



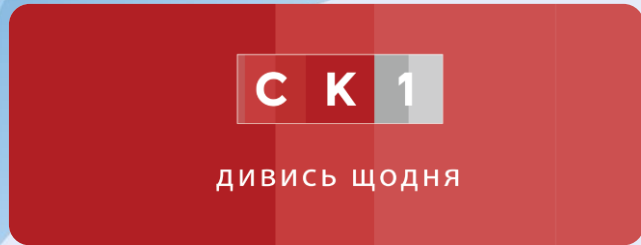
ГЕНДЕРНИЙ БАЛАНС У ТЕЛЕНОВИНАХ ЖИТОМИРЩИНИ

РЕЗУЛЬТАТИ МОНІТОРИНГУ У
ДРУГОМУ ПІВРІЧЧІ 2025 РОКУ

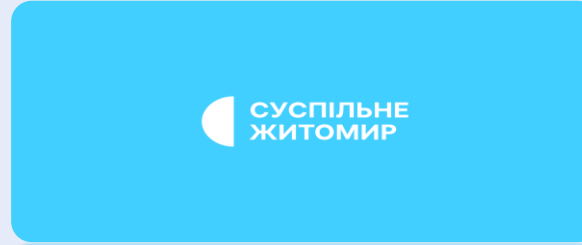




ПРЕДСТАВНИЦТВОМ НАЦІОНАЛЬНОЇ РАДИ У ЖИТОМИРСЬКІЙ ОБЛАСТІ ПРОАНАЛІЗОВАНО 160 НОВИННИХ СЮЖЕТІВ 5 АУДІОВІЗУАЛЬНИХ МЕДІА:



ТОВ «МЕДІА-ПРОСПЕКТ»



АТ «НСТУ»



ТОВ «Телерадіокомпанія
«СОЮЗ – ТВ»



КНП «ТО «КОРОСТЕНЬМЕДІА»
Коростенської міської ради



ПП «ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЯ
«ВІК»

СЮЖЕТИ ВИХОДИЛИ У ВЕЧІРНІЙ ПРАЙМ-ТАЙМ У ПЕРІОД СЕРПЕНЬ – ЖОВТЕНЬ 2025 РОКУ



МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ



ДЛЯ АНАЛІЗУ КОНТЕНТУ ВЗЯТО ЗА ОСНОВУ МЕТОДОЛОГІЮ ГЕНДЕРНОГО МОНІТОРИНГУ, СТВОРЕНУ ЗА ІНІЦІАТИВИ НАЦІОНАЛЬНОЇ РАДИ УКРАЇНИ З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІОМОВЛЕННЯ ЗА ПІДТРИМКИ УРЯДУ ШВЕЦІЇ ТА НАЦІОНАЛЬНОГО ДЕМОКРАТИЧНОГО ІНСТИТУТУ США

ПІД ЧАС ГЕНДЕРНОГО МОНІТОРИНГУ ПРОГРАМ НОВИН БУЛО ДОСЛІДЖЕНО:

- РІВЕНЬ ЗАЛУЧЕННЯ ЖІНОК У ПРОГРАМАХ НОВИН (ЕКСПЕРТКИ, ГЕРОЇНІ, ПРАЦІВНИЦІ МЕДІА)
- БАЛАНС ТА НЕСТЕРЕОТИПНЕ ЗОБРАЖЕННЯ ЖІНОК
- ВИСВІТЛЕННЯ ОБРАЗІВ ЖІНОК ТА ЧОЛОВІКІВ, ЯКІ ЗМІЦНЮЮТЬ АБО РУЙНУЮТЬ ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ
- ВПРОВАДЖЕННЯ СТАНДАРТІВ, ОРІЄНТОВАНИХ НА ЖІНОК
- ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ У КОНТЕКСТІ ВІЙНИ
- ГЕНДЕРНИЙ БАЛАНС У РЕКЛАМІ



ЗАЛУЧЕННЯ ЖІНОК У ПРОГРАМАХ НОВИН



100%

ведучі програм
новин - **жінки**

100%

репортери/репортерки
- **жінки**

77,5%

сюжети з
експертами

Залучення
експертів/експерток



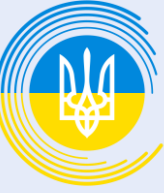
ЖІНКИ – **46%** ЧОЛОВІКИ – **54%**



ТЕНДЕНЦІЇ

- ОБЛИЧЧЯ ТА ГОЛОС ТЕЛЕНОВИН ЖИТОМИРЩИНИ Є СТОВІДСОТКОВО ЖІНОЧИМ
- ЕКСПЕРТНА ПРЕДСТАВЛЕНІСТЬ У КОНТЕКСТІ ГЕНДЕРУ Є МАЙЖЕ ЗБАЛАНСОВАНОЮ





ВІКОВА І ГЕНДЕРНА ПРЕДСТАВЛЕНІСТЬ ГЕРОЇВ/ГЕРОЇНЬ

10%

діти

46%

жінки

44%

чоловіки

СЕРЕД ГЕРОЇВ ПРОГРАМ НОВИН ПЕРЕВАЖАЄ ВІКОВА КАТЕГОРІЯ **36 – 60 РОКІВ**



ВІКОВА І ГЕНДЕРНА ПРЕДСТАВЛЕНІСТЬ У СЮЖЕТАХ МЕДІА Є ВАЖЛИВИМ СОЦІАЛЬНИМ АСПЕКТОМ, ЩО СПРИЯЄ СОЦІАЛЬНІЙ РІЗНОМАНІТНОСТІ ТА ПІДТРИМЦІ РІВНОПРАВ'Я І ІНКЛЮЗИВНОСТІ У СУСПІЛЬСТВІ





БАЛАНС ТА НЕСТЕРЕОТИПНЕ ЗОБРАЖЕННЯ ЖІНОК

ВИСВІТЛЕННЯ ОБРАЗІВ ЖІНОК ТА ЧОЛОВІКІВ, ЯКІ ЗМІЦНЮЮТЬ АБО РУЙНУЮТЬ ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ



Аналіз показує, як медіа представляють образи жінок та чоловіків, які можуть як посилювати традиційні гендерні ролі, так і сприяти їх подоланню. Це дослідження виявляє тенденції у висвітленні гендерних образів у теленовинах Житомирщини.

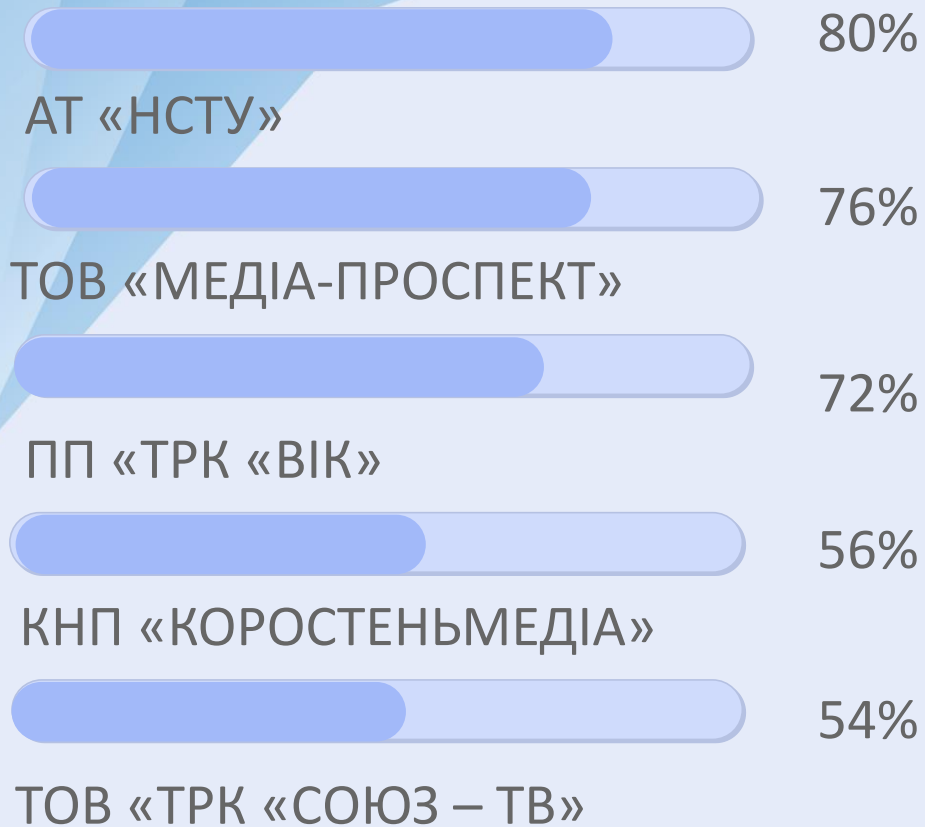




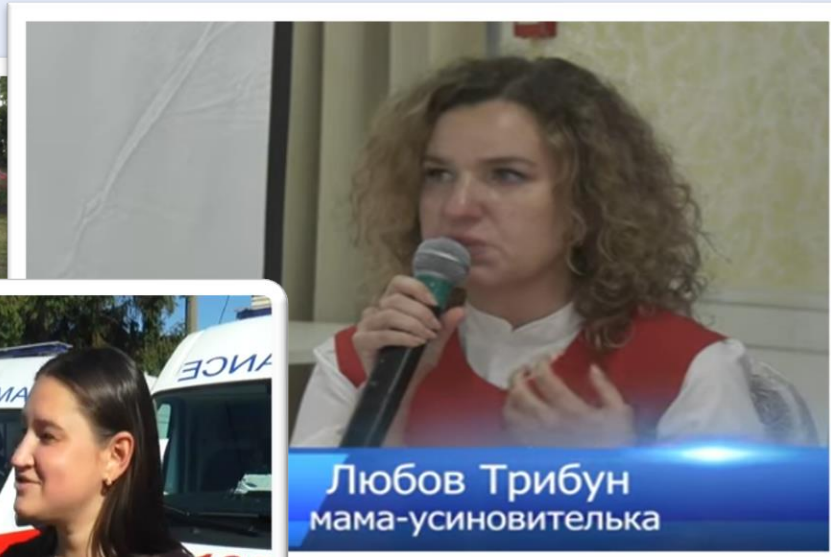
ВИКОРИСТАННЯ ФЕМІНІТИВІВ У ПРОГРАМАХ НОВИН

ВИКОРИСТАННЯ ФЕМІНІТИВІВ ЗАФІКСОВАНО У **110-ТИ ОДИНИЦЯХ МОНІТОРИНГУ (69% СЮЖЕТІВ)**

ЦЕ НА **15% БІЛЬШЕ** НІЖ У ПОПЕРЕДНІЙ ХВИЛІ МОНІТОРИНГУ



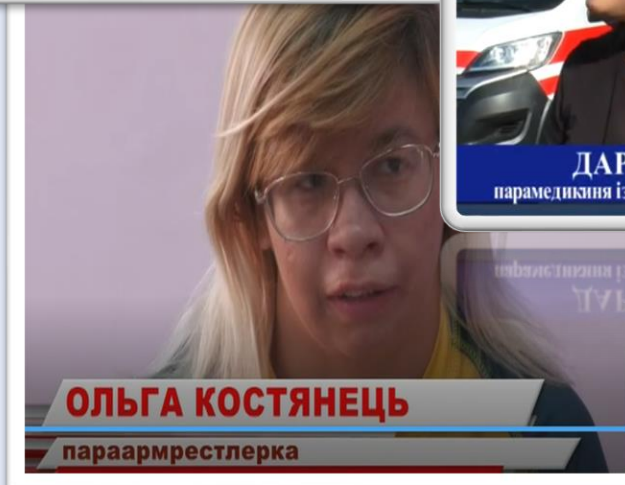
КАТЕРИНА ОБОЛОННИК
колекціонерка старожитностей



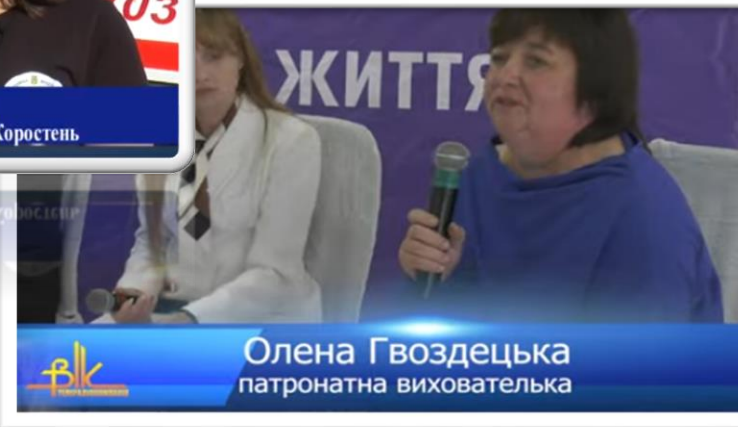
Любов Трибун
мама-усиновителька



ДАР'Я
парамедикня із м. Коростень



ОЛЬГА КОСТЯНЕЦЬ
параармрестлерка



Олена Гвоздецька
патронатна вихователька

ФЕМІНІТИВИ ВИКОРИСТОВУЮТЬ УСІ ТЕЛЕКАНАЛИ ЖИТОМИРЩИНИ. ФЕМІНІТИВИ ВІДОБРАЖАЮТЬ ЗНАЧЕННЯ, ЯКЕ ЖІНКИ ВІДІГРАЮТЬ У СУСПІЛЬСТВІ ТА ЗАСВІДЧУЮТЬ ЗМІНИ В УСВІДОМЛЕННІ РОЛІ ЖІНОК



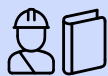


ТЕМАТИКА СЮЖЕТІВ НОВИН

З УСІХ ОПРАЦЬОВАНИХ ОДИНИЦЬ МОНІТОРИНГУ НАЙБІЛЬША КІЛЬКІСТЬ ПРИСВЯЧЕНА ТЕМАМ **ВІЙНИ, ОБОРОНИ, БЕЗПЕКИ ТА СОЦІАЛЬНІЙ ТЕМАТИЦІ**

НАЙМЕНША КІЛЬКІСТЬ СЮЖЕТІВ ВІДОБРАЖАЄ ТЕМИ **РЕЛІГІЇ, ПОЛІТИКИ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

війна, оборона, безпека
значна представленість



**релігія, політика,
міжнародні відносини**
найменша кількість

соціальна тематика

найбільша кількість сюжетів

економіка та розвиток
середня кількість

освіта та культура

помірна представленість





ГЕНДЕРНІ ТЕНДЕНЦІЇ

76

помірно гендерно нестереотипні, збалансовані щодо гендерних ролей сюжети

38

гендерно нейтральні сюжети

35

гендерно нестереотипні сюжети середнього рівня

11

показові егалітарні (несексистські) новинні сюжети



ПРОГРАМИ НОВИН АУДІОВІЗУАЛЬНИХ МЕДІА ЖИТОМИРЩИНИ Є **ГЕНДЕРНО-НЕЙТРАЛЬНИМИ**

В ОПРАЦЬОВАНИХ МАТЕРІАЛАХ НЕ БУЛО ВИЯВЛЕНО СЕКСИСТСЬКОГО КОНТЕНТУ АБО ТАКОГО, ЩО ЗОБРАЖАЄ ГЕНДЕРНЕ НАСИЛЬСТВО



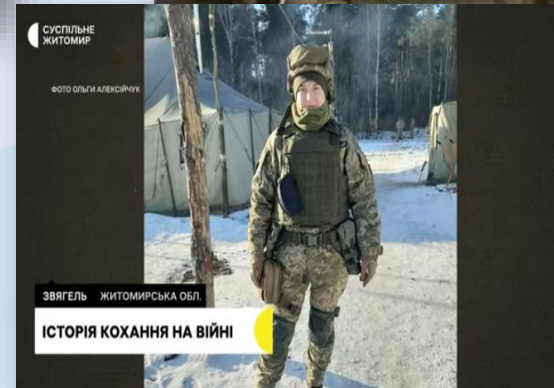
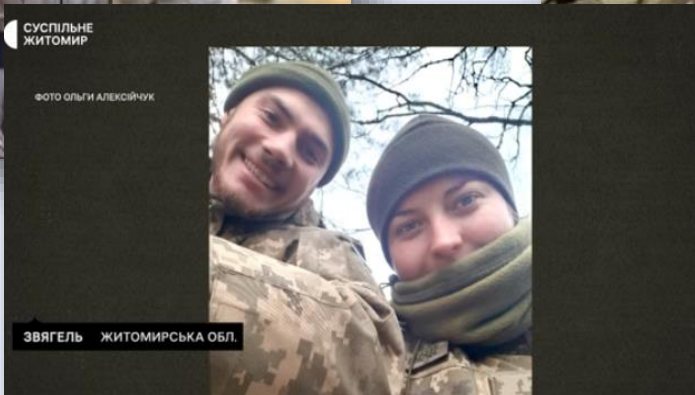
ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ У КОНТЕКСТІ ВІЙНИ



ІЗ 160-ТИ ОПРАЦЬОВАНИХ СЮЖЕТІВ НОВИН ТЕМАТИКА ВІЙНИ, ОБОРОНИ, БЕЗПЕКИ СТАНОВИТЬ **16% (26 СЮЖЕТІВ)**

ЖІНКИ-ВІЙСЬКОВІ ФІГУРУЮТЬ У **46% ТАКИХ ОДИНИЦЬ МОНІТОРИНГУ (12 СЮЖЕТІВ)**

ДЕМОКРАТИЧНЕ СУСПІЛЬСТВО НАДАЄ ЖІНКАМ І ЧОЛОВІКАМ РІВНІ МОЖЛИВОСТІ БРАТИ УЧАСТЬ У ВСІХ СФЕРАХ ЖИТТЯ, У ТОМУ ЧИСЛІ І У ЗАЛУЧЕННІ ДО ВІЙСЬКОВОЇ СФЕРИ



ВОЄННА ТЕМАТИКА У НОВИНАХ ТЕЛЕКАНАЛІВ ЖИТОМИРЩИНИ



НОВИННІ СЮЖЕТИ ВОЄННОЇ ТЕМАТИКИ БУЛИ ПРИСВЯЧЕНІ:

- РЕАБІЛІТАЦІЇ ВІЙСЬКОВИХ ТА ПОВЕРНЕННЮ ЇХ У ЦИВІЛЬНЕ ЖИТТЯ
- ЖИТТЄВИМ ІСТОРІЯМ УКРАЇНСЬКИХ БІЙЦІВ
- ВШАНУВАННЮ ПАМ'ЯТІ ПОЛЕГЛИХ
- ВОЛОНТЕРСТВУ ТА ДОПОМОЗІ СИЛАМ ОБОРОНИ



НИ ІСТОРІЯ ПОЛІЦЕЙСЬКОГО-СНАЙПЕРА



ЧОПОВИЧІ ЖИТОМИРСЬКА ОБЛ.
У ЧОПОВИЦЬКІЙ ГРОМАДІ ОБЛАШТОВУЮТЬ
ВЕТЕРАНСЬКИЙ ПРОСТІР



СУСПІЛЬНЕ ЖИТОМИР

ЖИТОМИР
«СІТКИ ОДНОРАЗОВІ, АЛЕ ВОНИ РЯТУЮТ
НІНА, МАМА ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦЯ



НОВИНИ ДЕНЬ ЗАХИСНИКІВ ТА ЗАХИСНИЦЬ



ГЕНДЕРНА ПРЕДСТАВЛЕНІСТЬ У РЕКЛАМІ



РЕКЛАМА МОЖЕ МІСТИТИ ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ (СПРОЩЕНІ, СХЕМАТИЗОВАНІ, ЕМОЦІЙНО ЧІТКО ЗАБАРВЛЕНІ СТІЙКІ ОБРАЗИ ЧОЛОВІКІВ І ЖІНОК), НАВ'ЯЗУЮЧИ ПЕВНІ СОЦІАЛЬНО-ТИПОВІ РОЛІ ЖІНКИ І ЧОЛОВІКА

В ЕТЕРІ ТЕЛЕКАНАЛІВ ЖИТОМИРЩИНИ ПЕРЕВАЖАЄ СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА ВОЄННОЇ ТА СУСПІЛЬНОЇ ТЕМАТИКИ (РЕКЛАМНІ КАМПАНІЇ З РЕКРУТИНГУ, ЩО ЗАКЛИКАЮТЬ ДОЛУЧАТИСЯ ДО ЛАВ ЗБРОЙНИХ СИЛ, А ТАКОЖ РЕКЛАМА, СПРЯМОВАНА НА ЗМІЦНЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ І ПІДТРИМКУ МОРАЛЬНОГО ДУХУ НАСЕЛЕННЯ)

ПОПРИ ЗРОСТАННЯ КІЛЬКОСТІ ЖІНОК У ВІЙСЬКУ, ТАКА РЕКЛАМА ЧАСТО ФОРМУЄ ОБРАЗ ЗБРОЙНИХ СИЛ ЯК СУТО ЧОЛОВІЧИЙ ІНСТИТУТ – ОБРАЗ ЧОЛОВІКА-ЗАХИСНИКА ПОДАНИЙ ЯК НОРМА. ЖІНКА-ВІЙСЬКОВА ФІГУРУЄ ЛИШЕ В ОДНОМУ З ОПРАЦЬОВАНИХ СОЦІАЛЬНИХ РЕКЛАМНИХ РОЛИКІВ (6%)

