

Весняний розвій фемінітивів, або Квітневі ноти гендерної чутливості чернівецьких медіа

У дискусії щодо органічності фемінітивів та притаманності їх українській мові медіа Чернівецької області дружно виступають на боці фемінітивів (загалом 85% застосунку). Депутатка, офіцерка, концертмейстерка директорка, педагогиня почуваються на шпальтах та у стрічках новин не менш комфортно, аніж лікарка, вчителька, піаністка, художниця, мисткиня.

Імпонує визначення філологині, експертки ГІАЦ «КРОНА» Олени Малахової про мову як механізм відображення та формування суспільних реалій та про фемінітиви як інструмент посилення видимості жінок. Викладачка факультету журналістики ЛНУ Людмила Павлюк радить використовувати фемінітиви, тобто диференційовані за гендерною ознакою назви професій та інших ідентичностей, насамперед тому, що такий слововжиток відповідає потребі соціальної репрезентованості жінки в суспільстві.

До фемінітивів ще повернемося, наразі – про **репрезентативність** жінок у чернівецьких медіа. Із 12 по 18 квітня 2021 р., на черговій хвилі гендерного моніторингу обласних медіа, у буковинських ЗМІ проаналізовано 831 публікацію: 131 – у газетах «Буковина», «Молодий буковинець», «Погляд», «Чернівці» та 700 – в інтернет-виданнях «А.С.С.», «Букінфо», «BukNews», «Чернівці Таймс», «Шпальта», «0372.ua – Сайт Чернівців».

Друковані видання зберегли лютневий показник, згадуючи жінок або ж звертаючись до них у третині випадків (32%), сайти зменшили на декілька позначок (21,5%).

Друковані видання загалом продемонстрували 42% зацікавленості у думці жінок.

Коментарі/цитати жінок (тобто коли вони є **експертками**) найчастіше читаємо у темах освіти/науки та волонтерства/благодійності (100%), медицини/охорони здоров'я (63%). *Гендерно паритетною виявилась тема війни/армії (50%)*, наближеними до балансу – теми охорони навколишнього середовища та інше (по 47%), економіки/бізнесу та криміналу/надзвичайних ситуацій (по 44%) та соцзахисту (40%). Досягти збалансованого співвідношення експертки/експерти друкованим ЗМІ завадили теми політики/діяльності місцевої влади, де тільки 9% коментарів/прямої мови належали жінкам, спорту (0%) та культури/релігії (30%). Наприклад, коментарі речниці департаменту Нацполіції та психологині щодо «Урожаю хабарів» (замість традиційного чоловічого у силових структурах), аналітикині «Чому така ціна...» («МБ»), господинь «...Пасхальний кошик знов дорожчає» («Чернівці») збільшили питому вагу експерток для рейтингу як окремих газет, так і друкованих видань загалом.

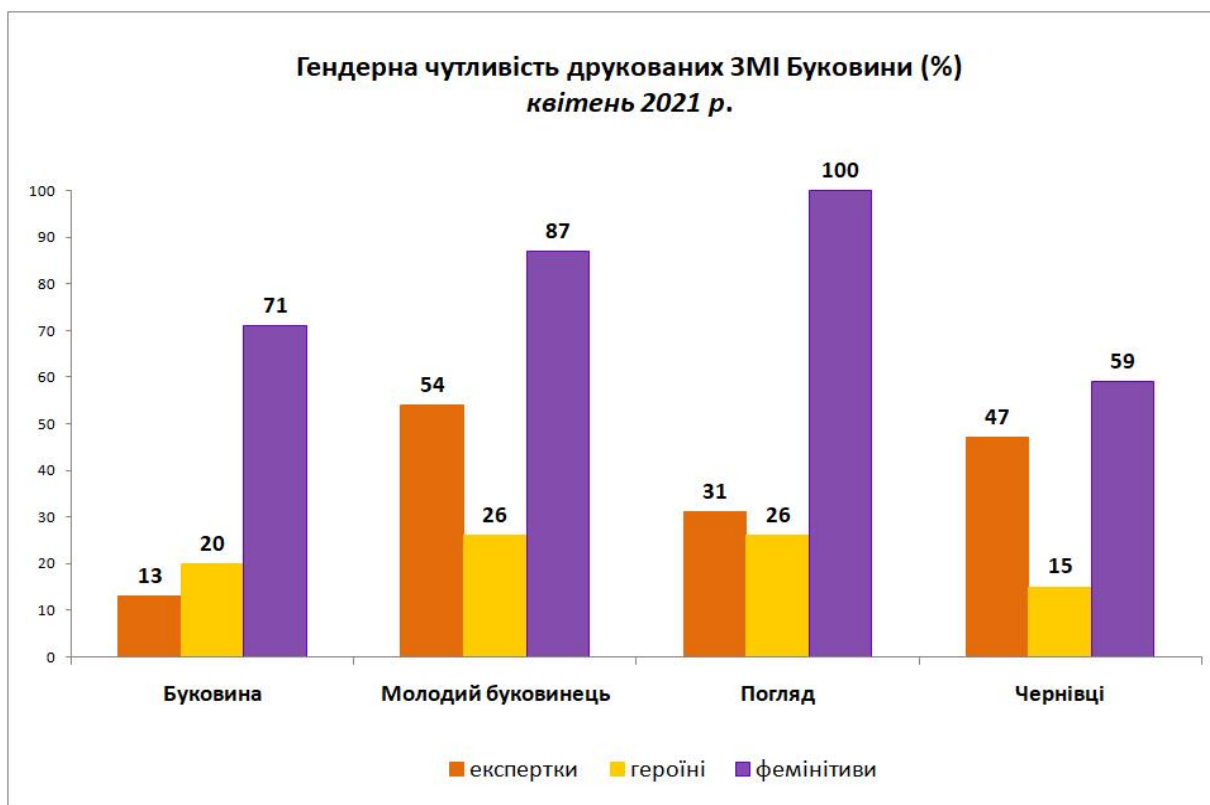
Героїнями газетних публікацій жінки стали лише у 22% випадків. Окрім значної переваги жінок як героїнь (62%) у темі охорони здоров'я, до збалансованого співвідношення з героями в інших темах редакції жінкам наблизитися не дали. Згадок про жінок мало у публікаціях на освітянську, економічну та політичну теми (відповідно 9%, 16% та 11%). Переважно чоловіки були героями публікацій про спорт (100%), культуру/релігію (80%), екологію/довкілля (75%), війну/армію (67%), кримінал та надзвичайні ситуації (70%).

Загалом 42% дала до гендерної чутливості друкованих ЗМІ тема війни/армії (50% експерток та 33% героїнь). Буковина прощалася із загиблими в зоні ООС двома військовослужбовцями

ЗСУ, вшанувала їх пам'ять, висловлювала співчуття матерям, дружинам, батькам. «Молодий буковинець» звернувся по слово про побратима до *офіцерки ЗСУ*.

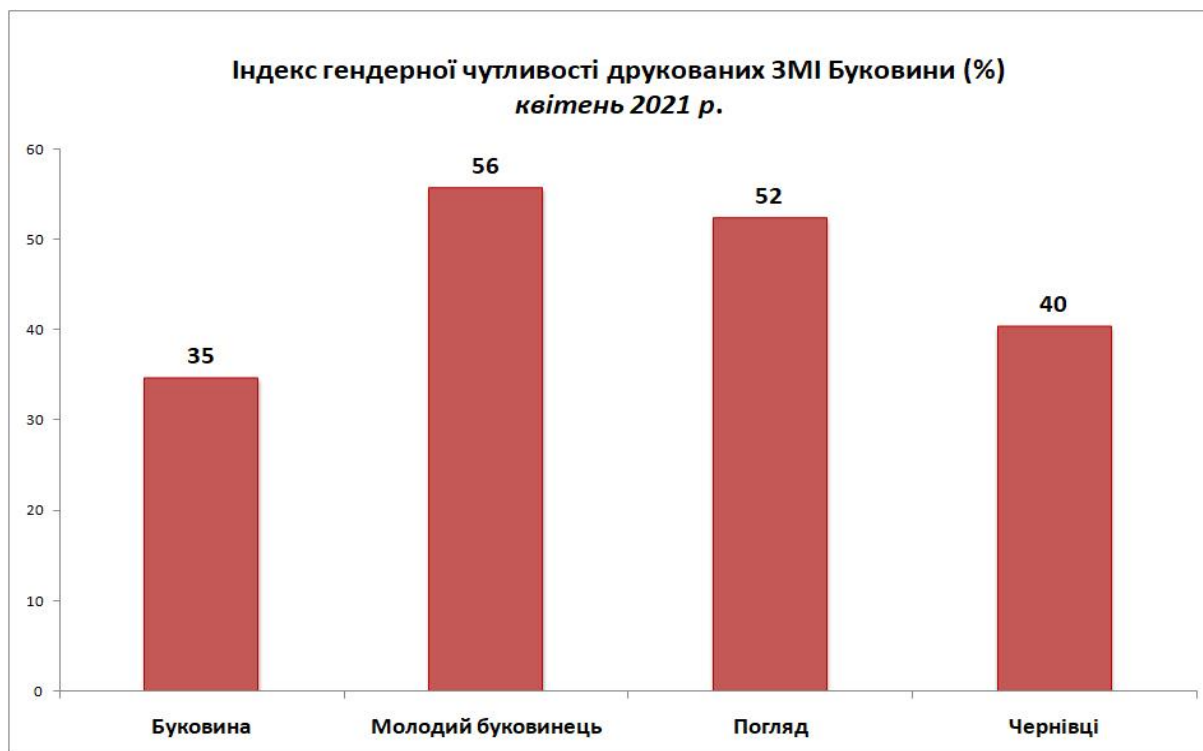
Експерток та героїнь (загалом 62%) зустрічаємо у публікаціях про медицину/охорону здоров'я, які переважно (висвітлення інших аспектів роботи цієї галузі практично немає) пов'язані з пандемією «Аншлаг, або Здоровий хворому не товариш» («Чернівці»), «Чи вийдемо з «червоної зони» та «Як чернівчани щепляться від коронавірусу» («МБ»), «У лікарнях області ще багато COVID-хворих» («Погляд»). Присутності жінок продемонструвала тема бізнесу (виживання підприємництва): «Де знайти роботу під час карантину» («Погляд»), «Доношую те, що маю» («МБ») та ін.

Із діаграми бачимо, що найбільш рівне відсоткове співвідношення експерток/експертів в газетах «Молодий буковинець» (54% і 46% відповідно) та «Чернівці» (47% і 53% відповідно). Загалом «олюдненість» журналістських матеріалів не тільки зробила б їх більш живими й достовірними, але яскравішими кольорами вималювала би картину **видимості, репрезентативності** жінок.



У 100% випадків використовувало фемінитиви видання «Погляд», дещо менше – «Молодий Буковинець» і «Буковина».

Зважаючи на кількісні показники присутності жінок/чоловіків у публікаціях та використання фемінитивів найвищий **Індекс гендерної чутливості** – знову у газети «Молодий буковинець» (56%), на другому місці – «Погляд» (52%), на третьому – «Чернівці» (40%). Відсоткові показники відносно лютневого моніторингу фактично не змінилися, демонструючи сталість редакційних політик цих газет. На жаль, з другої на останню позицію перемістилась «Буковина», не приділивши цього разу значення гендерному балансу.

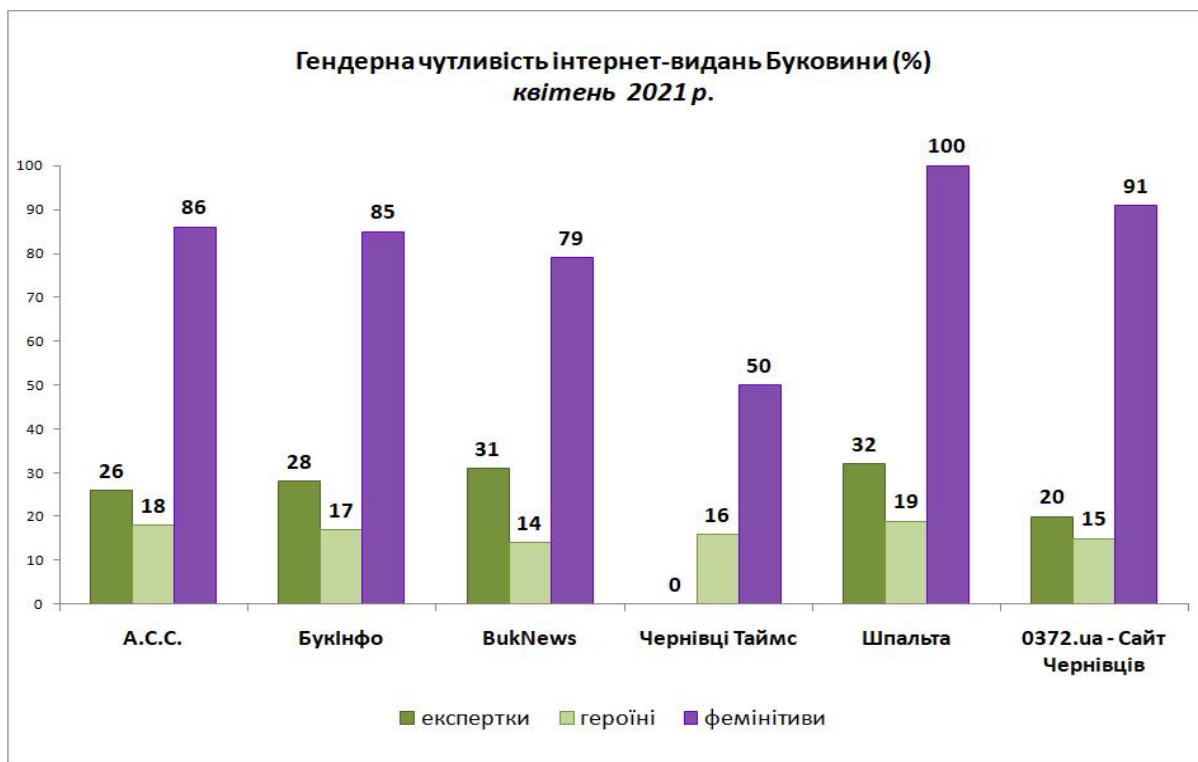


Інтернет-видання жінкам відвели п'яту частину у співвідношенні до чоловіків (21,5%).

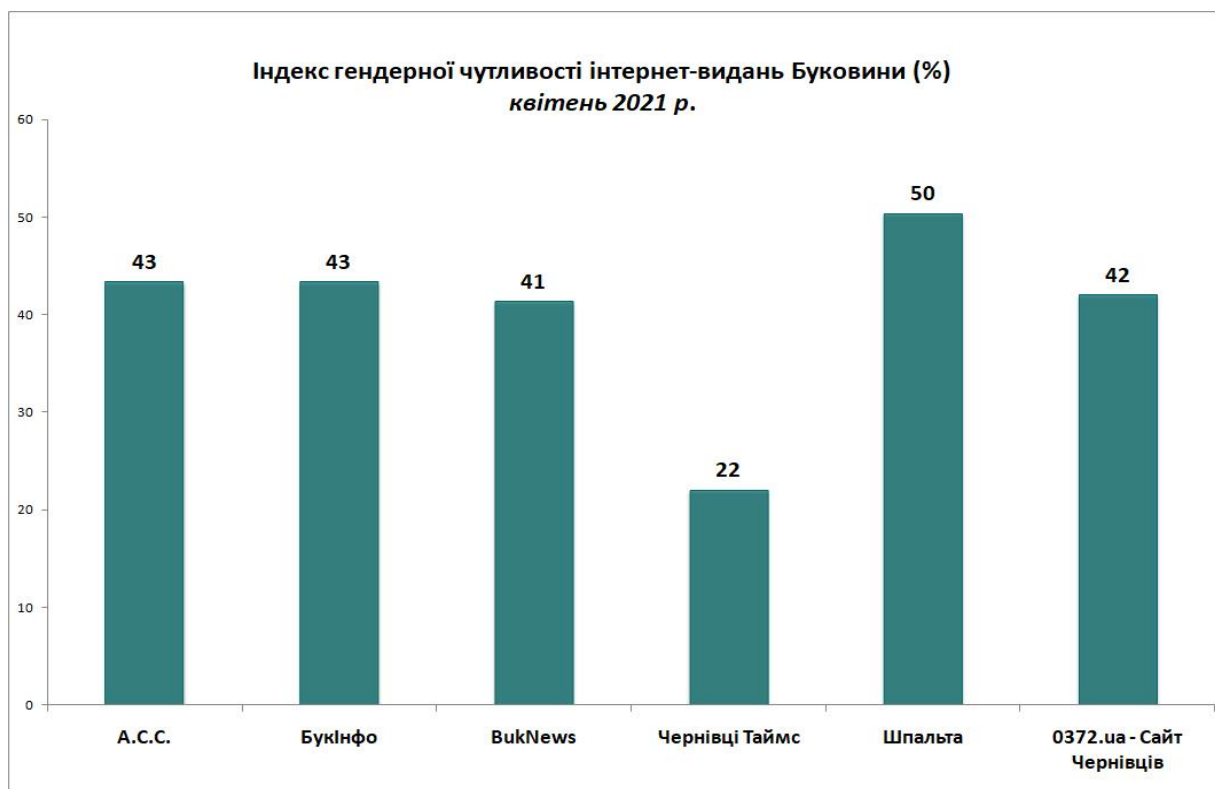
Жінки як **експертки** (із загальною питомою вагою у 26%) переважили тільки у темі екології/довкілля (58%), несміливо наблизились до балансу у темі культури (44%). Незвично високий відсоток (43%) у темі війни/армії дали повідомлення про загибель буковинців-воjakів ЗСУ у зоні ООС, їх поховання, вшанування пам'яті. Зустрічаємо чималу кількість коментарів/прямої мови експерт/фахівчинь у темах соціальної політики, освіти/науки, охорони здоров'я/медицини, однак кількісно експерти переважили (відповідно 62%, 70%, 71%). В інших темах значно: про політику на державному рівні та роботу місцевої влади жінки «висловлювались» у 10%, про економіку/бізнес – у 17% випадків. Волонтерство/благодійність та кримінал/надзвичайні події дали по 25%, спорт - 23%. Інтерес до політичної проблематики різних видань різний. Найбільше експерт/експертки – у публікаціях Буковини (15%). У стрічках новин ІА А.С.С. та БукНьюз – по 11%, 0372.ua – 8%. Шпальта та БукНьюз залучили відповідно 60% та 67% експерт/експертки до улюбленої теми культури, видання 0372.ua відзначилось активним використанням думки жінок щодо екології, спорту (100%) та освіти/науки – 67%. Зберегли баланс співвідношення експерт/експертки А.С.С. та Буковини у темах соціалізму, армії, екології, А.С.С. також щодо волонтерства, а Буковини щодо економіки. Як приклад збалансованої публікації – «Безплатне ведення вагітності: які послуги стануть безкоштовними» (<https://shpalt.media>): дві експертки та двоє експерт/експертки.

Героїні - 17%. Діаграма нижче показує дисбаланс у співвідношенні жінок/чоловіків, водночас увагу та інтерес до фемінітивів. Тематичний зріз загалом не відрізняється від позиції експерт/експертки у повідомленнях про політику, економіку, спорт. До слова, присутність жінок, відтак гендерну складову, у темі спорту можна було б збільшити: сайти подали 13.04 інформацію Команда Чернівецького університету стала третьою на Універсіаді з художньої гімнастики та фото 5 гімнасток – чому б не назвати їхні імена? А у публікаціях про футбол надано слово тренерам, подано імена футболістів у коментарі до матчу і склад команд (газета «Чернівці»). Значно менше, ніж експерт/експертки, жінок-героїнь - у новинах про екологію (33%), культуру (29%), охорону здоров'я (9%), війну/армію (5%). Водночас гендернозбалансовані

теми волонтерства (50%) та освіти/науки (47%). Як і в лютому, незначне представлення жінок у темі медицини/охорони здоров'я: 29% експерток та 9% героїнь: сайти друкували повідомлення з офіційних джерел та ФБ сторінок міністра й очільника ОДА.



Згідно отриманих даних щодо представленості жінок і чоловіків та кількості фемінитивів найбільш гендерночутливим виданням Буковини стала у квітні «Шпальта» (50%). Другу позицію ділять А.С.С. та Букінфо (по 43%), на півкроку за ними 0372.ua та BukNews.



Фемінітиви.

Діаграми гендерної чутливості (див.вище) ілюструють спрямованість редакційних політик буковинських друкованих та інтернет-видань на означення професій/зайнятості жіночого роду: загалом 85% застосунку, причому інтернет-видання випереджають: 87%/83%. *Тільки* фемінітиви (100%) використовували журналісти газети «Погляд» та інтернет-видання «Шпальта». Показники сайтів: 0372.ua – 91%, А.С.С. – 86%, Букінфо – 85%, БукНьюз – 79%, ЧернівціТаймс – 50%, газет: 87% - «Молодий буковинець», 71% «Буковина», 59% - «Чернівці».

Аналітикиня, психологиня, педагогиня, кореспондентка, депутатка, директорка, авторка, професорка, перекладачка, офіцерка, концертмейстерка, паністка, речниця, мовознавиця, упорядниця, підприємниця та ін.активно увійшли в мову медіа, доповнивши завжди вживані вчителька, викладачка, лікарка, акторка, студентка, художниця, пасажирка. Несподіване, але логічне - мільйонерка-стартаперка та вже дивне щодо жінок – наставник, інфекціоніст, канцлер

Позиції фемінітивів можна ще зміцнити - *послідовністю* вживання, уникненням паралельних форм, зокрема в одній публікації: лікарка – лікар-педіатр («Молодий буковинець») , начальниця – начальник («Чернівці»), архітекторка – архітектор (А.С.С.) лікарка, завідувачка – епідеміолог (Букінфо), студентка-адміністраторка – (працювала) адміністратором (0372.ua) тощо.

За кількістю використання фемінітивів медіа Чернівецької області – на четвертому місці в Україні (85%).

Стереотипів та сексистського контенту у текстах не помічено, світлини стосуються тем та людей, ілюстрації з відкритих джерел гендернозбалансовані.

Деякі **тематичних публікацій** знаходимо в інтернет-виданнях: «В Україні чоловікам дозволили йти в декрет» та «Історія переселенки з Криму, яка відкрила свій бізнес на Буковині» (<https://shpalta.media>); «Як відрізнити конфлікт від домашнього насильства» (поради від Патрульної поліції) (<https://www.0372.ua/news>).

Квітневі ноти гендерної чутливості чернівецьких медіа – може, на знак солідарності з мінливою погодою – трохи дисонували, похитнувши розквітлу було надію на висхідну тенденцію, принаймні не захотіли підтримати лютневу...

Індекс гендерної чутливості буковинських медіа у квітні – 46%. Ознайомитися з підсумковими результатами моніторингу регіональних медіа 24 областей (інфографіка) можна на [сайті Волинського прес-клубу](#), а також [на сторінці у Facebook](#).

Тетяна Смолдирева, медіаекспертка

Гендерний моніторинг журналістських матеріалів регіональних видань України відбувається у межах проекту «Гендерночутливий простір сучасної журналістики», який реалізовується Волинським прес-клубом у партнерстві з Гендерним центром, Незалежною громадською мережею прес-клубів України за підтримки «Медійної програми в Україні», що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) і виконується міжнародною організацією Internews.