

Гендерний баланс — як тренд часу.

Про репрезентативність жінок у регіональних чернівецьких медіа.

Впродовж 15 - 21 січня 2025 р. медіаекспертна спільнота знову цікавилась гендерною чутливістю медіа. До моніторингу було обрано обласні/ регіональні друковані та інтернет-видання. Так, у Чернівецькій області проаналізовано 610 публікацій: 83 – у газетах «Буковина», «Молодий буковинець», «Погляд» та 527 – на інтернет-платформах «АСС», «Букінфо», «Версії», «Чернівецький промінь», «Шпальта», «0372 Сайт міста Чернівці».

Газети та сайти згадували жінок або ж звертались до них на рівні 30%, що загалом показує гендерну налаштованість редакційних політик. Принаймні таку ж цифру бачимо у зимових моніторингах регіональних медіа 2021 та 2023 років.

Наразі — деякі спостереження.

Друкованим виданням не вистачило буквально кількох кроків до впевненого гендерного балансу. Хоча загалом вони демонструють зацікавленість у думці жінок (46%), досягнути ідеального співвідношення «експертки-експерти» друкованим медіа завадили теми політики/діяльності місцевої влади, де тільки 23% коментарів/прямої мови належали жінкам, війни (20%) та спорту (0%).

Коментарі/цитати жінок (називаємо їх **експертками**) потужно переважають у темах соціального захисту (100%), охорони здоров'я /медицини (83%), волонтерства/благодійності (80%), освіти/науки (75, економіки та культури (по 67%).

Як досягти гендерного балансу? Це штучний процес! - чули такі репліки? А може, не так вже й складно. До прикладу, у газеті «Буковина» спалах метаневмовірусної інфекції пояснюють інфекціоністка та інфекціоніст («І знову новий вірус»), а про виготовлення окопних свічок розповідають обидвоє з подружжя.

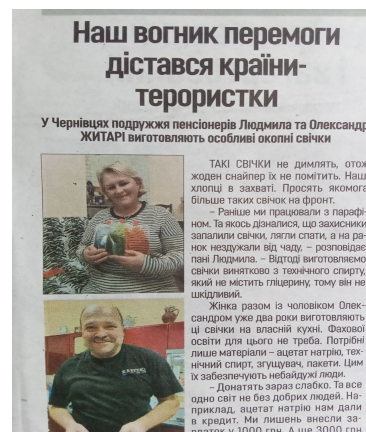


Або можна використати інший прийом візуалізації. Так, «Молодий буковинець» статтю про організацію шкільного харчування, яку коментує головна освітянка міста, ілюструє світлиною, де порівну школярок та школярів :))

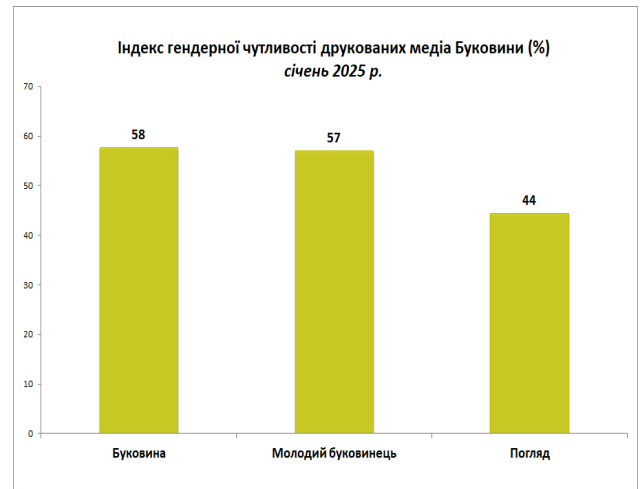
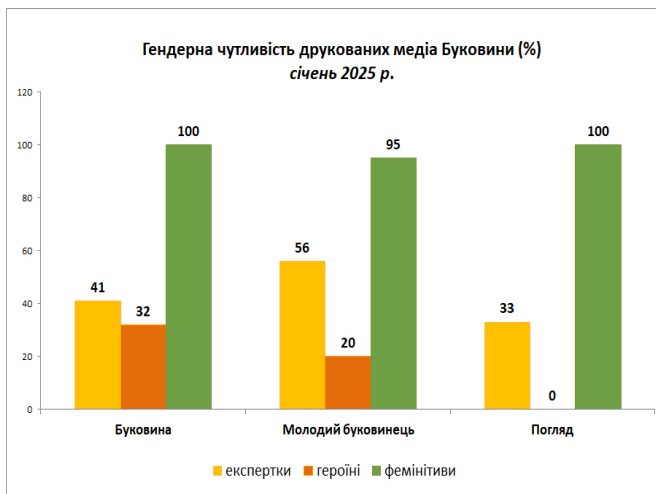
«Погляд» не тільки запрошує до коментаря експертку

юристку, але й ілюструє важливу соціальну тему гендерно збалансованим фото.

На жаль, **героїнями** газетних публікацій жінки стали у 26% випадків. Окрім переваги у темі економіки/ бізнесу та балансу у темах волонтерства, культури, спорту (по 50%) - згадувань жінок мало у публікаціях про політику/місцеву владу (8%), війну/армію (10%), роботу правоохоронних органів та кримінал (43%). Щоправда, героїв теж катма — чимало публікацій безособові.



На діаграмах нижче бачимо співвідношення жінок/ чоловіків у газетних статтях, а також індекс гендерної чутливості - досить високий завдяки... високій питомій вазі фемінітивів, про які ще згадаємо.

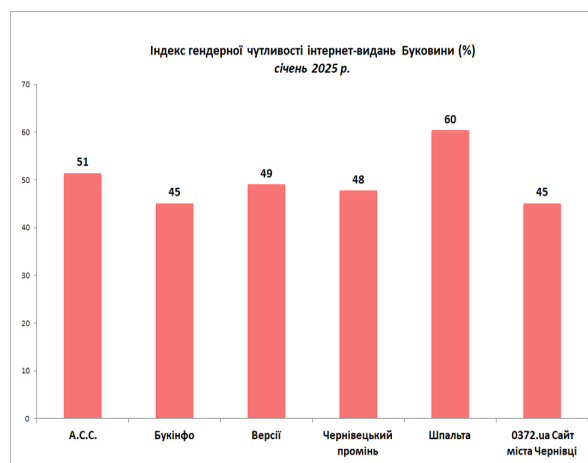
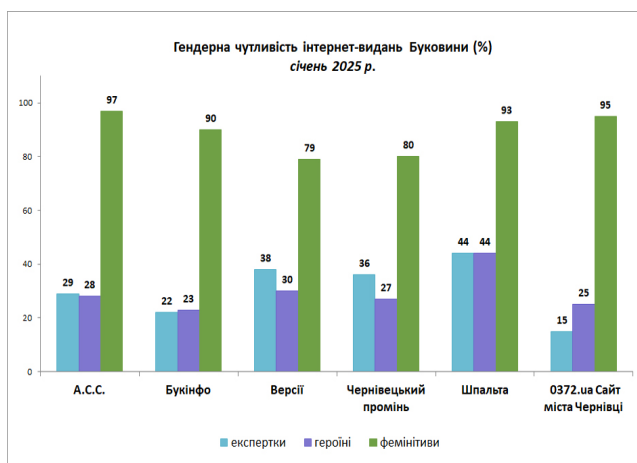


В Інтернет-медіа видимість жінок — 27,5% (28% експерток та 27% героїнь).

Їхні **коментарі** переважають у новинах про соціальний захист, волонтерство/благодійність, екологію (по75%), економіку (54%), звучать паритетно (50%) щодо криміналу/ ДТП/ надзвичайних ситуацій (завдяки речницям:)), наближаються до балансу (44%) в охороні здоров'я/медицині.

Героїні на сайтах: стовідсотково у соціалці, переважно в освіті/науці (62%), збалансовано в економіці/бізнесі (50%), наближено (по 40%) у культурі та медицині. 37% спортсменок — завдяки (віддамо належне) «Шпальті», яка врівноважила баскетболістів та волейболісток, подавши списки команд. Рідкісна тема дозвілля подана майже збалансовано (47%) зусиллями «АСС»: у статті про рейтинг фільмів згадано і героїв, і героїнь. Такі підходи могли би стати прикладами для рубрик «Спорт» та «Цей день...», де гендерний баланс вкрай рідкісний.

Місце кожного з інтернет медіа щодо гендерної чутливості візуалізоване на діаграмах. Зауважмо, що індекс гендерної чутливості визначається за кількістю експерток та героїнь та означенням посад/зайнятості жінок іменниками жіночого роду.



Тема війни прямо чи опосередковано присутня у 37% газетних та 34% інтернет публікаціях. Якщо експерток відповідно 32% і 20%, то героїнь 13% і 17%. Нехай би зовсім не було такої статистики, а жінки й чоловіки візуалізувалися у мирних темах та мирних іпостасях, щоб не доводилось писати про *військовослужбовиць, офіцерок, парамедикiнь...*

Про фемінітиви. Рівень їх застосування (понад 92%) показали діаграми: 97% у друкованих та 88% в інтернет виданнях. До фемінітивів буковинські медіа прихильні давно, і про примус, зрозуміло, не йдеться. Швидше про логіку часу, доцільність та привабливість. Це до суперечок, які точаться перманентно. Недавно прочитала обурення офтальмологинею; комусь не подобається директорка чи професорка, бо у чоловічому роді звучить солідніше; хтось має власний принциповий погляд попри редакційну політику... Кілька сайтів у кримінальній хроніці про привласнення благодійної допомоги згадали підприємцю, яка виступала фігуранткою — інший вирішив, що стаття тут ролі не грає і просто згадав підприємця у схемі. Інші сайти за одним джерелом в новині про ДТП написали *жінка-пішохід*, бо, мабуть, пішохідка якось не теє... Добре, що в пресслужбах силових структур працюють жінки — більше балансу в коментарях

Читаємо звичне хірургиня, керівниця, власниця, психологиня, дієтологиня, переможниця, авторка, депутатка, капеланка — і раптом проскакують адвокат, тренер, лікар. То чому політикиня, пілотеса, поетеса, колядниця, трактористка — ок, а офтальмологиня — не ок?

Моніторинговий тиждень привернув увагу кількома тематичними матеріалами.

Серед них: «Покликання не має статі» - розповідь про капеланку (Молодий буковинець), «Криза як можливість «знайти себе» - історія пацієнтки, якій психотерапія дала поштовх жити яскраво – попри онкозахворювання (Версії), «Папа Римський вперше в історії призначив жінку керувати у Ватикані (ACC), «Соціальна працівниця освоює професію трактористки» (0372) та ін.

Стереотипів та сексизмів у буковинських медіа не зафіксовано.



Середній Індекс гендерної чутливості буковинських медіа у січні 2025 р. – 52%.
Ознайомитися з підсумковими результатами моніторингу регіональних медіа 24 областей (інфографіка) можна на [сайті Волинського прес-клубу](#).

Тетяна Смолдирева, медіаекспертка

Гендерний моніторинг журналістських матеріалів регіональних видань України відбувається у межах проекту «Гендерночутливий простір сучасної журналістики», який реалізовує Волинський прес-клуб у партнерстві з Незалежною громадською мережею прес-клубів України