

HERo

ДаткаЙым



Funded by
the European Union

ДаткаЙым < Гендердик теңчиликке жаңыча жетишүү
Продвигаем гендерное равенство по-новому

HERo – New narratives towards a gender equal society

Бишкек, 2.04.2021

Гендерно -чувствительная журналистика

Анна Капушенко, главный редактор Kloop.kg

Что такое гендерно -чувствительная журналистика?



Предводительница алайских кыргызов Курманжан-датка

Также известна как «Алайская парипа», «Королева Юга» и «Мать нации». Имела звание *латка (парипа)* в Кокандском ханстве и Бухарском эмирате. **Полковник** Русской императорской армии. Управляла войском в 10 тысяч джигитов.

Когда ей исполнилось 18 лет родители Курманжан хотели выдать её замуж за мужчину который был втрое старше девушки, но она нарушив традицию сбежала из юрты жениха и вернулась в дом своего отца, Маматбая, где жила в течение трёх последующих лет.

Затем она стала женой феодала Алымбека-латки, который пришёлся ей по душе. Став женой правителя алайских кыргызов, молодая девушка не только родила ему пятерых детей, но и всячески помогала в управлении народом.

Что такое гендерно -чувствительная журналистика?

Гендерно-чувствительная журналистика — это практика создания медиа-контента таким образом, чтобы он учитывал гендерное неравенство и справедливо изображал женщин и мужчин, не укрепляя вредные стереотипы.

Что такое гендерно -чувствительная журналистика?

Равное освещение женщин и мужчин в материалах - ключевой критерий гендерно-чувствительной журналистики. **Гендерно - чувствительная журналистика** осуждает стереотипы, которые умаляют и вопрошают образ женщины и мужчины, изображая искаженную картину мира и его возможностей.

Что такое гендерно -чувствительная журналистика?

Дискуссии о гендерно-чувствительной журналистике чаще фокусируются на женщинах, и это обуславливается тем, что в медиапубликациях основное внимание продолжает уделяться мужчинам. Гендерные стереотипы способствуют поддержанию **гендерного неравенства**, несправедливости и насилия в отношении женщин.

Однако, гендерная проблематика включает как женские, так и мужские интересы, и обсуждение гендерных вопросов должно учитывать точку зрения как женщин, так и мужчин.

Почему важно писать о женщинах и их правах?



Почему важно писать о женщинах и их правах?

Несмотря на то, что половина человечества — женщины, их до сих пор ограничивают в правах по всему миру и до достижения гендерного равенства нам еще очень далеко — по некоторым оценкам это может занять от 80 до 100 лет.

Почему важно писать о женщинах и их правах?

О нарушениях прав женщин в Кыргызстане стоит писать именно потому что эту проблему до сих пор не признает общество.

СМИ поднимают эти проблемы, чтобы лица, принимающие решения, обратили на них внимание и начали что-то делать.

Почему важно писать о женщинах и их правах?

Если вы до сих пор думаете, что проблема надуманная, то приведу вам несколько шокирующих фактов:

- Восемь из десяти убийств женщин в Кыргызстане совершают мужчины.
- 96% виновных в домашнем насилии — мужчины. В основном, это мужья, избивающие своих жен.
- На каждые 100 сомов заработанные мужчиной, женщина зарабатывает около 70 сомов.
- Работающие женщины в Кыргызстане тратят на домашние дела в три раза больше времени, чем мужчины

Как показывают женщин в СМИ?



Как показывают женщин в СМИ?

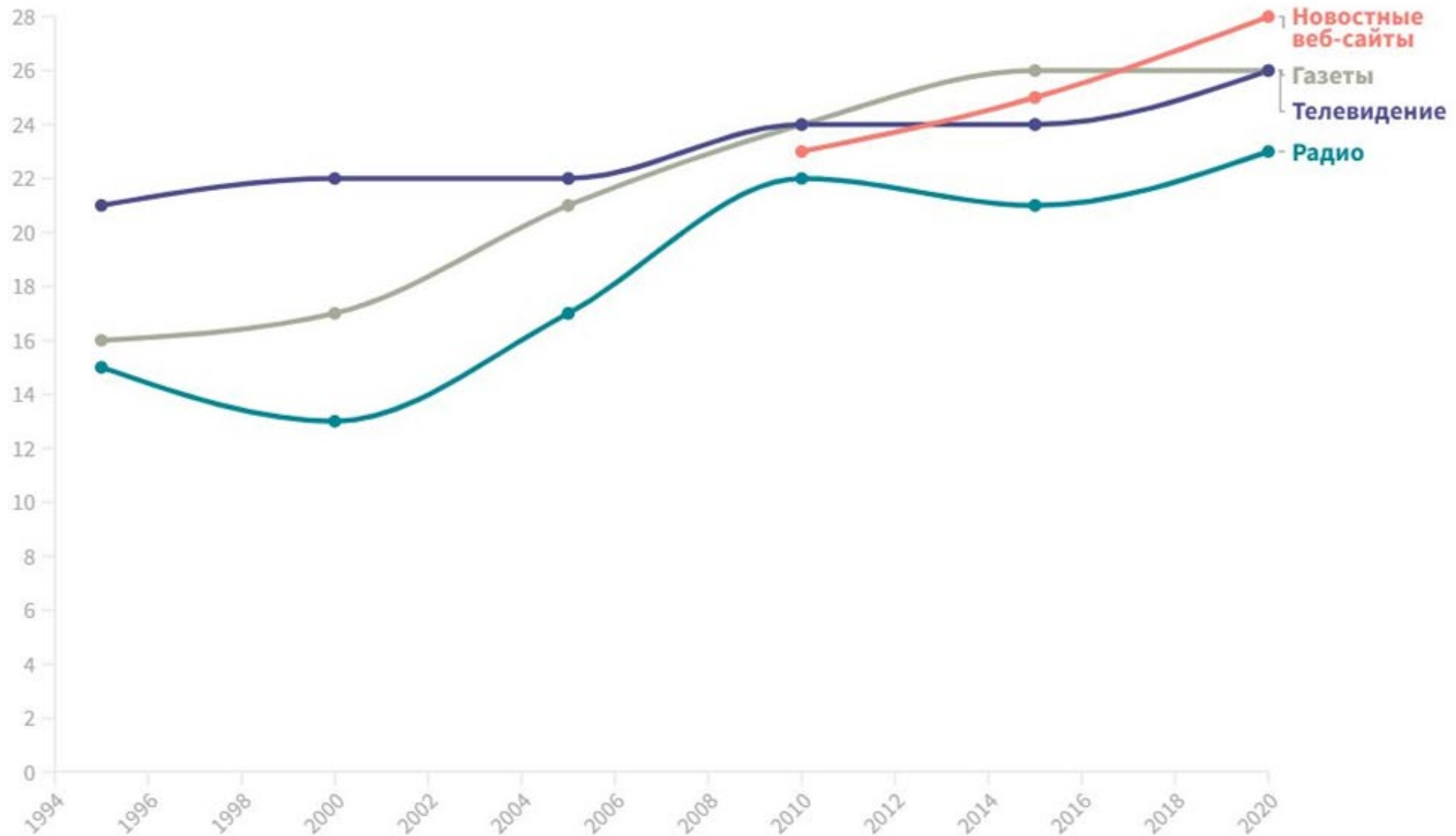
Глобальный проект по мониторингу СМИ (GMMP)

показывает крайне медленный прогресс в использовании женских голосов в публичных дискуссиях, проходящих через СМИ. Новости не только представляют собой взгляд на мир, ориентированный на мужчин, они также содержат в себе гендерные предубеждения и глубоко укоренившиеся стереотипы, которые лежат в основе маргинализации, дискриминации и насилия в отношении девочек и женщин.

Как показывают женщин в СМИ?

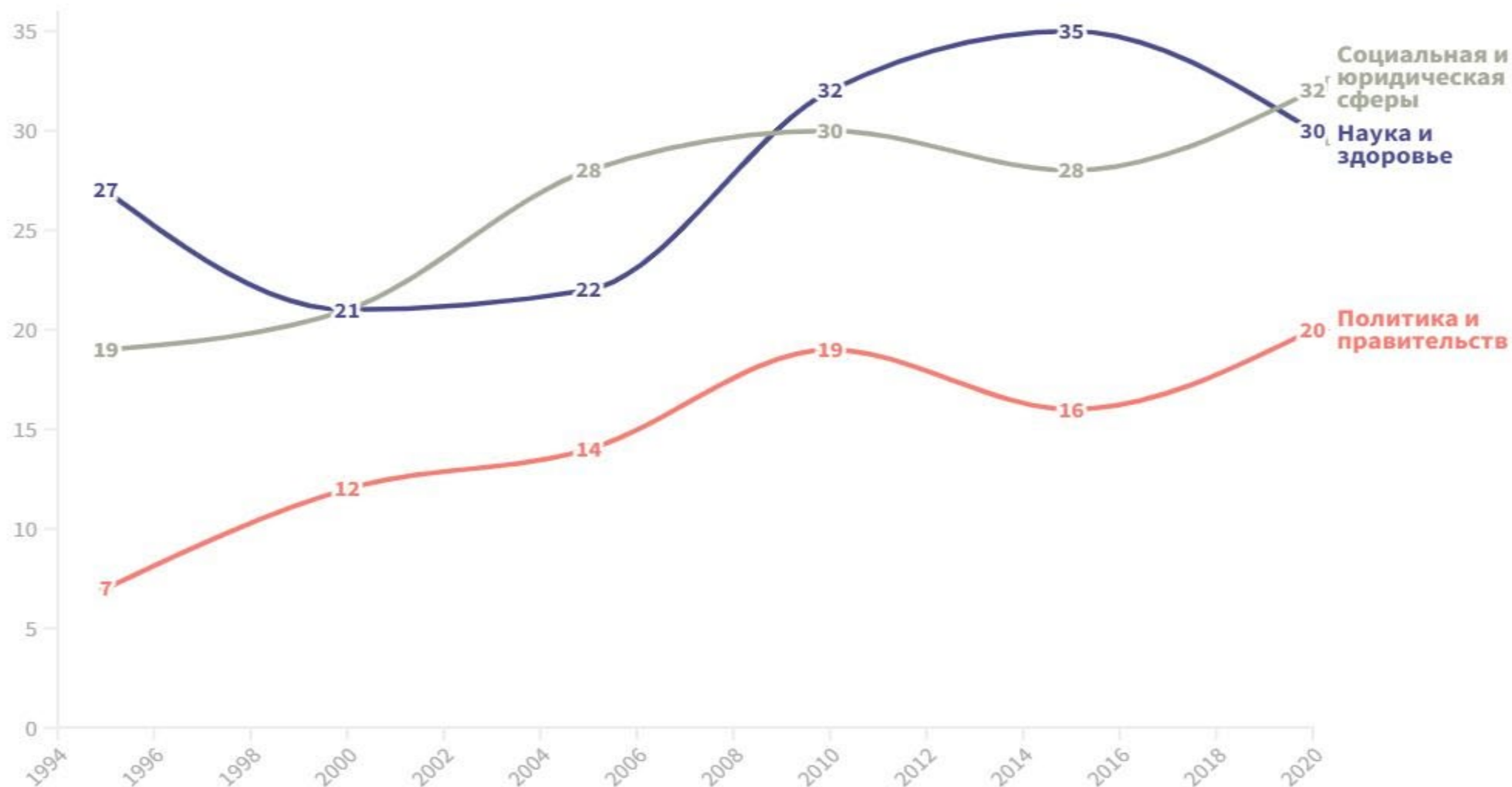
Представленность женщин в новостях не превышает 30%

Женщины в %



Как показывают женщин в СМИ?

Представленность женщин в новостях о политике не превышает 20%
Женщины в %



Какие образы женщин показывают в СМИ?

Согласно мониторингу, от 2015 года только 20% от общего числа женщин, изображенных в СМИ, представлены как работающие люди. При этом СМИ показывают женщин как безработных и домохозяек в более, чем 60% случаев.



Какие образы женщин показывают в СМИ?

Для мужчин характерны все типы функций: мужчины, высказывающие мнение, основанное на личном опыте, очевидцы-мужчины и мужчины-политики, предоставляющие личное мнение.

При этом, когда журналисты изображают женщин в похожих функциях, то для них всегда появляется какая-то дополнительная роль. Например, если женщина говорит о личном опыте, то ее, скорее всего, будут изображать как хранительницу домашнего очага или маму.



Изменило ли что -то движение # MeToo ?

Исследователи GMMР отмечают, что женщины недопредставлены в качестве субъектов и источников даже в этой теме, которая касается именно женщин .

Исследователи выявили пренебрежительное отношение к женщинам в качестве источников в сообщениях СМИ ,
отмечая чрезмерное доверие со стороны журналистов сотрудникам правоохранительных органов.

Изменило ли что -то движение # MeToo ?

Также в исследовании говорится, что СМИ, ориентированные на освещение #MeToo, исключают из повестки пострадавших от сексуального насилия на основе расовой, классовой и других социальных идентичностей. В журналистских статьях фокус делается на индустрию шоу -бизнеса, и репортеры зачастую цитируют «знаменитых, преимущественно белых и богатых женщин ».

Что насчет пандемии?

«Недопредставленность девушек и женщин в материалах о сексуальных домогательствах и изнасилованиях особенно во время Covid-19, когда насилие над женщинами достигло масштабов пандемии, сигнализирует СМИ, что **у многих журналистов отсутствует ответственность и уважение к женщинам** », — говорится в исследовании.

Кейс The Guardian

Журналисты проанализировали более полумиллиона статей, опубликованных в крупной британской газете The Guardian в период с 2000 по 2018 год. Статьи были выбраны из разделов газеты, посвященных творческим индустриям. Из каждой статьи журналисты собрали упоминания женских и мужских местоимений (он, она, его, ее и так далее), а также слов, следующих за местоимениями.

Кейс The Guardian

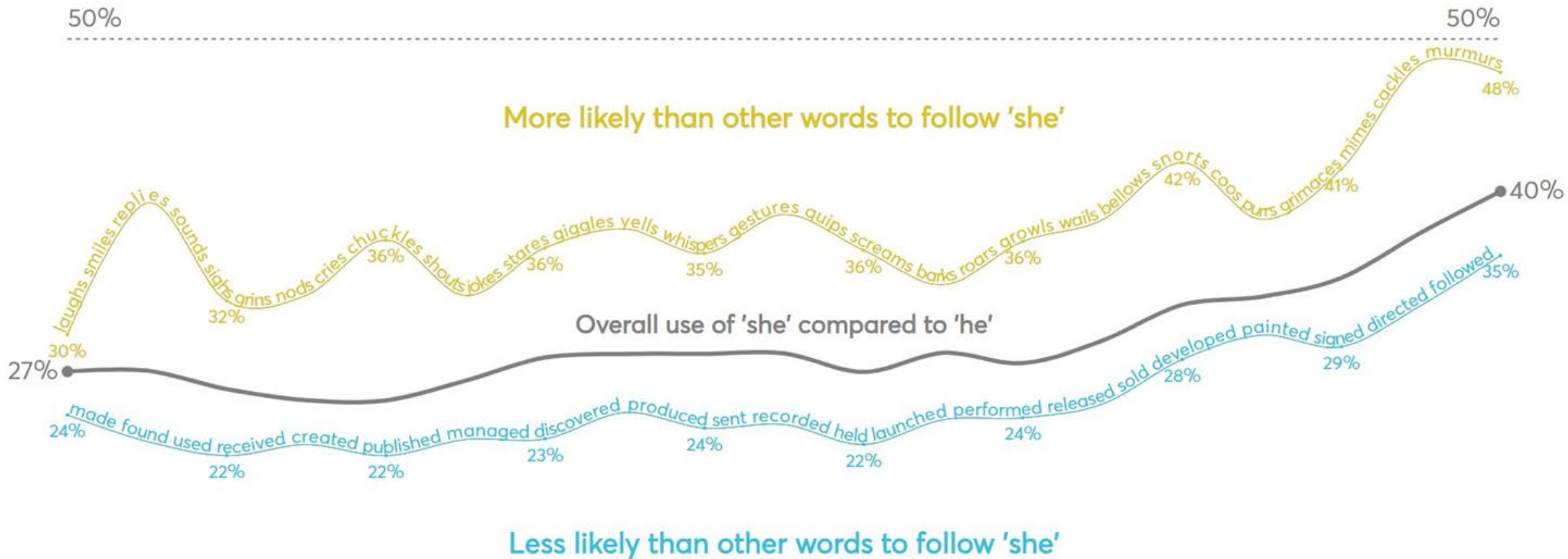


100%

100%



Кейс The Guardian



Кейс The Guardian

ОНА ЗВУЧИТ: При описании женщин больше внимания уделялось вербальным реакциям женщин и звукам, которые они издают.

Улыбки, ухмылки, кивки. Смех, плач, хихиканье, воркование.

ОН СОЗДАЛ: При описании мужчины больше внимания уделялось словам, подразумевающим достижения и лидерские роли.

Выполнил, создал, нарисовал, разработал, управлял, основал, запустил.

Кейс The Guardian

100%

100%





А что в Кыргызстане?



А что в Кыргызстане?

В Кыргызстане нет больших исследований о том, как СМИ показывают женщин. Есть только исследования о представленности женщин в новостях перед выборами.

Согласно исследованию 2020 года, новостные агентства представляли мнения мужчин-экспертов, мужчин-политиков в 6 раз чаще, чем женщин. Визуальный ряд (фото, видео), где изображались политики и активисты, содержал больше мужчин, чем женщин.

Медиасектор в Кыргызстане пока не демонстрирует подлинные усилия по продвижению гендерного равенства и расширению прав/возможностей женщин. Кроме того, зачастую именно медиа распространяют, подпитывают и укрепляют гендерные стереотипы и гендерную нетерпимость.

Как аудитория в соцсетях
воспринимает то, что женщины
хотят стать депутатами?

ТУПАЯ
ДАВАЛКА СОБАКА
БАБАДОЛЖНАОБСЛУЖИВАТЬ
ПРОСТИТУТКА
СИДЕТЬ ДОМА СУЧКА
БАБНЕЛЬЗЯДОПУСКАТЬ САМКА
СЛАБОУМНАЯ СЛАБАЯ

КАКИХ ЖЕНЩИН ПРОПАГАНДИРУЮТ В ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ?



Образы женщин в Кыргызстан

В целом образ женщины в Кыргызстане представлен в виде многолетней матери занятой исключительно бытом: мигрантки которая оставила детей на родине и уехав на заработки, или вовсе это женщина которая терпит побои мужа и не собирается менять уже привычный уклад жизни.



Задание

Изучить материалы, и понять, какие образы выстроены в статьях журналистов — о чем журналисты чаще спрашивали у героев, на чем сосредоточено повествование, используются ли какие-то клише.

HERO ДаткаЙым



[www.hero -datkayim.kg](http://www.hero-datkayim.kg)



Funded by
the European Union

This publication was produced with the financial support of the European Union. Its contents are the sole responsibility of CSC Danilo Dolci and PA Social Technologies Agency and do not necessarily reflect the views of the European Union.