

*Т.Ю. Демух, Г.І. Назаренко, канд. філол. наук, доцент  
(Національний авіаційний університет, Україна)*

## **Роль візуальних образів медійного простору у подоланні гендерних стереотипів як інструменту сегрегації сучасного життя**

*Розглянуто роль візуальної образності у мас-медійному просторі, зокрема, її можливості у подоланні гендерних стереотипів. Окреслена тенденція стрімко розвивається і перебуває у фокусі уваги сучасного суспільства.*

Актуальність дослідження обумовлена негативним впливом гендерних стереотипів у медійному просторі на самореалізацію жінок і чоловіків. У 2021 році гендерні стереотипи все ще становлять загрозу суспільству. Подолання цих стереотипів у XXI столітті стало нагальним і можливим за допомогою використання візуальних образів.

Гендерні стереотипи – сформовані культурою та розповсюджені в ній узагальнені й спрощені уявлення (переконання) людини і мас про моделі поведінки й риси характеру, що відповідають поняттям «чоловік» і «жінка», їх соціальним ролям і функціям. [1] Гендерні стереотипи є ні чим іншим, як своєрідним комунікативним інструментом творчості журналіста й читача (слухача, глядача), певною системою знаків, що полегшують взаєморозуміння. Як правило, в медійних творах зустрічаються дві групи гендерних стереотипів. «Перша група – відображає реальний стан речей (наприклад, принизливе становище жінки в суспільстві, сім'ї, приписані жінці суспільством форми діяльності: виховання дітей, ведення домашнього господарства тощо). Друга група – уявлення, що не відповідають дійсності або застарілі стереотипні уявлення, які часто використовуються як спосіб маніпулювання (наприклад, уявлення про те, що молодість і краса є запорукою успіху й заможності і т. п.)» [2].

Як і будь-які інші, гендерні стереотипи формуються на основі злиття особистого життєвого досвіду й інформації, отриманої з зовнішніх джерел: приклад батьків, закріпленій у дитинстві як норма; приклад оточуючих, який приймається або відкидається; продукти художньої культури; продукти масової культури; медійні продукти. [2]

Сприйняття гендеру та гендерних ролей напряму залежить від того, які візуальні образи люди бачать, адже ми живемо в цифровому світі, що дозволяє набагато більшій масі зображень стати частиною нашого буденного життя. І люди, навіть того не підозрюючи, мають постійне образне сприйняття того, що означає бути чоловіком чи жінкою, яка має бути їх роль у житті.

Протягом останніх кількох десятиліть багато уваги приділяється гендерним упередженням, але в основному гендерна нерівність стосувалася жінок. Гендерні стереотипи продовжують справляти великий вплив на процес соціалізації жінок і чоловіків [3].

Медіа є одним із найбільших агентів соціалізації, а відповідно, вони, як чинники впливу на свідомість різних верств суспільства, вносять один із

найбільш істотних внесків у конструювання гендерної свідомості. ЗМІ формують гендерні установки жінок і чоловіків, приписуючи їм певні гендерні ролі. Відтак, саме у мас-медійних публікаціях соціальні стосунки статей репрезентуються найбільш яскраво. [4]

Відповідно до існуючих досліджень можна виділити *три умовні вектори гендерних стереотипів*. *Перший* базується на уявленнях про психологічні риси та якості особистості чоловіків та жінок – стереотипи «masculine – feminine», згідно з якими чоловіки та жінки є протилежностями. Чоловікам приписується активне, творче начало, здатність вирішувати проблеми, застосовувати розвинуте логічне мислення та власну компетентність. Жіноче ж начало – природно-репродуктивне і тому жінка повинна бути покірною, залежною, емоційною. *Другий* закріплює соціальні начала – професійні ролі чоловіків і жінок. Для жінки головними є сімейні ролі (мати, господарка), а для чоловіка – ролі професійні. *Третій* формує стандартизовані уявлення, пов'язані з відмінностями у змісті праці – жіночої та чоловічої. Місце жінки – у сфері виконавчій та обслуговуючій, чоловіка – у сфері інструментальній та творчій. Ці три вектори тісно переплетені між собою, мають міцні позиції в суспільстві й суттєво впливають на нього. [3]

Між тим, рівні права є однією з ознак правової держави, яка зобов'язана забезпечувати дотримання прав людини, передбачених міжнародним законодавством. Принцип рівності жінок та чоловіків закріплений в Конституції України. Стаття 3 Конституції закріплює рівність чоловіків та жінок у всіх сферах життя. За минулий рік Україна піднялася в Індексі гендерного розриву (Global Gender Gap Report) на шість сходинок і посіла 59-е місце. Звіт про гендерний розрив «оцінює» рівень поділу ресурсів та можливостей між чоловіками та жінками незалежно від загального рівня цих ресурсів і можливостей.

Традиційні стереотипи масової свідомості суттєво обмежують можливості чи то жінок чи то чоловіків. Багато медійників по всьому світу намагаються кинути виклик гендерним стереотипам, щоб створити світ з іншими поглядами. Візуальна культура відіграє важливу роль у представленні гендерних ролей громадськості за допомогою мас-медіа. Це здатне руйнувати стереотипи, провокуючи обговорення, і впливати на те, що люди вважають звичайним.

Дихотомія партнерсько-конкурентних відносин традиційно оцінюється й вирішується у медійному просторі з точки зору гендерної схематизації. Гендерна схема є засобом оцінки когнітивного, афективного, поведінкового вираження діяльності, виконуваної людиною певної статі. Процес гендерної схематизації включає спонтанне ранжирування індивідуальних характеристик на так звані маскуліні та фемінні категорії або «еквівалентні класи», попри їх відмінності з точки зору безлічі інших категорій, не пов'язаних з гендером.

Чим вищий рівень схематизованості у гендерному аспекті, тим більш стереотипно оцінюється поведінка людини. Відповідно, жінкам приписується занадто висока емоційність та лабільність, а чоловікам – витривалість та мужність. На практиці така схематизованість призводить

до упередженого сприйняття людини жіночої або чоловічої статі. [5] Подібна стереотипізація прослідковується в українських ЗМІ й потребує свідомого і системного подолання гендерних стереотипів як інструменту сегрегації сучасного життя.

Однією з ефективних акцій, спрямованих на вирішення окресленої проблеми, стала масштабна інформаційна кампанія, пов'язана з реалізацією проекту «Я зможу!» фонду Олени Пінчук. Як і сам проект, кампанія була спрямована на посилення ролі жінок в українському суспільстві, подолання гендерних стереотипів.

Головною метою цього всеукраїнського заходу було довести, що жінка в Україні може стати успішною у будь-якій сфері. Успішні та відомі жінки, історії яких надихають, стали прикладом для багатьох. У рамках проекту разом із дизайнерами було створено капсульну колекцію жіночих футболок з принтами проти гендерних стереотипів «Не вішай ярлики!». Завдання учасників акції – спонукати людей позбавитися штампів щодо жінок, не мислити упереджено та не ділити світ за гендерною ознакою [6]. Наразі у соціальних мережах розпочався флешмоб #НеВішайЯрлики. Щоб підтримати акцію, необхідно було розмістити своє фото чи відео в футболці з колекції «Не вішай ярлики!» в Facebook, Instagram або Twitter з хештегом #НеВішайЯрлики та історію із власного життя щодо гендерних стереотипів, з якими довелося стикатися в житті.

Журнал «L'Officiel», численні сайти й акаунти у соцмережах активно висвітлюють цю акцію, використовуючи ефектні візуальні образи. «Це не просто проект про стереотипи, які суспільство навішує на жінок. Це проект про те, як стереотипне ставлення наших вчителів, батьків та суспільства впливає на життя жінок. Як ми намагаємося відповідати очікуванням родичів та поспішаємо виходити заміж через те, що вже час; як ми не віримо в жіночу дружбу та підтримку через те, що хтось сказав, що жіночої дружби не існує; як ми шукаємо багатого чоловіка замість того, щоб шукати цікаву роботу та достойну зарплатню. Вірю в те, що, вдягаючи ці футболки, жінки зможуть зняти ярлики, які на них навішувало суспільство роками, та стати більш незалежними в своєму виборі», – розповідає директорка Фонду Олени Пінчук Ольга Руднева [6]. На футболках написи, які супроводжуються візуальними образами: «Моє тіло – не фон для реклами», «Сама собі олігархія», «Моє місце там, де я хочу» та ін.

Подібна акція демонструє, як візуальні образи можуть успішно використовуватись у подоланні гендерних стереотипів, апелювати до проблем, які перебувають у фокусі уваги суспільства. Гендерна сегрегація в сучасному українському суспільстві має активізувати зусилля медійників заради повного подолання гендерних стереотипів у сучасному житті.

### Список літератури

1. Fagot, B. I., Leinbach, M. D., & O'Boyle, C. Gender labeling, gender stereotyping, and parenting behaviors [Електронний ресурс] / Fagot, B. I., Leinbach, M. D., & O'Boyle, C. – Режим доступу до ресурсу: <https://doi.org/10.1037/0012-1649.28.2.225>.

2. Соколова Е. А. Гендерные стереотипы в современной провинциальной прессе: образная специфика [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://shgpi.edu.ru/files/nauka/vestnik/2013/2013-3-35.pdf>

3. Л. Б. Магдюк. Гендерні стереотипи. Вплив гендерних стереотипів на представлення жінок і чоловіків на ринку праці. Забезпечення рівного доступу чоловіків і жінок до працевлаштування за гендерно-обмеженими спеціальностями» // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 4. – С. 32–40.

4. Азарова Е. / Е. Азарова. Функционирование моральных гендерных стереотипов в современном коммуникативном пространстве // Этическое и эстетическое: 40 лет спустя. Материалы научной конференции. 26-27 сентября 2000 г. Тезисы докладов и выступлений. – Спб.: Санкт-Петербургское философское общество. 2000. – С. 9-12.

5. Москаленко В. Гендерна культура суспільства. Гендерні норми. Гендерні стереотипи як протиставлення маскулітності і фемінності. Гендерні ролі. Гендерна ідентичність особистості /В. Москаленко. Соціальна психологія: підручник. – К., Академвидав, 2005. – 567 с.

6. Не вішай ярлики! "Всі. Свої" представили колекцію футболок проти гендерних стереотипів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://officiel-online.com/all-news/vsi-svoi-t-shorts-ne-vishai-yarliki/>.