 с.
44. Як змінювався гендерний склад Ради останні 30 років. *Слово і діло* : вебсайт. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/03/06/infografika/polityka/yak-zminyuvavsya-hendernyj-sklad-rady-ostanni-30-rokiv> (дата звернення: 15.04.2020).

ДЖЕРЕЛА ДОСЛІДЖЕННЯ

45. Телеканал «1+1». «ТСН» / Нові депутатки. 2019. 17.09. (19:30).
46. Телеканал «1+1». «ТСН» / Право на владу. 2019. 05.09. (22:30).
47. Телеканал «ICTV». «Факти» / Вибори Президента України. 2019. 08.02. (18:45).
48. Телеканал «Прямий». Ехо України : ток-шоу. 2019. 13.02. (18:00).
49. Телеканал «Прямий». Ехо України : ток-шоу. 2019. 02.04. (18:00).
50. Телеканал «112 Україна». Чому так? : ток-шоу. / Быть политиком женская или мужская работа? 2019.08.06. (19:15).