

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ГАЛИЦЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА
Циклова комісія журналістики**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА (БАКАЛАВРСЬКА) РОБОТА
за спеціальністю 061 Журналістика
(Освітньо-професійна програма
«Видавнича справа та медіакомунікації»)**

Створення посібника «Гендерно-чутлива журналістика: час війни»

Creation of the manual «Gender-sensitive journalism: wartime»

Виконала:
студентка II курсу, групи ЖБ-21
Журба Валентина Миколаївна

Керівник:
кандидат філологічних наук
Вишневська Галина Богданівна

Рецензент:

Анотація

Журба В. М. Створення посібника «Гендерно-чутлива журналістика: час війни». Кваліфікаційна бакалаврська робота. Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола. Тернопіль, 2023.

Кваліфікаційна бакалаврська робота присвячена створенню посібника «Гендерно-чутлива журналістика: час війни». В ході роботи було зверстано видання, розроблено ситуативні задачі, практичні і тестові завдання, створено два розділи посібника, передмову і гендерний словник. До творчого проєкту написано пояснювальну записку, в якій описано теоретичні аспекти гендерно-чутливої журналістики, представлено структуру, авторську ідею посібника та вказано технічні засоби використання для створення проєкту.

Ключові слова: гендерно-чутлива журналістика, навчальний посібник, війна, гендер, сексизм.

Abstract

Zhurba V. M. Creation of the manual «Gender-sensitive journalism: wartime». Qualifying bachelor thesis. Halytsky applied college named Vyacheslav Chornovil. Ternopil, 2023.

The qualifying bachelor's thesis is devoted to the creation of the manual «Gender-sensitive journalism: wartime». In the course of the work, the publication was made, situational tasks, practical and test tasks were developed, two sections of the manual, a preface and a gender dictionary were created. An explanatory note is written for the creative project, which describes the theoretical aspects of gender-sensitive journalism, presents the structure, the author's idea of the manual, and indicates the technical means to be used to create the project.

Key words: gender-sensitive journalism, textbook, war, gender, sexism.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ.....	6
РОЗДІЛ ІІ. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ	13
2.1. Обґрунтування проєкту «Гендерно-чутлива журналістика: час війни»	13
2.2. Структура.....	15
2.3. Зображальний матеріал та особливості оформлення	18
2.4. Авторська ідея	19
2.5. Особливості аудиторії.....	20
РОЗДІЛ ІІІ. ТЕХНІЧНІ І ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ	22
ВИСНОВКИ	24
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	26
ДОДАТКИ	29

ВСТУП

В умовах війни журналістика стає особливо важливою, адже вона може забезпечити інформацію, яка допоможе людям розуміти, що відбувається навколо них, якщо вони знаходяться у зоні конфлікту, або, якщо вони стежать за новинами з інших регіонів світу.

Однак у війні часто відбуваються порушення прав жінок і чоловіків, та жорстокість і насильство, які не завжди отримують належну увагу в засобах масової інформації. Так, гендерна журналістика може допомогти відобразити ці проблеми та надати голос тим, кому це потрібно. В цьому і полягає **актуальність** створення такого посібника.

Новизна роботи полягає в:

- відмінності від аналогів;
- фокусуванні на темі війни;
- великій кількості схем, малюнків і інфографіки;
- розроблених ситуативних задачах і практичних завданнях;
- доступності викладу матеріалу;
- QR-кодах з покликаннями на додаткові ресурси.

Мета дипломного проєкту розробити та створити навчальний посібник з гендерної журналістики під час війни, використовуючи знання з дисциплін: «Основи журналістської майстерності», «Дизайн друкованих видань», «Журналістські професії», «Медіакритика» тощо.

Для створення цього проєкту ми виконали такі **завдання**:

- створили навчальний посібник «Гендерно-чутлива журналістика: час війни»;
- розробили зовнішній вигляд і характерний стиль посібника;
- створили інфографічні матеріали;
- проаналізували і описали приклади гендерної дискримінації в ЗМІ;
- зверстали книгу;
- написали пояснювальну записку.

Об'єкт дослідження – навчальний посібник «Гендерно-чутлива журналістика: час війни».

Предмет – розробка навчального посібника «Гендерно-чутлива журналістика: час війни».

Структура роботи – проєкт складається з друкованого видання. Загальний обсяг сторінок навчального посібника – 88 сторінки. Структура пояснювальної записки: вступ, три розділи, висновки, список використаної літератури та додатки.

Пояснювальна записка загальним обсягом – 37 сторінок, з них 22 сторінки основного тексту.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

«Навчальний посібник – це збірник матеріалів, який призначений для навчання та допомоги у розумінні певної теми. Зазвичай він складається з текстів, ілюстрацій, завдань, тестів та інших матеріалів, які допомагають студентам засвоїти матеріал» [12].

«Навчальні видання виконують такі функції:

- комунікативну;
- інформаційну;
- пізнавальну;
- розвивальну;
- виховну;
- організаційну;
- систематизуючу»[12] .

Вирізняють такі види навчальних посібників:

- «електронні (презентації, електронні книги, інтерактивні ігри);
- звукотехнічні (аудіозаписи, відео - та DVD фільми);
- друковані (традиційні у вигляді книги);
- об'ємні (макети, моделі, натуральні предмети та їх імітації)» [12].

Тему посібника – висвітлення проблем гендерної рівності у ЗМІ було обрано не випадково. «Як зазначалося в Платформі дій, прийнятої Четвертою всесвітньою конференцією щодо становища жінок, скрізь існує потенційна можливість для того, щоб засоби масової інформації вносили набагато більший внесок у покращення становища жінок» [22]. При цьому автори висловлювали занепокоєння у зв'язку з тим, що «друковані та електронні засоби масової інформації в більшості країн не створюють збалансований образ жінок, які ведуть активне та різноманітне життя, та їхній соціальний внесок у мінливому світі» [4].

«Поняття гендер виникло у психології позначення соціально-психологічного статусу людини з погляду маскулінності чи фемінності. Важливу роль розвитку та підтримці гендерної системи грає свідомість людей. Конструювання гендерної свідомості індивідів відбувається за допомогою

поширення та збереження соціальних та культурних стереотипів, норм, розпоряджень, при порушенні яких піде низка каральних санкцій» [1, с. 84].

«Гендер перебуває під постійним впливом як культурних норм, що встановлюють, що мають робити чоловіки, а що – жінки, так і соціальної інформації, яка вселяє людям, наскільки велика різниця між чоловіками та жінками» [4].

Гендерні дослідження тепер обирають предметом свого вивчення не одну відокремлену (жіночу) статтю, а діалог статей. Гендер розглядають «як систему міжособистісної взаємодії, за допомогою якої створюється, підтверджується та відтворюється уявлення про чоловіче та жіноче як категорії соціального порядку» [1, с. 171].

При цьому головним у проблемі вивчення гендерних відносин є не просто відмінність/доповнення статей, а відносини нерівності, що конструюються суспільством: переваги чоловіка в публічній сфері і витіснення жінки в сферу домашнього життя, яка була і вважається менш престижною.

Гендерний підхід сформувався як критика уявлень про біологічну природу відмінностей між статями. Набір поведінкових і психологічних характеристик, що традиційно вважався споконвічно жіночим чи споконвічно чоловічим, є нічим іншим, як сформованим культурою стереотипом. Соціальний порядок заснований на уявленні про чоловіче і жіноче в конкретній культурі.

«Суспільство контролює допустимі норми прояву жіночності і мужності, що склалися в кожній культурі. Гендерні стереотипи найчастіше діють як соціальні норми. Підкорятися гендерним нормам змушують нормативний тиск, дія якого полягає в тому, що людина намагається відповідати гендерним ролям, щоб отримати соціальне схвалення та уникнути соціального осуду, та інформаційний тиск (соціальна інформація, література, телебачення)»[4].

Важливо відзначити роль ЗМІ як агента формування соціальних відносин, зокрема гендерних.

Так, «ЗМІ розглядаються соціологами як як інститути соціалізації поруч із батьками, групами однолітків та інших, а й як агенти впливу, механізми конструювання ідентичності. Саме мас-медіа постачають нормативні гендерні зразки, які потім набувають поширення та відтворюються індивідами у повсякденному житті. У суспільстві зростання значення ЗМІ пов'язані з їх глибинним і різноманітним впливом на повсякденне життя. Масмедіа створюють і поширюють знання про суспільство, про принципи його організації та функціонування, винаходять і відтворюють нормативні образи та моделі поведінки, тим самим беручи активну участь у процесі формування соціальної реальності. Поряд з цим, важлива роль ЗМІ в сучасному суспільстві визначається їх здатністю до швидкого реагування на актуальні події та процеси, що відбуваються, створення і трансляції в суспільстві ідей, цінностей, уявлень. Уявлення про мужність та жіночність також створюються за допомогою ЗМІ» [4].

Медіа відіграють основну роль у формуванні громадської думки, і у формуванні уявлень про роль чоловіків і жінок.

«Попри те, що на планеті майже рівна кількість жінок і чоловіків, сприйняття світу через призму медіа посилює стереотипи про мужність і жіночність: жінкам присвячується лише близько чверті матеріалів у медіа, а історії про них часто відображають стійкі гендерні стереотипи. Загалом у медіа жінки розглядаються переважно як засіб задоволення “чоловічого попиту” – у рекламі, наприклад, образ жінки регулярно використовується в комерційних цілях»[1].

«Гендерно-чутлива журналістика засуджує стереотипи, які применшують і спрощують образи жінки та чоловіка, зображуючи викривлену картину світу та його можливостей. Боротьба зі звичними стереотипами, які пронизують наше повсякденне життя, – наприклад, коли вважається, що роль жінки полягає в догляді за дітьми або коли жінка сприймається як сексуальний об'єкт для задоволення статевих потреб – є серйозним викликом, адже в журналістиці вкрай важливо об'єктивно відображати стан суспільства і забезпечувати повне та всебічне висвітлення проблем. Стереотипи відображають психологічні

бар'єри не лише щодо очікувань від жінок і чоловіків у суспільстві, а й – що ще важливіше – щодо власних очікувань жінок і чоловіків від самих себе» [4].

Незважаючи на значний прогрес, досягнутий в останні десятиліття проблеми, як і раніше, перешкоджають досягненню гендерної рівності в усьому світі. Ми гостро усвідомлюємо, що багато з цих проблем тісно пов'язані з тим, як створюється, поширюється та споживається інформація: чиї погляди, рішення, потреби та пріоритети формують новини; хто вважається експертами та гідними уваги темами; хто може обстоювати державну політику та впливати на неї; і хто може безпечно та критично отримувати доступ до відповідної інформації. Ми виділили основні сучасні проблеми гендерної рівності.

Гендерне насильство: розпалювання ненависті, сексуальні домагання та інші форми насильства — онлайн та офлайн — спрямовані проти жінок та гендерних та сексуальних меншин, особливо журналістів та тих, хто займається громадською діяльністю чи правозахисною діяльністю, створюють реальні загрози свободі вираження думок, зусиллям миротворчості та просування гендерної рівності в усьому світі. Гендерне насильство в Інтернеті стимулює самоцензуру серед журналістів, позбавляє лідерів та активістів повноважень і може призвести до збільшення загроз та фізичних. У всьому світі майже три чверті (73%) жінок піддавалися тій чи іншій формі онлайн-насильства, а жінки у віці 18-24 років особливо вразливі до серйозних форм насильства, домагання в Інтернеті [10].

Гендерна дезінформація та використання антифеміністської риторики. Все більша кількість досліджень підкреслює зростання гендерної дезінформації, яка визначається як «хибний, що вводить в оману або шкідливий контент, який використовує гендерну нерівність або посиляється на гендерні стереотипи і норми, зокрема для конкретних людей чи груп. Хоча це й не нове явище та воно стало більш очевидним під час повномасштабного вторгнення Росії на територію України, коли військовослужбовиці стикаються з нерівністю і невизнанням в армії» [10].

Систематичне виключення жінок у ЗМІ та інформаційному секторі. Жінки систематично недопредставлені у виробництві контенту, на керівних

посадах, як експертні джерела новин і споживачі інформації. Крім того, найчастіше патріархальна культура багатьох відділів новин, а також відсутність політики в галузі роботи, сприяють збереженню цього систематичного виключення.

Гендерний цифровий розрив. Гендерний фактор є важливим у доступі та здатності користуватися Інтернетом. «У всьому світі жінки все ще на 17% рідше користуються Інтернетом, ніж чоловіки; цей розрив збільшується в багатьох країнах з низьким і середнім рівнем доходу. Жінки також на 8% рідше, ніж чоловіки, володіють мобільним телефоном і на 20% рідше виходять в Інтернет з мобільного пристрою» [13]. Без доступу до Інтернету, не можуть повною мірою брати участь у різних аспектах економіки, здобувати освіту і повною мірою використовувати правові системи.

Скорочення громадянського простору. Дедалі більша кількість людей живе в країнах зі значними обмеженнями основних свобод асоціації, мирних зібрань і свободи вираження думок. Групи, які виступають за права жінок і жінок-правозахисників, очолюють список найбільш зачеплених груп, які стикаються з обмеженнями в таких умовах.

Розгляньмо детальніше, які гендерні репрезентації транслуються сучасними ЗМІ стосовно жінок.

1. «Красива жінка, жінка-модель». «Формування цього зразка жіночності відбувається за допомогою вербальної та візуальної інформації. До вербальних належать матеріали, присвячені технологіям краси (системи омолодження організму, рекомендації щодо правильної організації харчування, вправи на релаксацію). Сюди також належать статті, що транслують “експертне” знання про те, як досягти досконалості в одязі, макіяжі, догляді за своїм тілом тощо» [3]. Візуальний компонент репрезентації складається зі статей про моду та рекламних фотографій.

2. «Ділова жінка, жінка-професіонал». Однією з основних характеристик сучасного гендеру жінки є уявлення про можливість і важливість суспільного успіху, кар'єри. У текстах відомі жінки позначаються такими термінами, як наша гостя, героїня номера тощо. Необхідно зазначити, що здебільшого

професія цих жінок належить до як його називають «жіночого бізнесу» (магазин одягу, модельне агентство, салон краси тощо).

3. «Щаслива жінка». Цей нормативний гендерний образ представлений здебільшого у сфері відносин. Образ щасливої в любовних стосунках жінки формується за допомогою матеріалів, що розповідають про щасливе кохання, гармонійні сімейні стосунки. Зазвичай, такі матеріали ілюструються фотографіями красивих пар.

4. «Секс-символ». Частково цей образ перегукується з типажем «красивої» і «щасливої» жінки, проте крім стильності, краси, елегантності цей образ містить у собі також сексуальність. Візуальна складова цього образу основну увагу акцентує на сексуальності жіночого тіла, представляючи його об'єктом сексуального бажання.

5. «Дружина і мати». «У цьому образі всі гендерні репрезентації пов'язані із сім'єю, вихованням дітей, хатньою роботою. Візуальна складова цього образу основну увагу акцентує на тому, що жінка берегиня сім'ї» [3].

Основна причина недостатнього висвітлення гендерної проблематики у ЗМІ полягає в тому, що гендерне питання все ще не включене до порядку денного новин.

У професійному колі, як і раніше, існує думка, що «гендерне питання» — це в кращому разі вузькопрофільна тема, яку слід залишити тим, хто спеціалізується на таких «м'яких» сюжетах, і яка не повинна хвилювати журналістів, які висвітлюють «жорсткі» («важливі») новини.

Поки немає широкого визнання той факт, що облік гендерної проблематики може мати сприятливий вплив на висвітлення подій і тих, що традиційно належать до важливих новин, таких як конфлікти та стихійні лиха, політика та бізнес, злочин та покарання. Настав час для новинних ЗМІ та працівників даної сфери усвідомити важливість гендерного питання як основної лінзи, через яку необхідно розглядати всі події та теми для того, щоб викладена історія була повною.

Для того, щоб інформація була комплексною і збалансованою, не тільки репортери/кореспонденти, а й низка фахівців, які разом формують медійний

контент, у тому числі візуальний, повинні усвідомлювати необхідність включення гендерних факторів у процес прийняття рішення про те, що слід висвітлювати і як.

Гендерна лінза дає журналістам можливість подивитися на світ очима жінок і таким чином розповісти про досвід, інтереси та потреби жінок, відобразити їхню думку та допомогти жінкам розповісти свої історії своїми вустами. Гендерна лінза може показати, чи впливає подія чи процес якимось чином на жінок і чоловіків, дівчаток та хлопчиків, тим самим дозволяючи репортерам поглянути на нього з погляду гендерної проблематики та відкрити в сюжеті ще одну значущу та яскраву грань. Гендерна лінза також допомагає знайти більш широке і глибоке розуміння низки тем і подій, що описуються у ЗМІ.

Досягнення гендерної рівності неможливе без гендерної освіти та розвитку чутливості суспільної свідомості. Основна причина стійкості гендерних стереотипів у суспільстві в тому, що вони відтворюються в системі освіти на всіх рівнях, а також у постійній трансляції традиційних патріархатних цінностей через медіа.

РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування проєкту «Гендерно-чутлива журналістика: час війни»

Відповідно до ДСТУ 3017:2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення понять», видання «Гендерно чутлива журналістика: час війни» «за знаковою природою інформації є текстовим виданням. За способом виготовлення – друкованим. За періодичністю – не періодичне, тобто видання що виходить одноразово й продовження його не передбачено. За матеріальною конструкцією книжкове видання – блочне видання в обкладинці чи палітурці, обсягом більше 48 сторінок. За складом основного тексту – полівидання, тобто таке, яке містить не один твір (в нашому випадку, науково-популярні матеріали). За мовною ознакою – одномовне видання, всі матеріали написані українською. За ступенем аналітико-синтетичного перероблення інформації – інформаційне видання – інформаційне видання, те, що містить систематизовані відомості щодо аналізування відомостей. За цільовим призначенням – навчальне видання, що містить систематизовані відомості наукового або прикладного характеру, викладені у зручній для вивчення формі. За структурою – одностомник. За повторністю випуску – перше видання. За обсягом – книга, бо містить більше ніж 48 сторінок. За форматом – портативне видання» [6].

Цільова аудиторія навчального посібника – це в першу чергу студенти спеціальності «Журналістика», практикуючі журналісти, редактори та всі хто цікавиться темою медіа і гендерної рівності. Вік та стать значення не мають.

Основною тематикою є гендерно-чутлива журналістика під час війни.

Перевагами посібника «Гендерно-чутлива журналістика: час війни» є те, що посібник дозволяє глибоко та всебічно вивчити вплив гендеру на зміст, подання та сприйняття інформації у ЗМІ. Це спеціалізоване керівництво забезпечує систематичний та заснований на дослідженнях підхід до розуміння гендерних питань саме у журналістиці. Також перевага – це велика кількість прикладів та ілюстрацій, посібник включає приклади та ілюстрації з реальної журналістської практики, щоб допомогти читачам краще зрозуміти застосування гендерно-чутливої журналістики. Це реальні випадки, з

посиланнями, коментарями і детальним аналізом в чому проблема, які допоможуть студентам та журналістам краще засвоїти інформацію. Також матеріал поданий у зручній формі, він містить схеми, виділення, інфографіку.

Особливістю цього посібника є актуальність у час російсько-української війни, бо він розкриває важливість гендерно-чутливої журналістики саме у воєнний час і дає практичні рекомендації, як писати під час конфлікту. В цьому і основна його відмінність від решти подібних посібників.

Окрему увагу варто звернути на QR-коди у тексті (Додаток А), вони є у практично кожній темі і містять покликання на додаткові цікаві ресурси, наприклад: тести, відео, тренінги, словники фемінітивів, статті та дослідження.

Реалізація навчального посібника з гендерно-чутливої журналістики має кілька перспектив, які можуть сприяти його успішній практичній застосовності:

1. Цей навчальний посібник може бути використаний у навчальних закладах, що пропонують програми з журналістики, комунікації або гендерних досліджень. Воно може стати основою для спеціалізованих курсів, семінарів або лекцій з гендерно-чутливої журналістики.

2. Професійне навчання журналістів. Посібник може бути включений до програм професійного навчання журналістів, які проводяться ЗМІ чи журналістськими асоціаціями. Це дозволить журналістам отримати додаткові знання та навички в галузі гендерно-чутливої журналістики, а також ознайомитися з передовими практиками та рекомендаціями.

3. Дослідницька діяльність. Він може стати основою подальших досліджень у галузі гендерно-чутливої журналістики. Дослідники можуть використовувати посібник як основу для розробки нових методів та інструментів аналізу гендерних аспектів у ЗМІ, проведення емпіричних досліджень та аналізу існуючих практик журналістики.

4. Підвищення обізнаності та суспільної свідомості. Книга може сприяти підвищенню обізнаності громадськості про гендерні аспекти журналістики. Вона може бути доступна для широкої аудиторії через публікацію у відкритих джерелах або онлайн-платформах, що допоможе розширити знання серед людей, зацікавлених у цій галузі, але котрі не працюють у ЗМІ.

5. Співпраця з організаціями та громадськими рухами. Навчальний посібник може стати основою для співпраці з організаціями та громадськими рухами, які працюють у галузі гендерних питань та ЗМІ. Посібник в майбутньому може бути адаптований та застосований для навчання активістів, журналістів та членів громадськості, які прагнуть підвищити гендерну поінформованість та ефективність своєї роботи в галузі журналістики.

6. Практичне застосування в медіа організаціях. Видання може бути використане як керівництво та ресурс для журналістів та редакторів.

2.2. Структура

Обсяг книги – 88 сторінки, формат – А5.

Книга складається з передмови, двох розділів, після кожного з них є завдання, списку використаних джерел та джерел ілюстративного матеріалу, гендерного словнику.

Передмова у виданні «Гендерно-чутлива журналістика: час війни» містить відомості про тематику посібника, чому вона актуальна, дає інструкції як з ним працювати та що звернути особливу увагу (Додаток Б).

Перший розділ – теоретичний.

Він містить основні відомості щодо гендерно-чутливої журналістики, пояснює основні терміни, дає статистику і рекомендації.

Цей розділ складається з 16 підпунктів:

1. «Що таке гендер і сексизм?
2. Чому ЗМІ мають зосереджувати увагу на жінок?
3. Гендерна лінза.
4. Прояви гендерних стереотипів у ЗМІ.
5. Аспекти журналістської діяльності з урахуванням гендерної проблематики.
6. П'ять основних принципів гендерно-чутливих репортажів.
7. Як писати матеріали на гендерно-чутливу тематику. Рекомендації.
8. Жінки, мир та безпека.
9. Висвітлення конфліктної проблематики.

10. Рекомендації щодо висвітлення конфліктної проблематики.
11. Висвітлення проблеми сексуального та гендерно-зумовленого насильства.
12. Як Україна долає сексизм і упередження до жінок в армії.
13. Абетка фемінітивів на військову тематику.
14. Гендерний баланс та війна. Моніторингове дослідження у першому кварталі 2023 року.
15. Гендерний баланс та війна. Моніторингове дослідження тернопільських ЗМІ.
16. Перша антипремія за сексизм» [8].

Після теоретичного розділу для підсумку і перевірки засвоєних знань ми розробили і розмістили тестові завдання під рубрикою «Перевір свої знання». До кожного тесту є варіанти відповіді і відповідь на кожне запитання є в теоретичних матеріалах. Тобто, якщо читач не знає відповідь на якесь запитання, то очевидно, що йому потрібно повернутись до вивчення якогось розділу і прочитати його ще раз.

Другий розділ – практична частина.

Цей розділ містить реальні приклади з українського медіа простору з порушеннями гендерного балансу. Розділ містить 13 прикладів, до кожного з яких є опис ситуації та детальне пояснення що і чому там порушено.

В виданні «Гендерно-чутлива журналістика: час війни» наявні такі приклади порушень:

1. «У нас 80% тьолки. Сексистські вислови Михайла Поплавського.
2. День захисника України – привітайте улюблених чоловіків. Стереотипне ставлення до жінок в армії.
3. Ночі провела з хлопцями, бійцями волонтерила. Образливий вираз у пісні Потапа.
4. Краса для ЗСУ. Гендерно-стереотипний флешмоб від Лесі Нікітюк.
5. Сексуальні захисниці. Сексуалізація жіночого тіла.
6. Обираємо помічниць. Прохання нище 175 см. не турбувати...
7. Жінка в армії – це жах.

8. Календар без цензури в підтримку армії.
9. Воля – це дівчина, що любить дім, тільки руским би не дала.
10. Жінка – окраса людства.
11. Витрачають кошти, які заробляють чоловіки.
12. Життя складається з турбот по дому, роботи чи виховання дітей.
13. 19-річна красуня кулеметниця нищить ворогів. Про явище фейсизму в українських ЗМІ» [8].

Після наведених прикладів ми пропонуємо читачам практичні завдання, в яких їм потрібно знайти порушення в наведених матеріалах. Ми надаємо QR-код з посиланням на статтю і цитати з матеріалу, які допоможуть знайти відповідь, читачам потрібно в спеціально виділеній графі дати відповідь на запитання «В чому порушення?» та «Як це виправити?» (Додаток В).

Також ми пропонуємо ситуативні задачі (Додаток Г). Наприклад: «Ви створюєте цикл телевізійних програм про історії волонтерів, які рятували життя. Як ви можете забезпечити, щоб ваша програма була гендерно-чутливою та відображала виклики та перешкоди, з якими стикаються жінки і чоловіки під час волонтерства?» [8]. Також одна з ситуативних задач має приклад вирішення, для кращого розуміння читачів.

Після основного тексту в книзі є «Список використаних джерел» і «Список джерел ілюстративного матеріалу». Список використаних джерел, або бібліографічний список, у навчальних посібниках з гендерночутливої журналістики має кілька важливих функцій:

1. Підтвердження достовірності та авторитетності. Включення списку використаних джерел дозволяє підтвердити, що автор звертався до надійних та академічних джерел під час підготовки матеріалу.

2. Ідентифікація джерел для подальшої роботи. Бібліографічний список надає читачам інформацію про використані джерела, що дозволяє їм вивчити ці джерела докладніше, прочитати їх або використовувати у своїх власних дослідженнях та роботах.

3. Посилання на дослідження та авторитетні джерела. Включення бібліографічного списку дозволяє вказати на релевантні та авторитетні дослідження, які є основою для навчального посібника.

4. Повага до інтелектуальної власності. Включення бібліографічного списку є виявом поваги до інтелектуальної власності інших авторів та дослідників. Це допомагає запобігти плагіату та забезпечує правильне цитування та визнання роботи інших вчених.

Останнім елементом книги є гендерний словник (Додаток Д) – він містить пояснення основних термінів, пов'язаних із гендерною ідентичністю.

Словник гендерної термінології є корисним і потрібим компонентом навчального посібника. По-перше, він надає журналістам точні визначення та пояснення гендерних термінів, що допомагає їм краще розуміти та використовувати відповідну термінологію у своїй роботі. Це сприяє підвищенню грамотності журналістів. По-друге, словник допомагає журналістам уникати помилок і упереджень, надає керівництво з використання шанобливої та точної термінології, що сприяє створенню якісних новинних матеріалів.

2.3. Зображальний матеріал та особливості оформлення

В навчальному посібнику «Гендерно-чутлива журналістика: час війни» важливу роль відіграють зображення та ілюстрації, їх у виданні дуже багато. У роботі ми використовували зображення з фотостоків та скріншоти з соцмереж.

Фотосток – це сховище фотографій та ілюстрацій. На сайти їх завантажують автори фотографій, погоджуючись з тим, що їхні роботи будуть використовуватись іншими особами.

Ми використовували такі джерела (Додаток Е):

- Stockvault – «англомовний проект, на якому розміщено тисячі фотографій у високій якості. Є знімки, які зручно використовувати для ілюстрації ідей або робити на основі презентації, інші дизайн-продукти. Сервіс показує, скільки разів завантажили конкретний знімок – так можна відмовитись від поширених картинок, якщо це потрібно» [26].

- Pexels – «зображення можна використовувати як в особистих, так і комерційних цілях. Дозволяється редагувати зображення або використовувати його для ретушування або колажу. Особливість - готові колекції користувача, які дуже допомагають, якщо потрібно зробити мудборд або підібрати референти» [26].
- Unsplash – «ресурс позиціонує себе як майданчик, всі знімки з якого можна використовувати навіть у комерційних цілях. Коли щось шукаєте, сервіс підказує інші ключові слова на аналогічну тему» [26].
- Life of pix – «можна скачати не тільки фотографії, але й відео, що вигідно відрізняє його від інших безкоштовних фотостоків. Також є спеціальний розділ, де представлено список фотографів, які працюють із сайтом. Автора, що сподобався, можна додати в обране або навіть написати йому і замовити зйомку» [26].
- ISO Republic – «добірка з безкоштовних фотографій професійного фотографа. Зображення доступні в не дуже високій якості, але для розміщення в блозі та соцмережах достатньо» [26].
- Freerange Stock – «пропонує десятки тисяч зображень для використання у комерційних цілях. Тут можна скачати як фотографію, так і ілюстрацію. Їх можна вибрати в каталозі» [26].

Також ми використовували ілюстрації Євгенії Олійник та Андрія Мороза, всі вони містять підписи з ім'ям автора.

В основному тесті використано шрифт Miniom Pro, кегль 12, для заголовків ми обрали інший шрифт Century Gothic 19 кеглю. В тексті присутні виділення: жирний шрифт і курсив.

Колір тла – білий. Колір основного тексту – чорний, колір для виділень – фіолетовий, для обкладинки – світло-коричневий. Це фірмові кольори нашого видання (Додаток Ж).

2.4. Авторська ідея

Авторська ідея полягає у створенні навчального посібника для журналістів про гендерно-чутливу журналістику під час війни. Особливість в

тому, що ми зрозумілою і простою мовою пояснюємо чому тема гендеру – це дуже важливо, яке вона відношення має до журналістики і чому саме під час війни на неї потрібно зосереджувати найбільшу увагу. Видання містить не лише теорію, а й розроблені діаграми, схеми, завдання для перевірки, приклади.

Наш посібник тримає баланс між науковістю і простотою, тобто видання містить опис досліджень, термінології та понять, які написані так, щоб їх міг зрозуміти і пересічний читач. Це дозволяє нам розширити аудиторію нашого видання.

Ми вважаємо, що у нашого видання є досить великі перспективи розвитку. В майбутньому ми можемо розширювати тематичне охоплення нашого видання, включити в нього нові аспекти гендерно-чутливої журналістики, наприклад порівняння різних культур; довоєнних, воєнних і післявоєнних періодів.

Бачимо перспективу у інтеграції нашого посібника з новими технологіями, наприклад, створити для нього програми, де можна буде завантажити знайдені приклади порушень, або, де можна буде в форматі гри пройти тести по гендерно-чутливій журналістиці.

Також можна покращувати видання після взаємодії з читачами. Оновлення та доповнення будуть внесені на основі нових досліджень і прохань читачів, тоді це допоможе інтегрувати посібник – він зможе стати невід'ємною частиною освітніх програм на факультетах журналістики.

2.5. Особливості аудиторії

Цільова аудиторія нашого посібника «Гендерно-чутлива журналістика: час війни» – це студенти, викладачі, журналісти, редактори і всі хто причетний до медіа сфери або цікавляться темою гендеру. Ми хотіли б привернути більшу увагу пересічних читачів і показати їм важливість цієї теми, покращити їх медіаграмотність, тому книга написана зрозумілою для кожного мовою.

Щодо віку, то він значення не має, але все ж більше орієнтуємось на аудиторію від 16 до 50 років, бо старшим людям поки важко відійти від гендерних стереотипів, які багато років були нормою у нашому суспільстві.

Наша мета – привернути увагу усіх людей, а особливо чоловіків, до проблеми гендерної дискримінації у суспільстві, проблеми применшування ролі жінок у ЗМІ, їх ігнорування в армії та замовчування їх ролі під час війни.

Отже, у другому розділі нами було проаналізовано специфіку посібника «Гендерно-чутлива журналістика: час війни» його структуру, особливості, переваги, авторську ідею та цільову аудиторію. Ми дійшли до висновку, що видання актуальне і потрібне зараз, воно виділяється простою мовою тексту, великою кількістю ілюстративного матеріалу, завданнями і ситуативними задачами, а також QR-кодами з покликаннями на додаткові матеріали.

РОЗДІЛ ІІІ. ТЕХНІЧНІ І ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Для верстки нашого навчального посібника «Гендерно-чутлива журналістика: час війни» ми використовували програму «Adobe Indesign». Саме у цій програмі ми повністю створювали макет видання, працювали з текстом і шрифтами.

Для цього завдання ми обрали «Indesign» з декількох причин, тому що він призначений для професійної роботи у видавничій індустрії і містить широкий набір інструментів. Також він легко інтегрується з іншими програмами Adobe: Photoshop та Illustrator. InDesign дозволяє створювати стилі для швидкого форматування тексту і це дозволило значно заощадити час. Програма повністю безкоштовна. В цій програмі ми працювали на дисципліні «Дизайн друкованих видань» і вже мали досвід верстки.

Обкладинку ми створили в програмі «Adobe Illustrator». Програма дозволяє працювати з векторною графікою, створювати і редагувати ілюстрації, працювати з текстом і експортувати в різні формати.

Для створення обкладинки ми (Додаток ІІ):

- обрали фірмові кольори нашого навчального посібника для фону;
- обрали відомих людей, які прославились своїми сексистськими висловами;
- взяли їх фото з вільних джерел і в програмі Adobe Photoshop забрали фон з фотографій;
- додали силуети і текст на обкладинку;
- додали назву видання, обрали шрифт і кегль;
- експортували в формат PDF;
- перенесли в Indesign.

Схеми і інфографіки ми створювали в програмі «Canva». Це онлайн-платформа для дизайну та створення графіки (Додаток К), яка надає користувачам широкий спектр інструментів та ресурсів для створення різноманітних проєктів.

Серед причин чому ми обрали програму «Canva», по-перше, простота використання, додаток пропонує простий і інтуїтивно зрозумілий інтерфейс. По-друге, широкий вибір шаблонів, в програмі величезна бібліотека попередньо створених шаблонів. По-третє, багата бібліотека елементів, таких як іконки, форми, лінії, фони та шрифти. Безкоштовної версії нам вистачило для задоволення своїх потреб.

Параметри друку. Кількість сторінок – 88. Формат – А5. Друк – офсетний.

Ціна поліграфічного втілення одного навчального посібника – 450 гривень.

Вихідні відомості:

Формат 148 x 210 мм.

Тираж 10 примірників.

Адреса м. Тернопіль вул. Злуки, 27.

Номер телефону: +380983239644.

Email: valskakalska@gmail.com.

Підписано до друку 16 травня 2023 року.

Для розповсюдження в Галицькому фаховому коледжі імені В'ячеслава Чорновола.

Створено в навчальних цілях (не для комерції).

Усі фотографії взяті з вільних джерел.

Думка автора може не співпадати з думкою читачів.

Отже, в цьому розділі ми проаналізували програмні та технічні засоби використані при створенні посібника «Гендерно-чутлива журналістика: час війни». Для верстки ми використали «Adobe Indesign», для створення обкладинки – «Adobe Illustrator», для обробки зображень – «Adobe Photoshop», та для створення графічного матеріалу безкоштовну версію програми «Canva». Також вказали вихідні відомості та параметри друку.

ВИСНОВКИ

У рамках дипломного проєкту нами було розроблено навчальний посібник «Гендерно-чутлива журналістика: час війни». Видання є результатом глибокого аналізу та ретельної роботи, яке характеризується інноваційним підходом до навчання студентів, дозволяє їм краще засвоїти та застосовувати гендерно-чутливі підходи.

Важливість цього проєкту в тому, що він допомагає розвитку гендерної тематики в журналістиці, привертає увагу до проблем жінок та чоловіків у період війни.

Видання «Гендерно-чутлива журналістика: час війни» має ряд відмінностей від інших видань, які роблять його ефективним інструментом для навчання та практики.

По-перше, його наочність та ілюстративність сприяють кращому розумінню матеріалу студентами. Ілюстрації, діаграми та графіки допомагають візуалізувати ключові концепції та принципи журналістики в темі гендеру, що полегшує їх запам'ятовування та розуміння.

По-друге, у навчальному посібнику міститься велика кількість інформації, яка потрібна для розуміння та застосування під час створення матеріалів. В книзі описано і докладно пояснено терміни «сексизм», «гендер», звернено особливу увагу на жінок, як проявляються стереотипи, як долають сексизм в ЗСУ, що таке гендерна лінза, наведено рекомендації щодо опису конфліктної проблематики, проблем гендерного та сексуального насильства, подані моніторингові дослідження гендерного балансу у період війни в всеукраїнських та тернопільських ЗМІ.

Третя особливість посібника – окремий розділ з прикладами, практичними завданнями та ситуативними задачами, що дозволить студентам бачити реальні приклади гендерних порушень, на практиці застосовувати отримані знання, розвивати навички та перевіряти розуміння матеріалу.

Інноваційним у посібнику є використання QR-кодів у тексті, що дозволяє студентам швидко отримувати доступ до додаткових матеріалів, пов'язаних із

темою, наприклад, до статей, досліджень чи відео. QR-коди збагачують навчальний процес та дозволяють глибше засвоїти матеріал.

Для створення посібника «Гендерно-чутлива журналістика: час війни» використовували таке програмне забезпечення: «Adobe Indesign» – для верстки, «Adobe Illustrator» – для розробки обкладинки, «Adobe Photoshop» – для обробки зображень, «Canva» – для створення графіків і схем.

Перспективу вбачаємо у розвиткові гендерно-чутливої журналістики та подоланні нерівності в суспільстві, актуалізації знань і навичок, прогресивних наукових дослідженнях у цій важливій галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байбурін А. К. Етнічні стереотипи чоловічої і жіночої поведінки. Наука, 1991. 320 с.
2. Бутиріна М. В. До питання дослідження впливу ЗМК на стереотипи масової свідомості. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2006. С. 40–44.
3. Бутиріна М. В. Явище стереотипізації у масовій комунікації. *Поліграфія і видавнича справа*. Львів, 2007. № 2(46). С. 13–20
4. Гендерна рівність та ЗМІ Стандарти Ради Європи та їх впровадження URL: <https://rm.coe.int/ukr-gender-equality-and-media-council-of-europe-standards-and-implement/16809efcc9> (дата звернення: 10.05.23).
5. Гендерні медійні практики: навчальний посібник із гендерної рівності та недискримінації для студентів вищих навчальних закладів / Іванов В. Ф., Кузнецова Т. В., Юськів Б. М. Київ, 2014. 206 с.
6. Гендерно-чутлива журналістика: час війни : навчальний посібник для студентів спеціальності «Журналістика» / укладач В. Журба. Тернопіль : Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола, 2023. 88 с.
7. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/> (дата звернення: 10.05.23).
8. ДСТУ 3017:2015. Видання. Основні види. [Чинний від 2016-07-01]. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 38 с.
9. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/> (дата звернення: 10.05.23)
10. Інститут розвитку і реалізації регіональної преси. URL: <https://irrp.org.ua/> (дата звернення: 10.05.23).
11. Інтерньюз Україна. URL: <https://internews.ua/> (дата звернення: 10.05.23).
12. Партико З. В. Загальне редагування: нормативні основи: навчальний посібник. Львів : ВФ Афіша, 2006. 416 с.
13. Повага. Сайт кампанії проти сексизму в медіа і політиці. URL: <https://povaha.org.ua/> (дата звернення: 10.05.23).

14. Посібник пресової практики з гендерної перспективи / Ю. Гончар, Т. Кузнєцова, О. Погорелов, С. Штурхецький. Рівне : Видавець О. Зень, 2015. 200 с.
15. Про сексизм і гендерні стереотипи в українських медіа – Національна рада України з питань телебачення та радіомовлення. URL: <https://www.nrada.gov.ua/pro-seksyzm-genderni-stereotypy-v-ukrayinskyh-media/> (дата звернення: 10.05.23).
16. Репрезентація гендерних ідентичностей в українських регіональних ЗМІ. *Академія Української Преси*. 2013. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/Zvit_genderni_identuchnosti.pdf (дата звернення: 10.05.22).
17. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Київ : ВПЦ Київський університет, 2008. 180 с.
18. Сидоренко Н. М., Скорик М. М. Гендерні ресурси українських мас-медіа: ціна і якість. Київ : «К.І.С.», 2004. 76 с.
19. Слінчук В. В. Соціальна типізація гендерних стереотипів у мові ЗМК. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2004. С. 67–74. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1356> (дата звернення: 10.05.23).
20. Смелзер Н. Соціологія : пер. с англ. Н. Смелзер. Фенікс, 1998. 688 с.
21. Совенко О. Гендерний дискурс у сучасних медіа (на матеріалах моніторингу регіональної преси 2017-2018). *Гендер в деталях*. URL: <https://genderindetail.org.ua/library/ukraine/genderniy-diskurs-u-suchasnih-media-na-materialah-monitoringu-regionalnoi-presi-2017-2018-134487.html> (дата звернення: 17.05.2023).
22. Україна. Національний огляд виконання Пекінської декларації та Платформи дій та заключних документів двадцять третьої спеціальної сесії Генеральної Асамблеї ООН URL: <https://www.mil.gov.ua/content/gender/Pekinska%20deklaracia.pdf> (дата звернення: 10.05.23).
23. Усанова Л. А., Нестеренко М. М. Гендерні стереотипи та проблеми лідерства. *Філософські обрії*. Київ : 2015. № 3. С. 98–106.

24. Харченко О. І. Методологічні підходи гендерних досліджень у соціології. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. 2009. С. 315–317.

25. Що таке дискримінація: інструкція для споживачів / За ред. І. Федорович. Київ : Видавництво «Гілея», 2016. 56 с.

26. Що таке фотостоки і з чим їх їдять. URL: <https://martatrotsiuk.com/archives/1153> (дата звернення: 10.05.23).

ДОДАТКИ

І ЩО ТАКЕ ГЕНДЕР І СЕКСИЗМ?

Поняття «стать» традиційно використовувалось на позначення морфологічних і фізіологічних відмінностей осіб. Проте в 70-ті роки ХХ ст. соціологи запропонували розрізняти поняття «стать» і «гендер», оскільки, крім біологічних відмінностей, існує поділ на чоловічі та жіночі соціальні ролі, форми діяльності. Вони відрізняються поведінкою, ментальністю, емоційністю. Запровадження цього поняття було спричинене необхідністю подолання поглядів на різні статеві риси та ролі як вияв «природних» якостей.

Вважається, що вперше термін «гендер» був запроваджений у науковий обіг американським психоаналітиком Робертом Столлером у праці «Стать і гендер: про розвиток мужності та жіночності».

Гендер - соціальна стать, що визначає поведінку людини в суспільстві і те, як ця поведінка сприймається; соціально обумовлені ролі, і сфери діяльності чоловіків та жінок, які залежать не від біологічних статевих відмінностей, а від соціальної організації суспільства.

Елементами гендеру як соціального інституту є:

- гендерні статуси, тобто соціально обумовлені суспільством ролі, норми, поведінкова, жестикуляційна, лінгвістична, емоційна і психологічна заданість;
- гендерний поділ праці. Робота, що розподіляється залежно від чоловічого чи жіночого гендерного статусу, актуалізує суспільну їх оцінку;
- гендерно передбачені права і можливості для кожного статусу в сімейній (родинній) сфері;



Для кращого засвоєння інформації перегляньте за QR-кодом відео з каналу «UNFPA Ukraine».

ПЕРЕДМОВА

В умовах війни журналістика стає особливо важливою, адже вона може забезпечити інформацію, яка допоможе людям розуміти, що відбувається навколо них, якщо вони знаходяться у зоні конфлікту, або якщо вони стежать за новинами з інших регіонів світу.

Однак, у війні часто відбуваються порушення прав жінок і чоловіків, та жорстокість і насильство, які не завжди отримують належну увагу в засобах масової інформації. Тому, гендерна журналістика може допомогти відобразити ці проблеми та надати голос тим, кому це потрібно.

У цьому посібнику ми розглянемо основні принципи гендерної журналістики, та як їх можна використовувати в умовах війни. Ми навчимося розрізняти гендерні стереотипи, проблеми жінок та чоловіків в зоні конфлікту та як це впливає на їхні життя.

Посібник складається з двох розділів: Теоретичний розділ і Практичний розділ. Перший розповідає всю потрібну для розуміння цієї теми теорію, розкриває основні поняття і терміни, закінчується він невеликим тестом і якщо ви уважно прочитаете всю інформацію та легко оберете правильну відповідь на тестові запитання.

Другий розділ містить приклади гендерних стереотипів, сексизму та інших помилок у висвітленні гендерної тематики в журналістських матеріалах, закінчується він задачами і ситуативними завданнями.

Протягом всього тексту ви побачите велику кількість QR-кодів, кожен з них містить посилання на додаткову інформацію, цікавий тест або цікавий відеоматеріал. Щоб відкрити QR-код: Відкрийте вбудований додаток Камера на телефоні, наведіть камеру на QR-код і натисніть банер, який з'явиться.

Наш посібник має на меті допомогти студентам, журналістам, редакторам та іншим фахівцям з медіа-галузі розуміти важливість гендерної журналістики в умовах війни та допомогти їм відображати реальну картину подій.

Успіхів! :)

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

«Мене переповнювала гордість, що вона така сильна, відважна». Розповідь мами про загиблу десантницю».



За посиланням можна переглянути повний матеріал онлайн видання «20 хвилин Вінниці»

Цитати з матеріалу:

Вікторія Поліщук понад усе хотіла стати десантником. Дівчину захоплювала сама ідея стрибнути з парашута і вона втілила свою мрію.

Вродлива, смілива, цілеспрямована, сильна. Вона витримувала те, що не кожен чоловік міг витримати.

А коли рашисти пішли у наступ, стала на захист Батьківщини. Та кривава війна обірвала життя 21-річної красуні.

Якою була та як воювала ця юна та смілива дівчина.

В чому порушення?

Як це виправити?

СИТУАТИВНІ ЗАДАЧІ

1. Ви пишете статтю про професію лікаря під час війни. Як ви будете враховувати та відображати гендерні відмінності у цій професії?

Приклад вирішення:

При написанні статті про професію лікаря під час війни гендерно-чутливий підхід може допомогти врахувати та відобразити різницю між чоловіками та жінками, які працюють у цій професії в умовах військового конфлікту. Ось кілька ідей, як це зробити:

– Вказати на гендерний баланс серед лікарів, які працюють під час війни. Наприклад, можна згадати, яку частку становлять жінки серед лікарів на передовій. Навести приклади історій жінок-медиків.

– Розглянути виклики, з якими стикаються чоловіки та жінки-лікарі під час війни. Наприклад, жінки можуть зіткнутися з сексуальним насильством, дискримінацією та стереотипами. Чоловіки можуть зіткнутися з труднощами у забезпеченні своєї безпеки на передовій, а також дискримінації на основі статі в рекрутуванні на посади вищого рангу.

– Обговорити відмінності у ролі чоловіків та жінок-лікарів на передовій. Запитати, як гендерний аспект може впливати на ставлення пацієнтів.

– Розповісти історію чоловіка і жінки медиків на передовій.

2. Ви пишете статтю про переселенців з тимчасово окупованих територій України. Як ви можете врахувати, що жінки-переселенки можуть стикатися з додатковими труднощами та небезпеками?

3. Ви плануєте написати статтю про людей, які продовжують успішний бізнес в Україні під час війни. Як ви можете забезпечити, щоб ваша стаття була гендерно-чутливою та відображала виклики та перешкоди, з якими стикаються люди під час ведення бізнесу в воєнний час?

ГЕНДЕРНИЙ СЛОВНИК

Гендер (Gender) — суспільно сконструйована соціальна, культурна та поведінкова роль, яка відіграється членами суспільства. Він відображає очікування, норми та стереотипи, пов'язані зі статевою приналежністю.

Гендерна дискримінація (Gender discrimination) – будь-яка відмінність, виняток або перевага, що ґрунтується на ознаці статі або на прийнятих у суспільстві гендерних цінностях, нормах і стереотипах, що чинить негативний вплив на рівність можливостей і поводження.

Гендерне насильство (Gender-based violence) – фізичне, сексуальне, психологічне або економічне насильство, яке спрямоване на особу на підставі її гендерної ідентичності.

Гендерні ролі (Gender roles) – те, як у реальності поведуться і діють представники і тієї, і іншої статі.

Гендерні стереотипи (Gender stereotypes) – упереджені, загальнопоширені уявлення про ролі, поведінку та характеристики, які очікується від чоловіків і жінок у суспільстві. Гендерні стереотипи можуть обмежувати можливості та сприяти дискримінації.

Гендерно «сліпий» (Gender blind) – образний вираз, що характеризує наукові дослідження, інформаційно-просвітницькі матеріали, проекти та програми, в яких не виокремлюють та не враховують гендерних відмінностей, які існують на ринку праці (такі, як продуктивні та репродуктивні ролі чоловіків і жінок).

Гендерно-нейтральний (Gender neutral) – закони, нормативні акти, політичні програми/проекти, дослідження, інформаційні/навчальні матеріали, які використовують абстрактні або загальні поняття та категорії, при цьому, як правило, зсунуті на користь чоловічої позиції.

Еротизація (Eroticization) – прояв сексизму в масовій культурі, за допомогою оголення всього тіла чи його інтимних частин, відповідних поз, контексту.

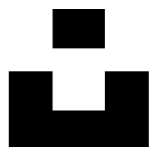
Маскулінність (Masculinity) – сукупність соціальних уявлень,



stockvault



Pexels



Unsplash



LIFE OF PIX



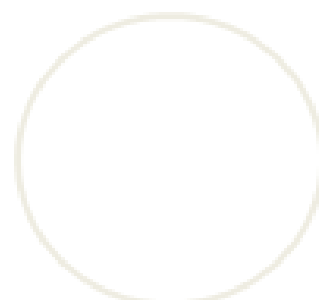
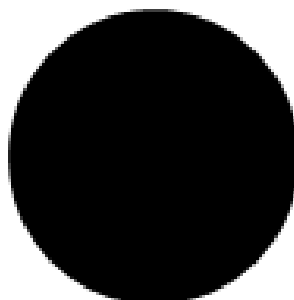
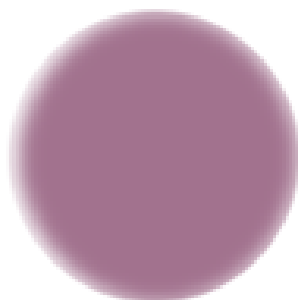
FREERANGE



REPUBLIC

ДОДАТОК Ж

Кольори посібника «Гендерно-чутлива журналістика: час війни»





Відгук керівника
на кваліфікаційну (бакалаврську) роботу
«Гендерно-чутлива журналістика: час війни»

Журбі Валентині Миколаївні
за спеціальністю 061 «Журналістика»

Запропонована робота виконана у відповідності до завдань, у повному обсязі, а також у встановлений термін. В умовах війни журналістика стає особливо важливою, адже вона може забезпечити інформацію, яка допоможе людям розуміти, що відбувається навколо них, якщо вони знаходяться у зоні конфлікту, або, якщо вони стежать за новинами з інших регіонів світу.

Однак у війні часто відбуваються порушення прав жінок і чоловіків, та жорстокість і насильство, які не завжди отримують належну увагу в засобах масової інформації. Так, гендерна журналістика може допомогти відобразити ці проблеми та надати голос тим, кому це потрібно. В цьому і полягає актуальність створення запропонованого посібника.

Неповністю вивчена та маловідома категорія на YouTube Booktube зумовлює **актуальність** бакалаврської роботи, оскільки вперше буктьюби будуть створені випускницею-журналісткою. Особливість цієї роботи полягає у самостійному виборі книг, які зацікавлюють аудиторію. Інформація, яка буде міститись у буктьюбах, користуватиметься попитом, оскільки її можна буде переглянути з будь-якої точки світу, вона буде безкоштовною для використання, та людина, котру зацікавить та чи інша книга, зможе коротко прослухати про, що книга та чим корисна для читання.

Мета дипломного проєкту розробити та створити навчальний посібник з гендерної журналістики під час війни, використовуючи знання з дисциплін: «Основи журналістської майстерності», «Дизайн друкованих видань», «Журналістські професії», «Медіакритика» тощо.

Студія складається із трьох розділів. Перший розділ під назвою «ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ». РОЗДІЛ II – «СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ» містить підпункти: 2.1 Обґрунтування проєкту «Гендерно-чутлива

журналістика: час війни». 2.2 Структура. 2.3 Зображальний матеріал та особливості оформлення. 2.4 Авторська ідея. 2.5 Особливості аудиторії. Третій – «Програмні й технічні засоби, необхідні для втілення проєкту».

Містить ґрунтовні висновки.

Слід відзначити високий рівень теоретичної та професійної підготовки студентки, здатність до самостійної роботи. Валентина Миколаївна проявила дисциплінованість, наполегливість. Вчасно та креативно виконувала завдання.

Робота написана самостійно, грамотно, із вмістом достатньої кількості фактичного матеріалу, логічних доказів, аналітичних висновків, що свідчить про наполегливість і професійний підхід студентки до проведення дослідження.

Робота відповідає всім вимогам, що ставляться до кваліфікаційних робіт такого рівня, і може бути представлена до захисту перед Державною екзаменаційною комісією. Заслуговує найвищої оцінки.

Рецензент:

кандидат філологічних наук,

голова ЦК журналістики,

Галицького фахового коледжу імені В'ячеслава Чорновола

Г. Б. Вишнеvsька



17.06.2023 р.

Рецензія на кваліфікаційну (бакалаврську) роботу

«Гендерно-чутлива журналістика: час війни»

Журби Валентини Миколаївни

Спеціальність 061 «Журналістика»

Запропонована кваліфікаційна робота «Гендерно-чутлива журналістика: час війни» складається із вступу, трьох розділів, висновків та додатків.

Важливість цього проєкту в тому, що він допомагає розвитку гендерної тематики в журналістиці, привертає увагу до проблем жінок та чоловіків у період війни. Видання «Гендерно-чутлива журналістика: час війни» має ряд відмінностей від інших видань, які роблять його ефективним інструментом для навчання та практики.

По-перше, його наочність та ілюстративність сприяють кращому розумінню матеріалу студентами. Ілюстрації, діаграми та графіки допомагають візуалізувати ключові концепції та принципи журналістики в темі гендеру, що полегшує їх запам'ятовування та розуміння.

По-друге, у навчальному посібнику міститься велика кількість інформації, яка потрібна для розуміння та застосування під час створення матеріалів. В книзі описано і докладно пояснено терміни «сексизм», «гендер», звернено особливу увагу на жінок, як проявляються стереотипи, як долають сексизм в ЗСУ, що таке гендерна лінза, наведено рекомендації щодо опису конфліктної проблематики, проблем гендерного та сексуального насильства, подані моніторингові дослідження гендерного балансу у період війни в всеукраїнських та тернопільських ЗМІ.

Третя особливість посібника – окремий розділ з прикладами, практичними завданнями та ситуативними задачами, що дозволить студентам бачити реальні приклади гендерних порушень, на практиці застосовувати отримані знання, розвивати навички та перевіряти розуміння матеріалу.

Відрадно, що у посібнику є використання QR-кодів у тексті, що дозволяє студентам швидко отримувати доступ до додаткових матеріалів.

Робота відповідає всім вимогам, що ставляться до кваліфікаційних робіт такого рівня. Робота викликає враження перспективного та довготривалого проєкту, виникає запитання: яка цільова аудиторія нашого посібника? На наше переконання, робота заслуговує найвищих балів

Рецензент:

кандидат філологічних наук,

викладач циклової комісії іноземних мов

О. М. Гайда

18.06.2023 р.

Ім'я користувача:
Владислава Капітан

Дата перевірки:
19.06.2023 14:31:30 MSK

Дата звіту:
29.06.2023 15:14:50 MSK

ID перевірки:
1015645944

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

ID користувача:
100011655

Назва документа: Журба Валентина Ж6-21

Кількість сторінок: 22 Кількість слів: 4708 Кількість символів: 35475 Розмір файлу: 62.77 KB ID файлу: 1015291910

1.68% Схожість

Найбільша схожість: 0.57% з Інтернет-джерелом (<https://docplayer.net/54265578-G'enderni-mediyni-praktiki.html>)

1.4% Джерела з Інтернету

27

Сторінка 24

0.68% Джерела з Бібліотеки

14

Сторінка 24

27.9% Цитат

Цитати

27

Сторінка 25

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0.06% Вилучень

Деякі джерела вилучено автоматично (фільтри вилучення: кількість знайдених слів є меншою за 8 слів та 0%)

0.06% Вилучення з Інтернету

3

Сторінка 26

Немає вилучених бібліотечних джерел