

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи

на тему

**«СУЧАСНІ УКРАЇНСЬКІ МЕДІА КРІЗЬ ОПТИКУ ФЕМІНІЗМУ:
ЕФЕКТ ЕММИ АНТОНІЮК»**

Виконала:

студентка 4 курсу групи СМК-42

першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти

спеціальності 061 Журналістика

Дишлева Є. О.

Керівниця:

д. філос. н., професорка

Стародубцева Л. В.

Харків – 2024

ЗМІСТ

Вступ	3
1 Феміністична оптика у медіа: концепти і концепції.....	8
1.1 Поняття фемінізму: історія дефініцій.....	8
1.2 Феміністична теорія: ключові ідеї та персоналії.....	11
1.3 Журналістське висвітлення проблем жінок: концептуальні рефлексії.....	16
Висновки до розділу 1	19
2 Медіарепрезентації проблем жіноцтва в сучасній Україні.....	21
2.1 Проблеми жіноцтва в медіа Незалежної України: історична ретроспектива.....	21
2.2 Вплив фемінізму на сучасні стандарти медіа в Україні: норми задля запобігання сексизму.....	26
2.3 Репрезентації образу жінки в українських медіа: типологічний аналіз	29
Висновки до розділу 2	32
3 Ефект Емми Антонюк: від непочутого голосу до молодіжного кумиру.....	33
3.1 Емма Антонюк як репортерка і колумністка: «Книжка від зірки» і «Гендер в деталях»	34
3.2 «Палає»: від спалаху до пожежі в українському інфопросторі.....	36
3.3 Гардток: кінець ери компліментарних інтерв'ю.....	39
Висновки до розділу 3	45
Висновки	47
Список використаних джерел	53

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Після Революції Гідності в Україні стрімко набирає обертів феміністичний порядок денний. Народ України відкидає застарілі російські та пострадянські стереотипи, переосмислює ставлення до захисту прав людини. Неодмінною складовою суспільстві з європейським цивілізаційним вибором є захист прав жінок. За останнє десятиріччя в українських медіа закріпилися стандарти щодо запобігання сексизму й гендерно дискримінації, збільшала кількість сюжетів, присвячених питанню гендерної рівності.

Повномасштабне вторгнення РФ 2022–2024 років стало плідним, але, на жаль, трагічним поштовхом для розвитку україномовного медіаконтенту. В умовах війни суспільство стало гостріше реагувати на соціальну несправедливість й активніше боротися з нею. За час повномасштабного вторгнення актуальність набрали журналістські розслідування із викриття сексизму українських культурних діячів і державних посадовців, медіасюжети щодо висвітлення викликів жіноцтва під час війни.

Емма Антонюк є однією з найбільш впізнаваних в Україні журналісткою, що висвітлює проблеми українок крізь феміністичну оптику. Інтерв'ю Емми Антонюк з Іво Бобулом, викриття Емми Антонюк та Яни Брензей жіноненавистницьких наративів школи Олексія Арестовича «Апейрон» були одними з найбільш обговорюваних інфоприводів 2023 року. Станом на 1 квітня 2024 року проєкт Емми Антонюк «Це ніхто не буде дивитися» має 104 тисячі підписників, а її спільний з Яною Брензей ютуб-проєкт «Палає» – 148 тисяч підписників, що свідчить про популярність цих медіапроєктів в українському суспільстві.

Ступінь вивченості теми. У контексті нашого дослідження особливу значущість мають класичні праці, які започаткували рефлексію над проблемами фемінізму у світовій гуманітарній науці (Сімона де Бовуар, Керрі Чепмен Кетт та ін.), а також феміністичні студії сучасних вчених, серед яких українські

(Ольга Білоусенко, Ірина Грабовська, Ганна Гриценко, Оксана Кісь, Марія Маєрчик, Тамара Марценюк, Соломія Павличко, Ольга Плахотник, Марфа Скорик й ін.) і західні дослідниці та дослідники (Донна М. Коваль, Енн Оуклі, Сюзанна Вейс, Майкл С. Кіммел, Андреа Пресс, Софі Рейн, Марта Ремптон, Карл Томпсон, Сью Торнхем й ін.). Важливими у контексті нашої роботи є також наукові розвідки, представлені у спеціалізованих, феміністськи орієнтованих виданнях, таких як, наприклад, «гендер в деталях», «Критика феміністична: східноєвропейський журнал феміністичних і квір-студій» тощо.

Попри те, що кількість праць, присвячених фемінізму, є вражаючою, нам представляється маловивченим обраний нами дослідницький ракурс, а саме спроба виявити особливості розуміння сучасних українських медіа крізь оптику фемінізму на прикладі того, що ми умовно можемо назвати «ефектом Емми Антонюк». Вплив Емми Антонюк на український медіапростір є цікавим предметом дослідження для журналістів, соціологів і маркетологів, які хотіли б розібратися у тенденціях сучасного медіаринку та моральних нормах, що закріплюються сьогодні у медіадискурсі.

Дослідження діяльності Емми Антонюк допоможе зрозуміти, як формується інститут репутації у сучасному українському медіапросторі, якою має бути стратегія побудови медійної кар'єри у сучасній Україні, що є неприйнятним для медійних осіб сьогодні, чому висвітлення проблем жіноцтва є цікавим та важливим для українського суспільства, і як зароджуються нові стандарти журналістики, побудовані на захисті фундаментальних прав людини, неодмінною частиною яких є захист прав жінок. Наше дослідження стане внеском у вивчення впливу фемінізму на сучасні українські медіа та розвиток гендерних практик у цьому контексті, а також для розуміння ролі конкретних медійних особистостей, таких як Емма Антонюк, у формуванні медійного образу фемінізму в Україні.

Мета та завдання дослідження. *Метою* дослідження є розкриття специфіки сучасного українського медіапростору крізь феміністичну оптику на

основі аналізу діяльності та виявлення причин успіху проєктів журналістки та блогерки Емми Антонюк.

Для досягнення мети проєкту необхідно поставити та вирішити такі *завдання*:

- проаналізувати концепти і концепції, присвячені аналізу феміністичної оптики у медіа;
- визначити особливості медіарепрезентацій проблем жіноцтва в сучасній Україні;
- дослідити медійний доробок Емми Антонюк.

Об'єкт дослідження: фемінізм у сучасному українському медіапросторі.

Предмет дослідження: медіапроєкти Емми Антонюк як репрезентація ідей фемінізму в сучасних українських медіа.

Методи дослідження. Точки перетину фемінізму та медіадискурсу описують соціологія, історія медіа, гендерні дослідження та культурологія, що зумовлює обрання нами комплексного інтердисциплінарного підходу, що поєднує різні галузі знань та методи. У рамках обраного підходу нами застосовуються як загальнонаукові методи (аналіз і синтез, порівняння та узагальнення), так і спеціально-наукові – для дослідження репрезентацій ідей фемінізму в сучасних українських медіа, зокрема через діяльність Емми Антонюк.

Ключовими серед спеціально-наукових методів, застосованих у нашій роботі, є:

1. *Критичний контент-аналіз вмісту медійних матеріалів* (таких як статті, відео та аудіозаписи), присвячених темі фемінізму. Цей метод дозволяє вивчити, яким чином в українських медіа висвітлюються феміністичні теми, з акцентом на виявленні інтерпретаційних шаблонів, стереотипів та ідеологічних підтекстів, а також проаналізувати медіапроєкти Емми Антонюк.

2. *Аналіз статистичних даних.* Цей метод дозволяє проаналізувати рейтинги та кількісні показники (наприклад, охоплення аудиторії, число лайків і репостів тощо), що визначають залученість аудиторії, свідчать про популярність програм, публікацій та/або виступів Емми Антонюк та інших медійних осіб, які

активно висвітлюють феміністичні питання, та оцінити обсяг та значущість феміністичного контенту в українських медіа.

3. *Дискурс-аналіз постів у соціальних медіа.* Цей метод дозволяє вивчити реакції користувачів у соціальних мережах на публікації, пов'язані з фемінізмом, проаналізувати дискурс коментарів під публікаціями Емми Антонюк та інших медіаперсон, які репрезентують феміністичний дистанційна курс сучасної України.

4. *Історико-генетичний аналіз.* Цей метод дозволяє дослідити історію розвитку феміністичних рухів у медіа, виділити основні етапи трансформації їхнього впливу на сучасну журналістику, зрозуміти еволюцію феміністичного дискурсу в українських медіа, окреслити історію змін у висвітленні образу жінки в українських медіа.

5. *Інтерв'ювання.* Цей метод дозволяє дослідити потреби жінок у феміністичну оптику.

Використання цих методів дозволить отримати глибше розуміння впливу фемінізму на українські медіа та роль Емми Антонюк у процесі утвердження ідей гендерної рівності у сучасній вітчизняній журналістиці.

Теоретичною основою нашого дослідження є концепція гендерованого суспільства Майкла С. Кімела, теорія трьох хвиль фемінізму Сюзанни Вейс, ідея українського фемінізму Оксани Кісь і розвідки з історичної ретроспективи фемінізму в Україні Ганни Гриценко.

Емпіричну основу складають текстові та відеоматеріали, створені Еммою Антонюк із метою популяризації фемінізму в українському медіапросторі: книга-комікс «Фемінізм і місто», проєкти «Палає» (2021–2024) та «Це ніхто не буде дивити» (2022–2024), а також колонки Емми Антонюк для експертного онлайн-медіа з питань фемінізму «гендер в деталях» (2020–2022); матеріали глобального проєкту моніторингу ЗМІ (GMMP), моніторингові дослідження Інституту масової інформації та ГО «Детектор медіа».

Наукова новизна дослідження полягає у розкритті специфіки сучасного українського медіапростору крізь феміністичну оптику на основі аналізу діяльності та виявлення причин успіху проєктів журналістики та блогерки Емми

Антонюк, а саме: запропоновано новий підхід до розуміння ролі Емми Антонюк у популяризації ідей фемінізму в українських медіа; систематизовано та уточнено семантичний спектр понять, пов'язаних з фемінізмом у медіа; на основі аналізу діяльності Емми Антонюк визначено комунікаційні стратегії та інструменти просування ідей гендерної рівності та розбудови гендерно чутливої свідомості в медіапросторі.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у можливості їхнього використання для розвитку гендерної рівності та феміністичних практик у сучасних українських медіа. Аналіз діяльності Емми Антонюк може стати основою для формулювання та впровадження комунікаційних стратегій, спрямованих на підвищення гендерної свідомості серед українських глядачів і читачів, а також для розвитку критичного мислення щодо репрезентації гендерних тем у медіа. Отримані результати можуть бути корисними для фахівців у галузях соціології, культурології, гендерної теорії, досліджень у галузях інтернет-меркетингу та медіастудій. Наприклад, вони можуть бути використані для розробки та вдосконалення навчальних програм з гендерних студій та курсів з аналізу медіаконтенту з феміністичною перспективою, для проведення тренінгів і семінарів з медійної грамотності та гендерної чутливості для журналістів та медіапрацівників. Отримані результати та матеріали роботи можливо використовувати в різних формах медійної діяльності, у т. ч. задля створення нового контенту з гендерної тематики, організації гендерно-орієнтованих медіакампаній та інших ініціатив, спрямованих на досягнення гендерної рівності та формування феміністського медіадискурсу в Україні.

Структура та обсяг дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів (у тому числі 9-ти підрозділів), висновків і списку використаних джерел 105 найменувань, з них 31 – іноземними мовами, 43 – досліджувані джерела). Робота містить 10 рисунків. Загальний обсяг дослідження – 64 сторінки (з них основна частина – 52 сторінки).

РОЗДІЛ 1

ФЕМІНІСТИЧНА ОПТИКА У МЕДІА: КОНЦЕПТИ І КОНЦЕПЦІЇ

1.1 Поняття фемінізму: історія дефініцій

Перед тим, як досліджувати значення поняття фемінізму, спробуємо звернутися до етимології. Згідно з енциклопедичними визначеннями, слово «фемінізм» походить від латинського слова *femina*, що означає «жінка» [54], а термін «фемінізм» виник у 1837 році завдяки дослідженням французького філософа Шарля Фур'є, присвяченим соціалістичній утопії майбутнього, де він намагався описати ідею, пов'язану з «особливостями або характером жінок» [40]. Для того, щоб описати історію мандрівки поняття фемінізму в історії сучасної гуманітарної думки, доцільно звернутися до дослідження американської письменниці-феміністки та сексологині Сюзанни Вейс (Suzannah Weiss), авторки для таких видань як *The New York Times*, *The Washington Post* і *New York Magazine*, а також редакторки текстів із проблем фемінізму для *Teen Vogue*, *Complex* і *Vice*. Згідно з блискучим аналізом історії поняття фемінізму, результати якого Сюзанна Вейс представила в статті *Brief History Of The Word «Feminism»*, протягом XVIII століття термін «фемінізм» почав вживатися для позначення руху за рівність прав жінок, включаючи боротьбу за політичні права, освіту та соціальні привілеї [61]. У цей час, як стверджує американська дослідниця у галузі фемінізму, слово «фемінізм» стало нерозривно пов'язаним із суфражистським рухом, що був спрямований на встановлення соціальної, правової та політичної рівності між статями, а також на визнання жінок як рівних партнерів і співробітників у суспільстві.

Саме період – від зародження феміністських ідей у 1830-х роках і до середини XX століття зазвичай називають *першою хвилею фемінізму*. Згідно з документацією того часу, термін «фемінізм» вживався для опису різних поглядів та ідеалів, включаючи емансипацію жінок та боротьбу за їхні права. У 1914 році американська активістка жіночого суфражизму Керрі Чепмен Кетт у

статті, присвяченій «свободному кохання», у *The New York Times* визначала фемінізм як «глобальне повстання проти усіх штучних бар'єрів, які становлять закони та звичаї між жінками та людською свободою. Це народжується інстинктом у душі кожної природної жінки, що Бог задумав її як рівну, співробітницю, товариша чоловіків із її родини, а не як їхню рабину, служницю, залежну чи іграшку» [39]. У 1915 році газета *The Washington Herald* опублікувала інтерв'ю з різними людьми щодо фемінізму. Більшість відповідей вказували на фемінізм як «доктрину соціальної, правової та політичної рівності статей» [там само]. Тодішні підходи до визначення поняття фемінізму відрізнялися за ступенем радикалізму: від боротьби за рівність прав до виклику статевих стереотипів та ролей. Наприклад, для Беатріс Форбс-Робертсон Хейл фемінізм означав розвиток моногамії та моральних принципів, тоді як для інших це було пов'язано з рівністю статей та визнанням прав жінок. З іншого боку, ідея Л. Джордж полягала в радикальному підході до фемінізму, відкидання ідеї статевих розбіжностей і твердження про те, що не існує жодних суттєвих різниць між чоловіками та жінками, є лише «сексуальна більшість» [цит. по: 61]. Тож у період першої хвилі фемінізм був націлений на досягнення соціальної, правової та політичної рівності статей.

Під час *другої хвилі фемінізму* (1950–1990-ті роки) гендер став головною темою обговорення, оскільки цей термін представляє собою соціально-культурну конструкцію, що визначається не лише біологічною статтю, але й ролями, які суспільство присвоює чоловікам і жінкам. Тоді ж велику увагу почали приділяти сексуальним та репродуктивним правам. Один із фундаментальних принципів цього періоду було опубліковано у 1949 році книзі «Друга стаття» Симони де Бовуар, де авторка стверджувала: «Жінкою не народжуються, а стають» [4, с. 216]. Ця фраза підкреслювала ідею про те, що саме соціальні та культурні чинники формують гендерну ідентичність. Такий погляд сформував основу для подальших дискусій із критикою традиційних уявлень про гендер та сексуальну ідентичність. Феміністки другої хвилі активно висловлювали свої погляди, визначаючи фемінізм як радикальне уявлення про

жінок як повноправних людей, як саркастично висловила Марі Шир (буквально: *Feminism is the radical notion that women are people*, Marie Shear: див., наприклад, [104], або як відмову від покори і визнання недосконалості створених чоловіками ідеологій, як стверджувала Едрієнн Річ [цит. по: 61]. Тож під час другої хвилі фемінізму його визначення стало більш радикальним.

Під час *третьої хвилі фемінізму*, яка почалася у 1990-х роках і триває до сьогоднішнього часу (хоча деякі вчені, наприклад, Мері Ремптон, вказують на початок четвертої хвилі [57]), визначення фемінізму пройшло значні зміни під впливом суспільних та культурних змін. Цей період фемінізму спрямований на виклик гендерної бінарності та відкриття місця для різноманітних голосів у фемінізмі, включаючи ЛГБТ-спільноту. За цей час, хоча фемінізм став предметом широких дискусій і його популярність значно зросла, він також зазнав негативної реакції з боку частини суспільства. У 2014 році, наприклад, американська група «Жінки проти фемінізму» почала активно протиставляти свою позицію, а журнал TIME включив слово «феміністка» до списку слів, які, за їхньою думкою, слід уникати, але пізніше вибачився за це під тиском громадськості [див., наприклад: 57]. Незважаючи на ці тиски, фемінізм залишається предметом активної дискусії та боротьби за визнання його цінності у масовому суспільстві.

Сучасні визначення фемінізму прагнуть охопити не лише права жінок, а взагалі людей, що стикаються з гендерними стереотипами. Сучасна феміністична оптика вивчає як мізогінія впливає на гендерні ролі у суспільстві, адже стереотипи щодо жінок створюють тиск на чоловіків, впливають на сприйняття ЛГБТ+ осіб. Це ілюструє цитата з дослідження Сьюзан Каррі Сібек: «Фемінізм – це рух, який прагне рівності для людей будь-якої статі. Він заснований на вірі в те, що люди повинні мати можливість використовувати будь-яку можливість і демонструвати будь-які якості незалежно від статі» [цит. по: 54]. Британська акторка, посолка ООН-Жінки Емма Вотсон надає своє визначення поняттю фемінізм. На її думку, це «віра у те, що чоловіки і жінки повинні мати рівні права і можливості. Це теорія політичної, економічної і

соціальної рівності статей» [105]. У 2014 року Вотсон організувала захід, присвячений ініціативі, що була покликана залучити чоловіків у боротьбу за гендерну рівність *HeforShe* («ВіндляНеї») у штаб-квартирі ООН, де виступила з промовою. Вотсон розповіла про свій шлях до фемінізму і закликала залучати чоловіків до сприяння гендерній рівності: «Я хочу, щоб чоловіки вступили у цю боротьбу для того, щоб їхні доньки, сестри та матері змогли бути вільними від упереджень, а також для того, щоб їхні сини могли дозволити собі бути вразливими та людяними, й таким чином стати більш щирою та цілісною версією самих себе», – зазначила акторка [105]. Це бачення фемінізму, яке об'єднує людей у єдину боротьбу незалежно від статі та гендеру, здобуло всесвітню підтримку та зробило Вотсон феміністичною іконою.

Отже, поняття фемінізму переживає постійні зміни та адаптації, відбиваючи суспільні та культурні тенденції свого часу. Нові визначення поняття фемінізму відображають, що він є не лише боротьбою за права жінок, але й шляхом до рівності та справедливості для всіх людей, незалежно від їхньої статі чи гендерної ідентичності. Проте саме захист прав жінок є основною задачею фемінізму і першопричиною існування цього поняття.

1.2 Феміністична теорія: ключові ідеї та персоналії

Існує багато різновидів, напрямів і течій в межах феміністичної теорії, що зародилася у XVIII столітті, активно розвивалась у XIX столітті, досягла розквіту у XX столітті й продовжує існувати донині. Узагальнюючи ряд досліджень, присвячених теорії фемінізму [10; 11; 27; 59–61 тощо], ми можемо виділити декілька найбільш впливових течій фемінізму:

1. *Ліберальний фемінізм*, що зародився у XIX столітті. Серед ключових фігур цього напрямку варто згадати Мері Вулстонкрафт, авторку видатного твору «Відстоювання прав жінок», опублікованого у 1792 р. (див., наприклад: [58]). Ліберальний фемінізм акцентує увагу на досягненні рівності жінок і чоловіків шляхом політичних і правових реформ.

2. *Анархо-фемінізм* (XIX ст.), що поєднує ідеї анархізму та фемінізму. Ключові фігури цього феміністичного напрямку – Емма Голдман, Федеріка Монтсені, Вольтерін де Клер та Люсі Парсонс [45]. Представниці анархо-фемінізму вважали боротьбу з патріархатом необхідною складовою боротьби класів.

3. *Соціалістичний і марксистський фемінізм* (XIX–XX століття), що вважають гендерну нерівність наслідком класової боротьби та капіталістичної експлуатації. Клара Цеткін, Елеонор Маркс і Олександра Коллонтай [51] є ключовими фігурами, які сприяли поширенню цих ідей.

4. *Радикальний фемінізм*, що виник у 1960-х – 1970-х роках. До ключових постатей цього напрямку належать Андреа Дворкін і Кетрін МакКінон [56]. Радикальний фемінізм визначає патріархальну ієрархію як основну причину пригнічення жінок.

5. *Чорний фемінізм* (1960–1970 роки), що аналізує взаємозв'язок між сексизмом, расизмом і класовою приналежністю. Ключові постаті цього напрямку – Анджела Девіс, Одрі Лорд, Белла Хукс і Еліс Вокер [43]. Чорний фемінізм не лише привертав увагу до унікальних викликів, з якими зіштовхувалися афроамериканські жінки, але й приніс внесок у формування ідентичності та боротьби за рівність для всього руху за права жінок.

6. *Екофемінізм* (XX ст.), що з'єднує екологію з фемінізмом. Ключовими фігурами екофемінізму є Вандана Шива та Керол Гілліган [50]. Представники цього напрямку феміністичної теорії аналізують експлуатацію жінок і природи як результат патріархальної системи.

7. *Інтерсекційний фемінізм*, що виник у другій половині XX ст. Ключовими фігурами цього напрямку є Кімберле Креншоу та Вальдекір Насціменто наголошують на тому, що досвід жінок впливає на різні аспекти їх життя [47]. Представниці інтерсекційного фемінізму пропонують досліджувати «перетин» різноманітних форм дискримінації у соціумі на основі релігії, раси, гендеру, статі, класу, сексуальної орієнтації тощо.

8. *Постмодерний фемінізм*, що з'явився у другій половині ХХ століття. Ключові фігури – Джудіт Батлер та Донна Гаравей [59]. Цей напрям поєднує фемінізм із постмодерністськими теоріями, критикуючи концепцію гендерної тотальності та підкреслюючи роль мови у конструюванні гендерної ідентичності.

9. *Постколоніальний фемінізм*, що з'явився у другій половині ХХ століття. Цей напрям вивчає життя жінок у колоніальних і постколоніальних контекстах [48]. Одними з ключових фігур постколоніального фемінізму є Гайатрі Співак і [41] і Одре Лорд [38]. Ціль досліджень цього напрямку феміністської теорії – розглядати гендерні питання в контексті імперіалістичної та постколоніальної дійсності, викриваючи взаємозв'язок між расизмом, сексизмом та іншими формами утискання.

Узагальнюючи ці ключові напрями феміністської теорії, звернімося до систематизації ключових ідей фемінізму, що у своєму дослідженні дослідник постмодерного фемінізму Карл Томпсон [59]. Свою класифікацію вчений представив у вигляді такої типологічної моделі (див. рис. 1.1).

Feminist Theories: A Summary

	Radical	Marxist	Liberal	Difference
Key Ideas	• Patriarchy • Power based on female oppression • Rape/ Porn • RLF: androgyny • RCF: Femininity	• Capitalism not patriarchy • Women produce labour force • Warm Bath. • Men dependent on employers	• Inequality = cultural • Gender socialization harms men and women • No radical change	• Experience varies with class, ethnicity etc. • Criticizes Enlightenment • Interested in language, power and discourse.
Strategies for change	• Separatism • Political Lesbianism	• WC men and women • Communism	• Change through policy within current structure	• Critiques discourse not opportunities
Criticism	• Exaggerates how bad (all) men are.	• Communism still patriarchal.	• Ethnocentric.	• Splitting weakens movement.

Рис. 1.1 Карл Томпсон. Феміністські теорії: резюме [59]

Феміністки XXI століття продовжують боротися за рівність і права жінок, розвиваючи різні напрями фемінізму. Чімаманда Нгозі Адічі [49], нігерійська письменниця та авторка впливової промови *We Should All Be Feminists* [105], належить до ліберального фемінізму. Її роботи, присвячені питанням гендеру, культури та ідентичності, впливають на глобальну аудиторію і сприяють підвищенню обізнаності щодо важливості фемінізму. Малала Юсуфзай, пакистанська активістка за права дівчат на освіту, представляє експансивний фемінізм. Вона пережила напад талібів у 2012 році і стала наймолодшою лауреаткою Нобелівської премії миру, продовжуючи боротися за освіту для всіх дівчат через «Фонд Малали» [37]. Радикальний фемінізм сьогодні представляє Глорія Стайнем, американська журналістка та феміністка. Вона вже кілька десятиліть активно бореться за права жінок, надихаючи нові покоління активісток на викорінення патріархальних структур [42]. До інтерсекційного фемінізму сьогодні належать Роксана Гей (американська письменниця та авторка книги *Bad Feminist*, її роботи часто розглядають перетин різних форм дискримінації, включаючи расову, гендерну та класову [53]) та Тарана Берк (засновниця руху #MeToo, її робота допомогла тисячам жінок і чоловіків вийти з тіні і говорити про свої переживання, створюючи нову хвилю феміністичної свідомості та солідарності [36]).

Століття діджиталізації веде до розвитку нових видів фемінізму. Седі Планта є британською теоретичною культурою і провідною фігурою у сфері кіберфемінізму. Вона відома своєю книгою *Zeroes + Ones: Digital Women and the New Technoculture*, що була опублікована на межі тисячоліть, у 1997 році [46]. У цій книзі авторка досліджує роль жінок у цифровій культурі та взаємозв'язок між жінками, технологіями і кіберпростором. У своїх працях Планта аналізує, як цифрові технології можуть розширювати можливості жінок та змінювати традиційні гендерні ролі. Вона також досліджує історичні аспекти участі жінок у розвитку комп'ютерних технологій, акцентуючи увагу на впливі жінок на інформаційні технології та їхній потенціал для феміністичного руху.

Сучасні українські активістки відіграють важливу роль у боротьбі за гендерну рівність та права жінок в нашій країні, представляючи різні напрями фемінізму і формуючи основні вектори феміністичної теорії. Так, наприклад, Олена Шевченко є співзасновницею та керівницею організації *Insight*, яка захищає права ЛГБТ+ спільноти в Україні. Вона працює над питаннями гендерної рівності, прав людини та протидії дискримінації. Її діяльність охоплює різні форми дискримінації, включаючи гендерну та сексуальну орієнтацію, що дає підстави вважати її представницею інтерсекційного фемінізму. До інтерсекційних феміністок також відноситься відома українська активістка Марія Дмитрієва, яка працює над питаннями гендерної рівності, прав ЛГБТ+ спільноти та боротьби з насильством проти жінок. Дослідниця зосереджується на взаємозв'язку між різними формами дискримінації, включаючи расову, гендерну та сексуальну, і активно бореться за права всіх пригнічених груп. Дмитрієва враховує різні аспекти дискримінації та прагне досягнення справедливості для всіх [21]. Інна Шевченко, Олександра Шевченко та Анна Гуцол є провідними фігурами радикального фемінізму в Україні, відомими своєю діяльністю у рамках міжнародного руху FEMEN. Цей рух вирізнявся своїми провокаційними та відкритими акціями протесту, спрямованими на боротьбу з патріархальними структурами, сексизмом, релігійним фундаменталізмом та політичною корупцією [101]. Ці приклади можна було б продовжити, але й вже наведені кейси відомих фігур сучасного українського руху за права і свободи жінок, спрямованого на досягнення гендерної рівності, свідчать про популярність ідей і теорій фемінізму в Україні.

Отже, на основі характеристики ключових напрямів феміністичної теорії та визначення ключових ідей та персоналій дослідниць, ми пропонуємо розглядати діяльність Емми Антонюк у контекстах *ліберального фемінізму* (оскільки вона акцентує увагу на індивідуальних правах і свободах жінок), *інтерсекційного фемінізму* (адже Емма Антонюк враховує у своїй медійній діяльності взаємоперетин різних форм дискримінації, таких як гендерна, імперіалістична та соціальна) та *постколоніального фемінізму* (оскільки Емма

Антонюк поєднує феміністичні наративи з антиросійськими, ставлячи на перший план протидію російському імперіалізму та його негативного впливу на вирішення питань щодо прав і свобод жінок в Україні.

1.3 Журналістське висвітлення проблем жінок: концептуальні рефлексії

Просування феміністичного порядку денного впливає на стандарти роботи медіа, що можуть бути рупором або гендерної рівності, або сексистських упереджень. Організація Об'єднаних Націй (ООН) оголосила 1975 рік Міжнародним роком жінок, організувавши в Мехіко всесвітню конференцію про становище жінок. Конференція встановила низку цілей, яких країни повинні були досягти протягом наступних десяти років для просування прав жінок у всьому світі. У 1975 році, що був оголошеним Організацією Об'єднаних Націй «роком жінок», на всесвітній конференції в Мехіко про становище жінок було відзначено, що ЗМІ мають ключову роль для просування гендерної рівності [44 ; див. також: 7, с. 124]. Пекінська платформа дій у 1995 році визначила «жінок і ЗМІ» як одну з 12 важливих проблемних сфер [Пекінська декларація]. Однак, незважаючи на ці очікування, медіа не завжди чутливо відображають гендерні питання, зосереджуючись переважно на моделях зайнятості жінок і чоловіків. Такі підходи ускладнюють розуміння гендерних упереджень та їхній вплив на вибір новин та інші медіапрактики.

Дослідивши вплив феміністичного порядку денного на роботу медіа, зокрема в контексті гендерної рівності, відзначимо, що медіа можуть як сприяти, так і заперечувати гендерну рівність. Саме тому Організація Об'єднаних Націй у 1975 році підкреслила важливість ролі ЗМІ у просуванні гендерної рівності, що було також відзначено у Пекінській платформі дій у 1995 році. Незважаючи на ці очікування, медіа часто не приділяють належної уваги гендерним питанням.

Як висвітлюється проблема жіноцтва в медіа? Глобальний проєкт моніторингу ЗМІ (GMMP) – найбільший та найтриваліший у світі дослідження гендерних аспектів у ЗМІ – демонструє низьку представленість жінок у

новинах, що вказує на потребу подальших зусиль у цій сфері. Запущений у 1995 році, проєкт охоплював понад 70 країн. Зараз проєкт, що проводить моніторинги кожні 5 років та охоплює станом на 2015 рік 118 країн, і аналізує присутність жінок у національних медіа через контент-аналіз, прикладом найбільш розгорнутого аналізу є останній звіт у межах цього проєкту за 2020 рік [62]. На жаль, дослідження показують низьку представленість жінок у новинах, що свідчить про потребу у подальших зусиллях щодо гендерної рівності у медіа.

На суспільство значно впливає лексика, що може або формувати гендерні стереотипи, або, навпаки, сприяти їхньому руйнуванню. Українські дослідниці у галузях антропології та соціальної філософії Марія Маєрчик, Ольга Плахотнік і Галина Ярманова у своєму посібнику «гендер для медій», що вийшов друком у 2017 році, відзначають, що лексична складова в медіа має значний вплив на репрезентацію жінок у суспільстві [5]. На думку авторок, вибір слова чи терміну для позначення жіночої або чоловічої ролі може впливати на сприйняття та сприяти утвердженню стереотипів. Хоча сучасні українські медійні проєкти, такі як телевізійні передачі чи газети, поступово намагаються використовувати більш гендерно чутливу лексику, проте існують значні відмінності між різними медійними платформами у підходах до висвітлення проблем жінок. Досліджуючи лексику, що використовується в медіа та має значний вплив на формування або руйнування гендерних стереотипів, на основі праць дослідниць Марії Маєрчик, Ольги Плахотнік і Галини Ярманової можемо дійти висновку щодо важливості вибору слів для репрезентації в медіа жіноцтва та феміністичних проблем суспільстві.

Дослідниці вважають прогресом той факт, що українські медіа впроваджують фемінітиви та інші жіночі лексичні форми, щоб виразити рівність та різноманітність гендерних ролей. Однак залишаються медіа, які досі використовують чоловічі форми слів як універсальні. Це може спричиняти відчуття відокремленості та несправедливості серед глядачів і читачів, підкріплюючи гендерні стереотипи та перешкоджаючи досягненню рівності. У медійних проєктах спостерігається тенденція використовувати стилістично марковані форми для позначення жіночої ролі. Наприклад, у тексті зазначено,

що деякі слова, такі як «критикеса», «депутатка», «керівниця», навмисно маркуються стилістично, щоб виразити негативне ставлення до жінки або виразити жартівливо-іронічний відтінок [там само, с. 131–134]. Це свідчить про вплив вибору лексики щодо позначення жінок в медіа на сприйняття їхньої ролі в суспільстві та може посилити стереотипи щодо гендерних ролей.

Відображення стереотипних гендерних ролей у медійних засобах, зокрема на телебаченні, – вказують докторка філологічних наук, професорка Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, членкиня Національної спілки журналістів України Наталія Сидоренко та кандидатка філософських наук, директорка Київського інституту гендерних досліджень Марфа Скорик у своєму дослідженні «Гендерні ресурси українських мас медіа: ціна і якість», – має значний вплив на репрезентацію жінок у суспільстві. Переважання чоловіків у телевізійних новинах і програмах, а також стереотипне уявлення про ролі жінок і чоловіків у рекламних роликах сприяє закріпленню традиційних гендерних уявлень. Жінки зображаються як об'єкти приваблення або в домашніх сферах, тоді як чоловіки частіше виступають у ролі експертів і лідерів [9, с. 31–33]. Це впливає на свідомість глядачів і формує їхні соціальні очікування щодо ролей жінок і чоловіків у суспільстві. Наостанок зазначимо, що Наталія Сидоренко та Марфа Скорик у своєму дослідженні розробляють ретельну теоретик-методологічну платформу для аналізу стереотипного відображення гендерних ролей у медіа, що впливає на репрезентацію жінок у суспільстві.

Статева рівність у представленні експертних думок у телевізійних програмах не лише підвищила б об'єктивність та розгорнутість дискусії, але й сприяла б підвищенню рівня журналістської професійності. Наприклад, паритетна участь чоловіків і жінок в коментарях дозволила б більш повно розглянути обговорювані питання та врахувати різні підходи до їхнього вирішення. Погодимося з думкою авторок в тому, що такий підхід сприяв би відмові від гендерних стереотипів і формуванню більш об'єктивної та різноманітної інформаційної картини, а також нових, більш прогресивних, ліберальних і толерантних, уявлень у суспільстві. гендерні стереотипи продовжують впливати на телевізійний медіапростір, де жінки та чоловіки

зазначені відмінними стандартами та кількісними критеріями. Відсутність регламентів щодо гендерної рівності у представленні експертних думок у телевізійних програмах призводить до подальшого утвердження цих стереотипів у суспільній свідомості. Навіть журналісти, які свідомо прагнуть до об'єктивності, можуть піддаватися гендерним уявленням у процесі вибору експертів для коментування подій. Таким чином, для зміни цієї ситуації медійника необхідно не лише усвідомлювати власні упередження, а й активно працювати над впровадженням гендерної рівності у телевізійному медіа.

Медіа мають значний вплив на ставлення до жертв гендерно зумовленого насильства, оскільки вони часто зміщують акцент із провини кривдника на саму потерпілу, – стверджує медіаналітикиня та фахівчиня з гендерної дезінформації, голова дослідницького відділу медіа форуму Ольга Білоусенко у статті для експертного медіа «гендер в деталях» [2]. Медіаекспертка зазначає, що часто автори медійних публікацій ставлять під сумнів правдивість інформації, скривджують факти про поведінку та зовнішність жертви, спираючись на стереотипи культури зґвалтування, згідно з якими жертва сама спровокувала акт насильства і була винна у події. Так медіа підтримують культуру зґвалтування та формують суспільну думку про неповну відповідальність кривдників за свої дії. Це може призводити до негативного впливу на жертв, підсилюючи їхні внутрішні переживання та відчуття вини. Таким чином, медіа несуть велику соціальну відповідальність за висвітлення подій гендерно зумовленого насильства та потребують більшої уваги до етичних стандартів та захисту прав потерпілих.

Отже, здійснені нами концептуальні рефлексії над висвітленням проблем жінок у медіа показують, що дотримання професійних стандартів журналістики для уникнення гендерної дискримінації в медіа відіграють важливу роль у протидії сексизму в світі в цілому та в Україні зокрема.

Висновки до розділу 1

У цьому розділі ми розглянули дефініції поняття фемінізм, три хвилі розвитку фемінізму, а також розглянули основні його течії, що відіграли значну

роль у формуванні сучасного феміністичного руху: ліберальний фемінізм, що, прагне до рівності жінок і чоловіків через політичні та правові реформи; анархо-фемінізм, що поєднує анархістські ідеї з фемінізмом, виступаючи проти патріархату як частини класової боротьби; соціалістичний і марксистський фемінізм, зосереджений на боротьбі з економічною експлуатацією та пригніченням праці; радикальний фемінізм, що визначає патріархат як основну причину жіночого пригнічення; чорний фемінізм, що аналізує взаємозв'язок між сексизмом, расизмом та класовою нерівністю; екофемінізм, що поєднує екологічні та феміністичні ідеї, підкреслюючи експлуатацію жінок і природи патріархальною системою; інтерсекційний фемінізм, що розглядає вплив різних аспектів життя на досвід жінок; постмодерний фемінізм, що критикує гендерні концепції та підкреслює роль мови у формуванні гендерної ідентичності; постколоніальний фемінізм, що зосереджується на аналізі впливу колоніальних структур на гендерну нерівність та досвіді жінок у постколоніальних суспільствах. Нами також розкрито нові напрямки фемінізму, такі як кіберфемінізм, що з'являються наприкінці XX – на початку XXI століття. Ми оцінили феміністичну діяльність Емми Антонюк як таку, що належить до ліберального, інтерсекційного та постколоніального напрямів феміністичної теорії. У цьому розділі ми також розглянули особливості концептуальних рефлексій щодо журналістського висвітлення проблем жінок.

РОЗДІЛ 2

МЕДІАРЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ПРОБЛЕМ ЖІНОЦТВА В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

2.1 Проблеми жіноцтва в медіа Незалежної України: історична ретроспектива

Спробуємо окреслити історичну ретроспективу висвітлення проблем жіноцтва в медіа Незалежної України, враховуючи специфіку соціокультурної ситуації в нашій країні та намагаючись окреслити основні кроки на шляху розвитку ідей фемінізму від проблем жіноцтва у постколоніальній державі до проблем жіноцтва у самодостатній державі, що обрала шлях євроінтеграції.

Як відомо, період після здобуття Україною Незалежності у 1991 році став часом великих соціальних і економічних змін, що вплинули на різні аспекти життя українських жінок. Переходячи від постколоніального статусу до самодостатньої країни, що прагне євроінтеграції, українське суспільство зіткнулося з багатьма викликами. Історикиня Оксана Кісь описує цей період так: під час економічної кризи та депресії жінки активно займалися вуличною торгівлею, вирушали за кордон за товаром, а також брались за дрібне сільське господарство [17]. У той час, – стверджує дослідниця, – коли деякі чоловіки, що мали зв'язки в політиці, привласнювали економічні ресурси, жінки взяли на себе велике фінансове навантаження. У такі моменти жінкам вкрай важко було розвивати кар'єру в умовах, схожих на західні, адже багато хто вважав, що їхнє єдине рішення – одружитися з багатим чоловіком, а найкраще з іноземцем. Таким чином, економічні можливості переважно перебували в руках чоловіків, тоді як жінки працювали над саморозвитком і підвищенням кваліфікації, щоб конкурувати за доступ до цих ресурсів.

Історикиня Оксана Кісь вважає, що саме тоді в Україні закріпилися дві основні моделі репрезентації української жінки: «берегиня» та «барбі». «Барбі» відображає стереотип красивої жінки, ціль якої – прикрашати життя та отримати соціальний статус через вигляд, у той час як модель «Берегиня»

асоціюється із господинею дому, яка відповідає за сім'ю та домашнє вогнище [там само]. Обидві моделі є відображенням патріархального погляду на жінку як на об'єкт задоволення чоловічих фантазій та потреб, не даючи жінкам обирати свій життєвий шлях без підпорядкування стереотипам.

Спробуємо відшукати приклади того, як жінки намагалися вписатися у рамки цих двох суспільно прийнятих моделей. На думку головної редакторки експертного ресурсу «гендер в деталях», письменниці Тамари Злобіної, таким кейсом може слугувати еволюція медійного образу політикині Юлії Тимошенко, яка розпочала свою політичну кар'єру в 1990-х роках, будучи брюнеткою та наслідуючи в одязі європейський стиль, що відповідав образу берегині. З часом її імідж зазнав значних змін: у 2000-х вона змінила зачіску на фірмову косу і стала блондинкою, поєднуючи в своєму образі риси «барбі» та «берегині». Це було спробою апелювати до різних груп суспільства: з одного боку, завдяки національній зачісці – до української етнічної традиційної культури жителів Заходу України, а з іншого – до інтернаціонального стилю глобалізованого соціуму та аудиторії, яка слідувала в медіа за її нарядами і образами: фотосесія для обкладинки *Elle* у 2007 році підкреслила цю стратегію, де Тимошенко предстала в образ красуні. У 2016 році політикиня продовжила експериментувати з іміджем, залучаючи увагу до себе в суспільстві, що ставало все більш емансипованим [95]. Трансформація іміджу Юлії Тимошенко свідчить як про підпорядкованість патріархальним національним стереотипам, так і про бажання їх про бажання їх деконструювати.

Після Євромайдану феміністичні настрої в Україні значно посилювалися. Як зазначає авторка досліджень з гендерних студій та правого радикалізму Ганна Гриценко, багато жінок тоді стали активними в публічному просторі та політиці, гендерна рівність обговорювалась у всіх сферах життя, чому сприяло прийняття кількох важливих законів, спрямованих на боротьбу з гендерною дискримінацією. Як доказ тому дослідниця наводить дані щорічного «Глобального звіту про гендерний розрив»: у 2018 році Україна посіла 65-те місце з 149 країн, покращивши свій показник на 1% з 2014 року. У 2019 році в Індексі жіночої безпеки та миру Україна була на 105-му місці з 167-ми [12].

Ганна Гриценко підкреслює, що створення умов, що можуть значно змінити гендерну рівність, потребує часу, але після Євромайдану прогрес у цьому напрямі став помітний. Наприклад, соціологиня Тамара Марценюк задокументувала консервативні й емансипаторські тенденції, присутні на Євромайдані [цит. по: 12]. Жінки активно брали участь у революції, виконуючи різні ролі. Згодом емансипаторські тенденції проявилися в широкій участі жінок у військовій операції, волонтерському русі та інших видах діяльності. Це призвело до збільшення кількості жінок у «чоловічих» професіях. Жінки також активно залучалися до політики, стаючи депутатками, міністрами та посадовцями. Волонтерство часто було для них точкою входу в політику.

Жіночий активізм і публічна видимість спричинили перегляд пострадянських гендерних моделей. Тамара Злобіна назвала цей процес «гендерним розпадом»: традиційні уявлення про жінку як «берегиню» поступово змінюються на емансиповане бачення жінок як рівноправних учасниць соціальних, економічних і політичних процесів. Також почали обговорюватися зміни в гендерних ролях чоловіків, з акцентом на повне партнерство в усіх сферах життя.

Ганна Гриценко наголошує, що медіарепрезентації жінок і їхніх нових гендерних ролей також суттєво змінилися. Виникла низка спеціалізованих медіа, що зосереджуються на гендерних питаннях: «Гендер в деталях», *Update*, «Повага», «50 %», WOMO і *The Devochki*. Для підвищення видимості жінок-експерток у медіапросторі створено базу «Спитай жінку». Завдяки зусиллям ГО «Ліга захисту прав жінок «Гармонія рівних»» та інших активістів рекламодавців неодноразово штрафували за сексистську рекламу [там само]. Діяльність цих медіа сприяла створенню ще більшої кількості феміністичного контенту. Результати аналізу гендерного балансу у період з 2014 року по наш час представлені на рис. 2.1.



Рис. 2.1 Результати моніторингового дослідження, присвяченого гендерному балансу в українських онлайн-медіа, за даними ГО «Інститут масової інформації». 2014–2024 роки [22]

Медіарепрезентації жіноцтва в період повномасштабного вторгнення рф в Україну неодноразово ставали предметом аналізу українських вчених, як у галузі медіатеорії, так і у галузі фемінізму. Розглянемо більш детально одне з таких досліджень, що лежить на перетині між медійною та гендерною теоріями. Йдеться про здійснене дослідниками Інституту масової інформації (ІМІ) моніторингове дослідження, проведене ними у 2024 році. Згідно з результатами цього моніторингу, кількість жінок як експерток знизилася: «у 2021 році на жінок припадало 30% усіх експертних коментарів у медіа. Після вторгнення ця цифра падає щороку приблизно на 5%, і наразі становить лише 17% усіх експертних коментарів» [22]. Цікавими є результати цього дослідження щодо представленості жінок в онлайн-медіа станом на 2024 рік (рис. 2.2).

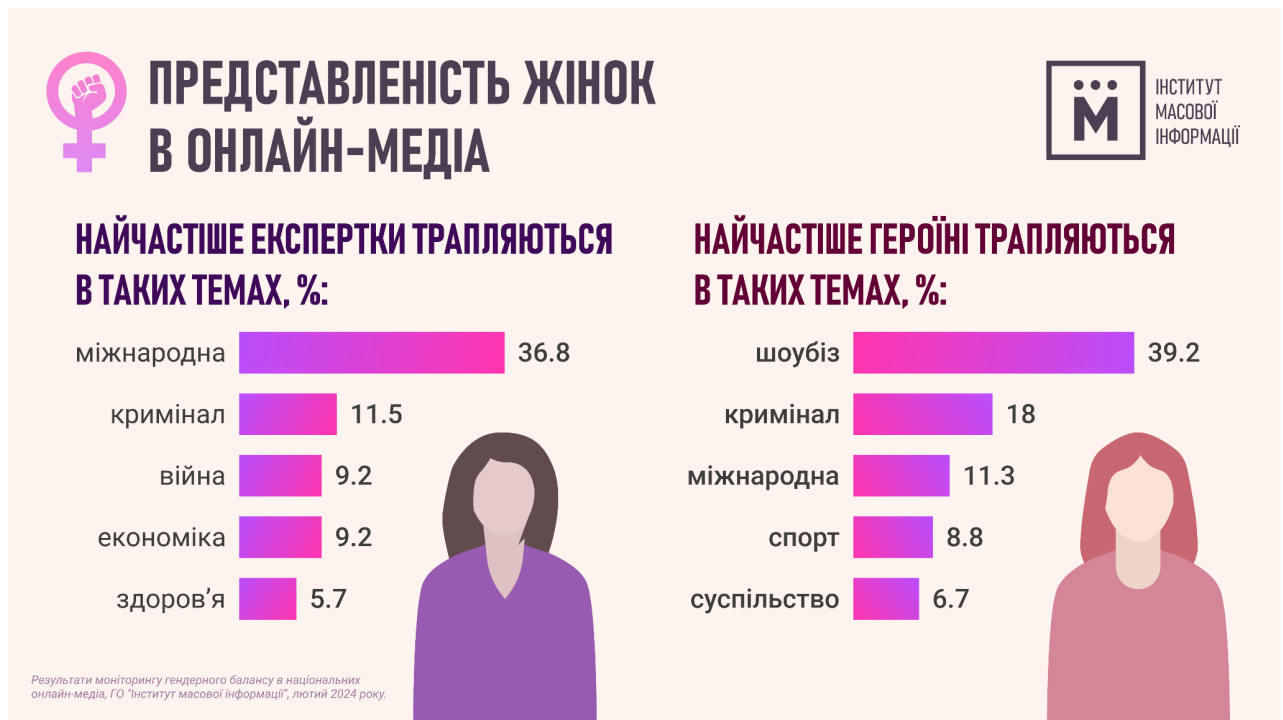


Рис. 2.2 Представленість жінок в онлайн-медіа. Результати моніторингового дослідження, за даними ГО «Інститут масової інформації». Дані наведені станом на 2024 рік [22]

Відповідно до аналізу, проведеного Інститутом масової інформації, у першому кварталі 2024 року найбільша кількість експертних думок жінок була представлена на сайті «Суспільне. Новини» це становило 38% від загальної кількості коментарів. Редакції ТСН і «24 каналу» (по 12%) та УНІАН (11%) найменше звертали увагу на думки жінок-експертів. Найбільш популярними темами для жіночих коментарів стали міжнародні події (36,8%), кримінальні новини та ДТП (11,5%), а також питання війни та економіки (по 9,2%), і аспекти здоров'я (5,7%) [там само]. Це свідчить про недостатню представленість жінок в медіа в умовах воєнного стану.

Тож із часів здобуття незалежності в Україні відбуваються поступова відмова від стереотипів та рух до більш рівноправного суспільства. Зрушення, що відбулися до повномасштабного вторгнення рф, заклали фундамент для просування феміністичних ідей як медіатренду україномовного контенту після 2022 року, однак під час війни представленість жінок у медіа знижується.

2.2 Вплив фемінізму на сучасні стандарти медіа в Україні: норми задля запобігання сексизму

Утвердження європейських цінностей в Україні після Революції Гідності сприяло законодавчим змінам щодо протидії дискримінації за ознакою статі та гендерної ідентичності. Ще десятиліття тому в законі «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні» навіть не пригадувалась гендерна тематика і були відсутні слова «жінка», «сексизм», «гендер» [14]. У 2021 році було ухвалено «Закон про медіа», після чого до цього закону неодноразово було внесено редакційні правки та доповнення [15]. Основні положення цього закону включають заборону поширення матеріалів, що містять ознаки сексизму або підбурюють до нього, заборону дискримінації на підставі різних ознак, таких як стать, сексуальна орієнтація та гендерна ідентичність, а також встановлення відповідальності за порушення цих норм. Закон також передбачає заходи реагування на порушення, включаючи штрафи, які можуть сягати до 348 000 гривень та регулює діяльність як традиційних медіа, так онлайн медіа [19]. Цей закон є важливим кроком для вступу України в ЕС.

Вищезазначені зміни у законодавстві відображають прийняття українським суспільством європейських цінностей та сприяють формуванню більш рівноправного соціуму. Значення цих подій не можна переоцінити. Вони не лише відображають трансформацію українського суспільства, але й показують, як активна участь жінок у різних сферах життя сприяє формуванню більш інклюзивного та справедливого суспільства. Посилення феміністичних настроїв та зміни в медіарепрезентації жінок мають довготривалі наслідки, які сприяють подоланню гендерних стереотипів, зміцненню гендерної рівності та розвитку демократії в Україні. Крім Законів України діяльність сучасних медійників регламентують етичні кодекси та стандарти професійної діяльності. Впровадження цих стандартів допоможе створити більш справедливий та

рівноправний медіапростір, що сприятиме загальному розвитку суспільства у напрямку гендерної рівності.

Статистика також показує позитивні зрушення в напрямі досягнення в українських медіа гендерної рівності. Дослідження Волинського прес-клубу у квітні 2023 року показало, що хоча кількість запрошених експерток у медіа залишилася на тому ж рівні, що і у лютому, але кількість фемінітивів у контенті зросла з 78% до 82% [82]. Теми, пов'язані з війною, зазнали зниження в публікаціях, але стали активніше відображати допомогу від жіночих волонтерів та активісток. Найчастіше жінки виступають експертками в медичних, соціальних та освітніх питаннях. Найбільше фемінітиви використовують журналісти львівських видань (96%) [там само]. Тож війна підкреслила гостроту гендерного питання в українських медіа та необхідність переосмислення гендерних ролей у період екзистенційної небезпеки, в якій перебуває країна. Ці дослідження показують зростання уваги до гендерної рівності в медіа та зниження випадків сексизму, хоча залишаються виклики щодо гендерної чутливості та культури скасування. Зміни відбуваються як на законодавчому, так і на культурному рівні, що вказує на поступові зрушення на шляху до більш рівноправного та об'єктивного відображення гендерних питань у медіа в Україні.

Із просуванням феміністичних наративів у медіа та соцмережах в Україні почала формуватися культура скасування. Медіа, що вдавалися до сексизму, почали стикатися з осудом від громадськості та інших медіа. Наприклад, у грудні 2023 року «5 канал» випустив календар без «Без цензури» з оголеними фото журналісток із метою збору коштів на потреби Збройних сил України [78]. Тоді представники українських медіа написали відкритий лист, у якому заявили, що вважають цю акцію дискримінаційною щодо військовослужбовиць і журналісток. У цьому листі представники українських медіа закликають «5 канал» відмовитися від цієї акції та просять урядові органи дати оцінку її законності та етичності. Лист підписали такі медіа: «Асоціація жінок-юристок України», «Жінки в медіа», «Кампанія проти сексизму в медіа та політиці

'Повага', «divoche.media», «Детектор медіа», «Жіночий Ветеранський Рух», «Громадське радіо», «Wonderzine Україна», «гендер в деталях», «НВ2, «Інститут розвитку регіональної преси» та ін. [там само]. Ця акція набула значного резонансу і вплинула на табування сексизму в медіа.

Медійні особи, що робили мізогінні висловлювання в публічному просторі, також зазнають репутаційних збитків. Наприклад, у серпні 2023 року ведучий Володимир Остапчук, співак POSITIF та блогер Богдан Буше зробили сексистську заяву про те, що жінка «... не може бути 10 з 10 без депіляції» в одному з випусків ютуб-шоу «Мекнув-питайте» на каналі Володимира Остапчука [70]. Як вказує журналістка видання «Фокус» Дар'я Бережна, за розповсюдження таких упереджених кліше учасників шоу розкритикували блогерка Монро, співак Володимир Дантес та телеведуча Маша Єфросиніна, яка активно просуває феміністичний порядок денний та пізніше категорично відмовилася виступати на одній сцені з Володимиром Остапчуком [там само]. Цей кейс яскраво свідчить про те, що медійні особи мають утримуватися відсексистських заяв, інакше вони будуть маргіналізовані.

Запит на контент про права жінок зростає. Висвітленням сексистських скандалів у медіапросторі займаються медіа, які цілеспрямовано висвітлюють проблеми захисту прав жінок: «гендер в деталях», «ZMINA», «Wonderzine», «Дівоче медіа». На ютубі феміністичну тематику теми висвітлюють такі канали як «Смішно не буде», «ебаут», «Слей шоу». Одним із найпопулярніших каналів, що фемінізму є проєкт Емми Антонюк та Яни Брензей «Палає».

Отже, наше дослідження надає достатньо підстав стверджувати, що фемінізм суттєво вплинув на сучасні стандарти медіа в Україні, де протягом останніх двох років затвердилися вже існуючі норми щодо гендерної рівності стали та виникли нові закони задля запобігання сексизму. Однак важливо зазначити, що для досягнення ідеалу гендерної рівності в медіа суттєвою є не тільки зміна законодавства, але і гендерна чутливість самого суспільства.

2.3 Репрезентації образу жінки в українських медіа: типологічний аналіз

В українських медіа репрезентація образу жінки за роки Незалежності, особливо після Євромайдану, зазнала суттєвих змін. Спробуємо проаналізувати, якими були основні гендерні стереотипи у висвітленні образу жінки у цей період і детально зупинимось на питанні, як на медіарепрезентації жінок зараз впливає повномасштабна російсько-українська війна.

В українському медіапросторі трьох останніх десятиліть, як відомо, домінували чотири типи жіночих образів, що є стереотипними: *спокусниця-коханка, Барбі, мати-Берегиня і «господарочка»*. Як свідчать дослідження Інституту масової інформації (ІМІ), станом на 2020 рік в Україні в регіональних новинах «жінки згадуються майже 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-медіа» [96]. За результатами цього дослідження найчастіше про жінок у медіа згадують в матеріалах, присвячених соціальним темам, кримінальній хроніці та культурі. Цікавим, але дуже сумним фактом є те, що у 2019 році 61,5% матеріалів на інтернет-ресурсах відомих українських онлайн-медіа мали ознаки об'єктивації жінок і сексизму [там само]. Фундаментальний аналіз образу жінки в українських медіа «Від реклами до «Холостячки»: яка вона – жінка на українському телебаченні?» дослідниці у галузі фемінізму Алі Шандри, результати якого опубліковані у виданні «Рубрика», показує, що найпопулярнішими репрезентаціями жінок на телебаченні були *образи жінки-матері та жінки-господині*: такими образами маніпулюють у рекламі харчових продуктів і ліків [34]. Дослідниця зазначає, що навіть спроба зробити альтернативну версію шоу «Холостяк», де чоловік обирає собі потенційну наречену з декількох претенденток, не була позбавлена дискримінації жінок. Шоу «Холостячка», героїнею якого стала Ксенія Мішина,

не позбавила шоу мізогінних кліше. Її вибір чоловіків і стосунків, а також вчинки, все одно розглядалися крізь призму гетеронормативності.

Під час російсько-української війни видимість жінок має важливе значення для їхнього залучення в армію. Згідно з дослідженням української вченої Яни Машкової за темою «Десять років дисбалансу. Як війна впливає на представленість жінок у медіа», результати якого опубліковані на сайті Інституту масової інформації, попри те, що жінки беруть активну участь у бойових діях як *військові, медиків, операторки дронів, офіцерки, кулеметниці, кухарки, снайперки та ветеранки*, їхні історії залишаються поодинокими в українських медіа [22]. У перших гендерних моніторингах, проведених дослідниками Інституту масової інформації у 2014 році дослідники наголошувалось, що найчастіше жінки зустрічалися, як правило, у матеріалах за соціальною тематикою (психологія, здоров'я, навчання).

У той час українські медіа транслювали та розповсюджували застарілі гендерні стереотипи, такі як, наприклад: «жінка зобов'язана бути берегинею домашнього вогнища» [там само]. Дослідження показало, що перед вторгненням лише 5% згадок у медіа стосувалися військовослужбовиць, інші 95% – чоловіків-військових. Жінки були представлені як *бойові медиків, інструкторки з тактичної медицини, військовослужбовиці ЗСУ та пресофіцерки*, і ці згадки зазвичай стосувалися обстрілів, поранень у зоні бойових дій, життєвих історій та криміналу [там само]. Після широкомасштабного вторгнення рв на територію України рівень присутності жінок як експерток у медіа знизився, – зазначає Яна Машкова, – їх витіснили коментарі чоловіків-військових і посадовців. На думку дослідниці, проблема полягає в тому, що чоловіків частіше ставлять на керівні посади, що створює «скляну стелю» для жінок з релевантним або навіть більшим досвідом.

Звернімо увагу на те, яким представ образ українських жінок за останні два роки на обкладинках світових видань. Цьому присвячено цікаве дослідження українських науковиць Інги Вишневіської та Анастасії

Голумбйовської «Хто та як формував образ України на перших шпальтах світових видань», що опубліковано у виданні «Детектор медіа» (див. рис. 2.3).

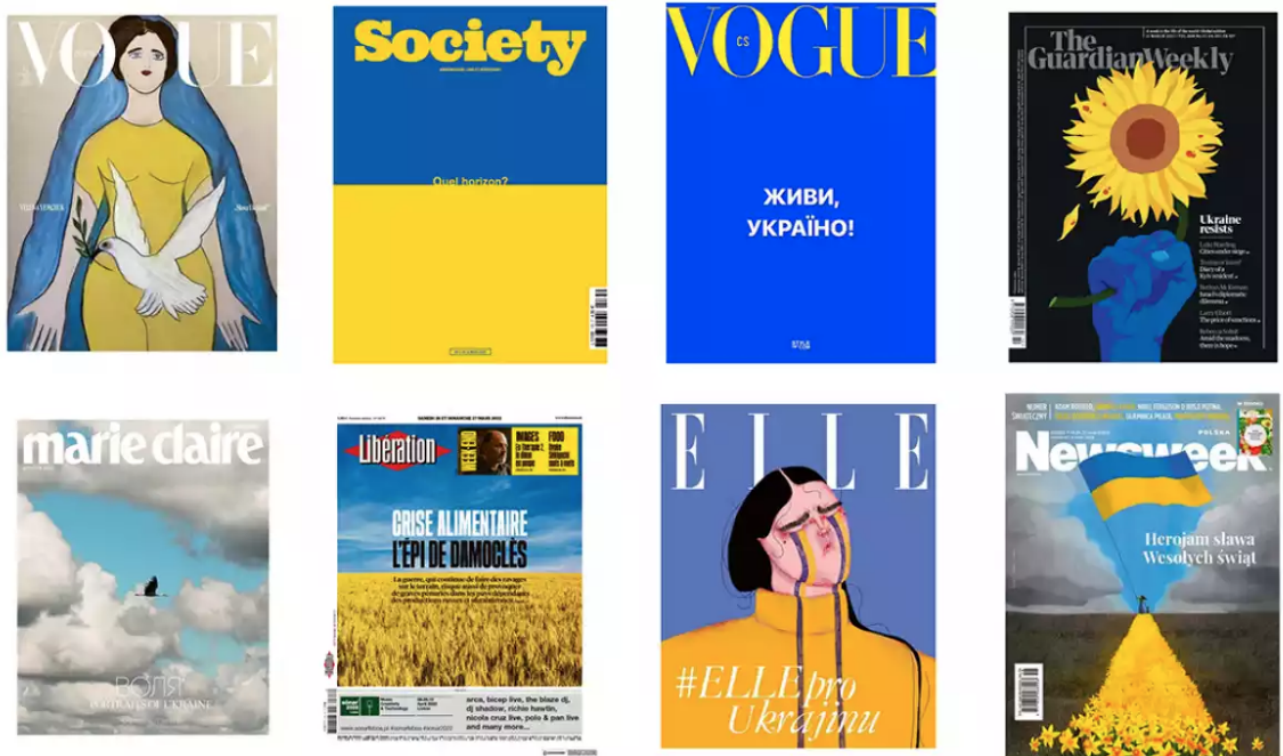


Рис. 2.3 Представленість жінок в онлайн-медіа. Результати моніторингового дослідження, за даними ГО «Інститут масової інформації». Дані наведені станом на 2024 рік [22]

Отже, протягом усього періоду Незалежності України, аж донині, медіарепрезентації жінок в Україні засновані на гендерних упередженнях і примітивних патріархальних стереотипах. В умовах воєнного стану ми стикаємося з новим сплеском кліше та традиційних гендерних уявлень про роль чоловіків, які воюють та захищають вітчизну, і жінок, які продовжують рід і займаються вихованням дітей, у той час як з'являються нові образи жінок-воїнів.

Висновки до розділу 2

У цьому розділі ми розглянули медіарепрезентації проблем жіноцтва в сучасній Україні. Ми дослідили історичну ретроспективу висвітлення в медіа Незалежної України проблеми жіноцтва, дослідили вплив фемінізму на сучасні стандарти медіа в Україні; розглянули зміни норм задля запобігання сексизму; здійснили типологічний аналіз репрезентацій образу жінки в українських медіа. Ми показали, що у перші два десятиліття після здобуття Україною Незалежності жінки стикалися зі значними економічними труднощами, виконуючи подвійну роль у домашньому господарстві та підприємницькій діяльності; у цей період у медіа закріпилися стереотипні моделі «берегині» та «барбі», що відображали патріархальні уявлення про жінку як об'єкт задоволення чоловічих потреб. Ми дослідили еволюцію медійного образу Юлії Тимошенко, що ілюструє спроби жінок адаптуватися до цих моделей, одночасно підкорюючись їм і намагаючись їх деконструювати. Нами зазначено, що після Євромайдану значно посилювалися феміністичні настрої, що призвело до активної участі жінок у публічному просторі та політиці. Нами проаналізовано зміни у законах проти гендерної дискримінації та зроблено висновок щодо зростання кількості жінок у «чоловічих» професіях, що свідчить про поступовий прогрес у досягненні гендерної рівності. Ми показали, що медіарепрезентації жінок за роки Незалежності України також змінилися, сприяючи підвищенню їхньої видимості та впливу на суспільство: спочатку це були стереотипні образи спокусниці-коханки, Барбі, мати-Берегині і «господарочки»; надалі вони поступилися місцем образам жінки-матері і жінки-господині; для сучасних український медіа характерні емансиповані та воєнізовані образи, такі як образ військової експертки, героїні, операторки дронів, кулеметниці, снайперки та ін. Ми підкреслили, що жіночий активізм і публічна видимість спричинили перегляд пострадянських гендерних моделей, і показали як це відображається в емансипованому баченні жінок як рівноправних учасниць усіх сфер життя.

РОЗДІЛ 3

ЕФЕКТ ЕММИ АНТОНЮК:

ВІД НЕПОЧУТОГО ГОЛОСУ ДО МОЛОДІЖНОГО КУМИРУ

Емма Антонюк є відомою українською, активісткою, журналісткою, блогеркою, ютуберкою і авторкою книги «Фемінізм і місто». У цій книжці, що створена у форматі коміксу, авторка розповідає про гендерні стереотипи, з якими українські жінки стикаються у своїй повсякденному житті [32]. Це перший в Україні комікс про фемінізм, сценарій якого написала Жанна Озірна, ілюстратором виступив Сергій Чудакоров, а тематика та основні сюжети книги були створені за мотивами феміністичних текстів, опублікованих в авторській колонці Емми Антонюк для онлайн-видання «гендер у деталях» (рис. 3.1).



Рис. 3.1 Емма Антонюк, Жанна Озірна, Сергій Чудакоров. Фрагмент книги «Фемінізм і місто» [Топіліна А. «Фемінізм і місто»:]

Цей кейс вдалого поєднання теоретичних досліджень у галузі феміністської теорії, громадського активізму і масової культури красномовно свідчить про те, що ім'я Емми Антонюк закріпилося в сучасному українському медіапросторі та підкреслює її здобутки у сфері боротьби за гендерну рівність. Розглянемо, як поступово формувалися професійна кар'єра та медійний імідж журналістки.

3.1 Емма Антонюк як репортерка і колумністка: «Книжка від зірки» і «Гендер в деталях»

Розглянемо кар'єру Емми Антонюк, яка є однією з найпопулярніших медійниць, які висвітлюють проблеми жінок в Україні. Як відомо, медійниця розпочала свою журналістську кар'єру на чернівецькому телеканалі ТВА, з якого у 2012 році звільнилася, пояснюючи причину відмовою робити «джинсу» про «регіонала» [31]. Пізніше пані Емма працювала журналісткою програми «Вікна-Новини» на телеканалі СТБ, де створила рубрику «Книжка від зірки» [73]. З 2016 до 2017 року журналістка працювала у «Центрі прав людини Зміна», а у 2017 році приєдналася до команди «Української правди» [74]. У той час Емма Антонюк займалася переважно репортажами, значна частина яких була присвячена сексизму. «Я як журналістка намагалася ставити запитання, які не прозвучать від інших колег. Я як людина намагалася переступити через незручність і завжди бути в тонусі, щоб встигнути зреагувати на сказане співрозмовником», – так пані Антонюк описує свій стиль інтерв'ювання [71]. Серед сюжетів, у яких журналістка ставила гострі питання про гендерну нерівність, – випуск програми «Книжка від зірки» з Ольгою Фреймут, де Емма Антонюк відстоює ідею «що тіло людини – це не квіточка, воно має право бути різним» [97] і сюжет про внесення до книги рекордів України моделі Міли Кузнецової як володарки найбільших натуральних грудей в країні [84]. Емма Антонюк виявилася чи не єдиною українською журналісткою, що поставила

рекордсменці питання про небажану увагу від чоловіків, висвітлила факт встановлення рекорду з феміністичної точки зору й піддала критиці саму ідею фіксування таких рекордів як об'єктивацію жінок.

Емма Антонюк встигла проявити себе не лише на телебаченні, але й в текстах онлайн-медіа. Яскравим був період її роботи для ресурсу «Гендер в деталях». Серед найдотепніших текстів Емми Антонюк – «Коли фея тарабанить дитячий візок розбитою вулицею без пандусів», що ілюструє, як сприйняття у суспільстві жінок як фей та богинь насправді не дає жінкам привілеї, а забирає у жінок право бути людиною [65]; текст «Флірт, прибульці і майбутнє планети Земля», що висміює секситів, які вважають культуру згоди апокаліптичною загрозою стосункам [67]; колонка «Матріахат є? А якщо знайду?», де простими словами пояснюється, чому українське суспільство не є матріархальним [66]. Усі статті Емми Антонюк у виданні «гендер в деталях» проілюстровані елегантними, стильними «коміксними» малюнками Олександра Грехова, що поєднують візуальний образ і текст і по суті є креалізованими мемами, що висвітлюють проблеми, зрозумілі всім жінкам (рис. 3.3).



Рис. 3.2 Олександр Грехов. Ілюстрація до статті Емми Антонюк «Коли фея тарабанить дитячий візок розбитою вулицею без пандусів» [65]

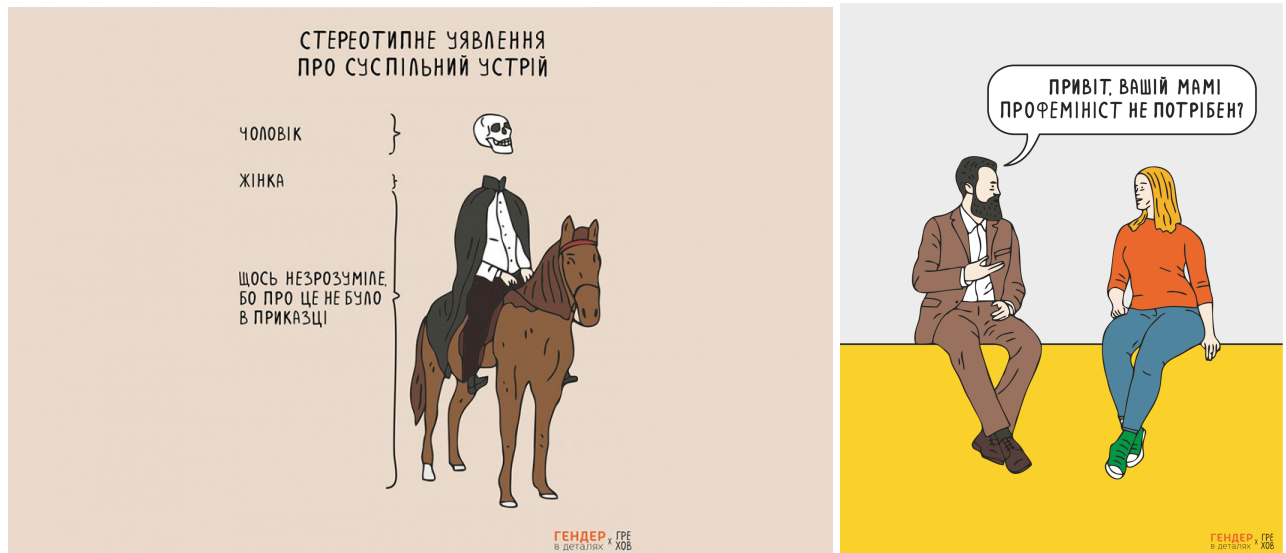


Рис. 3.3 Олександр Грехов. Ілюстрації до статей Емми Антонюк «Флірт, прибульці і майбутнє планети Земля» [Флірт,] та «Матріяхат є? А якщо знайду?» [66]

Отже, невеликі за обсягом гумористичні статті, поєднані з винахідливими ілюстраціями, запам'яталися аудиторії цього медіа і зробили Емму Антонюк впізнаваною у сфері українського феміністичного активізму.

Таким чином, дослідивши особливості текстів програми «Вікна-Новини» на телеканалі СТБ, де Емма Антонюк створила рубрику «Книжка від зірки», та авторської колонки в онлайн-виданні «Гендер в деталях», можна зробити висновок, що саме тут сформувався унікальний, впізнаваний медійний стиль Емми Антонюк, що знайшов відображення в її майбутніх медіапроектах.

3.2 «Палає»: від спалаху до пожежі в українському інфопросторі

Увесь шлях Емми Антонюк в медіа пов'язаний з гучними скандалами. Розглянуті нами вище характерні особливості авторської подачі матеріалу знайшли відображення у ютуб-проекті «Палає», що був створений Еммою Антонюк та журналісткою Яною Брензей у 2021 році [86]. Основною темою цього проєкту є спроба знайти відповідь на питання: що не так з певними

явищами в Україні та в світі? Серед найперших випусків ютуб-проекту блогерки – що не так з російськими лібералами («Навальний, Варламов, Собчак: довоєнний розбір, 2021 року [83]), гастрольми російських артистів в Україні («Меладзе та російська музика: як працює культурна окупація, 21 грудня 2021 року [81]) і, звичайно, що не так із сексизмом і мізогінією («Про жінок і людей: сексизм у публічному просторі, реакція та наслідки», 9 вересня 2022 року [Про 89]). У своєму проєкті Емма Антонюк та Яна Брензей розбирали, що не так із конкурсами краси, висловлюваннями, неетичною поведінкою ректора Київського національного університету культури та мистецтв Михайла Поплавського («Арестович, Поплавський, Корогодський: сексистський крінж», 22 лютого 2022 року [69]). Авторки піддали нищівній критиці російськомовний ютуб-контент (рис. 3.4).



Рис. 3.4 Емма Антонюк та Яна Брензей обговорюють семінари Олексія Арестовича. Палає : скриншот. 2023 [91]

Блогерки у своєму проєкті «Палає» розбирали мізогінію російських коучів із побудови стосунків, а разом із тим – шкоду російськомовного контенту

для української медіааудиторії («Саття та психологи-шахраї: розбір шкідливих порад», 15 грудня 2021 року [90]). Діяльність Емми Антонюк і Яни Брензей сприяла поступовому очищенню українського медіапростору від російськомовного контенту і ганебних явищ у вітчизняному культурному середовищі.

Проект вдало розвивається. Випуски «Палає» у 2021 році набирали від 28 до 150 тисяч переглядів. У 2022 році, у період різкого падіння популярності російського контенту, «Палає» став одним із найпопулярніших ютуб-проектів в Україні. Рекордну (у порівнянні з минулими відео) кількість переглядів набрав випуск «Єфросиніна, чому мова важлива вчора, сьогодні, завжди» (прем'єра відбулася після повномасштабного вторгнення РФ на територію України, 11 липня 2022 року), де Емма Антонюк засудила ставлення журналістки Марії Єфросиніної до мовного питання; станом на травень 2024 року кількість переглядів цього випуску складає 852 тисячі [76]. Так, на початку великої війни ідеї, які роками просувала Емма Антонюк, – ідеї пошуку національної ідентичності, фемінізму і формування системи цінностей, спрямованих на євроінтеграцію, нарешті почали викликати резонанс.

Як відомо, одним із способів зробити яскравий матеріал у журналістиці є скандал. Цим засобом неодноразово користувалися авторки проекту «Палає» у своєму зверненні до гострих сюжетів. У 2023 році Емма Антонюк та Яна Брензей викрили аморальні ідеї, що колишній радник Офісу Президента Олексій Арестович пропагував на семінарах своєї школи «Апейрон», коли називав жінок створіннями, яких хочеться придушити. У своєму сюжеті «Семінари Арестовича: Відьма VS Богородиця, кастрація і Буратіно. Що продає школа Апейрон?» від 25 вересня 2023 року Емма Антонюк та Яна Брензей закликали до розголосу того факту, що Олексій Арестович, який має амбіції балотуватися у президенти, відкрито пропагує фізичне насильство щодо жінок [91]. Внаслідок цього посилення на випуск «Палає» почали активно поширювати користувачі соцмереж, обурені змістом семінарів школи «Апейрон». На скандал відреагували популярні феміністичні медіа (ГО «Дівоче

медіа», «Повага», *Pro Woman Ua*) та ЗМІ («Українська правда», «Суспільне», «ТСН»). Розслідування Емми Антонюк і Яни Брензей було гучним і дієвим: так, відома своєю невгамовною громадською позицією народна депутатка від партії «Голос» Інна Совсун подала заяву до правоохоронних органів, оскільки риторика экс-радника Офісу Президента підпадає під статтю 300 Кримінального кодексу України, згідно із якою караються заклики до насильства та жорстокості [80]. Якщо для інших журналістів скандал зазвичай є просто елементом самопіару, то для авторок проєкту «Палає» скандал виступає способом привернути увагу до суспільно значущих проблем.

Таким чином, ми розглянули особливості контенту ютуб-каналу «Палає», створеного двома українськими жінками, що може слугувати прикладом просування фемінізму в медіа. Такими ж скандальними темами і гострими сюжетами, що притаманні цьому медіапроєкту, відрізняється і стиль подачі інформації в інтерв'ю Емми Антонюк.

3.3 Гардток: кінець ери компліментарних інтерв'ю

Перед тим, як охарактеризувати специфіку діяльності Емми Антонюк як інтерв'юерки, варто виявити значення глибокого якісного інтерв'ю для феміністичного медіадискурсу. З цієї точки зору не можна не згадати роботу «Перехід до материнства» британської соціологині Енн Оклі [52]. Вона відзначила недоліки підходів до проведення дослідницьких інтерв'ю, що часто розглядають інтерв'юера як інструмент і рекомендують підтримувати відстань від респондента. У своєму дослідженні «Перехід до материнства» авторка зазначила, що феміністичні дослідниці повинні переглянути цей традиційний підхід. Вона пропонує альтернативний підхід, що враховує більш емпатичне ставлення до респондентів і їхніх потреб. Енн Оклі у своєму дослідженні докладно аналізує різні підходи до проведення інтерв'ю, особливо з точки зору феміністичних досліджень. Вона звертає увагу на те, що традиційні методи часто ставлять інтерв'юера у роль інструменту і рекомендують підтримувати

відстань від респондента. Проте, Оклі наголошує, що такий підхід може бути неефективним, оскільки не враховує індивідуальних потреб та контексту респондентів. Вона висуває ідею, що дослідники повинні бути більш чутливими до емоційних потреб та переживань учасників свого дослідження. Цей підхід передбачає активну участь дослідника у процесі, а не просте використання його як інструменту. Таким чином, авторка звертає увагу на необхідність перегляду підходів до проведення інтерв'ю в контексті феміністичних досліджень.

Якщо в дослідницьких інтерв'ю феміністські ідеї формуються, кристалізуються та піддаються теоретичним рефлексіям, то в медійних інтерв'ю феміністські ідеї втілюються на практиці, яскравим прикладом чого є діяльність Емми Антонюк як інтерв'юерки. Одним із найбільш відомих і, на наш погляд, найбільш провокативних медійних проєктів Емми Антонюк є серія ютуб-відеопрограм «Це ніхто не буде дивитися», що з'явилася у 2022 році і означала кінець ери компліментарних інтерв'ю в українському медіапросторі [99]. Свою манеру інтерв'ювання Емма Антонюк називає словом «гардток» (від англійського *hard talk*, що буквально означає «важка розмова») [71]. Як відомо, «Hard Talk» – це назва радіо- і телепрограми на BBC, – ток-шоу, що відрізняється своїми жорсткими і прямими інтерв'ю з політиками, громадськими діячами та іншими впливовими особистостями [103]. У цих інтерв'ю ведучий (Тім Себастьян або Стефан Сакур) ставить гостю гострі запитання і висловлює свою точку зору на питання гостя. Саме такими, якщо навіть не ще більш гострими, є серія інтерв'ю Емми Антонюк.

Однією з таких «важких розмов» стало інтерв'ю Емми Антонюк зі співаком Іво Бобулом у 2023 році, що викликало великий резонанс [79]. У відповідь на слова співака про те, що жінки стали меркантильними та що «хороші дівчата сидять по домам», Емма Антонюк сказала, що ображати жінок у її студії заборонено, та поставила гостю питання про те, чи сексит він і чи знає, що таке мізогінія. У результаті співак пішов із інтерв'ю та жбурнув книгу, яку йому на початку зустрічі подарувала Емма Антонюк (див. рис. 3.5).



Рис. 3.5 Емма Антонюк бере інтерв'ю у співака Іво Бобула. Це ніхто не буде дивитися : скріншот. 2023 [79]

Сюжет викликав суспільні дискусії щодо гендерної рівності, а також щодо недоречної поведінки співака та професійності Емми Антонюк як інтерв'юерки. З одного боку, медійники, що у своїх матеріалах відстоюють схожі цінності та мають схожі з Еммою Антонюк погляди на жанр інтерв'ю, підтримали її. Наприклад, журналіст Олександр Пасховер сказав, що Еммі Антонюк вдалося розкрити справжній «портрет Доріана Грея» [87]. Головний редактор інтернет-журналу «Ікла» Роман Олещук, підсумовуючі найбільші скандали 2023 року на своєму ютуб-каналі «рома геній», назвав Іво Бобула одним з найбільших сексистів року та сказав, що саме це інтерв'ю запустило проєкт Емми Антонюк «Це ніхто не буде дивитися» в стратосферу [85]. З іншого боку, деякі медійні особистості були на стороні Іво Бобула. «Пропоную Еммі Антонюк взяти наступне інтерв'ю про національну ідею – в Потапа, про тіток-тренди – в Ніни Матвієнко і в мене – про хімічну іонізацію. Не тільки ж в Іво Бобула питати про те, що він ніколи не чув. Про гендерну рівність», – заявила співачка Ольга Цибульська [100]. Емма Антонюк відповіла на цей

коментар Цибульської в інтерв'ю Аліні Доротюк: «З Потапом треба говорити про національну ідею... Не говорити про національну ідею з усіма – це розкіш, яку громадяни країни, у якій йде війна, не можуть собі дозволити» [75]. З Ніною Матвієнко, – запитує пані Емма, – про тіток-тренди? На думку журналістки, якби екзистенційне виживання українців залежало від тіток-трендів, вона би говорила про тіток-тренди з усіма, і з Ольгою Цибульською в тому числі. «Ставлення до жінок, – стверджує Емма Антонюк, – це те, що важливе в будь-якому віці, в будь-яких верствах суспільства, тому що це взаємодія – це те, чим ми всі займаємося» [там само]. Емма Антонюк підкреслює, що її проект належить у більшій мірі до сфери блогінгу, а не журналістики, і доводить, чому подібний жанр інтерв'ю є важливим для суспільства. Тож медійна позиція Емми Антонюк може надати приклад сміливості та безкомпромісності у відстоюванні власної позиції що відстоювання ідей гендерної рівності у ситуації діалогу, побудованого на моделі конфронтації.

Описаний нами інцидент, що ілюструє, з одного боку, прояви сексизму в сучасному українському суспільстві, а з іншого – спробу феміністськи орієнтованих українських медіа чинити цьому спротив, ставить нове питання: чи має інтерв'юер право не реагувати на суспільно неприйнятні висловлювання гостя? Чи сексизм – це той самий випадок, коли не треба бути толерантним? Така безкомпромісна реакція інтерв'юєрів на сексизм і мізогінію, що притаманна медіастилю Емми Антонюк, до сьогодні не була популярна в українському інфопросторі. Але подекуди сексизм проявляють і самі медійники-інтерв'юери. Дмитра Гордона звинуватили в сексизмі через некоректні й сексистські запитання в інтерв'ю з лідером партії «Народний фронт» Арсенієм Яценюком, а також зі співаком і ректором Київського національного університету культури та мистецтв Михайлом Поплавським [64]. У розмові з Арсенієм Яценюком Гордон запитав про ставлення до лідерки партії «Батьківщина» Юлії Тимошенко: «Як жінка вона вам подобалася?». Яценюк відповів, що йому подобається його дружина, на що Гордон зазначив, що це

стандартна відповідь. Яценюк додав, що Тимошенко імпонує йому своєю харизмою. В іншому інтерв'ю Гордон запитав у Поплавського про стосунки зі студентками, натякаючи на їхню красу, на що Поплавський відповів жартом про багатих чоловіків [63]. На жаль, цей випадок не поодинокий: в українському медіапросторі досі існує ще багато ганебних проявів сексизму, гендерної дискримінації та патріархальних стереотипів. Про це свідчить цікавий факт: у 2019 році ГО «Жінки в медіа» спільно з Інститутом масової інформації, а також у колаборації з Центром прав людини *ZMINA*, Кампанією проти сексизму в медіа та політиці «Повага» та іншими інституціями започаткували антипремію «Це яйце», що вручається публічним особам, які дозволяли собі сексистські висловлювання, а також журналістам, що публікували в українських медіа матеріали, що мали дискримінаційний характер (див. рис. 3.6).



Рис. 3.6 Антипремія за сексизм «Це яйце». ГО «Жінки в медіа», Інститут масової інформації та ін. 2019 [63]

Відвертий стиль проведення інтерв'ю Еммою Антонюк є, скоріше, виключенням, ніж правилом у сучасних українських медіа. Не дивлячись на те, що запрошені на інтерв'ю гості є «далеко не янголами», у вітчизняному

медіапросторі гострі запитання і некомпліментарні розмови з одіозними особистостями, на жаль, рідкість. Ще до того, як в українському інфопросторі відбулося гучне викриття, що поставило під сумнів наявність у блогера Спартак Субботи медичної освіти в галузі психології, Емма Антонюк взяла у популярного тоді діяча інтерв'ю, де питала його про контраверсійні висловлювання щодо жінок, а також про те, чим підкріплюється його експертність [92] (див. рис. 3.7).



Рис. 3.7 Емма Антонюк бере інтерв'ю у блогера Спартак Субботи. Це ніхто не буде дивитися : скриншот. 2023 [92]

Журналістка Наталія Мосійчук також взяла інтерв'ю у Спартак Субботи, проте вже після гучного розслідування психолога Іллі Полудьонного про Спартак Субботу [93], проте глядачі розкритикували це інтерв'ю через відсутність питань, що були найцікавішими українцям на тлі звинувачень Субботи у шахрайстві. Публіці не сподобалися похвальні фрази Мосейчук на адресу Спартак Субботи: «В мене таке враження, що я розмовляю з Шерлоком»; «Ви – розробка Ілона Маска» [77]. Не заглиблюючись до проблематики інтерв'ю з персоною, яку звинувачують у шахрайстві, ведуча так

і не наважилась перервати монолог гостя, щоб поставити йому гостре питання щодо наявності у нього професійної освіти, демонструючи тим самим компліментарну позицію, що є безхребетною, млявою та невизначеною. Саме на фоні таких медійних стилів проведення інтерв'ю і вирізняється стійка, різка, непохитна медійна манера Емми Антонюк.

Отже, попри критику, висловленими деякими медійниками і глядачами на адресу Емми Антонюк за її емоційність та безкомпромісність, ми можемо стверджувати, що «гартток» відеопрограм «Це ніхто не буде дивитися» вдало розкриває особистості гостей і є розмовою про цінності, що пропонує своїм гостям блогерка, – це діалог, якого потребує українське суспільство.

Висновки до розділу 3

У цьому розділі ми розглянули головні етапи медійної кар'єри української журналістки та блогерки Емми Антонюк. Ми проаналізували її книгу коміксів «Фемінізм і місто», розглянули її авторські колонки у медіаресурсі «Гендер в деталях», також ютуб-проекти «Палає» і «Це ніхто не буде дивитися». Ми з'ясували, що основні риси медійного образу Емми Антонюк – це максимальна наближеність до буденності та проблематики, що цікава простій аудиторії; зрозумілий та доступний лексикон; неформальний, емоційно забарвлений стиль подачі інформації; сміливість у постановці гострих та нетривіальних питань; гумористична манера висловлювати думки; прагнення до розкриття справжньої суті проблеми. Ці риси персонального медійного стилю збереглися і в подальшій кар'єрі журналістки. Нами розглянуто, як усього за два роки, з 2021-го до 2023-го, проєкт «Палає» пройшов шлях від спалаху до пожежі в українському інфопросторі – від не дуже відомого, вузькопрофільного каналу, що висвітлював замовчувані у суспільстві, але важливі теми, до популярного у всій країні проєкту, що прорвався до мейнстріму і став і впливати на репутацію відомих українських діячів. Активізм Емми Антонюк та Яни Брензей слугує натхненням для активного розвитку громадянського суспільства. Канал

продовжує говорити на актуальні теми, такі як фемінізм, мовне питання та українська культура. Можна очікувати, що у 2024 році канал матиме не менші успіхи. Ми показали, що метод інтерв'ювання Емми Антонюк може дати медійникам більше креативної свободи для того, щоб не боятися говорити про наболіле. До того ж, фокусуючи увагу на правах жінок, Емма Антонюк не дає можливості її гостям, виходячи з того, що їхня особиста думка є сексистською, подавати сексизм як норму. Якщо у своїх інтерв'ю популярні медійники часто намагаються бути ввічливими та приємними співрозмовницями, то Емма Антонюк у своїх інтерв'ю виступає різкою епатажною критикинею і розслідувачкою, яка викриває приховану сутність свого гостя і тим самим задає нові тренди, ніби проголошуючи кінець ери компліментарних інтерв'ю в українських медіа.

ВИСНОВКИ

У нашому дослідженні розкрито специфіку сучасного українського медіапростору крізь феміністичну оптику на основі аналізу діяльності та виявлення причин успіху проєктів журналістки та блогерки Емми Антонюк. Ми досягли мети, розв'язали всі поставлені перед дослідженням завдання. Нами розкрито «формулу успіху» Емми Антонюк як феміністичної медіаактивістки. Ми дослідили етимологію поняття фемінізму і виявили спектр його значень; обґрунтували теоретико-методологічний апарат нашого дослідження; визначили ключові напрями, ідеї та персоналії теорії фемінізму; розглянути головні теоретичні концепції, спрямовані на дослідження явища фемінізму у медіадискурсі; здійснили концептуальні рефлексії над журналістським висвітленням проблем жінок; окреслили історичну ретроспективу висвітлення проблем жіноцтва в медіа Незалежної України; дослідили вплив фемінізму на сучасні стандарти медіа в Україні, розглянути норми задля запобігання сексизму; розглянути діяльність Емми Антонюк як репортерки та колумістки на прикладі її авторської колонки в проєкті «Гендер в деталях»; проаналізували проєкт Емми Антонюк та Яни Брензей «Палає»; розглянути діяльність Емми Антонюк як інтерв'юерки на прикладі її проєкту «Це ніхто не буде дивитись» та в цілому охарактеризували медіадіяльність Емми Антонюк крізь феміністичну оптику.

Основні результати проведеного нами дослідження можемо представити у таких положеннях:

1. Розглянуто ключові теорії, спрямовані на дослідження явища фемінізму у медіадискурсі:

– обґрунтовано теоретичні основи, концепти і концепції дослідження феміністичної оптики у медіа; розглянуто історію дефініцій поняття фемінізму від першої половини XIX до початку XXI століть і показано, що значення цього поняття змінювалося протягом трьох основних хвиль фемінізму: під час першої хвилі (1837–1950) фемінізм розглядали як «доктрину соціальної, правової та

політичної рівності статей»; під час другої хвилі фемінізму (1950–1990-ті роки) його визначали як «радикальне уявлення про жінок як повноправних людей»; під час третьої хвилі фемінізму (1990-ті та донині) під фемінізмом розуміють не лише боротьбу за права жінок, але й шлях до рівності та справедливості для всіх людей, незалежно від їхньої статі чи гендерної ідентичності. Саме на останню дефініцію фемінізму ми і спираємося у нашому дослідженні.

– розглянуто ключові ідеї та персоналії феміністичної теорії, описано дев'ять його основних напрямів (ліберальний фемінізм, анархо-фемінізм, соціалістичний і марксистський фемінізм, радикальний і чорний фемінізм, екофемінізм, інтерсекційний, постмодерний і постколоніальний фемінізм), розкрито особливості кіберфемінізму епохи диджитал, описано діяльність сучасних українських феміністок і на цій основі доведено, що сучасні українські феміністки відіграють важливу роль у боротьбі за гендерну рівність та права жінок в Україні, представляючи різні напрями фемінізму: Олена Шевченко – ліберальний, Марія Дмитрієва – інтерсекційний, Інна Шевченко, Олександра Шевченко та Анна Гуцол – радикальний; обґрунтовано необхідність розглядати медійну діяльність української феміністки та блогерки Емми Антонюк у контекстах ліберального, інтерсекційного фемінізму та постколоніального фемінізму;

– здійснено концептуальні рефлексії над висвітленням проблем жінок у медіа (проаналізовано дослідження GMMP, що показують низьку представленість жінок у новинах; розкрито шляхи розв'язання проблеми медійної лексики, що може або формувати гендерні стереотипи, або, навпаки, сприяти їхньому руйнуванню; виявлено вплив медіа на ставлення до жертв гендерно зумовленого насильства) та доведено необхідність дотримання етичних журналістських стандартів задля уникнення гендерної дискримінації в медіа.

2. Визначено особливості висвітлення в медіа проблем жіноцтва в сучасній Україні:

– розглянуто медіарепрезентації проблем жіноцтва в сучасній Україні від постколоніальної держави до самодостатньої країни, що обрала шлях євроінтеграції. Історична ретроспектива висвітлення жіноцтва в медіа Незалежної України демонструє складний шлях українських жінок від постколоніального суспільства до активної участі у соціальних, економічних та політичних процесах. В історії розвитку феміністичного дискурсу в українських медіа від 1991 року, коли Україна здобула Незалежність, до 2024 року виділено три періоди: 1) зародження феміністичного дискурсу (1991–2014 роки), пов'язаного з існуванням радянських стереотипів, що перешкоджали рівній представленості жінок і чоловіків в медіа; у цей час концепції фемінізму поєднувалися з ідеями лібералізму та постколоніалізму; 2) популяризації феміністичного дискурсу (2014–2021 роки), пов'язаної з початком євроінтеграції і перетворенням медіастандартів відповідно до європейських; у цей час зростають феміністичний активізм і кількість сюжетів в медіа, присвячених проблемам жіноцтва; 3) утвердження феміністичного медіадискурсу (2022–2024 роки), що пов'язане зі різким зростанням популярності феміністично орієнтованих медійників; загостренням конфліктної риторики у феміністичному контенті, в якому ідеї жіноцтва висвітлюються в контексті російсько-української війни та боротьби з російськими наративами; осудом проявів сексизму відомих діячів у публічному просторі.

– розкрито вплив фемінізму на сучасні стандарти в медіа. Ми проаналізували зміни в українському законодавстві, такі як серія нових редакцій Закону про медіа (що був ухвалений у 2021 році), спрямованих на протидію дискримінації, та показали, що ці зміни відображають прийняття європейських цінностей, сприяючи формуванню більш рівноправного суспільства. На основі узагальнення результатів досліджень історикині Оксани Кісь і журналістки Ганни Гриценко, ми дійшли висновку щодо зростання уваги до гендерної рівності та зниження випадків сексизму в українських медіа в останні 10 років, хоча перед вітчизняними журналістами все ще залишаються виклики щодо гендерної чутливості та культури скасування. На основі дослідження впливу

фемінізму на сучасні стандарти медіа в Україні та розгляду норм задля запобігання сексизму нами доведено, що позитивні зміни у напрямі досягнення гендерної рівності відбуваються як на законодавчому, так і на культурному рівнях, що вказує на поступовий перехід до більш рівноправного та об'єктивного відображення гендерних питань у медіа в Україні.

– створено типологію жіночих образів-стереотипів в українських медіа останніх трьох десятиліть (від патріархальних кліше спокусниці-коханки, Барбі, мати-Берегині, «господарочки», жінки-матері та жінки-господині до сучасних емансипованих та воєнізованих образів, таких як військові експертки, героїні, бойові медикіні, волонтерки, інструкторки з тактичної медицини, військовослужбовиці ЗСУ, пресофіцерки, операторки дронів, кулеметниці, кухарки, снайперки та ветеранки) та підкреслено, що для рівного представлення чоловіків і жінок в українських медіа варто частіше показувати емансиповані жіночі образи, адже навіть сьогодні, під час повномасштабної війни, коли жінки-військові нарівні з чоловіками боронять нашу країну, їх все ще зображають в медіа як «барбі» і «домогосподарок».

3. Досліджено медійний доробок Емми Антонюк, на основі чого виявлено «ефект Емми Антонюк» та просліджено основні кроки її професійної медійної кар'єри – від непочутого голосу до молодіжного кумиру. На основі аналізу авторських колонок Емми Антонюк у межах експертного медіаресурсу «Гендер в деталях», репортажів для програми «Гендер в де»талях» телеканалу СТБ, ютуб-проектів «Палає» та «Це ніхто не буде дивитися» (що проголосив кінець ери компліментарних інтерв'ю) ми дослідили стиль роботи Емми Антонюк як репортерки та колумністки та дійшли таких висновків:

– Емма Антонюк відображає формування нових українських цінностей, поєднуючи послідовну проукраїнську позицію з прогресивними західними наративами. Історія реалізації її проєкту «Палає» – від спалаху до пожежі в українському інфопросторі – стала символом змін у медіапросторі України, перетворивши вузькопрофільний, нішевий канал на популярну платформу, що дозволяє Еммі Антонюк ставити актуальні питання і впливати на репутацію

відомих особистостей. Реакція українського суспільства на «гардток-інтерв'ю» Емми Антонюк відображає глибину гендерних і соціокультурних проблем, що потребують нального розв'язання. Висвітлення цих тем в сучасних українських медіа сприяє обговоренню та усвідомленню важливості гендерної рівності та поваги до всіх груп населення.

– Емма Антонюк та її проєкти не лише відкривають нові перспективи досягнення ідеалу гендерної рівності в українському медіапросторі, але й задають нові тренди у медіарепрезентації проблем фемінізму, що закладають основи формування сучасних цінностей та сприяють розвитку вільного та рівного суспільства. На основі проведеного нами аналізу кар'єри Емми Антонюк можна зробити висновок, що вона виступає не тільки як журналістка, але й як агентка змін у суспільстві. Її вплив не обмежується лише подачею медійної інформації; Емма Антонюк активно стимулює діалог та дії, спрямовані на вирішення важливих соціальних проблем. Її стиль комунікації з аудиторією, що поєднує в собі емоційність, гумор, аналітичність, принциповість, сміливість і навіть своєрідну агресивність, спрямовану проти проявів сексизму і гендерної дискримінації, викликаючи глибокий емоційний резонанс, робить її роботу доступною для розуміння та привабливою для широкого кола людей і має значний вплив на формування свідомості суспільства.

Отже, наостанок підкреслимо, що ефект Емми Антонюк – в еволюції від непочутого голосу до молодіжного кумира, – еволюції, що пов'язана з суттєвою трансформацією етичних норм сучасної української журналістики; у створенні нового еталону свідомого медіаконтенту, побудованого на принципових і безкомпромісних позиціях; у погляді на справедливість крізь феміністичну медійну оптику. Наше дослідження дає ключ для розуміння причин і факторів зростання популярності феміністичних сюжетів у сучасній українській журналістиці. На основі проведеного дослідження ми показали, що існує необхідність у впровадженні чітких стандартів і етичних норм для уникнення гендерної дискримінації в медіа; довели, що медіа несуть велику соціальну відповідальність за висвітлення подій гендерно зумовленого насильства;

зазначили, що медійникам необхідно дотримуватися етичних стандартів; приділяти увагу захисту прав потерпілих; уникати зміщення акценту з провини кривдника на жертву, щоб не підсилювати стереотипи культури згвалтування; бути свідомими та об'єктивними; збільшувати кількість сюжетів, присвячених боротьбі проти гендерної дискримінації; не дозволяти своїм упередженням впливати на висвітлення гендерних питань; активно працювати над забезпеченням гендерної рівності в своїй роботі; використовувати гендерно чутливу лексику та фемінітиви для репрезентації різних гендерних ролей, що сприятиме руйнуванню патріархальних стереотипів. Для досягнення об'єктивності та різноманітності інформаційної картини важливо забезпечити рівну представленість чоловіків і жінок в експертних коментарях та інших медіаматеріалах. Такий підхід сприятиме формуванню більш прогресивних, ліберальних і толерантних уявлень у суспільстві. Обрана нами тема розгляду сучасного українського медіапростору крізь феміністичну оптику на основі аналізу ефекту Емми Антонюк є невичерпною і передбачає необхідність пошуку нових дослідницьких ракурсів і проведення нових науково-практичних студій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрушко Л. Гендерні стереотипи в українській телерекламі // Вісник Львівської національної академії мистецтв. 2012. Вип. 23. С. 397–407.
2. Білоусенко О. Звинувачення й непрохані поради: як українські медіа пишуть про вцілілих від сексуального насильства // Детектор Медіа // Гендер в деталях // URL : <https://detector.media/infospace/article/220274/2023-11-26-zvynu-vachennya-y-neprokhani-porady-yak-ukrainski-media-pyshut-pro-vtsililykh-vid-seksualnogo-nasylstva/> (дата звернення: 17.04.2024).
3. Білоусенко О. Що сексистського продукують українські медіа і як це можна виправити // Гендер в деталях. 2024. URL : <https://genderindetail.org.ua/library/suspilstvo/scho-sexistskogo-produkuyut-ukrainski-media-i-yak-tse-mozhna-vi-praviti.html> (дата звернення: 16. 04. 2024).
4. Бовуар С. де. Друга стаття / пер. з фр. Наталія Воробйова, Павло Воробйов, Ярослава Собко. у 2-х т. Київ : Основи, 1994. Т. 1. 390 с.
5. Гендер для медій / М. Маєрчик, О. Плахотнік, Г. Ярманова. Київ : Критика, 2017. 224 с.
6. Гендер і культура : збірник статей / за ред. В. Агеєвої, С. Оксамитної. Київ : Факт, 2001. 224 с.
7. Гендерне навчання військовослужбовців / Балон Б., Бйорссон А. та ін. Київ, 2016. URL : https://www.dcaf.ch/sites/default/files/publications/documents/DCAF_Military_Handbook_Ukranian_0.pdf (дата звернення: 16.04. 2024).
8. Гендерний розвиток в Україні: реалії і перспективи / пер. з англ. Марія Корчинська. Київ : Sida, 2013. 107 с.
9. Гендерні ресурси українських мас медіа: ціна і якість / Н. М. Сидоренко, М. М. Скорик та ін.; ред упоряд. Н. М. Сидоренко. Київ : “К.І.С.”, 2004. 76 с.
10. Горгота О. Пост-фемінізм: еволюція поняття «гендер» / Кабінет експертів. 2024. URL : <https://vsirazom.ua/cabinet/post-feminizm-evolyuciya-ponyattya-%D2%91ender/> (дата звернення: 16. 04. 2024).

11. Грабовська І. Феміністська теорія та практика, жіночі студії і гендеристика як складові цивілізаційного поступу України // Українознавчий альманах, 2012. Вип. 8. С. 269–271.
12. Гриценко Г. П'ять років після Євромайдану: феміністичні підсумки 2014–2019 років // Гендер в деталях. 2019. URL : <https://genderindetail.org.ua/season-topic/gender-after-euromaidan/p-yat-rokiv-pislya-evromaydanu-feministichni-pidsumki-2014-2019-rokiv-1341304.html> (дата звернення: 13.04.2024).
13. Завгородня Д. Розуміння сексизму медійницями // Гендер в деталях. 2024. URL : <https://genderindetail.org.ua/library/suspilstvo/rozuminnya-sexizmu-mediynytsami.html> (дата звернення: 16. 04. 2024).
14. Закон України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні» // Відомості Верховної Ради (ВВР). 2013, № 32. ст. 412. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5207-17#Text> (дата звернення: 16. 04. 2024).
15. Закон України «Про медіа» Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2023, № 47–50, ст. 120. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 16. 04. 2024).
16. Кімел М. Гендероване суспільство / переклад з англ. С. Альошкіної. Київ : Сфера, 2003. 490 с.
17. Кісь О. Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні // Незалежний культурологічний часопис «І». 2003. Число 27. URL : <https://www.ji.lviv.ua/n27texts/kis.htm> (дата звернення: 18.05.2024).
18. Кісь О. Фемінізм в Україні: кроки назустріч собі. Ч. 1. Академічний фемінізм // Гендер в деталях. 2019. URL : <https://genderindetail.org.ua/season-topic/gender-after-euromaidan/feminizm-v-ukraini-kroki-nazustrich-sobi-ch-1-akademichniy-feminizm-1341003.html> (дата звернення: 13.04.2024).
19. Кузьменко Л. Заборона гомофобії та сексизму в контенті: що змінює новий закон про медіа? // Укрінформ. 2023. URL : <https://www.ukrinform.ua/amp/rubric-society/3647439-zaborona-gomofobii-ta-seksizmu-v-kontenti-so-zminue-novij-zakon-pro-media.html> (дата звернення: 11.05.2024).

20. Леонтьєва Л. Стереотипи, або дещо про місце жінки у суспільстві / Незалежний культурологічний часопис «І». 2003. Число 27. URL : <https://www.ji.lviv.ua/n27texts/leontjeva.htm> (дата звернення: 18.05.2024).

21. Марценюк Т. Інтерв'ю з Марією Дмитрієвою про феміністичний активізм в інтернеті // Гендер в деталях. 2018. URL : <https://genderindetail.org.ua/spetsialni-rubriki/bezstrashni/interv-yu-z-mariyevu-dmitriyevoyu-pro-feministichniy-aktivizm-v-interneti-134859.html> (дата звернення: 13.04.2024).

22. Машкова Я. Десять років дисбалансу. Як війна впливає на представленість жінок у медіа // Інститут масової інформації. 2024. URL : <https://imi.org.ua/monitorings/desyat-rokiv-dysbalansu-yak-vijna-vplyvaye-na-predstavlenist-zhinok-v-media-i59764> (дата звернення: 16. 04. 2024).

23. Машкова Я. Фантазії про сідниці. Майже половина українських онлайн-медіа вдаються до сексизму та дискримінації – дослідження Інституту масової інформації. 2023. URL : <https://imi.org.ua/monitorings/-i55773> (дата звернення: 16. 04. 2024).

24. Оксамитна С. Гендерні відносини крізь призму громадської думки // Гендерна перспектива / упор. В. Агеєва. Київ : Факт, 2004. С. 135–146.

25. Олійник Н. Жіноча преса в Україні: минуле та сучасність // Незалежний культурологічний часопис «І». 2003. Число 27. URL : <https://www.ji.lviv.ua/n27texts/oliynyk.htm> (дата звернення: 18.05.2024).

26. Остапенко Н. Ф. Гендерна домінанта суспільства і практика діяльності українських ЗМІ // Актуальні проблеми міжнародних відносин. Київ, 2002. Вип. 37. С. 243–244.

27. Павличко С. Фемінізм. Київ : Видавництво Соломії Павличко “Основи”, 2002. 322 с.

28. Пекінська декларація [Прийнята на четвертий Всесвітній конференції зі становища жінок 15 вересня 1995 року] // Верховна Рада України. 2005. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_507#Text (дата звернення: 13.04.2024).

29. Сидоренко Н. М., Остапенко Н. Ф. Українські аспекти гендерної рівності // Вісник Київського національного університету. Сер.: Журналістика. 2003. Вип. 12. С. 26–28.

30. Слінчук В. В. Соціальна типізація гендерних стереотипів у мові ЗМІ // Наукові записки Інституту журналістики. Київ, 2004. Т. 1. С. 67–73.

31. У Чернівцях з телеканалу ТВА звільнилася журналістка, яка відмовилась робити «джинсу» про «регіонала» // Інститут масової інформації. 2012. URL : <https://imi.org.ua/news/u-chernivtsyah-z-telekanalu-tva-zvilnilasya-jurnalistka-yaka-vidmovilas-robiti-djinsu-pro-regionala-i4468> (дата звернення: 13.04.2024).

32. Фемінізм і місто / Емма Антонюк, Жанна Озірна, Сергій Чудакоров. Київ : Видавництво, 2021. 68 с.

33. Цикунова Д. Сучасний український фемінізм у медіапросторі / Національний університет «Києво-Могилянська академія» ; кафедра культурології. Київ, 2020. 63 с.

34. Шандра А. Від реклами до “Холостячки”: яка вона – жінка на українському телебаченні? // Рубрика. 2021. URL : <https://rubryka.com/article/ukrainian-woman-on-tv/amp/> (дата звернення: 13.04.2024).

35. Шпанер Л. Образ жінки у телерекламі: погляд психолога // Український жіночий рух: здобутки і проблеми. Вип.1. Дрогобич : Коло, 2002. С.152–161.

36. Alexander K. L. Tarana Burke // National women’s history museum URL: <https://www.womenshistory.org/education-resources/biographies/tarana-burke> (дата звернення: 13.04.2024).

37. Blumberg N. Malala Yousafzai // Encyclopædia Britannica. URL : <https://www.britannica.com/biography/Malala-Yousafzai> (дата звернення: 13.04.2024).

38. Brandman M. Audre Lorde / National Women’s History Museum. 2021. URL : <https://www.womenshistory.org/education-resources/biographies/audre-lorde> (дата звернення: 13.04.2024).

39. Catt C. “Free love” charge held ridiculous // The New York Times. 1914. February, 15. URL : <https://www.nytimes.com/1914/02/15/archives/free-love-charge-held-ridiculous.html> (дата звернення: 13.04.2024).
40. Charles Fourier // New World Encyclopedia. URL : https://www.newworldencyclopedia.org/entry/Charles_Fourier (дата звернення: 13.04.2024).
41. Gayatri Chakravorty Spivak / by the editors of Encyclopaedia Britannica. 2024. URL : <https://www.britannica.com/biography/Gayatri-Spivak> (дата звернення: 13.04.2024).
42. Gloria Steinem / by the editors of Encyclopaedia of Britannica // Encyclopædia Britannica. URL : <https://www.britannica.com/biography/Gloria-Steinem> (дата звернення: 13.04.2024).
43. Jolna K. They Made History: Ms. Magazine’s 10 Fave Features of Black Feminists // Ms magazine. 2023. URL : <https://msmagazine.com/2023/02/01/black-women-feminist-history/> (дата звернення: 13.04.2024).
44. International Women's Year (1975) // Harvard Radcliffe Institute. Research Guides URL : <https://goo.su/DYMDaj> (дата звернення: 13.04.2024).
45. Kowal D. M. Anarcha-Feminism // The Palgrave Handbook of Anarchism / ed. by Carl Levy & Matthew S. Adams. 2019. Chapter 15. P. 265–279.
46. Lê V. The Most Radical Philosopher. Putting the Cyber Back in Sadie Plant’s Cyberfeminism // Cosmos and history. The Journal of Natural and Social Philosophy. 2022. No. 18(2). P. 485–508.
47. Lowery T. 9 Activists Bringing Intersectionality to the Fight Against Oppression // Global citizen. 2022. URL : <https://www.globalcitizen.org/en/content/activists-intersectionality-equity-justice-social/> (дата звернення: 13.04.2024).
48. Lubelska M. What is postcolonial feminism? / VERVE: She Said // Medium. 2018. URL : <https://medium.com/verve-up/what-is-postcolonial-feminism-de3391325407> (дата звернення: 13.04.2024).
49. Lumbering J. E. Chimamanda Ngozi Adichie // Encyclopædia Britannica. URL : <https://www.britannica.com/biography/Chimamanda-Ngozi-Adichie> (дата звернення: 13.04.2024).

50. Miles K. Ecofeminism // Encyclopædia Britannica. URL : <https://www.britannica.com/topic/ecofeminism> (дата звернення: 13.04.2024).
51. Marxist feminism and the liberation of women and the oppressed / Fermento Feminista // Medium. 2020. URL : <https://fermentofeminista.medium.com/marxist-feminism-and-the-liberation-of-women-and-the-oppressed-9364f4dd2f85> (дата звернення: 13.04.2024).
52. Oakley A. From here to maternity (reissue): Becoming a mother. Bristol : Bristol University Press, Policy Press, 2018. 350 p.
53. Ostberg R. Roxane Gay // Encyclopædia Britannica. URL : <https://www.britannica.com/biography/Roxane-Gay> (дата звернення: 13.04.2024).
54. Potter M. The Etymology Of “Feminism” // Media Theory and Criticism. 2017. No. 5. URL : <https://medium.com/media-theory-and-criticism-2017/the-etymology-of-feminism-4ca3caec9ad0> (дата звернення: 13.04.2024).
55. Press A. L. Feminism and Media in the Post-feminist Era: What to make of the “feminist” in feminist media studies // Feminist media studies. 2011. Vol. 11. P. 107–113.
56. Raine S. What is radical feminism? // Perlego. 2023. URL : <https://www.perlego.com/knowledge/study-guides/what-is-radical-feminism/> (дата звернення: 13.04.2024).
57. Rampton M. Four Waves of Feminism // Pacific University Oregon. 2015. October 25. URL : <https://www.pacificu.edu/magazine/four-waves-feminism> (дата звернення: 13.04.2024).
58. Sottosanti K. A Vindication of the Rights of Woman / Encyclopædia Britannica. Work by Wollstonecraft. URL : <https://www.britannica.com/topic/A-Vindication-of-the-Rights-of-Woman> (дата звернення: 13.04.2024).
59. Thompson K. Postmodern Feminist Philosophy // Revise Sociology. 2023. URL : <https://goo.su/3T3wP> (дата звернення: 13.04.2024).
60. Thornham S. Women, Feminism and the Media. Edinburgh : Edinburgh University Press, 2007. 185 p. (Media Topics).

61. Weiss S. A Brief History Of The Word "Feminism" // Bustle. 2015. <https://www.bustle.com/articles/129886-what-does-feminism-mean-a-brief-history-of-the-word-from-its-beginnings-all-the-way> (дата звернення: 13.04.2024).

62. Who makes the news? Global Media Monitoring Project (GMMP) / ed. by Sarah Macharia. 2020. URL : https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/GMMP2020.ENG_FINAL20210713.pdf (дата звернення: 13.04.2024).

Досліджувані джерела

63. 9 грудня – відзначення переможців антипремії за сексизм «Це яйце» // Інститут масової інформації. 2019. URL : <https://imi.org.ua/news/9-grudnya-vidznachennya-peremozhtsiv-antypremiyi-za-seksyzm-tse-yajtse-i30706> (дата звернення: 21.05.2024).

64. Активісти назвали лауреатів антипремії за сексизм “Це яйце” // Українська гелсінська група з прав людини. 2019. URL : <https://www.helsinki.org.ua/articles/aktyvisty-nazvaly-laureativ-antypremii-za-seksyzm-tse-iyatse> (дата звернення: 21.05.2024).

65. Антонюк Е. Коли фея тарабанить дитячий візок розбитою вулицею без пандусів // Гендер в деталях. 2022. URL : <https://genderindetail.org.ua/season-topic/feminism-in-detail/koly-feya-tarabanyt-dityachyi-vizok-rozbytoyu-vulytseyu-bez-pandusiv.html> (дата звернення: 22. 05.2024).

66. Антонюк Е. Матріахат є? А якщо знайду? // Гендер в деталях. 2021. URL : <https://genderindetail.org.ua/season-topic/feminism-in-detail/matriarhat-e-a-yakscho-znaydu.html> (дата звернення: 22. 05.2024).

67. Антонюк Е. Флірт, прибульці і майбутнє планети земля // Гендер в деталях. 2021. URL : <https://genderindetail.org.ua/season-topic/feminism-in-detail/flirt-pribultsi-i-maybutne.html> (дата звернення: 22. 05.2024).

68. Антонюк Е. Як голий торс Віталіка допоміг мені перемогти, або Що не так із конкурсами краси // Гендер в деталях. 2022. URL : <https://genderin>

detail.org.ua/season-topic/feminism-in-detail/yak-golyi-tors-vitalika-dopomih-meni-peremohty-abo-scho-ne-tak-iz-konkursamy-kрасу.html (дата звернення: 13.04.2024).

69. Арестович, Поплавський, Корогодський: сексистський крінж // Палає. 2022. URL : <https://youtu.be/AYPBxRmwxLk?feature=shared> (дата звернення: 21.05.2024).

70. Бережна Д. «Без депіляції не може бути 10 з 10»: Остапчук потрапив у сексистський скандал (фото, відео) // Фокус. 2023. URL : <https://focus.ua/uk/lifestyle/584694-bez-depilyaciyi-ne-mozhe-buti-10-z-10-ostapchuk-potrapiv-u-seksistskij-skandal-foto-video> (дата звернення: 13.04.2024).

71. Гардток чи гайп: культура інтерв'ю, українці і Дудь // Це ніхто не буде дивитись. 2023. URL : <https://youtu.be/nnui3qfrdLE?feature=shared> (дата звернення: 21.05.2024).

72. Гриценко Г. П'ять років після Євромайдану: феміністичні підсумки 2014–2019 років. URL : <https://genderindetail.org.ua/season-topic/gender-after-euromaidan/p-yat-rokiv-pislya-evromaydanu-feministichni-pidsumki-2014-2019-roki-v-1341304.html> (дата звернення: 18.05.2024).

73. Емма Антонюк: журналістка програми Вікна-новини. Авторка рубрики «Книжка від зірки» // Вікна. URL : <https://vikna.tv/by/emma-antonyuk/> (дата звернення: 13.04.2024).

74. Емма Антонюк: спеціально для УП : життя // Українська правда. URL : <https://life.pravda.com.ua/authors/5984403fb7161/> (дата звернення: 13.04.2024).

75. Емма Антонюк – хайпожерка чи борчиня за власні цінності на принципи? // Аліна Доротюк. 2023. URL : <https://youtu.be/88MhHBlz1lY?feature=shared> (дата звернення: 21.05.2024).

76. Єфросиніна: чому мова важлива вчора, сьогодні, завжди // Палає. 2022. URL : https://youtu.be/QpLMT_iYC-g?feature=shared (дата звернення: 21.05.2024).

77. Життя після скандалу. Наталія Мосейчук – Спартак Суббота // Наталія Мосейчук. 2023. URL : <https://youtu.be/CStURVaH5sw?feature=shared> (дата звернення: 21.05.2024).

78. Заява про неприпустимість сексистської акції 5 каналу — поширення календарів із оголеними журналістками // Детектор медіа. 2022. URL : <https://detector.media/infospace/article/205700/2022-12-07-zayava-pro-neprypustymist-seksystskoi-aktsii-5-kanalu-poshyrennya-kalendariv-iz-ogolenymy-zhurnalistkamy/> (дата звернення: 11.05.2024).

79. Іво Бобул: слава в тік-тоці, буковинське дитинство, ставлення до жінок // Це ніхто не буде дивитися. 2023. URL : <https://youtu.be/H6foxVlADO4?feature=shared> (дата звернення: 21.05.2024).

80. Кузнецова К. Арестовичу загрожує в'язниця: нардепка написала на нього заяву до поліції // ТСН. 2023. URL : <https://tsn.ua/ukrayina/arrestovichu-zagrozhuje-v-yaznicya-nardepka-napisala-na-nogo-o-zayavu-v-policiyu-2419285.html> (дата звернення: 18.05.2024).

81. Меладзе та російська музика: як працює культурна окупація // Палає. 2021. URL : <https://youtu.be/v6Mp0T5wF7E?feature=shared> (дата звернення: 21.05.2024).

82. Менше контенту про війну, низький % жінок, але збільшення % фемінітивів: результати моніторингу локальних медіа у квітні 2023 // Волинський прес-клуб. 2023. URL : http://volynpressclub.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1178:-2023-&catid=10:gendermedia&Itemid=21 (дата звернення: 11.05.2024).

83. Навальний, Варламов, Собчак: довоєнний розбір // Палає. 2021. URL : <https://youtu.be/FfYBoMAL5T4?feature=shared> (дата звернення: 21.05.2024).

84. Найбільші груди України – як пройшло встановлення рекорду // Вікна-Новини. 2020. URL : <https://youtu.be/igcksDbtLVk?feature=shared> (дата звернення: 21.05.2024).

85. Найбільші крінжі 2023 – Потап, Арестович, Іво Бобул, Фаріон, Щегель, Мовні Скандали та інше // Рома геній. 2023. URL : <https://youtu.be/QkwLCn991GA?feature=shar> (дата звернення: 21.05.2024).

86. Палає [ютуб-проект Емми Антонюк і Яни Брензей]. URL : <https://youtube.com/@palaye?feature=shared> (дата звернення: 21.05.2024).

87. Пасховер О. Іво Бобул. 2023. URL : <https://www.facebook.com/paskhover/posts/pfbid02oHAc6hVE61khisc8ss43NwaLYv1rXLQ3TQBauDAugwwobFeDp2z4KNfJEgXL3CEXl> (дата звернення: 21.05.2024).

88. Повага: кампанія проти сексизму : веб-сайт. URL: <https://povaha.org.ua/pro-sajt/> (дата звернення: 21.05.2024).

89. Про жінок і людей: сексизм у публічному просторі, реакція та наслідки // Палає. 2022. URL : https://youtu.be/Bmv8iDj_5v0?feature=shared (дата звернення: 21.05.2024).

90. Саття та психологи-шахраї: розбір шкідливих порад // Палає. 2021. URL : <https://youtu.be/0qOVaf8GGYU?feature=shared> (дата звернення: 21.05.2024).

91. Семінари Арестовича: Відьма VS Богородиця, кастрація і Буратіно. Що продає школа Апейрон? // Палає. 2023. URL : <https://youtu.be/ZbaeKXVigJ0?feature=shared> (дата звернення: 21.05.2024).

92. Спартак Суббота: шлюб, побачення, ціна консультації і ставлення до жінок // Це ніхто не буде дивитись. 2023. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=o-uaLpjuux0> (дата звернення: 21.05.2024).

93. Ткач Ю. Кейс Субботи. Як формуються такі вірусні особисті бренди та що буде далі — думки експертів // VCTR. 2023. URL : <https://vctr.media/ua/kejs-subboty-yak-formuyutsya-taki-virusni-osobysti-brendy-ta-s-hho-bude-dali-dumky-ekspertiv-179836/> (дата звернення: 21.05.2024).

94. Топіліна А. «Фемінізм і місто»: коли чудове хочеться зробити ще кращим // Повага: кампанія проти сексизму. 2021. URL : <https://povaha.org.ua/feminizm-i-misto-koly-chudove-hochetsya-zrobyty-shhe-krashhym/> (дата звернення 18.05.2024).

95. Українкам не потрібні образи «барбі» та «берегині» Тамара Злобіна. Максим Щербина // Громадське радіо. URL : <https://hromadske.radio/podcasts/prava-lyudyny/ukrayinkam-ne-potribni-obrazy-barb-i-ta-beregyni-tamara-zlobina> (дата звернення 18.05.2024).

96. У регіональних новинах утричі менше жінок, ніж чоловіків, – дослідження ІМІ // Інститут масової інформації. 2020. URL : <https://imi.org.ua/monitorings/v-regionalnyh-novynah-vtrychi-menshe-zhinok-anizh-cholovikiv-doslidzhennya-imi-i32059?fbclid=IwAR10u94SdB2gISXWMYYXhYZAeBbWEETFovORJVwZ0vF2Hq17Kl7zldw8dwc> (дата звернення 18.05.2024).

97. Хотіла б сісти на бордюр та випити пива: відверте інтерв'ю Ольги Фреймут / Вікна-новини. 2022. URL : <https://youtu.be/P0zmriQzp-0?feature=shared> (дата звернення: 21.05.2024).

98. Хто та як формував образ України на перших шпальтах світових видань / Інга Вишнеvsька, Анастасія Голумбйовська // Детектор медіа. 2024. URL : <https://ms.detector.media/presa-u-sviti/post/33993/2024-01-17-khto-ta-yak-formuvav-obraz-ukrainy-na-pershykh-shpaltakh-svitovykh-vydan/> (дата звернення: 21.05.2024).

99. Це ніхто не буде дивитись [ютуб-проект Емми Антонюк]. URL : <https://youtube.com/@emma.hardtalk?feature=shared> (дата звернення: 21.05.2024).

100. Цибульська стала на бік Іво Бобула: “Пропоную Еммі Антонюк взяти інтерв'ю у Потапа про національну ідею» // ТСН <https://tsn.ua/glamur/cibulska-stala-na-bik-ivo-bobula-proponuyu-emmi-antonjuk-vz-yati-interv-yu-u-potapa-pro-nacionalnu-ideyu-2276302.html> (дата звернення: 21.05.2024).

101. Що таке жіночий рух Фемен і як в нього записатися? // ProUA. 2019. URL : <https://m.youtube.com/watch?v=AwQeFFTXx7g> (дата звернення: 21.05.2024).

102. Emma Watson's speech on gender equality // CNN. 2014. September 23. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=dSHJYyRViIU> (дата звернення: 21.05.2024).

103. Hard Talk // BBC : [офіційний сайт]. URL : <https://www.bbc.co.uk/programmes/n13xtmdc> (дата звернення: 21.05.2024).
104. McPhail B. Feminism: A Radical Notion. URL : <https://www.beverlymcphail.com/feminismradicalnotion.html> (дата звернення: 21.05.2024).
105. We should all be feminists | Chimanda Ngozi Adichie | TedxEuston // TEDx Talks. 2019. URL : https://m.youtube.com/watch?v=hg3umXU_qWc (дата звернення: 21.05.2024).