

Цибуля Н. О.

Запорізький національний університет

ГЕНДЕРНА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ В ПУБЛІКАЦІЯХ ОНЛАЙН-МЕДІА ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ

Стаття присвячена дослідженню особливостей гендерної диверсифікації в онлайн-медіа Запорізького регіону. Розглянуто сучасні українські та зарубіжні наукові підходи до вивчення гендерної різноманітності в медіа, зокрема у працях А. Бахмач, Ю. Белікової, Г. Сорокіної, Р. Е. Лінд, Р. Мокарські, М.Е. Елліторп, Е. Бліклі та інших дослідників, які трактують гендерну диверсифікацію як важливий індикатор соціальних змін, що відображає рівень розвитку інклюзивних практик у суспільстві. Підкреслено, що відсутність гендерного різноманіття у медіа сприяє закріпленню стереотипів і дискримінаційних моделей сприйняття. Метою дослідження визначено виявлення тенденцій і специфіки гендерної репрезентації в публікаціях найпопулярніших запорізьких онлайн-видань – «Суспільне Запоріжжя», «ЗаБор», «Перший Запорізький» та «061». Аналіз здійснено за такими критеріями: співвідношення чоловічих, жіночих і небінарних персонажів; роль у сюжеті (герой, експерт, представник інституції); тематичний розподіл; особливості візуальної та мовної репрезентації. У результаті дослідження виявлено суттєву гендерну диспропорцію в локальному медіаконтенті: переважну кількість цитованих осіб становлять чоловіки, особливо у статусі експертів та представників різних інституцій. Водночас зафіксовано позитивну тенденцію у використанні гендерно чутливої мови: журналісти активно застосовують фемінітиви, уникають дискримінаційної або принизливої лексики тощо. Найбільш консервативною складовою визначено візуальний контент: частина зображень у публікаціях відтворює традиційні гендерні ролі. Проте в окремих матеріалах виявлено приклади зображення жінок у нетипових для стереотипів соціальних ролях – військових, технічних фахівчинь тощо, що свідчить про поступову еволюцію локальної медійної репрезентації. Для подолання диспропорцій необхідні системні кроки з розвитку гендерно чутливої журналістики, підвищення медіаграмотності редакцій і формування у суспільстві культури рівності та толерантності.

Ключові слова: гендерна диверсифікація, гендерні практики, сексизм, гендерна рівність, різноманітність у медіа, гендерно чутлива мова, гендерна репрезентація, медіарепрезентація, гендерна інклюзія.

Постановка проблеми. Попри активне впровадження принципів гендерної рівності в українському суспільстві та медіапросторі, питання репрезентації гендерів залишається недостатньо дослідженим, зокрема на рівні регіональних медіа. На тлі воєнних подій та зростання ролі локальних інформаційних ресурсів особливої актуальності набуває аналіз того, як саме зображуються чоловіки, жінки та особливо небінарні особи в контенті регіональних онлайн-медіа і чи відображає сучасна медійна практика принципи інклюзивності та гендерної чутливості. Недостатня увага до цього аспекту може сприяти збереженню дискримінаційних моделей сприйняття та перешкоджати формуванню толерантного, рівноправного соціуму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення гендерної різноманітності в медіа відображено в працях українських науковців: А. Бах-

мач, Ю. Белікової, Г. Сорокіної та ін. Англомовний дискурс представлений дослідженнями Р. Е. Лінд, Р. Мокарські, М.Е. Елліторп, Е. Бліклі, Л. Шульца тощо.

Так, А. Бахмач згадує гендерну диверсифікацію в контексті дослідження процесів утвердження гендерної рівності як один з чинників, що визначає взаємовідносини між чоловіками й жінками та є важливим показником суспільних змін, спрямованих на подолання традиційних гендерних обмежень та формування інклюзивних соціальних і культурних практик [3]. Як позитивний аспект гендерну диверсифікацію розглядають також Ю. Белікова та Г. Сорокіна [2], акцентуючи на тому, що інклюзивні та гендерно-чутливі практики, до яких, на нашу думку, можна віднести й гендерну диверсифікацію, впливають на формування в аудиторії загальної культури толерантності та сприйняття різноманітності навколишнього світу.

І навпаки – відсутність подібної різноманітності сприяє ексклюзії певних соціально-демографічних груп та провокує дискримінацію, порушення прав людини, булінг тощо. Дослідження Р. Е. Лінд також демонструє, що сприйняття різноманіття аудиторією має позитивний соціальний ефект: дозволяє підвищити толерантність, зменшити прояви дискримінації та стереотипів, сприяє формуванню впевненості та покращенню психічного здоров'я [7]. Науковиця наголошує: диверсифікація в медіаконтенті – аспект, на який безпосередньо звертає увагу аудиторія. При цьому різноманіття варто розглядати як багатовимірне явище, що охоплює не лише кількісне представлення різних соціальних груп, а й способи, за допомогою яких ці групи репрезентуються в медійному дискурсі. У свою чергу М. Е. Елліторп та Е. Бліклі підкреслюють, що аудиторія, зокрема підліткова, схильна шукати медіаповідомлення з персонажами, які належать до їхніх соціальних груп (расової, гендерної тощо) [5].

Питання диверсифікації в медіа не обмежується лише сприйняттям аудиторії – воно також виявляється у способах зображення соціальних груп у медійному контенті. У своєму дослідженні Р. Мокарські з колегами звертають увагу на розширенні кількісної присутності трансгендерної та гендерно різноманітної спільноти в медіапросторі. Однак попри зростання видимості цих груп, форми їхнього представлення залишаються обмеженими [8].

Про диспропорцію у репрезентації гендерів в медіапросторі, зокрема візуальних, йдеться також у праці «Inclusive content reduces racial and gender biases, yet non-inclusive content dominates popular culture» [4]. Аналіз понад 300 тисяч зображень із модних журналів та постерів до фільмів за останні 50 років показав, що гендерне різноманіття залишається обмеженим і часто підкріплює стереотипи. Жінок переважно зображують у повноростових кадрах, сексуалізованих або покірних позах, що посилює наратив про їхню нижчу інтелектуальну та соціальну цінність (ефект face-ism). У свою чергу чоловіків зазвичай демонструють у портретному форматі, підкреслюючи їхню роль і статус. Такі зображення сприяють закріпленню традиційних гендерних стереотипів. Водночас контакт з нейтральним, інклюзивним або контр-стереотипним контентом може зменшувати упередження та активно змінювати суспільні уявлення про гендерні ролі.

Подібні тенденції простежуються і в мовному оформленні медіаконтенту. Д. Кральовічова та

М. Унгерова наголошують, що гендерне різноманіття в медіатекстах активно формується через політичну коректність та прагнення уникати сексизму. Для цього, наприклад, в англійській мові, яка нині виконує функцію лінгва франка і займає провідну позицію у всіх сучасних тенденціях медійної мови, створюються численні неологізми та нові мовні форми, спрямовані на гендерну рівність та інклюзивність. Проте такі зміни не завжди сприймаються користувачами позитивно, і надмірні спроби включення всіх можливих меншин можуть іноді посилювати соціальні розділи. Саме тому важливий збалансований підхід до гендерно чутливої мови, який враховує як мовні інновації, так і соціальні реакції [6].

Постановка завдання. Метою статті є дослідження гендерної диверсифікації та характеру представлення матеріалів у контенті найпопулярніших онлайн-медіа Запорізького регіону Запорізького регіону. Для цього застосовано методи аналізу, синтезу та систематизації. Було здійснено огляд наукових досліджень і проведено кількісно-якісний контент-аналіз журналістських матеріалів, опублікованих протягом вересня 2025 року.

Виклад основного матеріалу. Для вивчення тенденцій гендерної диверсифікації у продуктах запорізьких онлайн-медіа нами було проведено якісно-кількісний контент-аналіз публікацій, розміщених на сайтах регіональних видань протягом одного місяця – вересня 2025 року, що дозволило виявити особливості репрезентації чоловіків, жінок та небінарних осіб у локальному медіапросторі. Для дослідження ми обрали чотири видання з найбільшою сумарною аудиторією в соцмережах (телеграмі, фейсбуці та інстаграмі). Оскільки, як демонструють результати опитування громадської мережі «Опора», проведеного Київським міжнародним інститутом соціології [1], під час повномасштабного вторгнення українці, і чоловіки, і жінки, найчастіше надають перевагу соцмережам як основному джерелу інформації, зокрема й новин (76,6% респондентів). Телебачення (66,7%) та мережа «Інтернет» без соцмереж (61,2%) посіли в рейтингу друге і третє місця відповідно. Цікаво також, що довіра до новин, отриманих із соцмереж, в опитаних українців дещо вища, ніж до інформації з інтернету без врахування соціальних мереж. Варто додати, що найбільше респондентів для отримання новин використовують телеграм (65,7%), ютуб (61,2%) та фейсбук (57,8%). П'ятірку найпопулярніших соцмереж закривають вайбер (48%) та інстаграм (29,1%).

До четвірки найпопулярніших запорізьких медіа з найбільшою сумарною аудиторією в соцмережах станом на жовтень 2025 року входять: «Суспільне Запоріжжя» (suspilne.media/zaporizhzhia/) – 159 тис. підписників, «ЗаБор» (zabor.zp.ua) – 139,6 тис. підписників, «Перший Запорізький» (1news.zp.ua) – 78,7 тис. підписників та «061» (www.061.ua) – 70,1 тис. підписників.

Оцінювання здійснювалося за системою кількісних і якісних критеріїв: репрезентація за статтю (чоловік/жінка/небінарна особа), тематичний розподіл матеріалів, роль у сюжеті (герой, експерт, представник інституції), візуальна репрезентація, мовні маркери та стилістичні особливості (використання фемінітивів, емоційно забарвлених означень, гендерних кліше). Під час аналізу враховувалися лише ті публікації, у яких чітко визначено персоналію. Матеріали без персоналізованих персонажів до вибірки не включалися. Результати аналізу представлені в Таблиці 1.

Протягом вересня 2025 року у вибраних онлайн-медіа Запорізького регіону було опубліковано значну кількість матеріалів: «Суспільне Запоріжжя» – 365 публікацій (в середньому – 12 матеріалів на день), «ЗаБор» – 391 (17 публікацій – у будні, 5 публікацій – у вихідні), «Перший Запорізький» – 445 (середній показник – 15 новин), «061» – 472 (близько 16 матеріалів щодня). Переважна більшість матеріалів – новинні замітки-репортажі з посиланням на джерело, зазвичай відомство чи інституцію, – позбавлені гендерного маркеру.

Кількісний показник гендерної різноманітності виглядає наступним чином: на сайті «Суспільного Запоріжжя» чоловіків цитують (йдеться про прямі і непрямі цитати) у 141 матеріалі, на сайті «ЗаБору» – у 42 матеріалах, «Першого Запорізького» – у 144, «061» – у 122; персоналії жінок присутні у 71 матеріалі на «Суспільному Запоріжжя», у 27 матеріалах – на сайті «ЗаБор», у 63 – на «Першому Запорізькому», у 21 – на сайті «061». Небі-

нарних осіб у матеріалах, відібраних для дослідження, згадано не було.

Виявлену гендерну диспропорцію частково можна пояснити особливостями інформаційного середовища Запорізького регіону в умовах повномасштабного вторгнення. Через регулярні обстріли міста та області та загальну напруженість ситуації місцеві медіа зосереджуються на висвітленні безпекових тем. Значна частина новинних матеріалів містить посилання на дописи начальника Запорізької обласної військової адміністрації Івана Федорова в телеграмі, які журналісти активно цитують у своїх публікаціях, що впливає на загальний гендерний баланс.

Загалом у проаналізованих матеріалах не зафіксовано випадків уживання відверто дискримінаційної чи принизливої лексики щодо статі чи гендеру, що свідчить про дотримання журналістами етичних стандартів та орієнтацію на нейтральне мовлення. Водночас систематично використовуються фемінітиви. Зокрема в низці випадків вони винесені до заголовків. Це демонструє активне впровадження гендерно чутливої мови в публіцистичний дискурс. Позитивною, на наш погляд, є наявність у проаналізованих матеріалах інклюзивної мовленнєвої конструкції «захисники і захисниці» («У Запоріжжі захисники та захисниці отримують комплексну підтримку у міському просторі «Ветеран Про»: по допомогу звернулися вже понад 1500 людей» – «Перший Запорізький», 06.09.2025). Водночас у двох матеріалах видання «ЗаБор» зафіксовано відхилення від норми чинного правопису і на позначення професійної діяльності жінок журналісти використали іменники чоловічого роду («Запорізькі медики стали чемпіонами України з серцево-легеневої реанімації» та «Наслідки обстрілів Запоріжжя: збільшення кількості поранених, розповіді очевидців (фото, відео)» від 16.09.2025).

Цікавим аспектом є характер добору ілюстративного матеріалу до публікацій, не під-

Таблиця 1

Гендерна представленість у публікаціях запорізьких онлайн-медіа (вересень 2025 р.)

Назва медіа	Загалом публікацій за вересень 2025 р.	Публікації, де представлені чоловіки	Публікації, де представлені жінки	Роль у сюжеті (чоловік/жінка)		
				Представник інституції	Герой публікації	Експерт
«Суспільне Запоріжжя»	365	141	71	87/32	39/35	16/4
«ЗаБор»	391	49	27	30/19	20/8	4/1
«Перший Запорізький»	445	144	63	111/41	25/20	4/2
061	472	122	21	108/16	13/5	–

кріплених фотофактажем. У цьому контексті виявлено прецеденти відтворення усталених гендерних стереотипів у більшості проаналізованих онлайн-видань, за винятком «Суспільного Запоріжжя». Так, журналісти «ЗаБор» у доборі візуальних матеріалів надають перевагу зображенням без персоніфікації або фотографіям із жінками. Зокрема, йдеться про публікації на освітню тематику, де жінки постають у ролі вчительок або матерів («Сьогодні майже 60 тисяч запорізьких школярів розпочали навчання, працюють десять підземних шкіл», «Цьогоріч на підготовку першокласника до школи, батьки в середньому витрачали близько 10 тисяч грн» від 01.09.2025), а також у публікаціях, присвячених здоров'ю («5 причин додати L-цитрулін до вашого спортивного раціону» та «У Запоріжжі відкрився Дім пілатесу – простір турботи про тіло та душу» від 24.09.2025). Ілюстрація до останнього матеріалу (див. рис. 1) зображує жінок у провокативній позі, що може розглядатися як прояв об'єктивізації жіночого тіла в медіапросторі.

До стереотипізації вдається також «Перший Запорізький». Візуальний супровід матеріалів тут також відтворює традиційні уявлення про гендерні ролі: публікації на «чоловічі» теми (автомобілі, атлетика) супроводжуються зображеннями чоловіків, тоді як «жіночі» – мода, здоров'я, виховання дітей – ілюструються жіночими образами. Окрім того, саме жінки зображені у матеріалах, що виконують функцію застережень щодо шахрайських схем, що опосередковано підтримує стереотип жінки-жертви (див. рис. 2).

Журналісти ресурсу «061» також демонструють схильність до використання стереотипних візуальних рішень. Типовими є зображення вчительки з дітьми, а також домогосподарки («Як перетворити прасування на швидкий ритуал: 9 робочих прийомів для ідеально рівних речей»

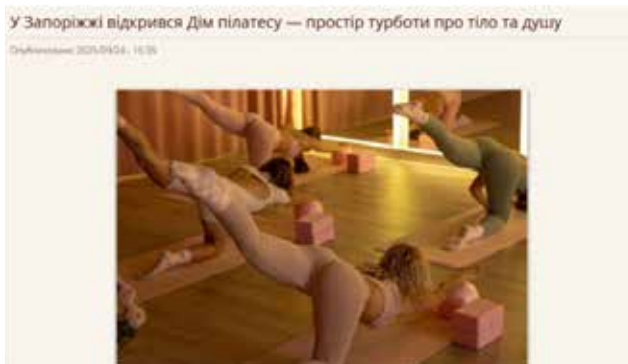


Рис. 1. Скріншот публікації «ЗаБор» від 24.09



Рис. 2. Скріншот публікації «Перший Запорізький» від 24.09

від 15.09.2025), жінки у процесі догляду за собою («Як пантенол допомагає відновлювати шкіру: корисні властивості та застосування» від 23.09.2025). Варто зазначити, що тексти обох публікацій не містять виразного гендерного акценту, однак візуальний ряд створює додатковий підтекст, який сприяє закріпленню стереотипних уявлень про соціальні ролі.

Важливо зазначити, що у проаналізованих матеріалах простежується й позитивна тенденція з точки зору гендерної інклюзії у візуальному контенті. Зокрема, спостерігається поява зображень жінок у нетрадиційних для стереотипного уявлення соціальних ролях: військовослужбовиць, працівниць технічних або робітничих професій (див. рис. 3 і 4).

Такі приклади засвідчують поступову зміну візуальної репрезентації жінок у бік більшої різноманітності та відображення реального соціального контексту. Водночас дзеркальних зображень, у яких чоловіки були б представлені у традиційно «жіночих» соціальних ролях нами зафіксовано не було.



Рис. 3. Скріншот публікації «061» від 30.09

"В мене є всього дві хвилини, аби врятувати життя": історія медицині 110 окремої бригади ТрО на позивний "Тайсон"



Рис. 4. Скріншот публікації «Суспільне Запоріжжя» від 11.09

Висновки. Проведений нами контент-аналіз найпопулярніших онлайн-медіа Запорізького регіону показав наявність суттєвої гендерної диспропорції у журналістських матеріалах. У вибірці переважають чоловічі образи, особливо що стосується офіційних представників владних структур та інституцій й експертів. Водночас небінарні

особи у досліджених матеріалах не представлені зовсім.

Спостерігається певний прогрес у сфері мовленнєвої гендерної інклюзії: журналісти активно використовують фемінітиви та повністю уникають дискримінаційної лексики. Це свідчить про усвідомлене впровадження гендерно чутливих мовних практик.

Візуальний контент, навпаки, залишається сферою, де найвиразніше проявляються традиційні гендерні стереотипи. У більшості випадків жінки зображуються в «традиційних» соціальних ролях (вчительки, матері, домогосподарки), а чоловіки – як представники професійних спільнот. Позитивною тенденцією є поява візуальних образів жінок у нетипових ролях (військових, технічних спеціалісток).

Отримані нами результати свідчать, що локальні онлайн-медіа поступово інтегрують інклюзивні практики, проте процес гендерної диверсифікації перебуває на етапі становлення і потребує подальшої підтримки через розвиток гендерно чутливої журналістики, освіти редакторів та медіаграмотності аудиторії.

Список літератури:

1. Бахмач А. Гендерні практики міжнародного досвіду. *HumanitiesStudies*. 2024. Вип. 18 (95). С. 9–173.
2. Белікова Ю. В. Інклюзивні та гендерно-чутливі практики в рекламній комунікації. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32 (71). № 1. Ч. 3. С. 240–246.
3. Найчастіше новини під час війни українці отримують із соцмереж – опитування «Опори» URL: <https://surl.it/vnsmng>. (Дата звернення: 22.07.2025)
4. AlDahoul N., Ibrahim H., Park M., Rahwan T., Zaki Y. Inclusive content reduces racial and gender biases, yet non-inclusive content dominates popular culture. 2024. URL: <https://arxiv.org/pdf/2405.06404> (Дата звернення: 22.07.2025)
5. Ellithorpe M.E., Bleakley A. Wanting to See People Like Me? Racial and Gender Diversity in Popular Adolescent Television. *J Youth Adolescence* 45, 1426–1437 (2016).
6. Kral'ovičová D., et al. Current trends in the media: gender-inclusive language. *Journal of Language and Cultural Education*, 2024. 12(1), P. 16–21
7. Lind R. A. Diversity in streaming media. The audience perspective. *Triaging the Streaming Wars (1st ed.)*. Routledge. P. 42–63 (2023).
8. Mocarski R., King R., Butler S., Holt N. R., Huit T Z., Hope D A, Heather M Meyer, Woodruff N, The Rise of Transgender and Gender Diverse Representation in the Media: Impacts on the Population, Communication, Culture and Critique, Volume 12, Issue 3, September 2019, P. 416–433.
9. Pirzada S. Y. The Role of Media in Shaping Gender Norms and Stereotypes. *Historical Research: Journal of History and Archaeology*, 2025. 3(1). URL: <https://www.hrjha.lexarcheus.com/storage/app/public/pdf/1744952816.pdf> (Дата звернення: 12.07.2025)
10. Szulc Ł. Digital Gender Diversity. In *Oxford Bibliographies in Communication* Oxford University Press. 2024. <https://doi.org/10.1093/OBO/9780199756841-0307>

**Tsybulia N. O. GENDER DIVERSITY IN ZAPORIZHZHIA REGIONAL
ONLINE MEDIA CONTENT**

The article deals with studying of gender diversity in the online media of Zaporizhzhia region. It examines contemporary Ukrainian and foreign scientific approaches to the study of gender diversity in the media, in particular in the works of A. Bakhmach, Yu. Belikova, G. Sorokina, R. A. Lind, R. Mokarski, M.E Ellithorpe, A. Bleakley and other researchers who consider gender diversity to be an important indicator of social change that reflects the level of development of inclusive practices in society. It is emphasized that the lack of gender diversity in the media contributes to the reinforcement of stereotypes and discriminatory patterns of perception. The purpose of the study is to identify trends and specifics of gender representation in the publications of the most popular Zaporizhzhia online media – «Сусільне Запоріжжя», «ЗаБор», «Перший Запорізький» and 061. The analysis covered the following criteria: the ratio of male, female, and non-binary characters; role in the plot (hero, expert, representative of an institution); thematic distribution; and features of visual and linguistic representation. The results of the study showed a significant gender imbalance in local media content: the vast majority of people quoted are men, especially in the role of experts and representatives of various institutions. At the same time, there is a positive trend in the use of gender-sensitive language: journalists actively use feminine forms, avoid discriminatory or derogatory vocabulary, etc. Visual content proved to be the most conservative component: some of the images in publications reproduce traditional gender roles. However, some materials show examples of women in social roles that are atypical for stereotypes, such as military and technical specialists, which indicates a gradual evolution in local media representation. To overcome these imbalances, systematic steps are needed to develop gender-sensitive journalism, improve media literacy in editorial offices, and foster a culture of equality and tolerance in society.

Key words: gender diversity, gender practices, sexism, gender equality, media diversity, gender-sensitive language, gender representation, media representation, gender inclusion.

Дата надходження статті: 28.10.2025

Дата прийняття статті: 20.11.2025

Опубліковано: 29.12.2025