

РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ПОШИРЕННІ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ФЕМІНІЗМ СЕРЕД МОЛОДИХ ДІВЧАТ ТА ЖІНОК

THE ROLE OF THE MEDIA IN SPREADING INFORMATION ABOUT FEMINISM AMONG YOUNG GIRLS AND WOMEN

У статті окреслено актуальність явища фемінізму для сучасного світу та популярність феміністичних ідей в Україні, розкрито основні завдання феміністичного руху, надано історичний тезисний опис зародження феміністичного руху, зокрема й в Україні, та його основні причини.

Охарактеризовано засоби масової інформації як популярний, доступний і впливовий ресурс постачання та отримання нових знань. Окреслено основні функції засобів масової інформації, об'єкти їх впливу, охарактеризовано можливості сучасних засобів масової інформації та їх значення в сучасному суспільстві. Розглянуто роль засобів масової інформації в поширенні контенту та інформуванні молоді, зокрема молодих дівчат і жінок, щодо явища фемінізму та подій, пов'язаних із ним.

У статті також представлено результати авторського дослідження, проведеного серед дівчат і молодих жінок міста Херсона стосовно обізнаності цієї категорії осіб про явище фемінізму. Дослідження проведене методом анкетного опитування (за формою це онлайн-опитування). У статті описано результати опитування респонденток стосовно розуміння ними поняття «фемінізм» та частоти, з якою респондентки зустрічаються із цим поняттям. Виявлено дані щодо основних джерел отримання інформації про явище фемінізму та форми, за допомогою яких інформація поширюється безпосередньо засобами масової інформації. У межах дослідження виявлено також особисте ставлення молодих жінок і дівчат до фемінізму, їхню особистісну ідентифікацію феміністичного спрямування та найпоширеніші різновиди феміністичної самоідентифікації респонденток. Також представлено думку респонденток щодо перспектив явища фемінізму та його впливу на зміни в суспільстві відповідно до феміністичної ідеології.

Результати авторського дослідження представлені у статті у вигляді якісної та кількісної інформації – опису отриманих даних і діаграм із результатами опитування.

Ключові слова: фемінізм, молодь, засоби масової інформації, феміністичний рух.

The article outlines the relevance of feminism for the modern world and the popularity of feminist ideas in Ukraine, reveals the main tasks of the feminist movement, provides a historical thesis description of the emergence of the feminist movement, including Ukraine, and its main causes.

We describe the mass media as a popular, accessible and influential resource for supplying and receiving information. The main functions of the media, the objects of their influence are outlined, the capabilities of modern media and their importance in modern society are described. Consider the role of mass media in content distribution and informing young people, especially young girls and women, about feminism and events related to it.

The article also presents the results of the author's research that was conducted amongst young girls and women of Kherson in regards to how young girls and women are informed about feminism. The survey was carried out by means of an online questionnaire survey. The publication describes the results of the survey of respondents regarding their understanding of the concept "feminism" and the frequency with which they encounter this concept; data on the main sources of information about feminism and forms of information dissemination directly by mass media were obtained.

The research also revealed personal attitudes of young girls and women of Kherson towards feminism, their personal identification with feminist orientation, and the most common feminist self-identification of respondents. Also, we have represented respondents' opinions regarding perspectives of feminism and its influence on changes in the society as far as feminist ideology is concerned.

The results of the author's research are presented in the article as qualitative and quantitative information: description of the data obtained and diagrams with the survey results.

Key words: feminism, young people, mass media, feminist movement.

УДК 31.316.77

DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2021.31.2>

Черкашина Т.О.

к.соціол.н.,

доцент кафедри соціальної роботи, соціальної педагогіки та соціології Херсонський державний університет

Шапошникова І.В.

д.соціол.н.,

професор кафедри соціальної роботи, соціальної педагогіки та соціології Херсонський державний університет

Ломейко А.Д.

учениця 10 ІМЕ класу

Херсонський академічний ліцей

імені О.В. Мішукова

Херсонської міської ради при

Херсонському державному університеті

Незважаючи на те, що явище фемінізму є досить новим, погляди щодо жінки, її прав і становища в суспільстві простежуються в різних культурах та сягають ще часів стародавніх цивілізацій. Однак тільки у XVIII–XIX ст. прогресивними філософами та мислителями було створено перші доктрини громадянської рівності жінок і чоловіків, у яких було відображено становище жінки. На межі цих століть оформилася й феміністська теорія.

Фемінізм сьогодні розглядається не лише як ідеологія та доктрина певної філософської течії, де висвітлюються питання рівності жінок у різних сферах життєдіяльності

суспільства, а й уже як інтелектуальних рух. Проте предметним завданням фемінізму, як зазначає Г. Конціцка, залишається прагнення ліквідувати «систематичне вивіщення чоловіків над жінками», з'ясувати та показати всі наявні, актуальні форми, приклади такої домінації, щоб суспільство могло припинити цю дискримінацію. Важливим завданням є подолання залишків тих стійких упереджень стосовно ролі жінки в суспільстві, які ще донедавна мали значний вплив у більшості країн світу, оскільки поступовий відхід від них розпочався лише в останній третині ХХ ст. [1, с. 20].

Нині в Україні забезпечення гендерного рівноправ'я є нагальною проблемою, яка потребує вирішення не лише в контексті євроінтеграційних прагнень, а й з огляду на розвиток демократії загалом.

Як у всьому світі, так і в Україні зокрема ідеї фемінізму стають дедалі популярнішими та поширюються швидкими темпами. Питання фемінізму є досить цікавим і вже багато років викликає інтерес як дослідників, так і звичайних громадян, особливо дівчат та молодих жінок, яких воно безпосередньо стосується та які є його потенційною рушійною силою.

Сьогодні найпопулярнішим, найдоступнішим та найбільш впливовим засобом інформування є засоби масової інформації (далі – ЗМІ). Саме вони є нині для громадян, зокрема молодого покоління, основним джерелом інформації про фемінізм, його активність, позиції, ідеї. ЗМІ часто є не лише джерелом інформування, а й засобом маніпулювання та пропаганди феміністичних поглядів і мотивів. Вони впливають на свідомість, ментальну, соціальну та навіть політичну ідентифікацію молоді. Саме тому автори роботи порушили питання щодо джерел отримання інформації та обізнаність про фемінізм серед сучасних молодих дівчат і жінок.

Явище фемінізму, його роль, ідеї та погляди розкриті у працях таких західних учених, як С. Керролл, Н. Лікке, К. Уест та інші. З-поміж вітчизняних дослідників, які вивчали витоки й історію жіночих і гендерних студій, виокремлюємо таких українських науковців, як О. Ільченко, О. Кісь, М. Маєрчик, Т. Марценюк, І. Шапошникова.

У працях О. Ваганової, Ю. Горського, Г. Солганік, І. Шапошникової досліджувалося питання взаємодії засобів масової інформації та суспільства. У роботах Б. Грушина, М. Гершун, Г. Дилигенського, Г. Мельник, Є. Пораненого, В. Стюпіна, Ж. Тоценко, І. Шапошникової, Є. Шестопал розкривалося питання впливу засобів масової інформації на свідомість особистості.

Мета роботи полягає в дослідженні ролі засобів масової інформації в поширенні інформації про фемінізм серед дівчат та молодих жінок.

У Європі в середні віки панувала думка, що жінки за біблійною традицією є грішними через первородний гріх Єви, а також, звичайно, морально й інтелектуально слабшими, ніж чоловіки. Отже, це використовувалося з метою виправдання тих фемініцидів, які були поширені в середньовіччі, зокрема полювання на відьом, заборони жінкам мати власність, здобувати освіту; жінки мали право працювати лише безоплатно, а також повинні були слухатися батька або чоловіка.

Жінки завжди зазнавали утиску у правах, через це ідеї рівності висловлювалися чи не

всіма відомими жінками протягом історії людства [9, с. 741].

У другій половині XVII ст., коли побутувала думка про те, що жінка займає в суспільстві нижче положення, ніж чоловік, який є його центром, починається зародження європейського фемінізму саме як суспільного руху, який отримав поширення в більшості європейських країн. Уперше вимоги щодо рівноправ'я на політичному рівні були висунуті феміністками під час Війни за незалежність у США (1775–1783 рр.) [8, с. 29].

На території сучасної України в середовищі простолюду жінку ніколи не сприймали як слабку стать у фізичному плані, оскільки жінки, як і чоловіки, важко працювали, при цьому ніхто не зважав на їхню стать. Однак у більш привілейованих верствах жіночі права утискалися, що створювало великий дисонанс. Саме це свого часу допомогло поширити феміністичні ідеї на теренах України.

Тривалий час формувалася феміністська ідеологія, відбувався розвиток і становлення феміністських рухів. Сьогодні їх досить багато. Усі вони різні за своїми цілями, стратегіями та приналежністю. Різні види фемінізму в сучасному світі досить часто перетинаються між собою, а деякі феміністки навіть ототожнюють себе з декількома напрямками феміністської думки.

Основним джерелом інформації загалом та про фемінізм зокрема для сучасного молодого покоління є засоби масової інформації. Вони в сучасному суспільстві мають велику значущість і чинять беззаперечний вплив. Більшість людей не може навіть уявити собі життя без телебачення, інтернету, соціальних мереж, електронної пошти тощо. З кожним роком їх роль у суспільстві тільки зростає. Сучасні засоби масової інформації набули нових функцій, сьогодні без них майже неможливі соціальна взаємодія та спілкування. За допомогою ЗМІ сьогодні можна здійснювати купівлю товарів та отримувати послуги, вони відкривають доступ до будь-якої інформації, дають змогу розмістити власний медіаконтент. Основною метою діяльності сучасних ЗМІ є вплив на суспільну думку.

Засоби масової інформації також здійснюють досить великий вплив на засвоєння сучасною молоддю низки соціальних норм, формування в неї системи ціннісних орієнтацій. Вони є ресурсом неформальної освіти та просвіти молоді. Важливо зауважити, що сучасні умови життя молоді людини засновані на таких орієнтирах розвитку, які ґрунтуються на дедалі зростаючій ролі так званого «інформаційного способу життя» [4, с. 266–275].

Одним із прав людини, яке найтісніше пов'язане зі ЗМІ, вважається право на свободу переконань і їх вираження, що саме по собі

є передумовою для здійснення цілої низки інших прав і свобод.

Засоби масової інформації в сучасному суспільстві чинять неабиякий вплив на формування свідомості людей, системи цінностей, щоденних звичок, уподобань, смаків і, звісно, поглядів. ЗМІ можуть відображати інтереси як суспільства загалом, так і представників різних соціальних верств та груп, окремих особистостей. ЗМІ сьогодні не просто транслюють те, що відбувається навколо, а вже навіть конструюють певний світ, який згодом для споживача перетворюється на реальне життя. Вони передають зразки цінностей, стиль життя та звички, моделі поведінки, які згодом переймаються суспільством [3, с. 372–376].

Одним з основних об'єктів дії інформаційних ЗМІ сьогодні є велика група людей – молодь, котра становить аудиторію того чи іншого конкретного ЗМІ. Дослідники наголошують на тому, що засоби масової інформації чинять досить великий вплив на молоде покоління щодо вибору ним певного стилю життя, відповідних моделей поведінки не лише інформаційно, а й на прикладі зразків, які часто транслюються через ЗМІ [6; 7].

Крім того, засоби масової інформації завдяки власним ресурсам і можливостям можуть безпосередньо вплинути на згуртування людей. Однак ЗМІ можуть не лише об'єднувати громадян, а й роз'єднувати їх, якщо транслюють «чужі» цінності й ідеали, зображують деструктивні приклади поведінки, що підривають соціально-психологічний клімат у країні [2, с. 45–52].

У суспільстві, де відбуваються трансформаційні зміни, роль засобів масової інформації стає вагомішою, а їх контент – більш впливовим, оскільки саме в такі нестійкі періоди громадяни потребують об'єктивного та правдивого оцінювання суспільних явищ і подій. Сучасні масмедіа значною мірою нівелюють соціокультурне відтворення окремої особистості та орієнтують її на масове споживання.

Питання взаємодії ЗМІ та їх молодіжної аудиторії стоїть сьогодні досить гостро, оскільки саме для молоді характерне масове споживання інформаційного контенту.

З метою дослідження ролі ЗМІ в поширенні інформації про фемінізм серед дівчат і молодих жінок нами було проведено емпіричне дослідження.

Методом дослідження було анкетне онлайн-опитування (за допомогою Google-форми) дівчат та молодих жінок міста Херсона, яке здійснювалося впродовж жовтня – листопада 2021 р. Було опитано 128 респонденток віком від 14 до 35 років. Застосовувався метод випадкової вибірки. Анкета включала здебільшого запитання закритого типу, де рес-

пондентка могла вибрати з багатьох варіантів відповідей той, який найкраще відображає її думку; також були відкриті запитання для можливості висловити власні погляди. Запитання анкети були спрямовані на виявлення розуміння дівчатами та молодими жінками поняття «фемінізм», розкриття власного ставлення до нього, джерел отримання інформації про фемінізм і явища, пов'язані з ним, частоти та якості отримуваної інформації тощо.

З-поміж опитаних 128 респонденток 28 осіб – це дівчата, які навчаються у школах, ліцеях і коледжах міста Херсона; 48 осіб – дівчата та молоді жінки, котрі навчаються в херсонських закладах вищої освіти; 44 особи – молоді жінки, які працюють; 8 осіб – жінки й дівчата, які не працюють, не навчаються (ведуть домашнє господарство або перебувають у декретній відпустці).

З метою виявлення розуміння дівчатами та молодими жінками поняття «фемінізм» нами були поставлені такі запитання: «Чи чули Ви про таке явище, як фемінізм?» (див. рис. 1) та «Як Ви розумієте поняття “фемінізм”?».

На перше запитання всі респондентки надали ствердну відповідь – усі без винятку чули про явище фемінізму. Що ж до розуміння цього явища, то відповіді респонденток були однаковими, проте по-різному трактувалися (запитання було відкритим): майже всі дівчата та жінки вважають, що фемінізм – це «боротьба з дискримінацією жінок та домінуванням чоловіків у суспільстві», «боротьба за рівноправність між чоловіком і жінкою», «рух, що відстоює права жінок у суспільстві».

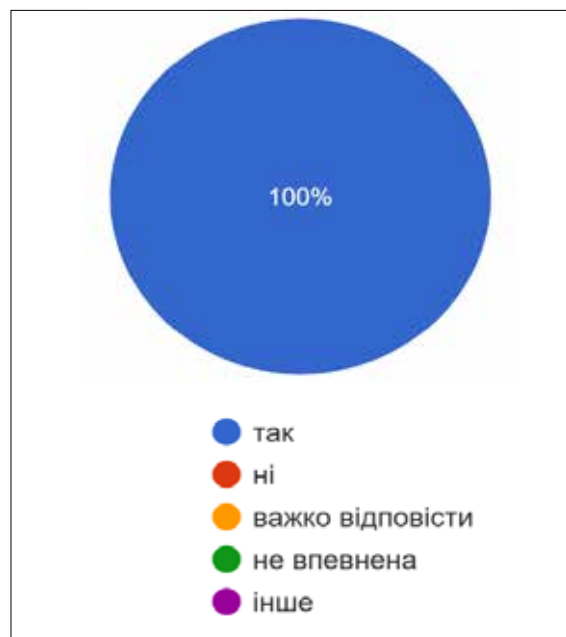


Рис. 1. Чи чули Ви про таке явище, як фемінізм?

Відповіді на запитання про те, як часто опитані зустрічаються з поняттям «фемінізм», наведені на рис. 2.

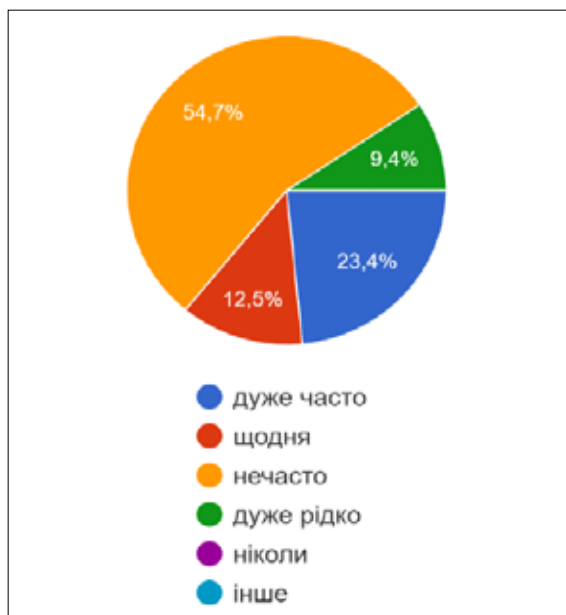


Рис. 2. Частота, з якою зустрічається поняття «фемінізм»

Щодо запитання про те, звідки зазвичай респондентки дізнаються про явище фемінізму (чують, читають, бачать у новинах тощо), з-поміж усіх ЗМІ у відповідях переважають мережа Інтернет (75%) та телебачення (35,9%). Найрідше інформацію здобувають із друкованих засобів масової інформації (3,1%) та завдяки радію (1,6%).

На думку опитаних, телебачення поширює здебільшого таку інформацію про фемінізм: відомості про акції та протести феміністичних рухів (62,3%); явище згадується в новинах (35,8%); інформація про відомих феміністок, активісток (24,5%); передачі, шоу, програми про фемінізм і все, що з ним пов'язано (13,2%); документальне відео про історію, течію та сучасні різновиди фемінізму (9,4%); наукові передачі та виступи дослідників фемінізму (5,7%).

Дівчата та молоді жінки, які брали участь в опитуванні, інформацію про фемінізм із мережі Інтернет найчастіше отримують у вигляді фото, картинок, відео (46,8%); читають публікації та новини про фемінізм і феміністок (43,5%); беруть участь в онлайн-опитуваннях, пов'язаних із тематикою фемінізму (22,6%); цікавляться феміністичними акціями, протестами, заходами (16,1%); дивляться блоги феміністок (12,9%). По 3,2% респонденток у мережі Інтернет спілкуються з представниками феміністичних рухів та організацій та приєднуються до груп, у яких обговорюються питання фемінізму.

Друковані засоби масової інформації висвітлюють фемінізм найчастіше у вигляді новин (44,7%); під час рекламування подій (19,1%); у вигляді фотофактів (29,8%); через опубліковані інтерв'ю з видатними людьми, які мають відношення до фемінізму (10,6%); шляхом опитування читачів (6,4%) та у вигляді наукових публікацій (2,1%).

Радіо інформацію про фемінізм зазвичай висвітлює в розділі новин (50%); шляхом тематичних програм (21,4%); організації інтерв'ю з людьми, котрі мають відношення до явища фемінізму (11,9%); рекламування подій, пов'язаних із феміністичним рухом та організаціями (14,3%); завдяки запрошуванню до ефіру феміністок (7,1%).

Також варто зазначити, що 7,7% опитаних дівчат і молодих жінок разом із родичами або друзями дивляться та обговорюють передачі й заходи феміністичного спрямування, а 9,6% респонденток досить часто сперечаються під час обговорення акцій і виступів представників феміністичних рухів.

Результати опитування щодо особистого ставлення до фемінізму дівчат та молодих жінок, які брали участь у дослідженні, можна побачити на рисунку 3. Що цікаво, жодна з опитаних дівчат і жінок не вважає явище фемінізму виключно негативним явищем.



Рис. 3. Ставлення респонденток до фемінізму

На запитання «Чи вважаєте Ви себе феміністкою / феміністично спрямованою особистістю / прихильницею фемінізму?» відповіді опитаних були неоднозначними (див. рис. 4). Тим жінкам та дівчатам, які позиціонують себе



Рис. 4. Чи вважаєте Ви себе феміністкою / феміністично спрямованою особистістю / прихильницею фемінізму?

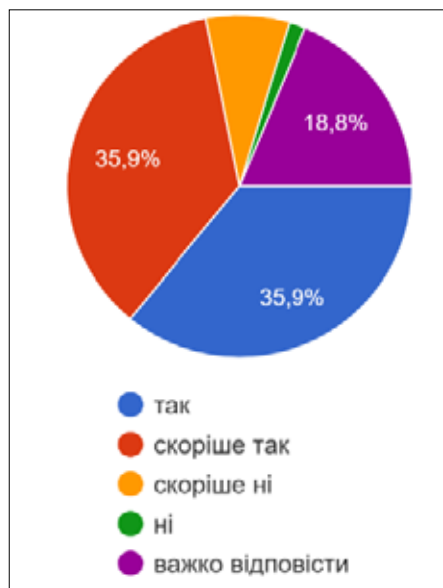


Рис. 5. Перспективи фемінізму змінити суспільство відповідно до ідеології руху

як феміністки, прихильниці фемінізму або феміністично спрямовані особистості, було запропоновано відкрите запитання щодо течії / різновиду фемінізму, з яким вони себе ідентифікують або який їм ближчий за ідеологією. На це запитання відповіді були неоднозначними, напевно, через те, що не всі респондентки обізнані із сучасними течіями фемінізму, що стало на заваді наданню остаточних відповідей. Проте серед інших відповідей переважали такі течії фемінізму, як ліберальний, аболіціоністський, політичний, філософський (вказані за низхідною актуальністю).

Відповіді респонденток на запитання «На Вашу думку, чи можуть фемінізм та його вияви в перспективі змінити суспільство відповідно до ідеології фемінізму?» наведені на рисунку 5.

Результати авторського дослідження переконали нас у тому, що досить багато дівчат і молодих жінок здобувають інформацію про фемінізм та явища й процеси, пов'язані з ним, саме через засоби масової інформації. Найбільш популярними та використовуваними є мережа Інтернет і телебачення, які переважно публікують феміністичні фотофакти, транслюють новини про акції, заходи представників (представниць) та учасників (учасниць) феміністичного руху, публікують інформацію про феміністок та активісток (активістів) чи інтерв'ю з ними, організують тематичні передачі та шоу, пов'язані з питаннями фемінізму, тощо.

З огляду на зазначене можна констатувати, що засоби масової інформації є основним джерелом привернення уваги молоді до феміністичних явищ і процесів, які відбуваються у світовому та українському суспільстві,

та джерелом залучення молодого покоління до цих процесів. Відповідно, виникає необхідність того, щоб ЗМІ більш відповідально ставилися до інформації, яку поширюють, зважали на потреби й можливості користувачів, оскільки саме вони можуть не тільки позитивно вплинути на формування особистості молодих людей, а й допомогти у визначенні соціальної позиції молоді (у контексті нашої наукової роботи – соціальної позиції молодих жінок і дівчат).

ЛІТЕРАТУРА:

1. Конціцка Г. Теоретико-методологічні основи дослідження феміністських рухів у політиці : дис. ... канд. політ. наук. Львів, 2016. 219 с. URL: https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/03/dis_konsiska.pdf.
2. Куц Ю. Національна свідомість і самосвідомість у етнополітиці й державотворенні. *Актуальні проблеми державного управління* : науковий збірник. Харків : Харківська філія УАДУ, 2000. № 2(7). С. 45–52.
3. Черкашина Т., Каранда В. Вплив засобів масової інформації на молодь. *Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі* : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 9–10 квітня 2020 р. / редкол. : В. Погребна, В. Попович, Н. Островська, Т. Серга та ін. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2020. С. 372–376.
4. Чутова Н. Масс-медиа как социальный институт и его функции в украинском социальном пространстве. *Соціальні технології*. 2009. № 43. С. 266–275.
5. Шапошникова І. Дискримінація жінки як соціальна проблема. *Сучасні соціально-педагогічні процеси в Україні: тенденції, реалії, перспективи* :

підсумкова збірка наукових робіт студентів та магістрантів Інституту психології, історії та соціології ХДУ. Херсон, 2009. Вип. 2. С. 136–138.

6. Шапошникова І. Дослідження впливу телебачення на формування цінностей сучасної студентської молоді. *Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України* : науковий збірник. 2012. № 4(64) : Соціологічні науки. С. 19–25.

7. Шапошникова І. Молодіжна культура в сучасному інформаційному суспільстві. *Молодь в умовах*

нової соціальної перспективи : збірник наукових праць. Київ : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2012. Вип. 14. Ч. I. С. 166–169.

8. Kinnaird J. Mary Astell: Inspired by ideas. *Feminist Theorists. Three Centuries of Women's Intellectual Traditions*. London : The Women's Press, 1983. P. 29.

9. The Feminist Companion to Literature in English / V. Blain, P. Clements, I. Grundy (eds.). London : Batsford, 1990. 1252 p.