



ПОРАДНИК

**«ЯК НАБЛИЗИТИ
СВОЮ РЕДАКЦІЮ
ТА КОНТЕНТ
ДО ГЕНДЕРНОЇ
ЧУТЛИВОСТІ»**

Над розробкою Порадника «Як наблизити свою редакцію та контент до гендерної чутливості» працювала: Єлизавета Кузьменко – медіаконсультантка та тренерка з питань гендерної рівності та недискримінації, голова ГО «Асоціація «Жінки в медіа», членкиня Комісії з журналістської етики. У 2019-2020 роках медіатренерка Thomson Reuters Foundation та Institute for War and Peace Reporting (IWPR). У 2019 році спікерка Світового форуму за демократію у Страсбурзі на тему «Гендерна рівність у ЗМІ». З 2018 року національна експертка медійних і гедерних проєктів Офісу Ради Європи в Україні. З 2018 року кураторка медіакластеру Форуму видавців у Львові. У 2016-2019 роках працювала на Громадському радіо. Закінчила Одеську юридичну академію, магістр права. Навчалася на польських студіях Вроцлавського університету та стажувалася в Комітеті з питань національних і етнічних меншин польського Сейму.

Ця публікація підготовлена у рамках проєкту «Сприяння розбудові сталості незалежних регіональних медіа, орієнтованих на інтереси громади», що виконується Координатором проєктів ОБСЄ в Україні.

Погляди, думки, висновки та інша інформація, наведені у цьому документі, не були надані та не обов'язково схвалені Організацією з безпеки та співробітництва в Європі (ОБСЄ), якщо ОБСЄ не є чітко вказана як автор цього документу.

ЗМІСТ

Вступ	4
Для чого журналістам і редакціям дотримуватися гендерної рівності?	5
Як функціонує гендерна рівність в медіа?	6
З чого почати? Перші три кроки	12
Законодавство та етичні норми професії журналіста	20
Корисні посилання для поглиблення знань	22

ВСТУП

Гендерна рівність означає однакову присутність, повноваження, відповідальність та участь як жінок, так і чоловіків у всіх сферах суспільного життя, зокрема, у сфері медіа.

Медіа відіграють значну роль у формуванні і зміні суспільних норм та переконань. Вони демонструють реалії суспільства, але разом з тим, конструюють цю реальність, часто посилюючи наявні стереотипи про жінок і чоловіків.

У багатьох країнах стереотипам піддаються як чоловіки, так і жінки. Жінок зображують найчастіше полярно: домогосподарками або жертвами. Чоловіків, як правило, характеризують як ділових та домінуючих. Крім того, жінки менш помітні в новинах та коментують здебільшого теми культури, здоров'я або сім'ї. В той час, як чоловіків частіше запрошують говорити про армію, фінанси, управління державою чи важку промисловість.

За даними дослідження¹ Інституту масової інформації (ІМІ), проведеного в березні 2020 році в новинах регіональних медіа жінки згадуються приблизно втричі рідше, ніж чоловіки. Зокрема, на жінок-експертток припадає не більш ніж 28% загальної кількості експертів, число героїнь у новинах не перевищує 29% загальної кількості героїв у стрічках новин регіональних онлайн-медіа².

За даними Держстату 2020 року в Україні 53,6% населення – це жінки. То чи варто медіа втрачати вагомий сегмент своєї аудиторії, роблячи внесок жінок у розбудову суспільства непомітним? Цей Порадник допоможе розібратися як журналістам стати гендерночутливими, а редакціям виробляти гендернозбалансований контент.

¹ <https://imi.org.ua/monitorings/v-regionalnyh-novynah-vtrychi-menshe-zhinok-anizh-cholovikiv-doslidzhennya-imi-i32059>

² Висвітлення виборів в Україні: Порадник для журналістів та редакцій // С. Остапа, Д. Дуцик, Є. Кузьменко, В. Володоська / Упоряд. О. Погорелов. – К, 2019. – С.17. http://www.cje.org.ua/sites/default/files/poradnik_final_0.pdf



ДЛЯ ЧОГО ЖУРНАЛІСТАМ І РЕДАКЦІЯМ ДОТРИМУВАТИСЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ?

- Щоби отримати довіру своєї аудиторії, досягнувши стандартів достовірності та повноти, подаючи матеріали із дотриманням гендерного паритету;
- Відобразити реальність. Якщо половина населення України жінки — вони мають бути збалансовано представлені в онлайн-медіа, телебаченні чи подкастах.
- Дотримуватися етики професії журналіста. Так, згідно п.15 Кодексу етики українського журналіста дискримінація за ознакою статі, віку чи місця проживання є порушенням журналістських стандартів.
- Дотримуватися чинного законодавства України. Згідно якого, ЗМІ та інформаційні агентства зобов'язані уникати дискримінації та сексизму (зокрема, п.4 ст.47 нового Виборчого Кодексу України та ст.21-1 Закону України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків»).
- Відчувати причетність до європейського демократичного вектора України, що включає забезпечення гендерної рівності у всіх сферах життя.
- Знайти нові підказки для матеріалів і сюжетів, «бачити» новину там, де її не бачать інші журналісти.
- Відчувати причетність та соціальну місію медіа — говорити на теми, які тільки починають широко обговорюватися в українських медіа: розрив в оплаті праці для жінок і чоловіків, домашнє насильство, сексуальні домагання на робочому місці та інше.
- Розуміти своїх закордонних колег, які дотримуються високих журналістських стандартів та відповідно, робити матеріали для іноземних медіа.

ЯК ФУНКЦІОНУЄ ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ В МЕДІА?

Те, про що ви пишете або говорити має відображати те, за якими принципами працює ваша редакція. Непрофесійно писати про сексуальні домагання і замовчувати подібні проблеми в самому колективі. Або мати розрив в оплаті праці за виконану роботу однакової кваліфікації. Якщо недоречні сексистські жарти є частиною редакційних буднів, важко зосередитися на гендернозбалансованому матеріалі. Саме тому, в медіа гендерна рівність функціонує на двох рівнях:

1 РІВЕНЬ	РІВНІСТЬ У СЕРЕДИНІ РЕДАКЦІЇ	КОНТЕКСТ
	<p>Рівні можливості та ставлення до жінок і чоловіків</p>	<p>Важливо, щоби рівне ставлення до жінок і чоловіків стали цінністю вашого медіа. Таким же базовим стандартом існування і роботи редакції, як, наприклад, повнота та достовірність.</p> <p>ПРИКЛАД. Громадське радіо у своєму Статуті, основною метою роботи, серед іншого, назвало «сприяння досягненню гендерної рівності»³.</p> <p>ПРИКЛАД. Онлайн-видання «Заборона» у своїй «Політиці з протидії дискримінації та сексуальним домаганням» вказує на «Неприпустимість дискримінації, домагань, в тому числі сексуальних, сексуальні зазіхання та переслідування співробітників, стажерів, підрядників, волонтерів та інших третіх осіб, які співпрацюють з організацією. Це вважається формою неправомірної поведінки співробітників, і щодо осіб, які вчинили такі проступки, будуть застосовані санкції»⁴.</p> <p>ПРИКЛАД. Своєю «Політику гендерної чутливості» має мережа гіперлокальних медіа Волині «Район.in.ua», який сьогодні об'єднує 30 сайтів. А також одеська газета «Порто-франко», видання «Новини Шумщини» (м. Шумськ, Тернопільська обл.) та інші. Розробка і впровадження цієї політики відбулося за сприяння Волинського прес-клубу і Гендерного</p>

³ Статут ГО «Громадське радіо». Режим доступу: https://www.nrada.gov.ua/wp-content/uploads/2020/02/statut_Hrom_radio.pdf

⁴ Політика з протидії дискримінації та сексуальним домаганням ГО «Заборона медіа». Режим доступу: <https://zaborona.com/politika-z-protidii-diskriminacziyi-ta-seksualnim-domagannjam/>

		<p>центру Волині. Політика доступна для поширення в інших редакціях⁵.</p>
	<p>Рівний доступ до керівних посад та посад, що приймають рішення</p>	<p>Результати досліджень свідчать про те, що чоловіки займають переважну більшість керівних робочих посад у більшості країн. Про це йдеться у "Глобальній доповіді про стан жінок у засобах масової інформації"⁶ 2018 року, яка складена Міжнародним медійним жіночим фондом. Було вивчено понад 500 медіа у майже 60 країнах, в тому числі в Україні.</p> <p>Крім того, дослідження виявило, що 73% вищого керівництва в медіа обіймають чоловіки і лише 27% - жінки. Тільки 33% серед штатних працівників в редакціях - це жінки. Серед репортерів, чоловіки займають майже дві третини робочих місць, у порівнянні з 36% жінок. Однак серед старших спеціалістів, що включає редагування та написання матеріалів, жінки наближаються до паритету - 41%.</p> <p>Рівний доступ до посад, що приймають рішення є вкрай важливою частиною гендерного балансу кожної редакції.</p>
	<p>Рівна оплата праці</p>	<p>Показник гендерного розриву у рівні щомісячної заробітної плати жінок і чоловіків в Україні - 21.2% <i>UNECE, 2017</i></p> <p>За даними Держстату, заробітна плата жінок у сфері медіа становить 79,9% заробітної плати чоловіків, тобто на 20% менше⁷.</p> <p>Чоловіки та жінки мають отримувати однакову оплату за однаковий вид виконаної роботи.</p>

⁵ Політика гендерної чутливості медіа від Волинського прес-клубу і Гендерного центру Волині http://volynpressclub.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1010:14-&catid=10:gendermedia&Itemid=21

⁶ Global Report on the Status of Women in the News Media. Режим доступу: <https://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2018/06/IWMF-Global-Report.pdf>

⁷ «Зі святом. В українських медіа жінки отримують на 20% менше, ніж чоловіки». Режим доступу: <https://povaha.org.ua/zivsvyatom-v-ukrajinskykh-media-zhinky-otrymuyut-na-20-menshe-nizh-choloviky/>

	<p>Гендерна чутливість журналістів (Gender sensitivity)</p>	<p>Гендерна чутливість (Gender sensitivity) — здатність визнавати існуючі гендерні відмінності, наявність у суспільстві дискримінації за ознакою статі, проявів нерівності та враховувати ці аспекти у стратегіях та діях⁸.</p> <p>ПРИКЛАД⁹. На телеканалі «СТБ» у березні 2019 року було подано сюжет про початок прийому дівчат до військового ліцею на рівних правах із хлопцями. У сюжеті було подано думки дівчат, а також синхрон одного із хлопців: «Дівчата не можуть бути військовими, чоловіки мають захищати батьківщину, а дівчата повинні бути вдома та чекати на них». У відповідь прозвучала така реакція журналіста телеканалу: «Люди, які борються за гендерну рівність, з вами б посперечалися».</p> <p>ПРИКЛАД. У березні 2019 року на телеканалі «UA:Перший» проходили дебати «Зворотний відлік», під час яких, політикиня Юлія Тимошенко сказала: «Ми взагалі жінки слабше, і наша сила – в нашій слабкості, і слабкість наша безмежна». Ведучий дебатів журналіст Павло Казарін двічі у відповідь наголосив: «Я вірю у гендерну рівність».</p>
<p>2 РІВЕНЬ</p>	<p>РІВНІСТЬ У МЕДІЙНОМУ КОНТЕНТІ</p> <p>Відсутність сексистських стереотипів</p>	<p>КОНТЕКСТ</p> <p>Сексизм — це будь-який прояв поведінки (у вигляді дії, слова, зображення чи жесту), який ґрунтується на думці про те, що деякі люди, здебільшого жінки, є неповноцінними через свою стать¹⁰.</p> <p>ПРИКЛАД¹¹. Онлайн-видання “Рівне Вечірнє” https://rivnepost.rv.ua/ (м.Рівне) 9 вересня 2020 року подало новину “Стало відомо про ще одного кандидата в мери Рівного. Це жінка”. Цей заголовок містить недоречне акцентування на статі кандидатики, натомість не використовується фемінітив. Щоби</p>

⁸ Гендерна абетка для ОГС. Режим доступу: <http://cd-platform.org/library/posibniki-ta-metodiki/1714-genderna-abetka-dlya-ogs>

⁹ Висвітлення виборів в Україні: Порадник для журналістів та редакцій // С. Остапа, Д. Дуцик, Є. Кузьменко, В. Володовська / Упоряд. О. Погорелов. – К, 2019. – 32 с. Режим доступу: http://www.cje.org.ua/sites/default/files/poradnik_final_0.pdf

¹⁰ Визначення сексизму Радою Європи <https://www.coe.int/uk/web/human-rights-channel/stop-sexism>

¹¹ Перший проміжний звіт за результатами незалежного моніторингу висвітлення в онлайн-медіа та соціальній мережі Facebook місцевої виборчої кампанії в Україні / О. Бурмагін, Д. Дуцик, Є. Кузьменко, О. Юркова. – К., 2020. – 176 с. Режим доступу: <http://www.cje.org.ua/sites/default/files/zvit.pdf>

простежити використання стереотипу достатньо застосувати метод “дзеркало” і подивитися чи так само доречно виглядатиме заголовок, якби мова йшла про чоловіка — *“Стало відомо про ще одного кандидата в мери Рівного. Це чоловік”*.

Крім того, у самому матеріалі видання зазначає: *“Бізнес-леді, лідер думок та мама чотирьох синочків Тетяна Чубай повідомила про намір балотуватися на посаду міського голови Рівного”*.

Слово “бізнес-леді” — це застаріле шаблонне уявлення. Більше про шаблонні взірці жінок в Україні розповідає українська дослідниця, науковиця, гендерна експертка Тамара Марценюк у своїй книзі *“Чому не варто боятися фемінізму”*¹², яка виділяє такі шаблони: “жінка-берегиня”, “жінка-барбі”, “бізнес-леді” та “феміністка”.

Видання майже нічого не повідомляє про досягнення кандидатки, її освіту, досвід роботи, політичні погляди чи передвиборчу програму, натомість акцентує увагу на тому, що вона “мама чотирьох синочків”. Це і є сексизмом.

Паритетна залученість жінок і чоловіків як коментарів, експертів та героїв матеріалів

Жінки-експертки коментують у середньому лише 18% матеріалів в українських онлайн-медіа. 82% коментарів звучать від чоловіків. Такими є дані моніторингу гендерного балансу в медіа, який було проведено Інститутом масової інформації в другому кварталі 2020 року¹³.

Дуже влучно характеризує картину Маргарет Галагер, яка ще у 2010 році в звіті Глобального медіамоніторингу (GMMP), який кожні п'ять років досліджує статус жінок у новинних ЗМІ, підкреслювала: *«В новинах тенденція ігнорувати або, в ліпшому випадку, вести мову про жінок, замість того щоб говорити з ними або через них, глибоко вросла в нормативну культуру і відповідно у методи збору інформації та загальну практику медіапродакшену»*.

¹² <https://ua.boell.org/uk/2018/09/25/chomu-ne-var-to-boyatisya-feminizmu>

¹³ <https://imi.org.ua/news/zhinky-eksperty-komentuyut-lyshe-18-materialiv-v-onlajn-media-doslidzhennya-imi-i33698>

ПРИКЛАД. Під час Президентських виборів в Україні 2019 року ток-шоу «Пульс» на телеканалі «112 Україна» тривало майже 4 години. Тема ефіру було присвячена виборам та поїздкам кандидатів регіонами. Зокрема, 15 чоловіків-експертів і політиків та жодної жінки. Єдина жінка у студії це була співведуча програми.

ПРИКЛАД. 20 лютого 2019 року в ток-шоу «Український формат» на телеканалі «NewsOne» не було жодної жінки серед запрошених гостей, натомість коментували ефір 14 чоловіків. Тема ефіру стосувалася п'ятої річниці масових убивств на Майдані.

Додаткова увага до соціальноважливих тем. Як наприклад, домашнього насильства чи збільшення політичної участі жінок

Тема «гендерна рівність в політиці» була в трійці найменш обговорюваних в регіональних онлайн-медіа разом під час місцевих виборів, разом із темами «Національні меншини» та «Крим». Зокрема, лише 37 статті або 0,09% від загальної кількості проаналізованих 43 065 матеріалів були присвячені обговоренню збільшенню політичної участі жінок¹⁴.

ПРИКЛАД. Збалансовано й коректно подають новини, які стосуються прав жінок та гендерної рівності на сайті hromadske.ua. Так, 7 та 8 березня 2019 року було опубліковано 7 новин, серед яких: «92% згадок про жінок в українських онлайн-ЗМІ стосуються політики, криміналу та шоу-бізу – дослідження ІМІ», а також «Жіноча збірня подала позов на Федерацію футболу США: вимагають однакових зарплат з чоловіками», «Жінки втричі частіше за чоловіків виконують неоплачувану роботу у сфері медицини – ВООЗ», або «Вперше в історії вихід у відкритий космос здійснить виключно жіночий екіпаж» тощо.

Вживання фемінітивів

У 2019 році Уряд затвердив нову редакцію «Українського правопису», у 32-му параграфі якого йдеться про суфікси, за допомогою яких утворюються іменники на означення осіб жіночої статі, тобто фемінітиви.

Використання фемінітивів на позначення жінок за їх професіями, посадами, видами зайнятості у

¹⁴ Фінальний звіт за результатами незалежного моніторингу висвітлення в онлайн-медіа та соціальній мережі Facebook місцевої виборчої кампанії в Україні / О. Бурмагін, Д. Дуцик, Є. Кузьменко, О. Юркова. – К., 2020. – 192 с. Режим доступу: <http://www.cje.org.ua/sites/default/files/FINAL%20REPORT.pdf>

журналістських матеріалах важливий індикатор визначення рівня гендерної чутливості редакції.

Медіамоніторинг¹⁵, що проводився 2020 року під час місцевих виборів за підтримки Ради Європи в Україні показав, що регіональні онлайн-видання використовують фемінітиви несистемно в межах одного сайту, та навіть одної публікації.

ПРИКЛАД. В онлайн-виданні “Погляд” <https://pogliad.ua/> (м. Чернівці) зустрічаються такі фемінітиви: “заступниця голови Чернівецької ОДА”, “заступниця директора”, “лікарка”, “психологиня”, “експертка проекту”. Водночас вживаються посади без фемінітивів: “профільний заступник голови Чернівецької ОДА Наталія Гусак”.

Крім того, відсутня системна редакційна політика щодо вживання фемінітивів в редакціях, натомість якщо окремі журналісти чи журналістки є гендерночутливими, то вони використовують фемінітиви у своїх публікаціях за власної ініціативи.

ПРИКЛАД. Онлайн-видання «Обозреватель» <http://www.obozrevatel.com/> подає новину за 5 вересня 2020 року “Верещук: кияни повинні вирішити, чи хочуть вони ще п’ять років невиконаних обіцянок” у якій авторка матеріалу журналістка Марія Шевчук називає Ірину Верещук “депутаткою” і “кандидаткою”, тоді як у новині “Кандидати в мери Києва: хто може очолити столицю. Список і біографії” від 28 вересня 2020 року інша журналістка Анна Паскевич взагалі не вживає фемінітивів та називає Ірину Верещук “кандидат”.

¹⁵ Фінальний звіт за результатами незалежного моніторингу висвітлення в онлайн-медіа та соціальній мережі Facebook місцевої виборчої кампанії в Україні / О. Бурмагін, Д. Дуцик, Є. Кузьменко, О. Юркова. – К., 2020. – 192 с. Режим доступу: <http://www.cje.org.ua/sites/default/files/FINAL%20REPORT.pdf>

З ЧОГО ПОЧАТИ? ПЕРШІ ТРИ КРОКИ

КРОК

1

Почнемо із себе. У цьому вам допоможе короткий тест. Дайте відповіді на наступні запитання «ТАК чи НІ».

Питання 1. Чи ви підтримуєте тезу, що жінки і чоловіки повинні мати однакову оплату за однаковий рівень виконаної роботи?

Питання 2. Чи ви підтримуєте тезу, що жінка може очолювати редакцію медіа, бути Президенткою чи військовою?

Питання 3. Чи ви підтримуєте тезу, що домашнє насильство чи сексуальні домагання недопустимі за жодних обставин та не можуть виправдовуватися традиціями чи звичаями?

Якщо ви відповіли «ТАК» на усі питання. Вітаємо, ви вже можете називати себе феміністом чи феміністкою. Тому що в основі фемінізму лежить саме рівність прав і можливостей для жінок і чоловіків.

Якщо ви відповіли «НІ» на усі або деякі запитання. Радимо прочитати книги української соціологині, доцентки Національного університету «Києво-Могилянська академія» Тамари Марценюк. Зокрема «Гендер для всіх. Виклик стереотипам» (2017 р.), «Чому не варто боятися фемінізму»¹⁶ (2018 р.), «Захисники галактики: влада і криза в чоловічому світі»¹⁷ (2020 р.). У книгах авторка у науково-популярній формі розповідає як швидко й безболісно позбутися стереотипів про фемінізм¹⁸.

Далі давайте поглянемо на матеріали, які виробляє ваша редакція. Зробимо короткий моніторинг та аналіз.

¹⁶ Тамара Марценюк «Гендер для всіх. Виклик стереотипам»
<https://nashformat.ua/products/gender-dlya-vsih-vyklyk-stereotypam-705444>

¹⁷ Тамара Марценюк «Чому не варто боятися фемінізму»
<https://komorabooks.com/product/chomu-ne-var-to-boyatysya-feminizmu/>

¹⁸ Тамара Марценюк «Захисники галактики»: влада і криза в чоловічому світі
<https://book-ye.com.ua/catalog/sotsiolohiya/zakhysnyky-halakyky-vlada-i-kryza-v-cholovichomu-sviti/>



КРОК 2

Моніторинг контенту редакції у якій ви працюєте.

Проаналізуйте стрічку новин чи програми вашого медіа за останній тиждень:

Питання	Так	Ні
Чи жінки отримують більше уваги до зовнішності, особистості та сім'ї порівняно з чоловіками?	✓	
Чи порушуються питання гендерної рівності (наприклад, соціальні проблеми, насильство за ознакою статі, участь жінок в економічному чи політичному житті тощо)?		
Чи у вашому медіа чоловіки говорять лише про армію та економіку, а жінок запитують про соціальну політику і освіту?		
Де розміщені матеріали, у яких експертками і героїнями виступають жінки. Чи історії про успіхи і досягнення жінок розміщуються у головних заголовках чи їм присвячено десять секунд наприкінці випуску новин у рубриці розваг?		
Чи ви подаєте гендерні стереотипи. Наприклад, висвітлюючи жінок, як жертв або як сексуальні об'єкти, або в асоціації з домашньою роллю, зосереджуючи увагу на тому, що жінки одягають, або на їхніх зовнішній вигляд, колір волосся?		
Чи висвітлюються жінки і чоловіки стереотипно? Наприклад, «жінки як тендітні», а «чоловіки як добрі управлінці»?		
Чи надають жінкам пропорційно однаково часу для прямої мови? Чи більше говорять про жінок, замість того щоби надавати їм слово?		
Чи ваше медіа у своєму контенті долає гендерні стереотипи, заохочуючи визнання громадськістю участі жінок у суспільно-політичному житті за норму, та представляючи жінок таким чином, щоб сприяти довірі громадськості до їхнього потенціалу як лідерок?		

КРОК

3

Наближаємо себе і свою редакцію до гендерного балансу

1) Відмовтесь від застарілих стереотипних уявлень про норми поведінки, зовнішній вигляд та професію залежно від статі.

У рекомендаціях Комітету міністрів Ради Європи щодо запобіганню та боротьбі із сексизмом наголошено, що сексизм у ЗМІ сприяє терпимості оточення до «повсякденного» сексизму, що проявляється через зневажливе або тривіальне повідомлення про зовнішній вигляд, одяг і поведінку жінок, а не про збалансоване та інформоване обговорення їхніх поглядів та думок.

Облиште патріархальні уявлення про «образи жінок» у минулому. Будьте сучасними медіа, не використовуйте образи «жінка-берегиня», «жінка-барбі», «жінка – слабка стать», не коментуйте вік чи колір волосся жінок або чоловіків.

ПРИКЛАД. У матеріалі сайту strana.ua за 17 лютого 2019 року «Если Украина перестанет стрелять как в Мюнхене сцепились Берлин и Вашингтон и при чем тут Киев», у якому йдеться про Мюнхенську конференцію, є такий абзац: «Кстати, накануне конференции «Страна» рассказывала, что Тимошенко перед полетом в Мюнхен вернулась к имиджу «женщины с косой». Судя по фото, которое выложила ЮВТ, так оно и есть».

ПРИКЛАД. У сюжеті новин на телеканалі «ICTV» за 8 березня 2019 року, коли йшлося про військовослужбовицю на фронті, у якій беруть інтерв'ю, журналіст зазначає: «Чарівна білявочка у синьому береті – кулементниця».

2) Дотримуйтесь збалансованого представництва жінок і чоловіків у матеріалах та новинних сюжетах.

Подбайте про змістовну участь жінок у ролі експерток та коментаторок не тільки щодо тем культури, мистецтва або соціальної сфери. Йти найлегшим шляхом, не завжди найцікавіше і найякісніше. Варто залучати експерток говорити на тему армії, економіки, спорту. Наприклад, для їхнього пошуку використовуйте базу експерток «Спитай жінку» (<https://expertky.povaha.org.ua>).



Ілюстрація гендерного дисбалансу у політичних ТВ-програмах на прикладі ток-шоу «Пульт» на телеканалі «112 Україна» 2019 року.

Тест «Бехдель»

Спробуйте застосувати для свого видання тест «Бехдель» (англ. Bechdel test). Це тест художнього твору на гендерну упередженість, метод оцінки зображення жінок у художній літературі. Тест названий на честь американської карикатуристки Елісон Бекдел. У 1985 році одна з героїнь її коміксу «Dykes to Watch Out For» на запрошення піти в кіно відповіла, що з певного часу ходить тільки на ті фільми, де:

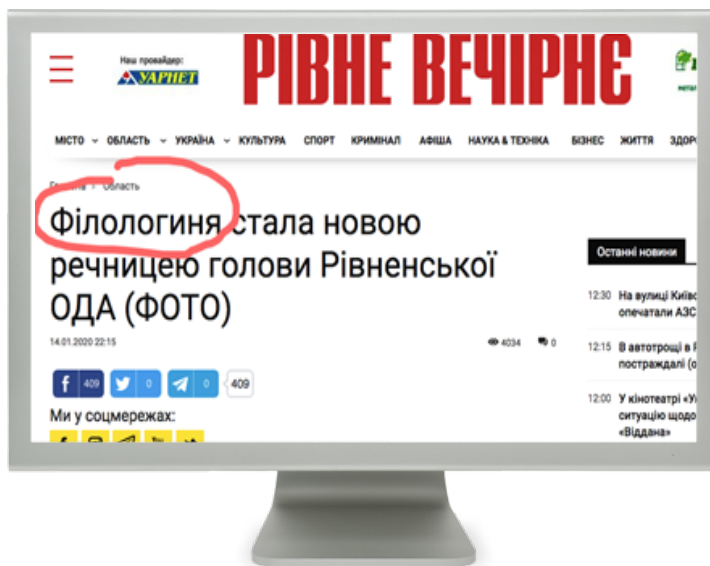
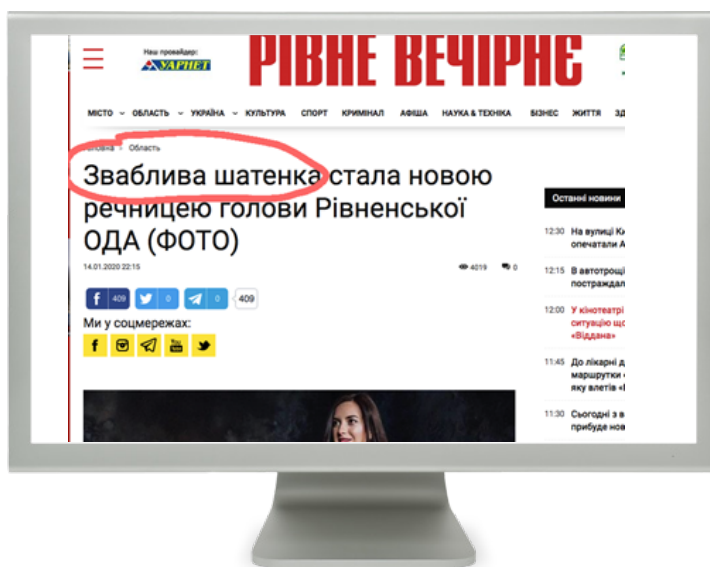
- 1) є принаймні дві жіночі персонажки (пізніше уточнено: «з іменами»)
- 2) які розмовляють між собою
- 3) про щось, крім чоловіків.

Тест Бехдель починався як жарт, проте став популярним індикатором активної присутності жінок у фільмах та літературі та для привернення уваги до гендерної нерівності в кіно та літературі. Цей тест також можна використовувати для написання матеріалів в медіа та підготовки сюжетів, радіопрограм.

3) Уникайте поширення стереотипів за ознакою статі у журналістських матеріалах. Слідкуйте за тим хто і як зображений у поданих матеріалах.

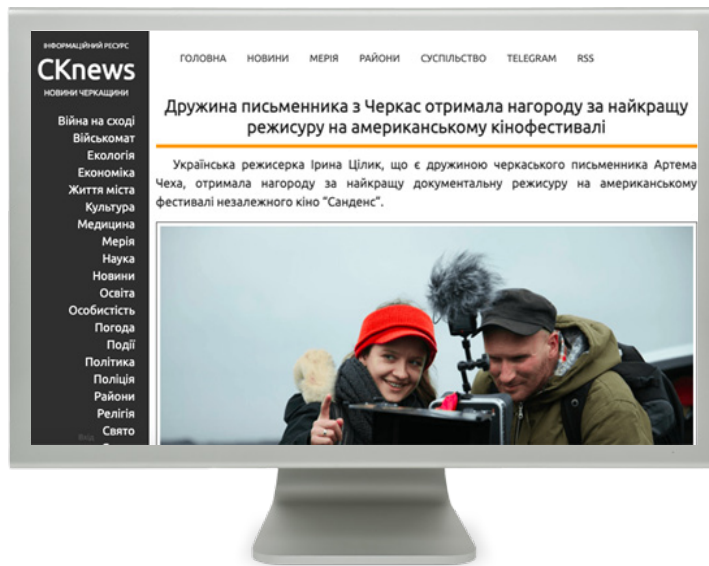
Перевірте свої матеріали за допомогою «дзеркального методу». Чи однаково доречно певне висловлювання виглядало б у матеріалах про жінку/про чоловіка?

ПРИКЛАД. 14 січня 2020 року онлайн-видання «Рівне вечірнє» опублікували новину, що містила сексизм у заголовку. Зокрема, нову речницю голови Рівненської ОДА автори матеріалу назвали «звабливою шатенкою». Навряд чи би медіа опублікувало новину під заголовком «Звабливий шатен став речником голови Рівненської ОДА», правда ж? Після звернення до редакції щодо неприпустимості сексизму, заголовок було змінено.

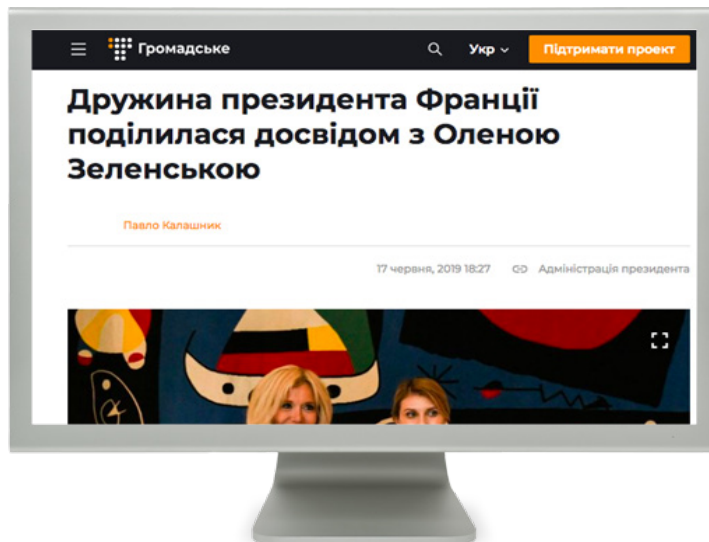


4) Уникайте згадувань про жінок крізь призму відомого чоловіка.

ПРИКЛАД. «Новини Черкащини» та «Таблоїд 18000» виділилися применшенням ролі жінки у заголовках, опублікувавши новини «Дружина письменника з Черкас отримала нагороду за найкращу режисуру на американському кінофестивалі» та «Дружина письменника з Черкас отримала нагороду за найкращу режисуру». Ідеться про перемогу української режисерки Ірини Цілик на кінофестивалі Sundance. Опублікувавши такий заголовок, видання применшили роль режисерки Ірини Цілик, знецінили її роботу як самостійної незалежної людини та фахівчині своєї справи. Це класичний гендерний стереотип, який часто множать українські медіа, що «жінка сама нічого не здатна без відомого чоловіка».

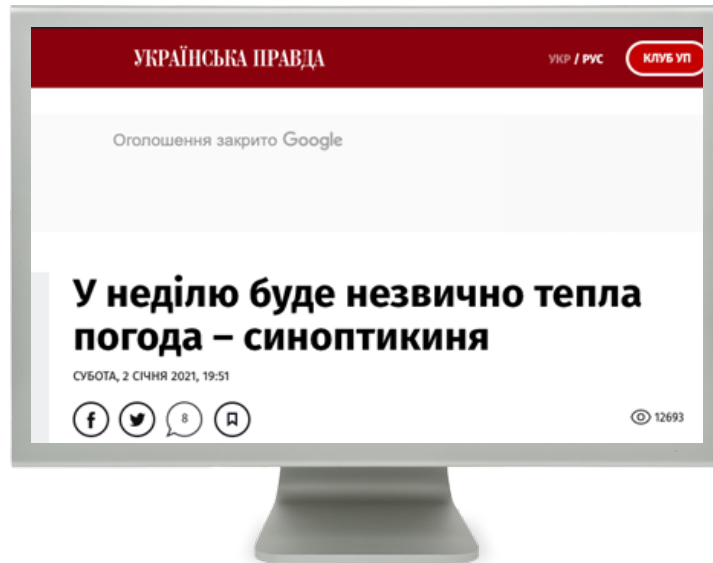


Натомість, коли онлайн-видання «Громадське» розповідає про Першу леді Франції, цілком доречно згадувати її саме як «Дружина Президента».

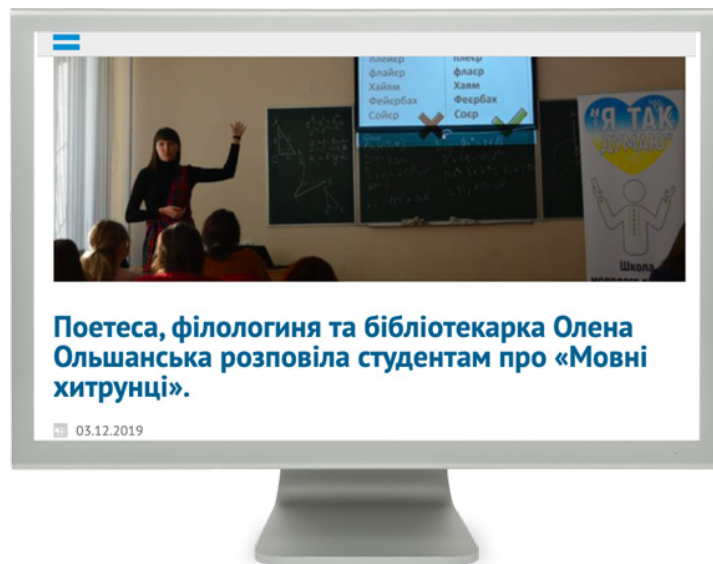


5) Не бійтеся вживайте фемінітиви та робити видимим внесок жінок в суспільно-політичне життя країни.

Використання фемінітивів на позначення жінок за їх професіями, посадами, видами зайнятості у журналістських матеріалах важливий індикатор визначення рівня гендерної чутливості редакції медіа.



Приклад вживання фемінітиви «синоптикання» у публікації Української правди. Новина за 2 січня 2021 року.



Приклад вживання фемінітивів на сайті газети «Запорізька правда». Новина за 3 грудня 2019 року.

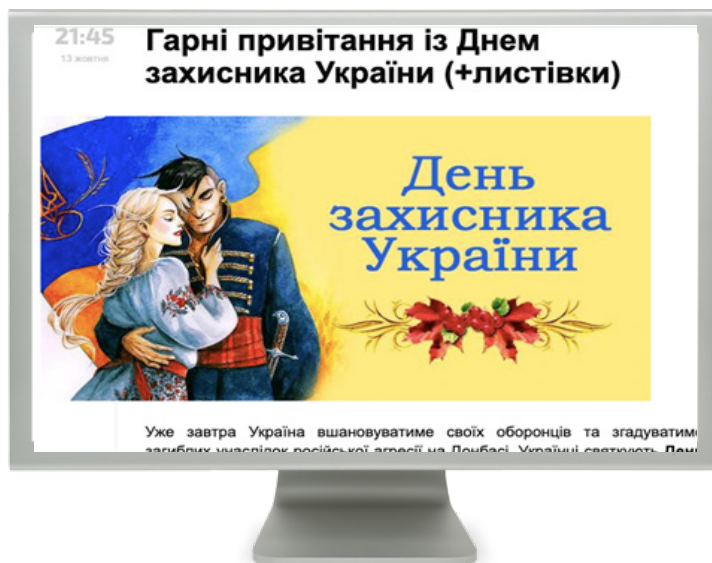
б) Важливою і повноцінною складовою матеріалів є візуалізація чи фотографія. Вона може підсилювати написаний текст, а от же або поширювати принципи рівності, або ретранслювати стереотипи за ознакою статі.

Давайте подивимося на приклади ілюстрацій, які використовували різні медіа до своїх текстів в День захисника України.

Стереотипним вважається, що лише чоловіки захищають Україну та несуть військову службу в армії. Наразі у Збройних Силах України проходить службу 31 757 жінок, що складає 15,6% від загальної кількості військовослужбовців. Це один із найвищих показників кількості жінок, які служать у війську, у співвідношенні до загальної чисельності Збройних Сил у порівнянні з багатьма арміями світу¹⁹.

Відповідно і жінки, і чоловіки мають бути паритетно зображені на фотографіях до матеріалів в медіа.

Стереотипне зображення:



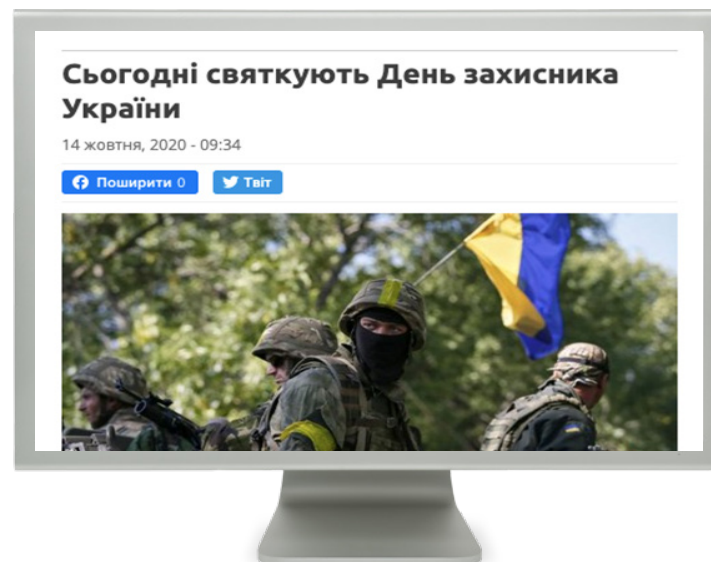
Матеріал «Гарні привітання із Днем захисника України» від 13 жовтня 2020 року на сайті «Rivne.media»²⁰.

¹⁹ <https://armyinform.com.ua/2021/03/v-nashomu-vijsku-sluzhyt-ponad-31-tysyacha-zhinok/>

²⁰ <https://rivne.media/news/harni-privitannya-iz-dnem-zakhisnika-ukraini-listivki>



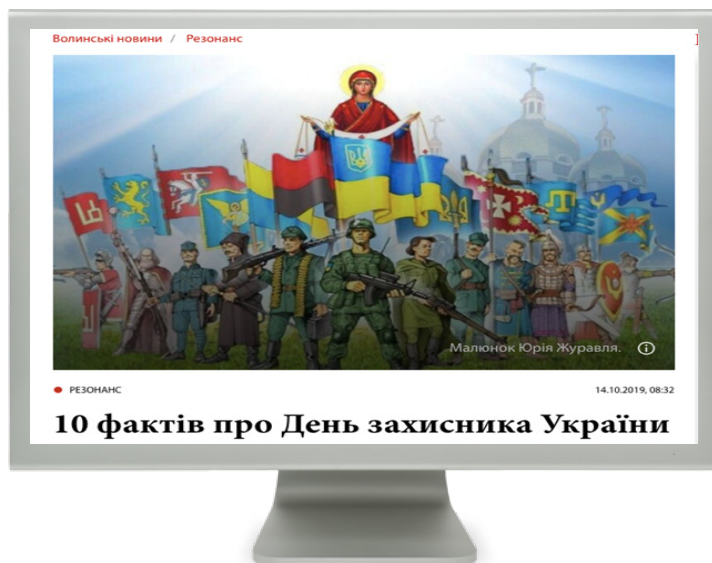
Матеріал «Сьогодні відзначають День захисника України» від 14.10.2020 року на сайті УКРІНФОРМ ²¹.



Матеріал «Сьогодні святкують День захисника України» від 14.10.2020 на сайті «День» ²².

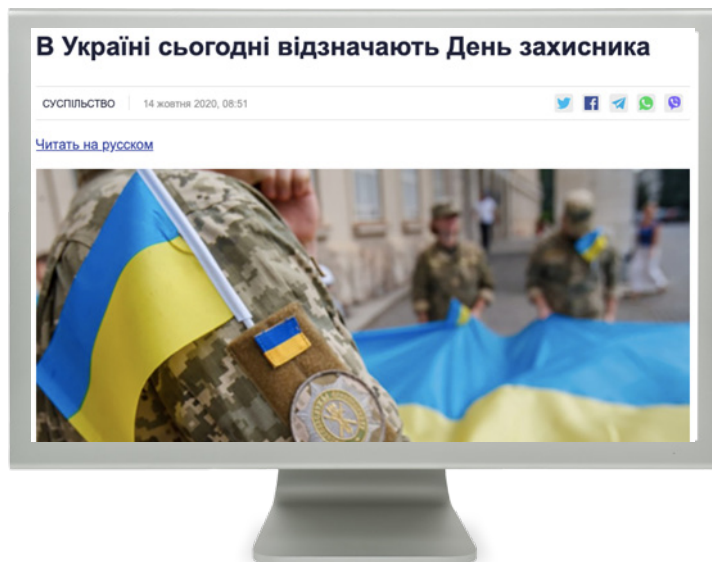
²¹ <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3117071-sogodni-vidznacaut-den-zahisnika-ukraini.html>

²² <https://day.kyiv.ua/uk/news/141020-sogodni-svyatkuuyut-den-zahysnyka-ukrayiny>



Матеріал «10 фактів про День захисника України» від 14.10.2020 року на сайті «Волинські новини»²³.

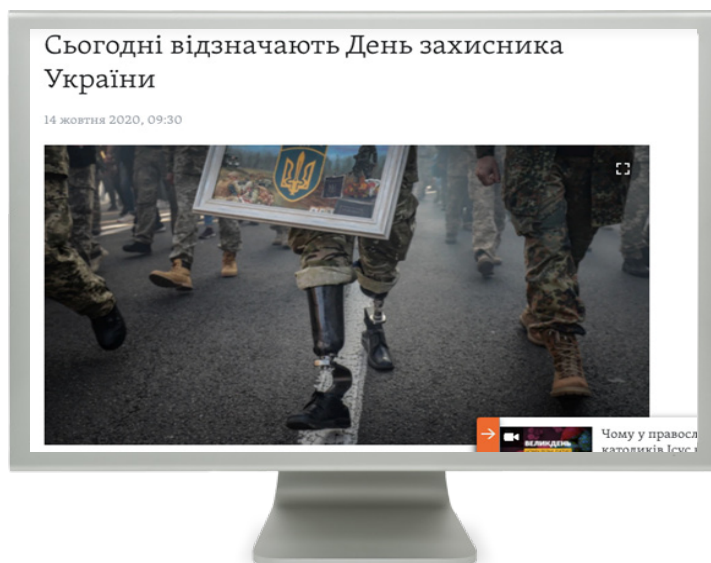
Нейтральне зображення



Матеріал «В Україні сьогодні відзначають День захисника» від 14.04.2020 року на сайті «Слово і Діло»²⁴.

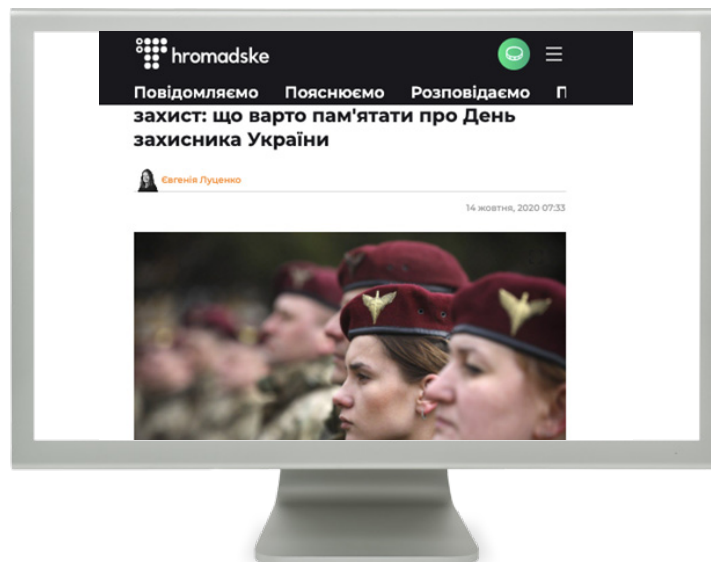
²³ <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3117071-sogodni-vidznacaut-den-zahisnika-ukraini.html>

²⁴ <https://www.slovoidilo.ua/2020/10/14/novyna/suspilstvo/ukrayini-sohodni-vidznachayut-den-zaxysnykiv>



Матеріал «Сьогодні відзначають День захисника України» від 14.10.2020 року на сайті Радіо Свобода²⁵.

Позитивне підсилення видимості жінок



Матеріал «14 жовтня — свято не про стать, а про захист: що варто пам'ятати про День захисника України» від 14.10.2020 на сайті Громадське²⁶.

²⁵ <https://www.radiosvoboda.org/a/news-den-zakhysnyka-ukrayiny/30892292.html>

²⁶ <https://hromadske.ua/posts/svyato-ne-pro-stat-a-pro-zahist-sho-var-to-pamyatati-pro-den-zahisnika-ukrayini>

ТВОРИМО ФЕМІНІТИВИ ЗА ДОПОМОГОЮ СУФІКСАЛЬНОГО СПОСОБУ

МАСКУЛІТИВ (слово чоловічого роду)	ФЕМІНІТИВ (слово жіночого роду)
більшість основ: <i>автор, депутат, дизайнер, директор, доцент, лідер, прем'єр, редактор, співак, студент, учитель, фігурист.</i>	додаємо суфікс -к- : <i>авторка, депутатка, дизайнерка, директорка, доцентка, лідерка, прем'єрка, редакторка, співачка, студентка, учителька, фігуристка.</i>
основа на -ник та -ень : <i>вершник, засновник, керівник, очільник, речник, рятувальник, учень.</i>	додаємо суфікс -иц- : <i>вершниця, засновниця, керівниця, очільниця, речниця, рятувальниця, учениця, виконавиця, переможниця, підприємниця, посадовиця, службовиця.</i>
основа на -ець : <i>виконавець, переможець, підприємець, посадовець, службовець</i>	
основа на -ець : <i>виборець, плавець, фахівець</i>	додаємо суфікс -ин- : <i>виборчиня, плавчиня, фахівчиня, майстриня, філологиня, бойкиня, лемкиня.</i>
основа на приголосний: <i>майстер, філолог, бойко, лемко</i>	
іншомовна основа: <i>барон, дякон, поет</i>	додаємо суфікс -ес- : <i>баронеса, дяконеса, поетеса</i>

Хочете дізнатися більше і перевірити себе на правильність вживання фемінітивів – користуйтеся Тренажером з правопису української мови²⁷. У нагоді також стане Словничок фемінітивів авторки Галини Плачинди²⁸.

²⁷ https://webpen.com.ua/pages/linguistic_norm/gender_marking.html

²⁸ http://www.wicc.net.ua/media/Slovnnyk_fem.pdf

ЗАКОНОДАВСТВО ТА ЕТИЧНІ НОРМИ ПРОФЕСІЇ ЖУРНАЛІСТА

КОНСТИТУЦІЯ УКРАЇНИ

Стаття 21. Усі люди є вільні і рівні у своїй гідності та правах. Права і свободи людини є невідчужуваними та непорушними.

Стаття 24. 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.

КОДЕКС ЗАКОНІВ ПРО ПРАЦЮ УКРАЇНИ (ТРУДОВИЙ КОДЕКС) – СТАТТЯ 2-1

Забороняється будь-яка дискримінація у сфері праці, зокрема порушення принципу рівності прав і можливостей, пряме або непряме обмеження прав працівників залежно від: *раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, гендерної ідентичності, сексуальної орієнтації, етнічного, соціального та іноземного походження, віку, стану здоров'я, інвалідності, підозри чи наявності захворювання на ВІЛ/СНІД, сімейного та майнового стану, сімейних обов'язків, місця проживання, членства у професійній спілці чи іншому об'єднанні громадян, участі у страйку, звернення або наміру звернення до суду чи інших органів за захистом своїх прав або надання підтримки іншим працівникам у захисті їх прав, за мовними або іншими ознаками, не пов'язаними з характером роботи або умовами її виконання.*

ЗАКОН УКРАЇНИ «ПРО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РІВНИХ ПРАВ ТА МОЖЛИВОСТЕЙ

Стаття 21-1. Забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків у діяльності засобів масової інформації.

Засоби масової інформації відповідно до законодавства сприяють недопущенню:

- дискримінації за ознакою статі та насильства за ознакою статі;
- поширення матеріалів, що відтворюють чи зміцнюють дискримінаційні уявлення про соціальні ролі та обов'язки жінок і чоловіків, схвалюють або провокують дискримінацію за ознакою статі чи насильство за ознакою статі, включаючи сексуальне насильство.

Засоби масової інформації можуть ухвалювати кодекси професійної етики та інші корпоративні стандарти з метою запобігання насильству за ознакою статі, у тому числі всім формам насильства стосовно жінок, та виховання поваги до гідності кожної людини незалежно від статі.

ЗАКОН УКРАЇНИ «ПРО ЗАСАДИ ЗАПОБІГАННЯ ТА ПРОТИДІЇ ДИСКРИМІНАЦІЇ В УКРАЇНІ» 2013 РОКУ

Стаття 1. Дискримінація - ситуація, за якої особа та/або група осіб за їх ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, віку, інвалідності, етнічного та соціального походження, громадянства, сімейного та майнового стану, місця проживання, мовними або іншими ознаками, які були, є та можуть бути дійсними або припущеними (далі - певні ознаки), зазнає обмеження у визнанні, реалізації або користуванні правами і свободами в будь-якій формі, встановленій цим Законом, крім випадків, коли таке обмеження має правомірну, об'єктивно обґрунтовану мету, способи досягнення якої є належними та необхідними;

ВИБОРЧИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ

П.4 статті 47 Виборчого Кодексу України наголошує *що виборчі комісії, засоби масової інформації та інформаційні агентства, органи державної влади, органи влади Автономної Республіки Крим, органи місцевого самоврядування, їх посадові особи, об'єднання громадян, інші особи при поширенні інформації про вибори, яка не є передвиборною агітацією відповідно до статті 51 цього Кодексу, зобов'язані дотримуватися об'єктивності, неупередженості, збалансованості, достовірності, повноти і точності інформації, уникати дискримінації та сексизму.*

КОДЕКС ЕТИКИ УКРАЇНСЬКОГО ЖУРНАЛІСТА ²⁹

П.6. Повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста.

П.9. Факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного.

П.10. Точки зору опонентів, в тому числі тих, хто став об'єктом журналістської критики, мають бути представлені збалансовано. Так само мають бути подані оцінки незалежних експертів.

П.15. Ніхто не може бути дискримінований через свою статтю, мову, расу, релігію, національне, регіональне чи соціальне походження або політичні уподобання. Вказувати на відповідні ознаки особи (групи людей) слід лише у випадках, коли ця інформація є неодмінною складовою матеріалу.

²⁹ <http://nmpu.org.ua/kodeks/>

КОРИСНІ ПОСИЛАННЯ ДЛЯ ПОГЛИБЛЕННЯ ЗНАТЬ:

1. Онлайн-курс на Прометеусі “Жінки і чоловіки: гендер для всіх” Тамари Марценюк. Режим доступу: https://courses.prometheus.org.ua/courses/IRF/101/2015_T2/about.
2. Підручник “Гендер для медій: підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей”. Режим доступу: https://ua.boell.org/sites/default/files/gender_dlya_medii_2017.pdf
3. Гендерні медійні практики: Навчальний посібник із гендерної рівності та недискримінації для студентів вищих навчальних закладів / Колектив авто-рів. – Київ, 2014. – 206 с. Посібник видано у рамках проекту Координатора проектів ОБСЄ в Україні «Під-тримка утвердження гендерної рівності в Україні». Режим доступу: <https://www.osce.org/files/f/documents/c/3/284966.pdf>
4. Онлайн-курс із протидії домашньому насильству, створений Координатором проектів ОБСЄ в Україні та студією онлайн-освіти EdEra. Режим доступу: <https://nonviolence.ed-era.com/>
5. Гендерні ресурси українських мас-медіа: ціна і якість: Практичний посібник для журналістів та працівників ЗМІ. / Н.М.Сидоренко, М.М.Скорик, та ін.; редупоряд. Н.М.Сидоренко. — К.: “К.І.С.”, 2004. — 76 с. Режим доступу: <https://genderindetail.org.ua/library/suspilstvo/standart-rivnosti-posibnik-presovoi-praktiki-z-gendernoi-perspektivi-134567.html>
6. Права людини та медіадіяльність: Збірник навчальних програм викладачів і викладачок журналістики / За ред. Шендеровського К. – К.: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2018. Режим доступу: https://genderindetail.org.ua/netcat_files/70/78/Training.pdf
7. Посібник «Що таке дискримінація: інструкція для споживачів»/ За ред. Ірина Федорович – К.: Видавництво «Гілея», 2016 рік. Режим доступу: http://labs.journ.univ.kiev.ua/hrj/wp-content/uploads/2018/01/%D0%B4%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%80%D0%B8%D0%BC%D1%96%D0%BD%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F-%D0%B4%D0%BB%D1%8F-%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%B6%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%87%D1%96%D0%B2.pdf
8. Висвітлення виборів в Україні: Порадник для журналістів та редакцій // С. Остапа, Д. Дуцик, Є. Кузьменко, В. Володовська / Упоряд. О. Погорелов. – К, 2019. – 32 с. Режим доступу: http://www.cje.org.ua/sites/default/files/poradnik_final_0.pdf
9. Гендерна чутливість українських медіа. Порадник / Богдана Стельмах, Оксана Ярош. – Луцьк: Волинська мистецька агенція «Терен», 2018.- 67 с.Режим доступу: <http://volynpressclub.org.ua/attachments/article/780/%D0%9F%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0.pdf>
10. Повага. Сайт кампанії проти сексизму в медіа і політиці. Режим доступу: <https://povaha.org.ua/>

Координатор проектів ОБСЄ в Україні
вул. Стрілецька, 16
01030 Київ, Україна

Телефон: +380 44 492 0382
Факс: +380 44 492 0383
е-пошта: office-pcu@osce.org

www.osce.org/uk/project-coordinator-in-ukraine

facebook.com/OSCE.Ukraine.Projects