

DOI: 10.18523/2617-9067.2024.7.14-28

УДК 316.346.2-055.2:355.01:070(470:477)

Дарина-Марія Завгородня, Тамара Марценюк

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ОБРАЗІВ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВИЦЬ В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА

На основі напрацювань із гендерної соціології визначено теоретичні засади патріархального та егалітарного підходів до гендерних ролей, згідно з якими здійснено аналіз репрезентацій образів військовослужбовиць у медіа. Емпіричною базою статті є якісний контент-аналіз відібраних 48 медіаматеріалів, опублікованих у період від 24 лютого 2022 р. до 25 квітня 2024 р., що містять згадки про участь військовослужбовиць у російсько-українській війні. У результаті емпіричного аналізу виявлено і проілюстровано прикладами такі виміри патріархального підходу до репрезентації гендерних образів через ролі військовослужбовиць у Збройних силах України (ЗСУ), як гендерно-рольові стереотипи, стереотипи гендерних рис і стосовно зовнішності захисниць. Принцип забезпечення гендерної рівності у ЗСУ передбачає підтримку егалітарних образів, репрезентацію яких охарактеризовано за допомогою гендерно нейтрального і гендерно чутливого підходів.

Ключові слова: гендерні образи, гендерні ролі, гендерна рівність, російсько-українська війна, медіа, військовослужбовиці, Збройні сили України (ЗСУ).

Питання реалізації принципів гендерної рівності в секторі безпеки та оборони України активно постало з початком війни росії проти України у 2014 р. та актуалізувалось після початку повномасштабного російського вторгнення у 2022 р. (Невидимий батальйон 5.0, 2023). За цей час значно зросла чисельність жінок у Збройних силах України (ЗСУ): за даними Міністерства оборони України (МОУ), станом на жовтень 2023 р. чисельність військовослужбовиць збільшилась на 40 % порівняно з 2021 р. (АрміяInform, 2023). Станом на січень 2024 р. загальна чисельність жінок у ЗСУ становила 66,9 тис. осіб, 47,2 тис. з яких були військовослужбовицями (Міністерство оборони України, 2024). Як повідомила віцепрем'єрка з питань європейської та євроатлантичної інтеграції, понад 10 тис. жінок безпосередньо виконують бойові завдання на лінії фронту (Офіс Віцепрем'єрки з питань європейської та євроатлантичної інтеграції, 2024).

Варто зауважити й те, що протягом останніх 10 років у секторі безпеки та оборони відбулась

низка інституційних змін задля поліпшення становища жінок у ЗСУ (Невидимий батальйон 5.0, 2023; Марценюк, 2024). Військові жінки стали більш видимими в інформаційному просторі. Окрім типово патріархального нарративу про чоловіка-захисника, публічні особи все частіше в офіційній комунікації згадують про внесок військовослужбовиць (Завгородня, 2023). Це можна простежити за частотою використання гендерно симетричних форм – маскулінитивів та фемінітивів у регулярних зверненнях Президента України. Іншим прикладом є розроблення словничка фемінітивів для пресофіцерів та пресофіцеров територіальних управлінь Державної служби України з надзвичайних ситуацій (Плачинда, 2018). Такі зміни сприяють підвищенню видимості та внеску жінок у ЗСУ та підсилюють в українському публічному дискурсі егалітарні тенденції щодо рівних прав і можливостей жінок і чоловіків у секторі безпеки та оборони.

Однак сам факт наявності матеріалу про військовослужбовицю не завжди означає, що репрезентація її образів відбувається згідно

з егалітарним підходом (Strelnyk, 2024, pp. 20–21). Насамперед ідеться про матеріали, де жінка у ЗСУ екзотизується як така, що перебуває в «типово маскулінному світі». Також проявами патріархатності в медіаматеріалах доцільно вважати «доброзичливий» сексизм, зображення військовослужбовиць як окраси колективу чи турботливої помічниці. Такі наративи дискредитують роль і внесок жінок у боротьбі проти агресора та суперечать політиці забезпечення гендерної рівності у ЗСУ. Українські дослідження репрезентації військовослужбовиць у медіа, зокрема Храбан і Самойленко (2023), пропонують типологізацію образів бійчинь, сконструйованих медіа, однак не категоризують ці образи як патріархатні чи егалітарні. Власне, наукова новизна та внесок цієї статті полягає в тому, що запропоновано теоретичні засади саме такої типології.

Мета статті – охарактеризувати та типологізувати репрезентації образів військовослужбовиць в українських медіа. Для цього спочатку на основі напрацювань із гендерної соціології визначено теоретичні засади такої типологізації, зокрема через розрізнення патріархатного та егалітарного підходів до гендерних ролей. Далі було розроблено кодувальні схеми для аналізу патріархатних та егалітарних образів військовослужбовиць у медіа. Емпіричною основою статті є якісний контент-аналіз відібраних 48 медіаматеріалів текстового формату за допомогою пакету програмного забезпечення NVivo 12. Усі матеріали, що увійшли до вибірки, було опубліковано в період від 24 лютого 2022 р. до 25 квітня 2024 р. Вибірка є багатоступеневою, відбір одиниць аналізу здійснювався на 4 щаблях. Генеральною сукупністю є всі матеріали рекомендованих українських регіональних медіа, які містили згадки про військовослужбовиць. У результаті аналізу емпіричного матеріалу встановлено прояви патріархатних та егалітарних образів жінок у відібраних медіаматеріалах щодо визначених категорій.

Патріархатний (традиційний) підхід до гендерних образів і гендерних ролей

Гендерні образи військовослужбовиць у медіа вивчено через репрезентацію їхніх гендерних ролей. Соціальні ролі, за Світланою Оксамитною (2004), «визначаються як сукупність очікувань щодо поведінки індивіда, котрий займає певну позицію в процесі взаємодії» (Оксамитна, 2004, с. 156). Далі авторка стверджує: «гендерні ролі зумовлені диференціацією всіх членів суспільства на дві категорії – чоловіків

та жінок – та передбачають очікувану від них ціннісно й нормативно визначену поведінку» (Оксамитна, 2004, с. 156). Тобто гендерні ролі – це набір поведінкових і соціальних норм, які визначають, чи є дії та певні ознаки індивіда соціально прийнятними залежно від біологічної статі. На основі двох підходів до пояснення гендерних відмінностей – статеврольового та соціально-конструктивістського – виокремлюють два основні підходи до тлумачення гендерних ролей: традиційний (патріархатний) та егалітарний (емансипативний) (Марценюк, 2017; Boehnke, 2011).

Підґрунтям традиційного (патріархатного) підходу є засади біологічного детермінізму та есенціалізму, які передбачають поділ на «чоловічі» та «жіночі» ролі за критерієм статі (Krais, 2006, р. 61, як цит. у Kulik, 2018). Основою цього підходу є явище гендерної поляризації, відповідно до якого соціальні ролі, які виконують жінки, є неприйнятними для чоловіків і навпаки – соціальні ролі чоловіків є неприйнятними для жінок (Kulik, 2018). Стать у такий спосіб стає критерієм для розрізнення, а статевої відмінності використовують як інструмент для пояснення доцільності цього розрізнення. Біологічний детермінізм передбачає, що поведінка людини зумовлена біологічними характеристиками та процесами (Rose, 1982, як цит. у Greene, 2020). Апелюючи до нібито біологічних передумов, ці теорії намагаються виправдати наявні системи стратифікацій.

Оскільки сфери, закріплені за чоловіками та жінками, різняться, а їхні ролі не є взаємозамінними, то й сфери ідентифікуються як так звані «чоловічі» та «жіночі», що є ознакою гендерної поляризації. Меді Векслер Сігел (Segal) (1995) стверджує, що армію традиційно вважали маскулінною інституцією, ба більше, можливо, найбільш маскулінною з усіх соціальних інституцій. Відповідно до цієї позиції присутність та участь жінок в армії можлива лише за умови реформування армії в середовище, більш сумісне з жінкою, або за умови кардинальних змін «жіночої природи». В іншому разі, ситуація має бути настільки критичною, що вимагає «екстремальної та незвичної» відповіді – перебування та участі жінок у «чоловічому середовищі» (Segal, 1995).

Отже, з перспективи патріархатного підходу присутність жінок у традиційно чоловічому середовищі вважається нетиповим, навіть девіантним сценарієм. Безвідносно до оцінки цього (оскільки вона може різнитись залежно від галузі), сам факт входження жінки в «чоловічу сферу» привертає увагу. Це явище доцільно назвати **екзотизацією** – «перетворення жінки на об'єкт захоплення», що було виявлено

в результаті дослідження «Невидимий батальйон 2.0» (2019) у контексті репрезентації ветеранок у ЗМІ. У такому разі фокус уваги зміщується з особистості, її діяльності чи експертності на її «інакшість».

Іншим проявом патріархатного підходу в контексті розподілу ролей є **доброзичливий сексизм**. Це поняття концептуалізується як стереотипне ставлення до жінок та їхніх ролей у суспільстві, що подається у відносно позитивному тоні, який зазвичай сприймається як про-соціальна поведінка (наприклад, допомога) чи прагнення до близькості (Glick & Fiske, 1996, p. 491). Доброзичливий сексизм може використовуватися, щоб компенсувати або легітимувати ворожий сексизм. У випадку з військово-службовицями прикладом такого можна вважати обмеження в доступі жінок до деяких військових посад або ж застереження жінок від виконання певних завдань, що позиціонується як спосіб захистити та вберегти їх. Ці ситуації є прикладом захисного патерналізму, що є одним із трьох основних компонентів доброзичливого сексизму (Glick & Fiske, 1996, p. 493).

Ще один вимір, за яким традиційний (патріархатний) підхід робить розрізнення між чоловіками і жінками та вбачає в цьому біологічну зумовленість, – це психологічні та поведінкові характеристики. У патріархатному дискурсі жінкам часто приписують надмірну емоційність, яку пояснюють нібито певними фізіологічними особливостями, зазвичай гормональними. Звідси, відповідно до патріархатного підходу, армія як особливо маскулінний світ, якому притаманні строгість, порядок та беземоційність, є несумісною з жіночою надемоційністю. Єдина умова, за якої патріархатний підхід толерує та допускає «емоційних жінок» у «чоловічє середовище», – це використання ними **емоційного менеджменту** для поліпшення цього середовища. Арлі Рассел Хохшільд концептуалізує поняття емоційної праці як менеджмент (придушення чи спеціальне виявлення) певних емоцій на роботі задля створення відповідного настрою в інших і зазначає про гендерованість цього явища (Hochschild, 2015, p. 35).

Дослідження жінок у ЗСУ та проблем реалізації гендерної політики, проведене Наталією Дубчак (2008), підтверджує ці думки. За відгуками командирів, «їх [жіноча] присутність пом'якшує морально-психологічну атмосферу у військових колективах, змушує командирів та начальників бути більш стриманими і головне – значно підвищується культура взаємостосунків між військово-службовцями в самому колективі» (Дубчак, 2008, с. 189). Окрім цього, вони відзначали

піддатливість і м'якість жінок, яка була особливо сприятлива та вигідна для них: «саме військово-службовці-жінки найбільш ретельно та старанно виконують свої службові обов'язки», «частка порушень військової дисципліни жінками – мінімальна» (Дубчак, 2008, с. 189).

Ще одна ознака фемінності, яка строго контролюється та регулюється за патріархатного підходу, – це **доглянуте жіноче тіло**, яке вписується в соціальні стандарти краси (Невидимий батальйон 2.0, 2019). Згідно з дослідженням Тамари Марценюк (2004), незважаючи на те, що фізична зовнішність важлива для визначення і фемінності, і маскулінності, вона «постає як головний атрибут саме фемінності» (Марценюк, 2004, с. 35). Оксана Кісь (2002) також наголошує на важливості фізичної вроди в патріархатному світобаченні та означає ці очікування через «образ Барбі» як одну з двох моделей фемінності. Цей наратив підсилює ідею того, що на робочому місці внесок жінок як працівниць часто нівелюється, натомість у них вбачають «окрасу колективу».

Для того щоб зробити новинні матеріали про жінок на війні більш привабливими, журналісти вдаються до використання таких **гендерованих фреймів**: фізична зовнішність; зв'язок із сім'єю; тероризм заради кохання; жіноча свобода та рівність; «сильна, як чоловік» або «сильніша, ніж чоловік»; з нудьги, наївна, не має зв'язку з реальністю (Toivanen & Baser, 2016). У межах першого фрейму – фізична зовнішність – образ жінки-воїнки може сексуалізуватись, гламуризуватись. У таких матеріалах ідеться не про діяльність військової, а про те, як вона доглядає за своєю зовнішністю, щоб навіть в умовах збройного конфлікту відповідати канонам краси.

Схожі випадки репрезентації військовослужбовиць виявлено і в українських медіаматеріалах. Зокрема, Храбан і Самоїленко (2023) у дослідженні виокремили гендерно-стереотипні образи, які було використано в певних медіа: «красуня в погонах», «модель для глянцевого журналу», «насамперед, жінка» та «сексуальний об'єкт».

Окрім того, військовослужбовиці звернули увагу на невідповідність реальних умов служби жінок у ЗСУ і репрезентації бійчинь в одному з дописів Угрупування об'єднаних сил, де їх позиціонують як «берегинь в армії», з макіяжем та з розпущеним волоссям в окопах (Сіробаб, 2023). До сексуалізації військовослужбовиць вдаються і в комерційних матеріалах, зокрема виробники військової форми (Сіробаб, 2023). Такі матеріали підсилюють дискурс про «жінку – окрасу колективу», який продукується патріархатним підходом.

Егалітарний (емансипативний) підхід щодо гендерних ролей

Егалітарний (емансипативний) підхід є протилежним традиційному (патріархатному) і базується на засадах соціально-конструктивістської парадигми. Ця парадигма передбачає, що «не існує “жіночого” та “чоловічого” як природного та незмінного, гендерні ролі формуються внаслідок тривалої, постійно відтворюваної взаємодії між людьми» (Оксамитна, 2004, с. 168). За егалітарним підходом участь жінок в армії не екзотизується та не героїзується, а розглядається та оцінюється нарівні з чоловіками. Хоч основним переконанням прихильників і прихильниць цього підходу є досягнення гендерної рівності, існують різні бачення шляхів до цього. У цьому дослідженні буде розглянуто два: гендерної нейтральності та гендерної чутливості.

Підхід **гендерної нейтральності** здебільшого притаманний постгендерним теоріям, які пропонують відхід від гендерної бінарності на користь гендерної трансцендентності. Дегендерування, що врешті веде до гендерної нейтральності, – це практики, які послаблюють значення гендеру в соціальному житті (Lorber, 2005, як цит. у Saguy & Williams, 2019, р. 469).

Зокрема, збройні сили Швеції використовують підхід гендерної нейтральності для досягнення гендерної рівності (Lindsay, 2016). Згідно з їхнім трактуванням, це означає, що індивідуальні компетентності, а не гендер визначають, чи може людина долучитися до армії. Тож їхньою стратегією є забезпечення рівних можливостей для всіх громадян. Як показують результати цього ж дослідження, цей підхід можна критикувати з огляду на те, що норми, які подано як гендерно нейтральні, є маскулініними за своєю природою (Lindsay, 2016). Індикатором цього є те, що жінкам потрібно докладати додаткових зусиль, щоб адаптуватися до наявних норм і стандартів, тоді як чоловіки не зазначали про таку необхідність.

У медіаматеріалах підхід гендерної нейтральності технічно може проявлятися в редакційних політиках, які передбачають застосування гендерно нейтральних слів, щоб уникнути згадки про гендер героя чи героїні (наприклад, *flight attendant* замість *stewardess/steward* або *spouse* замість *husband/wife*) (Saguy & Williams, 2019). Дискурсивно цей підхід може проявлятися у фразі: «[певна галузь/явище] не має статі» та подібних. Соціологиня Олена Стрельник (Strelnyk, 2024) зазначає, що згідно з традиційним підходом до гендерних ролей ролі жінки та військовослужбовиці

є конфліктними, тому і медіа, і самі героїні використовують певні стратегії для «примирення» та узгодження цих ролей (Strelnyk, 2024, р. 31). Власне, одна з них – це заперечення важливості категорій статі та гендеру під час служби, як-от, наприклад, у назві матеріалу «Я не жінка, я військова» (Strelnyk, 2024, р. 31). Автори та авторки матеріалів або героїні в такий спосіб зміщують акцент на професіоналізм і/або мотивацію героїні (Strelnyk, 2024, р. 32). Водночас дослідниця зазначає, що такий підхід може бути індикатором відсутності гендерної чутливості та ігнорування особливих потреб і викликів жінок на війні.

Згідно з **гендерно чутливим** підходом політики, які є номінально гендерно «сліпими», мають диспропорційно негативний вплив на жінок і, замість того, щоб зменшувати гендерні розриви, поглиблюють їх (Islam, 2013, р. 65). Тому як альтернатива гендерно «сліпому» або нейтральному підходу для досягнення гендерної рівності пропонується гендерно чутливий підхід. Він передбачає «розуміння проблем нерівності та гендерної дискримінації у різних проявах і здатність реагувати на них (не допускати, критикувати тощо)» (Марценюк, 2019, с. 8). Тобто в цьому підході враховуються передумови та причини поточної ситуації, береться до уваги, що жінки як група тривалий час були пригнобленими. Тож гендерна справедливість (*gender equity*) передбачає не обов'язково однакове (рівне за обсягом/змістом) ставлення до жінок і чоловіків, а таке, що відповідає їхнім потребам та є еквівалентним у контексті прав, переваг, обов'язків та можливостей (Islam, 2013, р. 63).

У медіаматеріалах дискурсивно це проявлятиметься у виокремленні історій військовослужбовиць, проблематизації гендерної нерівності в ЗСУ та актуалізації потреби її вирішення. Результати дослідження «Невидимий батальйон 5.0.» (2023) демонструють, що у 2022 р. порівняно з 2015 р. така репрезентація стала більш поширеною в українських медіа. У 2015 р. медіа акцентували на самому факті присутності жінок у російсько-українській війні, у 2023 р. вони частіше привертають увагу до конкретних проблем жінок у ЗСУ, сприяють їх актуалізації та входу до публічного порядку денний.

Методологічні основи якісного контент-аналітичного дослідження

Це дослідження виконано в межах інтерпретативного методологічного підходу. Для цього було проведено якісний контент-аналіз первинних соціологічних даних – матеріалів відібраних

регіональних медіа, у яких ідеться про українських військовослужбовців та які були опубліковані на сайтах медіа в період від початку повномасштабного російського вторгнення 24 лютого 2022 р. до 25 квітня 2024 р.

Оскільки вибірка є багатоступеневою, передбачено декілька шаблів відбору одиниць аналізу. На першому шаблі було проведено відбір регіональних медіа. Для цього було використано перелік регіональних медіа, що є рекомендованими згідно з дослідженням громадських організацій «Детектор медіа» та «Інститут масової інформації» (Детектор медіа, 2024). До цього списку входять регіональні медіа, які пройшли незалежне експертне оцінювання та відповідають трьом основним блокам критеріїв: прозорість, дотримання професійних стандартів та журналістської етики, які вимірювали за допомогою 12–14 індикаторів. Одним із індикаторів, який впливає на входження медіа до списку рекомендованих, є «сексизм», що концептуалізується авторками дослідження як «упередження чи дискримінація людей через їхню стать або гендер» (Детектор медіа, 2024). Тобто медіа, які увійшли до списку, не мали б містити у своїх матеріалах ознак цього явища. Така особливість дизайну вибірки створює для дослідження низку як переваг, так і обмежень. Серед обмежень варто зазначити, зокрема, те, що результати дослідження недоцільно екстраполувати на всі українські регіональні медіа. Вибірка не охоплює всього спектру образів військовослужбовців в українському інформаційному просторі, оскільки не містить медіа, які мають маркери порушень стандартів. Звідси доцільно припустити, що медіа, які не входять до цього переліку, потенційно можуть бути більш схильними до патріархатного підходу.

Станом на квітень 2024 р. до переліку рекомендованих медіа входили 175 ресурсів (Детектор медіа, 2024). Другим кроком відбору медіа було застосування фільтрів «інтернет-видання» та «регіональний», а відтак вилучення з аналізу медіа, що входять до підкатегорії «радіо», «телебачення», «центр журналістських розслідувань» та «національний». Після застосування фільтру перелік медіа звузився до 107 одиниць. На третьому шаблі формування вибірки було видалено 23 регіональних осередки найбільшої медіакомпанії України «Суспільне мовлення». Це зумовлено тим, що, хоч ці медіа формально і вважаються регіональними, вони є філіями загальнонаціонального медіа та у своїй роботі керуються загальною редакційною політикою. Тому очікується, що їхні матеріали будуть схожими (і за форматом, і за змістом викладу) та не становитимуть цінності для дослідження. Отже, до фінального списку регіональних медіа увійшли 84 одиниці аналізу.

На четвертому шаблі формування вибірки було здійснено відбір медіаматеріалів. Для цього було виокремлено ключові слова: *військовослужбовиця, захисниця, жінки в ЗСУ, жінки на фронті, жінки на передовій, жінки на війні*. Після цього на сайтах 84 відібраних медіа за допомогою функції пошуку було здійснено відбір медіаматеріалів, що містять ці слова. Для аналізу було відібрано матеріал у форматі особистої історії військовослужбовиці. Саме такий формат матеріалів було обрано для дослідження за критерієм змістової насиченості: О. Стрельник (2024) зазначила, що існує тенденція, що медіа приділяють особливу увагу військовослужбовицям у матеріалах формату сторітелінгу або інтерв'ю. Водночас матеріалів

Таблиця 1. Дизайн багатощаблевої вибірки дослідження репрезентації гендерних ролей військовослужбовиць в українських рекомендованих регіональних медіа

Щабель відбору	Опис	Критерій	Одиниця відбору, кількість відібраних одиниць
1	Відбір рекомендованих регіональних медіа	Належність до мапи рекомендованих медіа згідно з дослідженням «Детектор медіа» та ІМІ	Медіа, 175 од.
2	Відбір рекомендованих регіональних медіа релевантного типу	Медіа, що залишилися після застосування фільтрів «інтернет-видання» та «регіональний»	Медіа, 107 од.
3	Вилучення медіа, що не задовольняють критерії відбору (регіональні осередки «Суспільного мовлення»)	Автономність медіа (відсутність афіліації з національним медіа)	Медіа, 84 од.
4	Пошук і відбір матеріалів за наявністю ключових слів та відповідністю формату	Ключові слова (за пріоритетністю): військовослужбовиця, захисниця, жінки в ЗСУ, жінки на війні, жінки на фронті, жінки на передовій. Формат: особиста історія військовослужбовиці	Медіаматеріал, 48 од.

Таблиця 2. Кодувальна схема для аналізу репрезентацій образів жінок за патріархатним підходом до їх визначення

Вимір	Прояв (категорія аналізу)	Спосіб вираження в тексті
Гендерно-рольові стереотипи	Наратив про традиційний розподіл ролей	Тези про репродуктивну працю, конфлікт ролей
	Екзотизація військовослужбовиць	Відповідні словесні конструкції, які наголошують на «ексклюзивності» ситуації
	Доброзичливий сексизм та захисний патерналізм	Наратив «про неї турбуються»
Стереотипи гендерних рис	Приписування типово фемінних психологічних і поведінкових характеристик військовослужбовицям	Використання відповідних прикметників
	Закріплення відповідальності за емоційну працю	
Стереотипи щодо зовнішності	Сексуалізація, об'єктивація	Розлогі описи зовнішності
	Наділення типовими атрибутами фемінності	Акценти на важливості зовнішності

Таблиця 3. Кодувальна схема для аналізу репрезентацій образів жінок за егалітарним підходом до їх визначення

Стратегія	Теоретичні засади	Спосіб вираження в тексті (категорії аналізу)
Гендерна нейтральність	Послаблення значення гендеру як категорії в соціальному житті	Технічно: стратегія нейтралізації (використання гендерно нейтральних слів)
		Дискурсивно: «[певне явище/сфера] не має статі»
Гендерна чутливість	Визнання гендеру категорією, що впливає на організацію соціального життя	Технічно: вживання фемінітивів
		Дискурсивно: виокремлення історій військовослужбовиць, проблематизація гендерної нерівності в ЗСУ

такого формату майже немає про військових чоловіків, бо служба в ЗСУ вписується у стандарти гегемонної маскулітності, тоді як досі є атипичним атрибутом фемінності (Strelnyk, 2024, p. 31). У випадку, якщо після пошуку за ключовими словами було декілька матеріалів, до вибірки входив той, який перебував найвище серед результатів, а отже, найбільше задовольняв критерій пошуку «за релевантністю». Дизайн вибірки та опис кожного шабля відбору та одиниць аналізу наведено в таблиці 1, перелік відібраних медіа та матеріалів – у Додатку А.

Аналіз відібраних медіаматеріалів було здійснено в програмі NVivo 12 за допомогою ручного кодування – присвоєння одиницям аналізу відповідних категорій. Ручне кодування, на протилежність машинному (*automated*) або обробці природної мови (*natural language processing*), було використано з огляду на те, що воно дає змогу ідентифікувати та глибше інтерпретувати імпліцитні категорії та засоби їх вираження в тексті (сарказм, переносне значення, гумор тощо). Також перевага ручного кодування для цього дослідження полягала в тому, що це дало змогу робити розрізнення між самопрезентацією військовослужбовиць у медіа та наративами самих медіа та/або журналістів і журналісток про військовослужбовиць. Тобто під час категоризації було враховано, чи висловлювання наведено як пряму цитату героїні, чи йдеться про наратив з боку медіа. Дослідження передбачало дедуктивну логіку аналізу, тобто

кодування було здійснено щодо попередньо виокремлених категорій аналізу. Для цього було розроблено кодуючі схеми для аналізу репрезентацій гендерних ролей та образів жінок за патріархатним та егалітарним підходами до їх визначення, які наведено в таблицях 2 і 3 відповідно.

Патріархатний підхід до репрезентації образів військовослужбовиць в українських рекомендованих регіональних медіа

Гендерно-рольові стереотипи в медіаматеріалах про військовослужбовиць. Згідно з патріархатним підходом до визначення гендерних ролей, деякі соціальні ролі вважаються типово фемінними, інші – маскулітними. Цей стереотип проявлявся в проаналізованих матеріалах у:

- наративах про традиційний розподіл ролей;
- екзотизації військовослужбовиць;
- доброзичливому сексизмі та захисному патерналізмі стосовно військовослужбовиць.

Прикладом **наративу про традиційний розподіл ролей** є теза про те, що армія та війна – це не жіноча справа. Героїня матеріалу № 20 зазначила, що стикалася з таким особисто: «Хоча не приховує, що інколи відчувається й інше ставлення до жінок: мовляв, жінці не місце в армії». Іншим прикладом є уявлення про те, що навіть в армії жінка буде виконувати типово «жіночу» роботу. Про це йшлося в декількох матеріалах:

«Дехто звик до того, що жінки переважно займають штабні посади (займаються діловодством, наприклад. – Ред.). Через такий менталітет Оксану намагалися огородити від виконання її безпосередніх обов'язків, але нічого не вийшло» (Матеріал № 29);

«Якщо на початку мене, як дівчину, намагалися відправити десь до кухні чи до складу. Я дуже супротивилася цьому і так опинилася в мінометній батареї, вчилася та тренувалася на навідника. В принципі, зі стрільця стала кулеметником. Але поки доїхала до передової, то вже працювала з гранатометом» (Матеріал № 33).

Інші приклади нарративу про традиційний розподіл ролей стосувалися того, що жінка, на відміну від чоловіка, за замовчуванням відповідальна за підтримку домогосподарства та догляд за дітьми. Тому героїні матеріалів не раз згадували про те, що відчували тиск цього суспільного очікування або ззовні, або зсередини, оскільки інтерналізували його. Наприклад, військовослужбовиця, історія якої представлена в матеріалі № 11, зіткнулася з ситуацією, коли потрібно було робити вибір, хто із подружжя військових залишиться з донькою. І хоч вона мала чимало років досвіду служби у Нацгвардії, все ж репродуктивну функцію подружжя вирішило закріпити саме за нею:

«Валентина розповідає, що після початку великої війни вони з чоловіком домовилися, що хтось один має залишитися ближче до дому, щоб піклуватися про доньку. Тому сьогодні вона служить у Луцьку, а її чоловік виконує бойові завдання на фронті» (Матеріал № 11).

Загалом помітно, що військовослужбовиці подекуди рефлексують про конфлікт ролей, який виникає, коли вони приймають рішення про службу. Чимало з них, розповідаючи про вибір стати військовою, одразу ж згадують свої роздуми про те, чи вдасться поєднати різні ролі, можливу реакцію близьких родичів та як вона впливала на рішення. Наприклад, з цитати героїні одного медіаматеріалу можна зробити висновок, що роль матері та дружини тривалий час була настільки визначальною, що не дозволяла поновити роль військовослужбовиці:

«Родина бачила, наскільки я була розбитою після подій з фондом. Вони розуміли, що серцем, душею, думками я – там, з тими

солдатами. Тому з розумінням прийняли моє рішення. Я ж насправді давно хотіла це зробити, але дитина була маленькою. Звісно, не хотіли мене відпускати, й не знали, що це триватиме три роки, а не рік. Складно. Вони іноді до мене сюди приїжджають, часом, коли маю вихідний, то сама їду додому. Вже звикли, насправді. Чоловік пізнав, як воно – самому виховувати двох доньок. А я, своєю чергою, стала грубішою» (Матеріал № 28).

Варто зауважити, що здебільшого патріархатні уявлення про розподіл гендерних ролей, які було виявлено в результаті контент-аналізу, не були ініційовані самими медіа чи журналістами і журналістками, а були елементом самопрезентації жінок. Тобто більшість того, що було категоризовано як експліцитні «гендерно-рольові стереотипи», було наведено в матеріалах не від імені редакції, а як прямі або непрямі цитати героїнь, які відображають їхній особистий досвід. Однак медіа також вдаються до закріплення традиційного розподілу гендерних ролей, але роблять це більш імпліцитними засобами. Для цього в заголовках і перших реченнях матеріалів поряд із описом професійної діяльності героїні може йтися про материнство. Наприклад:

«До війни 37-річна жінка, що має двох доньок, успішно керувала масажним салоном у Києві, але повномасштабне вторгнення змінило абсолютно все» (Матеріал № 38).

Іншим проявом гендерно-рольових стереотипів у матеріалах вибірки є **екзотизація військовослужбовиць**. Відповідно до патріархатного підходу очікується, що присутність та участь жінки у війні є нетиповим сценарієм. Хоча медіа і не пишуть про це прямо, бо це було б очевидним порушенням стандартів журналістики, такий наратив доцільно простежити в імпліцитних категоріях та за допомогою певних стилістичних прийомів. Екзотизація жінок на війні може проявлятися у вживанні специфічних слів або словосполучень, які наголошують на нетиповості явища. У результаті аналізу було виявлено декілька таких. Демонстративним прикладом є назва матеріалу № 15: *«Бригада з Житомирської області показала жінок, які взяли до рук зброю і стали на захист країни»*. У цьому випадку сполучення слів *«бригада ... показала»* позбавляє жінок, про яких ідеться, суб'єктності та позиціонує їх радше як об'єктів, за якими спостерігають. Також використання саме таких слів вказує на те, що медіа позиціонує цю історію

як щось вкрай нетипове, а отже, ексклюзивне. Навряд чи це або будь-яке інше медіа видало б матеріал з такою самою назвою, якби йшлося про чоловіків.

Ще один приклад екзотизації рішення жінки залишитися в армії було виявлено в матеріалі № 14, де йшлося про сім'ю, у якій двоє дітей та обоє з подружжя служать у ЗСУ вже декілька років. Автор матеріалу пише: *«Лідія не звільнилася з армії, хоча законодавство це дозволяє одному із членів сім'ї військовослужбовців, яка виховує двох неповнолітніх дітей. А незабаром потрапила на фронт»*. Показово, що героїня навіть не згадує про сумніви щодо продовження служби чи можливе звільнення. Автор сам робить припущення про те, що, якби хтось із подружжя мав намір звільнитися, щоб залишитися з дітьми, це була б Лідія, а не її чоловік.

Врешті, гендерно-рольові стереотипи також проявлялися в **доброзичливому сексизмі та захисному патерналізмі** до жінок, яким все ж вдалося здобути типово маскулінні ролі. Героїні медіаматеріалів неодноразово ділилися історіями, які було зараховано до цієї категорії аналізу. Зокрема, сюди увійшли випадки, коли до військовослужбовиць проявляли певне особливе ставлення лише тому, що вони жінки та є меншістю на передовій, наприклад:

«Під час виконання бойового завдання чоловіки-колеги намагаються ставитись як до рівного бійця, але ї не забувають, що перед ними жінка» (Матеріал № 24);

«Але мене та ще кількох жінок залишили на полігоні. Ті чотири дні були настільки вбивчими для нас – і морально, і психологічно. Через невідомість, через нерозуміння, що відбувається. А найбільше, що наші побратими воюють, а ми тут... Нарешті командир дозволив і нам доєднатися до них» (Матеріал № 13).

Однак варто зауважити, що до цієї категорії аналізу увійшли лише прямі цитати героїнь, які транслюють їхній реальний досвід під час служби. Проявів доброзичливого сексизму з боку медіа в матеріалах вибірки не було ідентифіковано.

Стереотипи гендерних рис у медіаматеріалах про військовослужбовиць. У медіа стереотипи гендерних рис транслювалися за допомогою використання відповідних прикметників, що можна простежити на прикладі одного з проаналізованих медіаматеріалів:

«Усміхнена та повна оптимізму, справжня мати та захисниця України поділилась із нами своєю історією» (Матеріал № 21).

Проте варто зауважити, що таких випадків, окрім згаданого вище, більше не було виявлено. Інші приклади, категоризовані як стереотипи гендерних рис, є цитатами героїнь, а не авторів чи авторок матеріалів. Тобто гендеровані уявлення про особисті характеристики бійчинь та бійців існують у медіа, але вони відображають не позицію медіа, а інтерналізовані патріархатні уявлення самих героїнь матеріалів. Наприклад, у матеріалі № 12 наведено пряму цитату військовослужбовиці: *«А щодо страху, то, звісно, як і будь-якій людині, тим паче жінці, мені буває лячно»*. Фраза *«тим паче жінці»* є прикладом патріархатного уявлення про те, що відчувати страх є більш притаманним жінкам, а не чоловікам. Однак цей наратив не безпосередньо транслюється медіа, а як особиста позиція героїні.

Інші цитати, які зараховано до цієї категорії аналізу, також було наведено в матеріалах як прямі цитати героїнь. Однак за змістом вони дещо відрізнялися від попередніх: їхні авторки наголошували на тому, що на фронті немає місця для емоцій. Це відображає типово патріархатний підхід до регулювання емоційності: нормативним і «правильним» вважається типово маскулінна відсутність емоцій або вияв лише деяких із них (злість, суворість):

«Жінкам завжди бажать бути ніжними та жіночними. Армія – це не та історія. Тут жінка має бути жорсткою і непохитною» (Матеріал № 16);

«Жінці на фронті не можна показувати слабкість. Як мінімум, щоб до тебе не чіплялися й не вважали якоюсь там “девочкою на заказ”» (Матеріал № 28).

Стереотипи щодо зовнішності в медіаматеріалах про військовослужбовиць. Ще один вимір патріархатного уявлення про гендерні ролі стосується неоднакових стандартів зовнішності для чоловіків і жінок, зокрема особлива увага до зовнішності жінок. В одному з матеріалів, що потрапив до вибірки, приклад такого було виявлено в назві: *«Аеророзвідниці на захисті краси України»* (Матеріал № 2). Варто зауважити, що це не лише назва матеріалу, але й назва збору, організованого мережею магазинів Eva. З контексту стає зрозумілим, що мета цієї кампанії – збір коштів на навчання та дрони для аеророзвідниць, що допоможе

захистити і вберегти красу нашої держави. Тобто ширший контекст дає розуміння, що назву потрібно сприймати в прямому сенсі без будь-яких інших конотацій. Однак це не є однозначним і зрозумілим одразу, без прочитання решти історії.

Інтерв'ю з героїнею матеріалу № 1 розпочинається з розлогого опису зовнішності жінки, авторка виокремлює традиційні фемінні риси: «м'яка посмішка», «тендітні плечі»:

«Струнка, світловолоса, з відкритим ясным поглядом і м'якою щирою посмішкою – якби не військова форма та незліченні стоси товстенних папок у кабінеті, де ми бесідуємо з Ганною, ніщо би не вказувало на те, що на її тендітних плечах останні кілька місяців тримається весь документообіг військового підрозділу» (Матеріал № 1).

Матеріал № 27 написаний не як суцільний текст, де про героїню йдеться в третій особі, а у форматі інтерв'ю, де репліки інтерв'юера чергуються з репліками військовослужбовиці. У частині розмови інтерв'юер запитує про умови служби в ЗСУ для жінок, на що військовослужбовиця відповідає, що головне, на її думку, позиціонувати себе не «як жінка на роботі», а «як фахівець». Після цього інтерв'юер формулює запитання з позиції патріархатного підходу, акцентуючи на зовнішності героїні:

«– Ти кажеш фахівець. Все ж таки ти жінка з ефектною зовнішністю, з певною харизмою, там багато чоловіків неодружених, чоловічий осередок. Що, немає ніяких ознак уваги, як до жінки? Хоч шанувальників, листів, записок тобі, що такого немає нічого?»

У цьому випадку інтерв'юер, імовірно, мав на меті з'ясувати, чи існує таке явище у ЗСУ, однак з формулювань, які він використовує, не можна зробити висновок, що він його проблематизує. Після того як військовослужбовиця відповідає, що «там не до цього як би», він продовжує: «Все одно, люди є люди. Ти відсікаєш, чи не стикалася з таким?». Героїня відповідає, що вона не стикалася.

Егалітарний підхід до репрезентації образів військовослужбовиць в українських рекомендованих регіональних медіа

Гендерно нейтральний підхід у медіаматеріалах про військовослужбовиць. Підхід гендерної нейтральності було виявлено в декількох матеріалах у прямих цитатах героїнь. Наприклад,

у матеріалі № 36 цю фразу навіть використано для назви: «“У цій боротьбі немає статі”. Парамедицина Мілла Денчик». У тексті наведено роздуми героїні про український фемінізм, який вона розуміє як «поєднання боротьби за права жінок і національної свідомості», що вказує на те, що військовослужбовиця є прихильницею рівності прав та можливостей чоловіків і жінок. Вона також згадує, що на початку служби зіткнулася в підрозділі зі скептичним ставленням через те, що вона жінка. Однак далі в матеріалі це не проблематизується як системні гендерні нерівності в секторі безпеки та оборони, а «згладжується» авторками в наративі: «Проте зараз дівчина вже влилася в колектив» (Матеріал № 36). Сама героїня переводить розмову в площину того, що ніхто не створений для війни: ні чоловіки, ні жінки, що, власне, і є прикладом підходу гендерної нейтральності:

«Я кажу, війна – це не людська справа взагалі. Ми більш розвинені істоти, ніж тварини, і вбивство одне одного не має бути закладено в нас. Тому я вважаю, що війна – це не чоловіча і не жіноча справа. Але якщо є агресор, ми маємо боротися проти нього. І в цій боротьбі немає статі» (Матеріал № 36).

Іншим прикладом цього підходу є цитата військовослужбовиці з матеріалу № 6. У ній героїня стверджує, що на фронті гендерна ідентичність не має значення, бо на перше місце виходить роль військової людини. До того ж вона вважає, що ця спільна ідентифікація як «військова людина» і є фундаментом для рівності:

«Насправді на фронті немає чоловіків та жінок. Тут всі військовослужбовці. Тут є внутрішнє бажання бути на рівні з усіма. Часом доводиться робити те, чого ніколи не робила у звичайному житті. Ми їздимо на полігон, у нас є зброя, ми мусимо добре нею володіти» (Матеріал № 6).

До цієї ж категорії аналізу увійшла цитата з матеріалу № 35:

«За її словами, найбільшою відмінністю військового життя від цивільного для неї як для жінки є форма. Але Марія вважає, що форма вирівнює жінок серед військовослужбовців».

З особистого досвіду героїня проводить паралелі між військовим і цивільним життям та робить висновок, що найбільшою відмінністю

є форма, що в цьому випадку закріплює одразу декілька сенсів. З одного боку, вставна конструкція «для неї як для жінки» натякає на те, що носіння форми нібито є чимось особливо суттєвим для жінок, для яких неодмінним атрибутом фемінності в цивільному житті є самовираження через зовнішність. З іншого ж – у другій частині цитати героїня сприймає форму як символ рівності у військовому житті, де її наявність є більш визначальною, ніж гендерна ідентичність. Тобто, як і в попередніх цитатах, на думку героїні, в ієрархії соціальних ролей на перше місце виходить роль «військової людини». Ще один момент, вартий уваги в цій цитаті, – це формулювання «жінок серед військовослужбовців», яке використовує авторка. У цьому випадку це має значення для аналізу, оскільки цитата наведена не як пряма цитата героїні, а саме як парафраз авторки, що відображає позиціонування медіа. Ця фраза натякає на те, що для досягнення рівності жінкам нібито потрібен якийсь зовнішній інструмент (у цьому випадку форма є цим інструментом), щоб «зрівнятися» з військовими-чоловіками.

Гендерно чутливий підхід у медіаматеріалах про військовослужбовиць. Гендерно чутливий підхід у медіаматеріалах проявлявся в тому, що в історіях окремих військовослужбовиць йшлося або принаймні була згадка про чисельність і становище жінок у ЗСУ загалом, виклики, з якими вони стикаються, та потреби, які мають. Медійно-дискурсивно жінок виділяють в окрему категорію, яка водночас є видимою, але не екзотизується, як це притаманно патріархатному підходу. Наприклад, у цих матеріалах ідеться про те, що жінки є в ЗСУ, обіймають різні посади, це не рідкість, але водночас усе ще є певні структурні нерівності, які обмежують доступ жінок до армії як інституції:

«Жінки в українській армії – це медикіні, снайперки, артилеристки, танкістки, мінометниці, операторки безпілотників, тощо. Українське суспільство давно перестало сприймати жінку в армії як аномалію, але самим жінкам досі доводиться виборювати своє місце в чоловічому світі – і в питанні ставлення, і в питанні побуту» (Матеріал № 20);

«Жінки, так само як і чоловіки, на передовій б'ються з окупантами. Виконують різні завдання: служать бойовими медикінями, снайперками, гранатометницями, кулеметницями» (Матеріал № 29);

«Раніше відомий слоган “жінки – це 50 % успіху України” можна актуалізувати до “жінки – це 50 % перемоги України”, адже з початком повномасштабного вторгнення українки швидко опанували нові ролі. Все більше жінок є у війську, як на тилових, так і на бойових посадах, чимало стають волонтерками, хтось – відчайдушно розповідає світові про українську війну прямо з лінії фронту. Таких жінок легко можна знайти у будь-якому українському регіоні: на Харківщині чи Волині, на Одещині чи в столиці, й ці історії – типові приклади, а не винятки з правил» (Матеріал № 1).

Деякі схожі за змістом матеріали були приурочені певному дню, як-от Міжнародний день боротьби за права жінок або ж День захисників і захисниць України. Отже, їхньою метою було актуалізувати дискурс про роль жінок у ЗСУ та сприяти їх видимості.

«8 березня – не про подарунки та квіти. 8 березня – це про рівні права та обов'язки. Сьогодні ми зібрали п'ять історій жінок, які несуть службу у ЗСУ, поліції, Національній гвардії та ДСНС і, як на полі бою, так і у тилу захищають свою країну і наближають її перемогу» (Матеріал № 16);

«Нещодавно ми відзначали День захисників і захисниць України. Ця назва дуже влучна і правдива, адже в українському війську зараз служить дуже багато жінок. Своєю службою і важкою працею вони на рівні з чоловіками наближають нашу перемогу» (Матеріал № 27).

У межах гендерно чутливого підходу водночас із підвищенням видимості жінок на різних військових посадах ідеться також і про **виклики та інтереси військовослужбовиць**. Цей підхід проблематизує те, що армія – все ще доволі маскулінна інституція, у якій жінки стикаються з проблемами, які мають вирішувати самостійно або підлаштовуватися до наявних стандартів та умов. По-перше, проблематизується те, що армія є доволі закритою інституцією для жінок:

«Юлія переважно працює з чоловіками. Вони перебувають під її керуванням. Хоча потрапити на фронт навіть для мотивованої жінки – задача із зірочкою... На жаль, часто буває, що жінки не можуть потрапити в армію

через те, що вони – жінки. Юлія радить самостійно набувати знань і вмінь. Коли ти маєш не лише мотивацію, а реальні навички – це збільшує шанси» (Матеріал № 1);

«Вона пішла на фронт доброволицею, ігноруючи упереджене ставлення чоловіків та низку відмов» (Матеріал № 40).

На цьому виклики військових жінок не закінчуються. Всередині структури їх також доводиться долати, про що зазначила героїня матеріалу № 7:

«“Два роки повномасштабної війни, а у нас немає жіночої форми. Мені не те, що неприємно, а незручно в чоловічій формі. По-перше, габарити інші. По-друге, не завжди виходить можливість підкоротити форму. Одна-єдина фірма в Україні шие для дівчат тільки штани, але в нас ще є кітель. У нас же не такі широчезні плечі”, – каже медикиня на псевдо Відьма» (Матеріал № 7).

Висновки

Розглянуто два підходи щодо репрезентації образів військовослужбовиць через виконання ними певних гендерних ролей: патріархатний (традиційний) та егалітарний (емансипативний). Згідно з патріархатним підходом, гендерні ролі зумовлені біологічними характеристиками, а отже є чіткий поділ на типово «жіночу» та «чоловічу» ролі. В основі егалітарного підходу – засади соціального конструктивізму. Він передбачає, що гендерні ролі не визначені біологією, а мають соціальну природу, тому не існує сталого набору характеристик для чоловіків і жінок.

Репрезентацію гендерних образів за патріархатним підходом оцінювали в трьох вимірах: гендерно-рольові стереотипи, стереотипи гендерних рис, стереотипи щодо зовнішності. Як прояв гендерно-рольового стереотипу був наратив про традиційний розподіл сфер діяльності,

зокрема тези про те, що армія – не жіноча справа; всередині армії жінки займають типово «жіночі» позиції; роль матері конфліктує з роллю військовослужбовиці; закріплення за жінкою відповідальності за репродуктивну та доглядову працю в домогосподарстві. Чимало цитат, які увійшли до цієї категорії, було наведено в матеріалах як цитати героїнь, що транслюють їхній особистий досвід, однак деякі – від імені медіа. Серед способів екзотизації жінки в ЗСУ з боку медіа були такі: вживання певних слів або словосполучень, які наголошують на нетиповості явища, та позиціонування автора чи авторки матеріалу, яке впливає на формулювання запитань під час інтерв'ю та опис цитат героїнь.

Егалітарний підхід до репрезентації образів військовослужбовиць передбачав аналіз відібраних матеріалів щодо двох категорій аналізу: гендерна нейтральність та гендерна чутливість. До першої увійшли цитати декількох матеріалів, де головну ідею передано фразою: «війна не має статі». Героїні з такою позицією зазначали, що спільна ідентифікація як «військова людина» має більш вирішальне значення, ніж гендерна ідентичність, і є інструментом для досягнення рівності. Цю тезу було наведено в матеріалах як пряму цитату героїнь, але деякі медіа також використали її для назви. До другої категорії аналізу – гендерна чутливість – увійшли цитати, де дискурсивно військовослужбовиць виділяли в окрему категорію, яка має певні потреби та виклики всередині доволі маскулінної інституції; є видимою, але водночас не екзотизується.

Як ішлося вище, значна частина цитат, закодованих як та чи інша категорія аналізу, не відображають патерни репрезентації військовослужбовиць медіа, а є прикладами самосприйняття та самопрезентації героїнь. Потенційний вплив цього методологічного обмеження вдалось елімінувати завдяки ручному кодуванню на противагу машинному. Однак цю особливість емпіричних даних варто брати до уваги не лише під час кодування, а й на етапі інтерпретації результатів дослідження.

Список використаної літератури

- АрміяInform. (2023, 16 жовтня). Чисельність військовослужбовців ЗСУ збільшилась на 40 відсотків порівняно з 2021 роком. <https://armyinform.com.ua/2023/10/16/chyselnist-vijskovosluzhbovyucz-zsu-zbilshylas-na-40-vidsotkiv-porivnyano-z-2021-rokom/>
- Детектор медіа. (2024). Мапа рекомендованих медіа в Україні: Знайдіть якісні журналістські проєкти. <https://map.detector.media/>
- Дубчак, Н. І. (2008). Жінки у Збройних Силах України: Проблеми гендерної політики. *Стратегічні пріоритети*, 4(9), 187–192.
- Завгородня, Д.-М. (2023). Репрезентація гендерних ролей українських військовослужбовців у промовах Президента України після повномасштабного російського вторгнення [Неопубл. курсова робота, кафедра соціології, НаУКМА].
- Міністерство оборони України. (2024, 1 травня). Кількість жінок в армії на початок січня 2024 року становила майже 70 тисяч – Наталія Калмикова. <https://www.mil.gov.ua/news/2024/05/01/kilkist-zhinok-v-armii/>
- Кісь, О. (2002). Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні. *Незалежний культурологічний часопис «І»*, (27). <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/kis.htm>
- Марценюк, Т. (2004). Гендерна соціалізація як процес формування маскулінних та фемінних ознак гендерної ідентичності. *Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки*, 32, 33–42. <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/be3bd4b7-20fa-406e-bf0a-3d92c445a65e/content>
- Марценюк, Т. (2017). *Гендер для всіх. Виклик стереотипам. Основи*.
- Марценюк, Т. (2019). *Інтеграція гендерної складової в аналітичні матеріали*. МФ «Відродження».
- Марценюк, Т. (2024). Забезпечення гендерної рівності у Збройних силах України. *EMPIRIO*, 1(1), 44–54. <https://doi.org/10.18523/3041-1718.2024.1.44-54>
- Невидимий батальйон 2.0. (2019). *«Невидимий батальйон 2.0»: повернення ветеранок до мирного життя (соціологічне дослідження)* (Марценюк, Т., Гриценко, Г., Квіт, А., Василенко, Л., Звягінцева, М.; Т. Марценюк, ред.). ООН Жінки. <https://ukraine.un.org/sites/default/files/2020-09/invisible%20battalion%2020uk.pdf>
- Невидимий батальйон 5.0. (2023). *НБ 5.0. Моніторинг рекомендацій і результатів досліджень із циклу «Невидимий батальйон»: Міждисциплінарне дослідження, виконане в межах проєкту НАКО «Просування гендерної рівності в ЗСУ»* (Мусяка, С., Лазаренко, М., Гриценко, Г., Квіт, А., Марценюк, Т., Звягінцева, М., Фацієвич, В.-Н., Белошенко, А.; Т. Марценюк, ред.). НАКО. <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/25459>
- Оксамитна, С. (2004). Гендерні ролі та стереотипи. У М. Скорик (Ред.), *Основи теорії гендеру: Навчальний посібник* (с. 156–180). К.І.С.
- Офіс Віцепрем'єрки з питань європейської та євроатлантичної інтеграції. (2024, 11 липня). Під час війни ми переосмислили роль жінок у захисті, відновленні та реконструкції України. Facebook. <https://www.facebook.com/UA.EU.NATO/posts/pfbid0vstbYVejGjfcBTa1XxDfelfC1jkVp6U346p1dS7RaQJ5iQXeXr8sEfruAxdorhhXl>
- Плачинда, Г. (2018). *Словничок фемінітивів для прес-офіцерів та прес-офіцерок територіальних управлінь Державної служби України з надзвичайних ситуацій*. Інформаційно-консультативний жіночий центр. https://www.wicc.net.ua/media/Slovnuk_fem.pdf
- Сіробаб, Н. (2023, 27 липня). «Це чистої води сексизм»: навіщо жінок об'єктивують у рекламі військової форми? *Повага*. <https://povaha.org.ua/tse-chystoyi-vody-seksyzm-navishho-zhinok-ob-yektyvuyut-u-reklamii-vijskovoyi-formy/>
- Храба, Т. Є., & Самойленко, К. О. (2023). Висвітлення образів військовослужбовців в українських медіа в період російсько-української війни. *Український соціум*, 2(85), 145–167. <https://doi.org/10.15407/socium2023.02.145>
- Boehnke, M. (2011). Gender role attitudes around the globe: Egalitarian vs. traditional views. *Asian Journal of Social Science*, 39(1), 57–74. <https://doi.org/10.1163/156853111x554438>
- Drisko, J. W., & Maschi, T. M. (2015). Basic content analysis. In *Content Analysis, Pocket Guides to Social Work Research Methods* (pp. 21–56). Oxford Academic. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780190215491.002.0044>
- Glick, P., & Fiske, S. T. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(3), 491–512. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.3.491>
- Greene, S. (2020). Biological Determinism and Essentialism. In N. A. Naples (Ed.), *Companion to Feminist Studies* (pp. 14–34). <https://doi.org/10.1002/9781119314967.ch2>
- Hochschild, A. (2015). The Managed Heart. In A. S. Wharton (Ed.), *Working in America: Conflict, Continuity, and Change in a New Economic Era* (4th ed., pp. 29–36). Paradigm Publishers Boulder, CO.
- Islam, M. (2013). Gender distinctions and gender neutrality: Towards a gender egalitarian ethics. *Tattva – Journal of Philosophy*, 5(1), 61–74. <https://doi.org/10.12726/tjp.9.4>
- Kulik, L. (2018). Explaining Egalitarianism in Gender-Role Attitudes: The Impact of Sex, Sexual Orientation, and Background Variables. *Asian Women*, 34(2), 61–87. <https://doi.org/10.14431/aw.2018.06.34.2.61>
- Lindsmyr, E. (2016). *Gender neutrality vs. Gender equality: A qualitative case study of gendered norms within the Swedish Armed Forces* [Bachelor thesis, Peace and Development Studies].
- Nielsen, F. (1994). Sociobiology and Sociology. *Annual Review of Sociology*, 20(1), 267–303. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.20.080194.001411>
- Saguy, A. C., & Williams, J. A. (2019). Reimagining Gender: Gender Neutrality in the News. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 44(2). <https://doi.org/10.1086/699369>
- Segal, M. W. (1995). Women's military roles cross-nationally. *Gender & Society*, 9(6), 757–775. <https://doi.org/10.1177/089124395009006008>
- Strelnyk, O. (2024). From “Berehynya” and “Beauty” to Women’s Agency: Media images of women in the context of Russia’s war on Ukraine. In M. Shevtsova (Ed.), *Feminist Perspective on Russia’s War in Ukraine: Hear Our Voices* (pp. 19–39). Lexington Books.
- Toivanen, M., & Baser, B. (2016). Gender in the Representations of an Armed Conflict. *Middle East Journal of Culture and Communication*, 9(3), 294–314. <https://doi.org/10.1163/18739865-00903007>

References

- ArmyInform. (2023, October 16). The number of servicewomen in the Armed Forces increased by 40 percent compared to 2021. <https://armyinform.com.ua/2023/10/16/chyselnist-vijskovosluzhbovyycz-zsu-zbilshylas-na-40-vidsotkiv-porivnyano-z-2021-rokom/> [in Ukrainian].
- Boehnke, M. (2011). Gender role attitudes around the globe: Egalitarian vs. traditional views. *Asian Journal of Social Science*, 39(1), 57–74. <https://doi.org/10.1163/156853111x554438>
- Drisko, J. W., & Maschi, T. M. (2015). Basic content analysis. In *Content Analysis, Pocket Guides to Social Work Research Methods* (pp. 21–56). Oxford Academic. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780190215491.002.0044>
- Dubchak, N. I. (2008). Women in the Armed Forces of Ukraine: Problems of gender policy. *Strategic Priorities*, 4(9), 187–192 [in Ukrainian].
- Glick, P., & Fiske, S. T. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(3), 491–512. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.3.491>
- Greene, S. (2020). Biological Determinism and Essentialism. In N. A. Naples (Ed.), *Companion to Feminist Studies* (pp. 14–34). <https://doi.org/10.1002/9781119314967.ch2>
- Hochschild, A. (2015). The Managed Heart. In A. S. Wharton (Ed.), *Working in America: Conflict, Continuity, and Change in a New Economic Era* (4th ed., pp. 29–36). Paradigm Publishers Boulder, CO.
- Invisible Battalion 2.0. (2019). “Invisible Battalion 2.0”: Women Veterans Returning to Peaceful Life (sociological research) (Martsenyuk, T., Hrytsenko, G., Kvit, A., Vasylenko, L., & Zvyagintseva, M.; T. Martsenyuk, Ed.). UN Women. <https://ukraine.un.org/sites/default/files/2020-09/invisible%20battalion%2020eng.pdf>
- Invisible Battalion 5.0. (2023). *IB 5.0. Monitoring of recommendations and study results from the “Invisible Battalion” cycle (an interdisciplinary study, conducted as part of the NAKO project “Promotion of Gender Equality in the Ukrainian Armed Forces”)* (Musiiaka, S., Lazarenko, M., Hrytsenko, H., Kvit, A., Martsenyuk, T., Zviahintseva, M., Fatsiivych, V.-N., & Bieloshenko, A.; T. Martsenyuk, Ed.). NAKO. <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/25459> [in Ukrainian].
- Islam, M. (2013). Gender distinctions and gender neutrality: Towards a gender egalitarian ethics. *Tattva – Journal of Philosophy*, 5(1), 61–74. <https://doi.org/10.12726/tjp.9.4>
- Khraban, T. Yu., & Samoilenko, K. O. (2023). Representations of servicewomen by the Ukrainian media during the Russo-Ukrainian war. *Ukrainian Society*, 2(85), 145–167. <https://doi.org/10.15407/socium2023.02.145> [in Ukrainian].
- Kis, O. (2002). Models of constructing a woman’s gender identity in modern Ukraine. *Independent cultural magazine “YI”*, (27). <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/kis.htm> [in Ukrainian].
- Kulik, L. (2018). Explaining Egalitarianism in Gender-Role Attitudes: The Impact of Sex, Sexual Orientation, and Background Variables. *Asian Women*, 34(2), 61–87. <https://doi.org/10.14431/aw.2018.06.34.2.61>
- Lindsmyr, E. (2016). *Gender neutrality vs. Gender equality: A qualitative case study of gendered norms within the Swedish Armed Forces* [Bachelor thesis, Peace and Development Studies].
- Martsenyuk, T. (2004). Gender socialization as the formative process of masculine and feminine characteristics of gender identity. *NaUKMA Research Papers. Sociology*, 32, 33–42. <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/b78f89a6-58a7-4c58-b080-781eae7c7c44> [in Ukrainian].
- Martsenyuk, T. (2017). *Gender for All. A Challenge to Stereotypes*. Osnovy [in Ukrainian].
- Martsenyuk, T. (2019). *Integration of the gender component in analytical materials*. International Renaissance Foundation [in Ukrainian].
- Martsenyuk, T. (2024). Ensuring Gender Equality in the Armed Forces of Ukraine. *EMPIRIO*, 1(1), 44–54. <https://doi.org/10.18523/3041-1718.2024.1.44-54> [in Ukrainian].
- Media detector. (2024). Map of recommended media in Ukraine: Find quality journalistic projects. <https://map.detector.media/> [in Ukrainian].
- Ministry of Defence of Ukraine. (2024, May 1). The number of women in the army at the beginning of January 2024 was almost 70 thousand – Natalia Kalmykova. <https://www.mil.gov.ua/news/2024/05/01/kilkist-zhinok-v-armii/> [in Ukrainian].
- Nielsen, F. (1994). Sociobiology and Sociology. *Annual Review of Sociology*, 20(1), 267–303. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.20.080194.001411>
- Office of the Vice Prime Minister for European and Euro-Atlantic Integration. (2024, July 11). During the war, we rethought the role of women in the protection, restoration, and reconstruction of Ukraine. Facebook. <https://www.facebook.com/UA.EU.NATO/posts/pfbid0vstbYVejGjFCBTa1XxDfELfC1jkVp6U346p1dS7RaQJ5iQXEXr8sEfpuAxdorhhXI> [in Ukrainian].
- Oksamytna, S. (2004). Gender roles and stereotypes. In M. Skoryk (Ed.), *Basics of gender theory: A study guide* (pp. 156–180). K.I.S. [in Ukrainian].
- Plachynda, G. (2018). *Dictionary of feminine forms of professions for male press officers and female press officers of territorial departments of the state service of Ukraine for emergencies*. Women’s Information and Advisory Center [in Ukrainian].
- Saguy, A. C., & Williams, J. A. (2019). Reimagining Gender: Gender Neutrality in the News. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 44(2). <https://doi.org/10.1086/699369>
- Segal, M. W. (1995). Women’s military roles cross-nationally. *Gender & Society*, 9(6), 757–775. <https://doi.org/10.1177/089124395009006008>
- Sirobab, N. (2023, July 27). “This is pure sexism”: why are women objectified in advertisements for military uniforms? *Povaha*. <https://povaha.org.ua/tse-chystoyi-vody-seksyzm-navishho-zhinok-ob-yektyvuyut-u-reklami-vijskovoyiformy/> [in Ukrainian]
- Strelnyk, O. (2024). From “Berehynya” and “Beauty” to Women’s Agency: Media images of women in the context of Russia’s war on Ukraine. In M. Shevtsova (Ed.), *Feminist Perspective on Russia’s War in Ukraine: Hear Our Voices* (pp. 19–39). Lexington Books.
- Toivanen, M., & Baser, B. (2016). Gender in the Representations of an Armed Conflict. *Middle East Journal of Culture and Communication*, 9(3), 294–314. <https://doi.org/10.1163/18739865-00903007>
- Zavhorodnia, D.-M. (2023). *Representation of the gender roles of Ukrainian servicewomen in the speeches of the President of Ukraine after the full-scale Russian invasion* [Unpublished teamwork, Department of Sociology, NaUKMA] [in Ukrainian].

Додаток А. Перелік одиниць аналізу

Таблиця А.1. Перелік медіаматеріалів, що увійшли до вибірки дослідження репрезентації гендерних ролей військовослужбовців в українських медіа

Область	Кількість матеріалів	Назва медіа ¹	Код
Закарпатська	1	Varosh	1
Львівська	3	Твоє місто	2
		Leopolis.news	3
		Дивись info	4
Івано-Франківська	3	Kurs	5
		Firtka	6
		Galka	7
Чернівецька	2	Молодий буковинець	8
		C4	9
Волинська	2	ГІТ: громадське інтерактивне телебачення	10
		Район.in.ua	11
Рівненська	1	Горинь.info	12
Хмельницька	2	Є	13
		Всім.юа	14
Житомирська	2	Житомир.info	15
			16
Черкаська	1	18000	17
Одеська	3	Білявка city	18
		Малаха. Інтернет-видання Бессарабії	19
		Новинар city	20
Кіровоградська	3	СВН	21
		Точка доступу	22
		Гречка	23
Миколаївська	2	Гард city	24
		512	25
Чернігівська	2	Мунizhyn	26
		462	27
Сумська	1	Цукр	28
Полтавська	4	Полтавська думка	29
		Кременчуцький Телеграф	30
		Полтавська хвиля	31
		СільМедіа	32
Херсонська	1	Гривна	33
Харківська	6	Об'єktiv новини	34
		Статус Кво	35
		Накипіло	36
		Думка	37
		Гвара медіа	38
		Слобідський край	39
Запорізька	1	061.ua	40
Донецька	6	Pro100media	41
		6262	42
		Вільне радіо	43
		Вчасно	44
		Бахмут ІN.A	45
		Східний Варіант	46
Луганська	1	Трибун	47
Автономна Республіка Крим	1	Крим.Реалії	48

¹ Для зручності оформлення таблиця не містить покликань на конкретні матеріали.

Daryna-Mariia Zavhorodnia, Tamara Martsenyuk

REPRESENTATION OF GENDER IMAGES OF FEMALE MILITARY IN THE UKRAINIAN MEDIA

Abstract

Based on developments in gender sociology, the theoretical foundations of patriarchal and egalitarian approaches to gender images via analysis of gender roles are defined. The patriarchal approach to gender roles is based on biological determinism and essentialism and creates a clear division into male and female roles that are often opposed. Appealing to the principles of sociobiology, this approach involves the gendered division of labor laid down into gender-role stereotypes; assigning different psychological and behavioral characteristics to women and men with the help of gender traits and a gendered perception of appearance. Accordingly, the main attributes of femininity are attachment to reproductive and caring work; softness and emotionality, and a canonically attractive appearance. The increase in the number of female military personnel since the beginning of the full-scale Russian invasion has led to an increase in their visibility in the media, which can be considered an egalitarian trend.

The empirical basis of the article is a qualitative content analysis of selected 48 media materials published in the period from February 24, 2022, to April 25, 2024, which contain references to the participation of female military personnel in the Russo-Ukrainian war.

Quotes conveying gender-role stereotypes, appearance stereotypes, and gender trait stereotypes were coded within the patriarchal approach. Gender-role stereotypes manifested themselves in narratives about the traditional division of roles, the exoticization of female military personnel, benevolent sexism, and protective paternalism toward military women.

Within the framework of the egalitarian approach, two strategies were considered: gender neutrality and gender sensitivity. In the framework of the first, the identity of the “military person” came to the fore, as opposed to the gender identity. In the materials of the sample, this was reflected both in the phrases of the heroines that “there are no men and women at the front”, and from the side of the media, which used similar phrases for the titles of the materials. When applying the strategy of gender sensitivity, women in the Armed Forces of Ukraine (AFU) were discursively singled out in a separate category, in particular, on behalf of the media. It was said that women in the army occupy various positions, both rear and combat, and this is not an anomaly or an exception to the rules. At the same time, the issue of the fact that women face certain challenges (access to military equipment is still quite limited) and have unmet needs, such as the lack of women’s uniforms, equipment, and limitations in personal hygiene, was brought up.

Keywords: gender images, gender roles, gender equality, Russo-Ukrainian war, media, female military, women in military, Ukraine, Armed Forces of Ukraine (AFU).

Матеріал надійшов 24.06.2024

Завгородня Дарина-Марія – бакалавривна соціології, Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Zavhorodnia Daryna-Mariia – BA in Sociology, National University of Kyiv-Mohyla Academy
daryna-mariia.zavhorodnia@ukma.edu.ua

Марценюк Тамара – кандидатка соціологічних наук, доцентка кафедри соціології Національного університету «Києво-Могилянська академія»

Martsenyuk Tamara – PhD in Sociology, Associate Professor at the Department of Sociology, National University of Kyiv-Mohyla Academy

<https://orcid.org/0000-0002-4785-5618>

t.martsenyuk@ukma.edu.ua

