

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ ТА СТАВЛЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ ДО ГЕНДЕРНИХ ПРОБЛЕМ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ



Україна



**Програма розвитку ООН в Україні
Програма рівних можливостей ПРООН**

**Інститут соціології НАН України
Центр соціальних експертиз**

ҐЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ ТА СТАВЛЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ ДО ҐЕНДЕРНИХ ПРОБЛЕМ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Київ - 2007

Це видання підготовлене на основі матеріалів дослідження, проведеного в межах виконання «Програми рівних можливостей», яку впроваджує Програма розвитку ООН (ПРООН) в Україні. Думки, висновки чи рекомендації належать авторам та упорядникам цього видання і не обов'язково відображають погляди ПРООН чи інших організацій та закладів системи ООН.

Дослідження здійснене Центром соціальних експертиз Інституту соціології НАН України та рекомендоване до друку Вченою радою Інституту (протокол № 2 від 27 березня 2007 року).

Авторський колектив:

Юрій Іванович Саєнко, доктор економічних наук, професор, завідувач відділу соціальної експертизи Інституту соціології НАН України — науковий редактор; *Лідія Амджадін*, канд. соціол. наук; *Марина Васильчук*; *Ганна Герасименко*, канд. екон. наук; *Інна Голюк*; *Наталія Дмитрук*; *Наталія Лавріненко*, канд. соціол. наук; *Олена Лисенко*, канд. соціол. наук; *Марія Олійник*; *Людмила Посесор*; *Юрій Сапелкін*; *Олеся Трофименко*; *Олена Харченко*; *Наталія Ходорівська*, канд. соціол. наук.

Рецензенти:

Елла Лібанова, доктор економічних наук
Наталія Соболева, доктор соціологічних наук

Внутрішній рецензент ПРООН в Україні

Петро Павличенко, старший програмний менеджер ПРООН в Україні

Робоча група Програми рівних можливостей ПРООН в Україні

Лариса Кобелянська, керівник Програми рівних можливостей ПРООН в Україні
Ірина Ігнатова, експерт з питань регіональної гендерної політики
Ольга Лепушинська, спеціаліст з питань інформації та комунікації
Володимир Морський, спеціаліст з фінансових операцій

У колективній монографії представлено результати соціологічного дослідження гендерних стереотипів та гендерних проблем українського суспільства. Висвітлені експертні оцінки розвитку засад гендерної політики в країні, результати опитування громадської думки щодо характеру гендерних відносин у різних сферах суспільного життя, а також результати контент-аналізу матеріалів у друкованих ЗМІ під гендерним кутом зору. Показані чинники, що впливають на гендерні стереотипи та ставлення до гендерної проблематики в сучасному українському суспільстві, а також особливості прояву гендерної асиметрії в різних соціальних сферах.

Рекомендовано тим, хто приймає рішення з питань утвердження гендерної рівності в Україні, фахівцям державних та громадських організацій, координаторам і менеджерам міжнародних та національних програм, широкому колу громадськості.

ISBN 966-96646-3-2

© Програма розвитку ООН в Україні, 2007

© Матеріали дослідження, Центр соціальних експертиз Інституту соціології НАН України, 2007

ЗМІСТ

| | |
|--|-----------|
| ПЕРЕДМОВА | 5 |
| Розділ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ | 7 |
| Розділ 2. ЕКСПЕРТНЕ ОЦІНЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЗАСАД ҐЕНДЕРНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ..... | 11 |
| 2.1 Соціально-демографічні характеристики експертів..... | 12 |
| 2.2. Джерела обізнаності експертів з ґендерної проблематики..... | 13 |
| 2.3. Оцінка експертами загального рівня розвитку засад ґендерної політики в сучасній Україні | 16 |
| 2.4. Відповідність реального стану справ в окремих сферах життя населення України принципам ґендерної рівності..... | 16 |
| 2.5. Найактуальніші напрями державної ґендерної політики | 17 |
| 2.6. Імплементация механізму ґендерної рівності в діяльність різних соціальних інституцій | 18 |
| 2.7. Оцінка експертами функціонування національного механізму впровадження ґендерної політики | 21 |
| 2.8. Висвітлення проблеми ґендерної рівності у ЗМІ..... | 25 |
| 2.9. Оцінка експертами динаміки змін ситуації щодо ґендерної рівності в українському суспільстві за останні 5 років | 27 |
| ВИСНОВКИ до розділу 2..... | 28 |
| Розділ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ ЩОДО ҐЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ ТА СТАВЛЕННЯ ДО ҐЕНДЕРНИХ ПРОБЛЕМ..... | 31 |
| 3.1. Ґендерні відносини і влада (законодавча, виконавча, судова) | 32 |
| 3.1.1. Оцінки населенням України наявності ґендерної нерівності в українському суспільстві..... | 32 |
| 3.1.2. Ґендерні чинники у керівних органах управління державою | 34 |
| 3.1.3. Проблеми ґендерного рівноправ'я у сфері політичного життя | 35 |
| 3.1.4. Розподіл владних повноважень у роботі, соціально-політичному житті та сім'ї. Доступ до державних коштів та сімейного бюджету | 36 |
| 3.1.5. Кому краще бути керівником | 37 |
| 3.1.6. Посадові функції..... | 38 |
| 3.1.7. Можливості щодо успішної кар'єри для чоловіків і жінок..... | 42 |
| 3.2. Ґендерний імідж політичних партій | 47 |
| 3.3. Ґендерні проблеми в діяльності НУО | 53 |
| 3.4. Ґендерні аспекти економічного життя та сфери соціально-трудо­вих відносин..... | 56 |
| 3.4.1. Жінки та чоловіки на ринку праці | 56 |
| 3.4.2. Управлінська діяльність крізь призму ґендерного погляду..... | 62 |
| 3.4.3. Ґендерний розподіл ролей у сім'ях та соціально-трудо­ві відносини | 69 |
| 3.5. Соціальні проблеми під ґендерним кутом зору | 74 |
| 3.5.1. Соціальні та моральні цінності..... | 74 |
| 3.5.2. Ситуації дискримінаційного характеру в повсякденному житті | 76 |
| 3.5.3. Насильство та особиста безпека..... | 77 |
| 3.5.4. Проблеми сьогодення | 85 |

| | |
|--|------------|
| 3.5.5. Екологічні проблеми | 86 |
| ВИСНОВКИ до розділу 3 | 88 |
| Розділ 4. КОНТЕНТ-АНАЛІЗ МАТЕРІАЛІВ У ДРУКОВАНИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПІД КУТОМ ҐЕНДЕРНИХ ВІДНОСИН | 91 |
| 4.1. Технічні, методологічні та процедурні параметри контент-аналітичного дослідження | 92 |
| 4.2. Специфіка спрямованості ґендерного дискурсу | 92 |
| 4.3. Особливості зображення ґендерних образів та практик поведінки | 97 |
| 4.4. Стереотипні уявлення про жінок і чоловіків | 99 |
| 4.5. Специфіка характеристик жінок і чоловіків на шпальтах друкованих видань | 104 |
| ВИСНОВКИ до розділу 4 | 106 |
| Розділ 5. АНАЛІЗ БАЗ ДАНИХ СОЦІОЛОГІЧНОГО МОНІТОРИНГУ ІНСТИТУТУ СОЦІОЛОГІЇ НАН УКРАЇНИ 2002–2006 РОКІВ ПІД ҐЕНДЕРНИМ КУТОМ ЗОРУ | 109 |
| 5.1. Ґендерні аспекти уявлень громадян стосовно розвитку економіки України | 111 |
| 5.2. Уявлення громадян у сфері політики (ґендерні особливості) | 112 |
| 5.3. Правова свідомість та протестні наміри чоловіків і жінок України | 113 |
| 5.4. Ґендерні особливості в уявленнях громадян стосовно суспільної моралі, конфліктів і довіри | 115 |
| 5.5. Особливості соціального самопочуття і суспільних настроїв чоловіків і жінок | 116 |
| 5.6. Здоров'я та соціальна підтримка за самооцінками чоловіків і жінок України | 118 |
| 5.7. Ґендерні особливості вільного часу й дозвілля громадян | 118 |
| 5.8. Місцеві умови проживання очима чоловіків і жінок України | 119 |
| 5.9. Екологічна ситуація за оцінками громадян України | 119 |
| 5.10. Житлові умови громадян України: оцінки чоловіків і жінок | 120 |
| 5.11. Матеріальний статус сім'ї за самооцінками українських чоловіків і жінок | 120 |
| 5.12. Робота і зайнятість громадян України: ґендерний аспект | 121 |
| 5.13. Деякі аспекти освіти чоловіків і жінок в Україні | 121 |
| 5.14. Користування транспортом і зв'язком | 122 |
| 5.15. Соціальні зміни в умовах життя громадян України | 122 |
| ВИСНОВКИ до розділу 5 | 123 |
| ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ | 132 |
| РЕКОМЕНДАЦІЇ | 139 |
| ДОДАТКИ | 140 |
| ЛІТЕРАТУРА | 142 |

ПЕРЕДМОВА

Україна зробила значний крок у консолідації як незалежної держави, що сприяє розвитку демократичного суспільства та ринкової економіки. Незважаючи на спад соціальних показників, економіка країни періодично демонструє показники зростання, а громадське суспільство дедалі більше залучається до процесу прийняття рішень, який, щоправда, поки не охопив усіх рівнів українського суспільства, але на шляху інтеграції до європейської спільноти й світового товариства гендерні питання невпинно увиразнюються в національному та суспільному діалозі.

Україна, яка обрала демократичний шлях розвитку, зараз спрямовує свою законодавчу й державну діяльність на створення рівних гендерних відносин в усіх царинах соціального життя. Засадові принципи гендерного розвитку в Україні визначено у Конституції, яка гарантує рівні права та можливості для чоловіків і жінок, рівність їх перед законом. Це забезпечується наданням жінкам рівних прав та можливостей для самоствердження в усіх сферах життя; це означає, що держава захищає сім'ю, дитинство, материнство та батьківство (стаття 51). Але конституційні норми можуть бути реалізовані лише тоді, коли вони набувають подальшого розвитку в цілісній системі законодавства та застосовуються на практиці за допомогою відповідних інституціональних механізмів.

Підписавши міжнародні документи, які зумовлюють гендерний підхід і визнають його як найефективніший у разі створення й виконання національних програм, Україна зобов'язалася гарантувати рівність, розвиток і справедливість в країні, регіоні, світі, керуючись гендерними ідеями соціальної рівності. Одним із прикладів визнання державою важливості гендерних питань є законодавча діяльність Верховної Ради України в частині забезпечення гендерної рівності. Верховна Рада України ухвалила Закон "Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків". Президент України підписав Указ "Про вдосконалення роботи центральних і місцевих органів виконавчої влади щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків", на підставі якого розроблено перелік гендерних питань для всіх міністерств. Розпочалося створення механізму щодо адміністрування гендерного процесу в рамках законодавчої системи та виконавчої влади, до того ж гендерний компонент імplementовано в систему науки, освіти й просвітництва.

Водночас інституціональні механізми забезпечення гендерної рівності в Україні ще не є стабільними. Відсутність упорядкованого тривалого часу адекватної політики стосовно рівних гендерних можливостей спричинилася до збереження значної нерівності, яка вповільнила процес економічного розвитку й розбудову демократичного суспільства, всі члени якого мають однакові можливості щодо ефективного розвитку в різних царинах життя. З метою визначення відповідності реального стану справ у сфері гендерних відносин зазначеним вимогам було про-

ведено експертне опитування й опитування громадської думки, які дають змогу відстежити прогрес (або регрес) у гендерних відносинах в українському суспільстві за останні п'ять років (2002 – 2006). Очікується, що результати дослідження сприятимуть удосконаленню механізму інституціонального врегулювання гендерних проблем і висвітленню можливостей різних соціальних інституцій (парламенту, державних органів влади, організацій громадянського суспільства) у захисті прав громадян та контролю за їх дотриманням.

Головна мета проведеного дослідження полягає у визначенні гендерних стереотипів і ставлення до гендерної проблематики в українському суспільстві, а також поновленні різного штибу даних з цієї проблематики, отриманих раніше. Автори дослідження у своїх висновках спиралися на результати експертного та масового опитувань, контент-аналізу матеріалів у друкованих ЗМІ під кутом гендерних відносин; використовували базу даних соціологічного моніторингу Інституту соціології НАН України (включно з опитуваннями 2002–2006 років); аналізували статистичні та інші офіційні дані, отримані від державних установ у відповідь на надіслані запити.

Оскільки вияви гендерної нерівності мають глибокий культурний характер і масовій свідомості властива низка гендерних стереотипів, що набули інтеріоризованого характеру, перетворившись на поведінкові реакції у певних повсякденних ситуаціях, саме поєднання різних методів дослідження дає змогу відповісти на загальні питання щодо поширення гендерних стереотипів в українському суспільстві, а також визначити особливості вияву їх у різних сферах суспільного життя й оцінити рівень розвитку засад гендерної політики.

Проведене дослідження показало, що трансформаційні процеси соціального, економічного, політичного й культурного характеру, які відбуваються в українському суспільстві, позначаються на його гендерній картині, визначаючи її неоднорідність та різноплановість, нівелюючи або, навпаки, загострюючи гендерну зумовленість соціальних суперечностей. Як наслідок, поширені гендерні стереотипи не завжди можна чітко визначити як конструктивні або деструктивні, оскільки вияви їх можуть бути і позитивними, і негативними за своїми наслідками для суспільства загалом та кожного його члена зокрема. Утім, засвоюючись та конструюючись через систему соціалізації, поділу праці й культурні норми, вони детермінують наявні в суспільстві гендерні ролі та ідеали, визначаючи загальне громадське сприйняття гендерних проблем.



Розділ 1

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ



Принципи гендерної рівності закріплено в багатьох міжнародних документах, зокрема в Загальній декларації прав людини (1948), Конвенції ООН про ліквідацію всіх форм дискримінації стосовно жінок (1967), Декларації ООН про викорінення насильства щодо жінок (1993) тощо. У рамках Програми розвитку ООН гендерна демократія визначається як система волевиявлення жінок і чоловіків, рівних у можливостях і правах, що законодавчо закріплені й реально забезпечені в політико-правових принципах, діях, розбудові громадських і державних структур.

Конституція України гарантує права та свободи громадян і рівність їх перед законом. У статті 24 наголошено, що не може існувати жодних привілеїв чи обмежень за расовою ознакою, кольором шкіри, політичними, релігійними чи іншими переконаннями, статтю, етнічною чи соціальною належністю, власністю, місцем проживання, мовою чи іншими ознаками. Окремо в цій статті закріплюється рівність чоловіків і жінок перед законом як основне право людини, повага до якого гарантується кожному. Спеціальні положення також передбачають: надання рівних можливостей жінкам у суспільному, політичному й культурному житті, в освіті та професійному навчанні, в отриманні роботи й оплати за роботу; захист жіночої зайнятості та здоров'я; створення умов для того, щоб жінки могли поєднувати роботу і материнство; правовий захист, матеріальну й моральну підтримку материнству та піклуванню про дітей.

На виконання положень Конституції України та з метою демонстрації прихильності до діяльності заради досягнення гендерної рівності та поліпшення становища жінок у країні, український уряд ратифікував низку міжнародних конвенцій і програм. Верховна Рада України ухвалила Закон "Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків". Президент України підписав Указ "Про вдосконалення роботи центральних і місцевих органів виконавчої влади щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків" від 26 липня 2005 року № 1135, на виконання якого розроблено перелік гендерних питань для всіх міністерств. Цей Указ Президента України прийнято з метою підвищення ефективності державної політики й узгодженої співпраці органів виконавчої влади щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. Відповідно до положень цього Указу контроль за виконанням обов'язків щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків центральними та місцевими органами виконавчої влади покладено на заступників міністрів і керівників указаних органів. У зв'язку з цим органи виконавчої влади мали призначити осіб, на яких покладається виконання обов'язків щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, організація у межах їхніх повноважень роботи відповідних органів.

На виконання статті 4 Закону України "Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків" прийнято Постанову Кабінету Міністрів України "Про проведення гендерно-правової експертизи" від 12 квітня 2006 року № 504, що передбачає проведення Міністерством юстиції України гендерно-правової експертизи чинного законодавства та проектів нормативно-правових актів у всіх сферах законодавства, котрі стосуються прав і свобод людини. Ця експертиза проводиться як складова правової експертизи. У зв'язку із прийняттям зазначеної Постанови наказом Міністерства юстиції України від 12 травня 2006 року № 42/5 затверджено Інструкцію з проведення гендерно-правової експертизи та Форму висновку гендерно-правової експертизи актів законодавства¹. Завданнями цієї експертизи визначено:

- проведення комплексного дослідження чинного законодавства та проектів нормативно-правових актів щодо відповідності міжнародно-правовим актам з прав людини стосовно дотримання принципу забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків;

- підготовку обґрунтованих висновків щодо відповідності принципу забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків чинного законодавства та проектів нормативно-правових актів;

- запобігання прийняттю нормативно-правових актів, які містять дискримінаційні положення за ознакою статі.

Від 1 липня 2006 року Міністерство юстиції України здійснює гендерно-правову експертизу всіх проектів нормативно-правових актів, ухвалюваних в Україні, зокрема розроблено План проведення гендерно-правової експертизи на 2007 рік. Крім того, розроблено та подано на розгляд Верховної Ради України проект Закону України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України у зв'язку з прийняттям Закону України "Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків" (реєстр. № 1034). Цей законопроект спрямований на увідповіднення законодавчих актів України принципам забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, визначеного Законом України "Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків"².

Отже, назагал простежується певний прогрес у гендерних відносинах в українському суспільстві, якщо про нього судити за розвитком законодавчого й нормативно-правового забезпечення гендерної рівності. Розпочалося створення механізму щодо адміністрування гендерного процесу в межах законодавчої системи та виконавчої влади, гендерний компонент імплементовано в систему науки, освіти та просвітництва.

Проте офіційні дані й результати гендерних досліджень демонструють недостатню ефективність державної політики з питань рівних можливостей, що виявляється у збереженні значної гендерної нерівності та нестабільності інституціональних механізмів з її забезпечення. Як і чотири-п'ять років тому, в українському суспільстві зберігаються суперечності між законодавчим закріпленням принципів гендерної рівності та реальними соціальними процесами; гендерні диспропорції не подолано в багатьох сферах суспільного життя; процеси демократизації суспільства, відкриваючи нові можливості для самореалізації жінок та освоєння ними нових соціальних ролей, не розв'язали проблем загострення гендерних нерівностей, оскільки й надалі існує занижений статус жінок за умов трансформаційних змін українського суспільства.

Гендерні дослідження аспектів різних сфер життєдіяльності українського суспільства сьогодні здійснюють чимало спеціалістів. Зокрема, гендерна проблематика в українському суспільстві висвітлюється у працях Р.Ануфрієвої³, О.Балакіревої⁴, О.Бойка⁵,

2 Через зміну складу Уряду та відповідно до статті 100 Регламенту Верховної Ради України цей законопроект (реєстр. № 1034) було відкликано з Верховної Ради України. Нині законопроект перепогоджено із новопризначеними керівниками Мінфіну, Мінекономіки та Мінпраці й повторно передано на розгляд Кабінету Міністрів України. – Дані Міністерства юстиції України, 2006.

3 Ануфрієва Р. Самотність людей похилого віку як соціальна проблема // Українське суспільство 1992–2006. Соціологічний моніторинг / За ред. В.Ворони, М.Шульги. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2006. – С. 317–323.

4 Балакірева О.М. Гендерний аналіз ціннісних орієнтацій в українському суспільстві // Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м.Київ, 5–7 грудня 2002 р.). – К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді; Український ін-т соціальних досліджень, 2002. – С. 22–24.

5 Бойко О.В. Насильство в сім'ї: соціологічний аналіз явища : Автореф. дис. ... канд. со-

1 За даними Міністерства юстиції України. 2006 рік (неопубл.).

Г.Герасименко⁶, О.Вілкової⁷, В.Довженко, І.Демченко, Т.Журженко, О.Забужко, О.Іваненко, К.Карпенко, В.Кушакова⁸, Н.Лаврінченко⁹, А.Лантух, В.Лапшина, Е.Лібанової, О.Луценко¹⁰, Л.Лобанової¹¹, О.Макарової, І.Мироненко, С.Оксамитної¹², В.Онікієнко, О.Піщуліна, М.Рубчак, М.Скорик¹³, Л.Смоляр¹⁴, О.Стрельник¹⁵, В.Суковатої¹⁶, В.Фесенко, Ю.Якубової, О.Яременка¹⁷ та ін. Питання гендерної політики висвітлюються в працях К.Левченко¹⁸, Т.Мельник¹⁹, В.Дягілева²⁰.

ціол. наук. – Харків, 2003.

6 Герасименко Г.В. Гендерні аспекти соціально-економічної політики в Україні. Автореф. дис. ... канд. екон. наук. – К., 2004; Герасименко Г.В. Гендерні особливості рівня життя українського населення // Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м.Київ, 5-7 грудня 2002 р.). – К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді; Український ін-т соціальних досліджень, 2002. – С. 52–54.

7 Вілкова О.Ю. Конструктивні й деструктивні функції гендерних стереотипів: Автореф. дис. ... канд. соціол. наук. – К., 2005.

8 Соціальне становище сільської жінки в Україні. – К.: Академпрес, 1998.

9 Лаврінченко Н. Гендерний аспект соціально-економічного статусу // Українське суспільство – 2003. Соціологічний моніторинг / За ред. В.Ворони, М.Шульги. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2003. – С. 97–105; Лаврінченко Н. Гендерні відносини на селі // Українське суспільство 1992–2006. Соціологічний моніторинг / За ред. В.Ворони, М.Шульги. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2006. – С.86–91; Лаврінченко Н.В. Гендерні відносини в родині // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: "КА.С.", 2004. – С. 354–384.

10 Луценко О.А. Стать і гендер у контексті дихотомії "природа – культура" // Гендерні стратегії сталого розвитку України / За наук. ред. Л.С.Лобанової. – К.: Фенікс, 2004. – С. 12–21; Луценко О.А. Гендерна освіта й педагогіка // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: "КА.С.", 2004. – С. 476–503.

11 Лобанова Л.С. Жінки і чоловіки в системі демографічної реальності: стратегії подолання кризи // Гендерні стратегії сталого розвитку України / За наук. ред. Л.С.Лобанової. – К.: Фенікс, 2004. – С. 58–69; Лобанова Л.С. Гендерний аналіз сфери науково-технологічної діяльності // Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м.Київ, 5-7 грудня 2002 р.). – К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді; Український ін-т соціальних досліджень, 2002. – С. 120–23.

12 Оксамитна С. Динаміка сімейного стану та складу сім'ї // Українське суспільство 1994–2004. Моніторинг соціальних змін / За ред. В.Ворони, М.Шульги. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2004. – С.73–80; Оксамитна С.М. Гендерні ролі та стереотипи // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: "КА.С.", 2004. – С. 157–181.

13 Скорик М.М. Місце гендерних стереотипів у соціально-нормативній сфері українського суспільства // Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м.Київ, 5-7 грудня 2002 р.). – К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді; Український ін-т соціальних досліджень, 2002. – С. 172–175.

14 Смоляр Л.О. Становлення гендерної освіти в Україні // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: "КА.С.", 2004. – С. 504–519.

15 Стрельник О.О. Гендерна нерівність та соціальний статус жінки в сучасному українському суспільстві. : Автореф. дис. ... канд. соціол. наук. – Харків, 2003; Стрельник О. Поняття соціального потенціалу в інтерпретації проблеми гендерної нерівності (за матеріалами соціологічних досліджень) // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2006. – №4. – С. 147–160.

16 Суковата В. Гендер і релігія // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: "КА.С.", 2004. – С. 385–425.

17 Яременко О.О. Об'єктивна необхідність врахування гендерних складових при формуванні реалізації соціальної політики // Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м.Київ, 5-7 грудня 2002 р.). – К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді; Український ін-т соціальних досліджень, 2002. – С. 206–211.

18 Левченко К.Б. Гендерна політика в Україні: визначення, формування, управління – Харків: Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ, 2003; Шевченко К.Б. Концептуальні питання гендерної політики // Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м.Київ, 5-7 грудня 2002 р.). – К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді; Український ін-т соціальних досліджень, 2002. – С. 118–120.

19 Мельник Т.М. Гендер як наука та навчальна дисципліна // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: "КА.С.", 2004. – С. 10–29; Мельник Т.М. Гендер у політиці // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: "КА.С.", 2004. – С. 219–265; Мельник Т.М. Правові аспекти гендеру // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: "КА.С.", 2004. – С. 283–326.

20 Дягілев В.М. Історичні аспекти гендерної політики в Україні (соціально-правовий

Збереження в суспільстві актуальності гендерної проблеми підтверджують результати досліджень, періодично здійснюваних в Україні²¹. Проте в перебігу їх досліджують переважно окремі аспекти гендерних відносин із використанням різних дослідницьких методів і методик, що ускладнює (а то й унеможлиблює) відстеження динаміки суспільних змін у контексті гендерних перетворень. Прояснити ситуацію щодо відповідності реального стану справ задекларованим державою вимогам у сфері гендерних відносин покликане дослідження "Гендерні стереотипи і громадське сприйняття гендерних проблем в українському суспільстві", здійснене у вересні–жовтні 2006 року Центром соціальних експертиз Інституту соціології НАН України, результати якого подано у пропонуваній публікації.

Оскільки технічним завданням дослідження було зумовлено використання його як підґрунтя для підготовки узагальненого огляду ООН "Динаміка гендерного розвитку українського суспільства: Жінки і Чоловіки в Україні", визначення методології й методики дослідження базувалося на досвіді проведених раніше досліджень та ситуаційного аналізу гендерних проблем, результати яких викладено, зокрема, у виданнях ООН: "Гендерний аналіз українського суспільства" (1999 р.) та "Гендерний розвиток в Україні" (2003 р.). З огляду на це визначалися мета й завдання дослідження "Гендерні стереотипи і громадське сприйняття гендерних проблем в українському суспільстві".

Загальна мета дослідження полягає у визначенні поточного стану поширення гендерних стереотипів українського населення, а також ставлення людей до гендерної проблематики на сучасному етапі розвитку суспільних відносин. Для досягнення поставленої мети слід було розв'язати такі завдання:

- здійснити збирання даних (офіційних даних державних установ і результатів уже проведених досліджень) з метою визначення особливостей нинішнього стану гендерних відносин в українському суспільстві;
- здійснити експертне оцінювання розвитку засад гендерної політики в українському суспільстві;
- провести масове опитування громадської думки щодо характеру гендерних відносин у різних царинах українського суспільства: економічній, політичній, управлінській, освітній, науковій, а також у різних гілках державної влади (законодавчій, виконавчій, судовій); проаналізувати рівність/нерівність шансів чоловіків і жінок у різних сферах суспільного життя;
- визначити особливості ієрархічного характеру гендерних відносин та форми вияву гендерної асиметрії у різних соціальних сферах;

статус жінки в українській історії) // Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м.Київ, 5-7 грудня 2002 р.). – К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді; Український ін-т соціальних досліджень, 2002. – С. 75–78.

21 Зокрема: Проект "Гендерні стратегії сталого розвитку України (аналітичне дослідження)", який виконувався у листопаді 2003 року Загальноукраїнським жіночим центром інформації та соціально-економічної адаптації за підтримки Посольства Канади в Україні, відділу технічної співпраці та Канадсько-Українського Гендерного Фонду; Проект "Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень" проведено Українським інститутом соціальних досліджень ім. О.Яременка, та ін.

- порівняти отримані оцінки з результатами інших досліджень;
- виявити чинники, що впливають на гендерні стереотипи і ставлення до гендерної проблематики в сучасному українському суспільстві.

Емпіричну базу дослідження становлять результати двох цільових соціологічних опитувань, зокрема експертного опитування (методом стандартизованого інтерв'ю) відповідальних посадовців у різних сферах суспільного життя (усього 175 експертів) та масового опитування громадян (1794 респонденти у п'яти областях України, м. Києві та АР Крим). Кожне з цих опитувань мало різну мету і проводилося за окремим інструментарієм.

Метою масового опитування було з'ясування міри поширеності в українському суспільстві гендерних стереотипів серед пересічних громадян, а також визначення ставлення людей до наявних гендерних проблем. Зокрема, дослідження громадської думки здійснювали в розрізі таких проблем, як гендерні відносини і влада, гендерний імідж політичних партій, гендерні аспекти економічного життя, сфери соціально-трудових відносин та соціальної сфери.

Головною метою експертного опитування було дослідження особливостей інституціоналізації гендерної політики в українському суспільстві, зокрема у таких напрямках: відповідність проголошеного принципу гендерної рівності реальному стану справ в окремих царинах суспільного життя; оцінювання функціонування національного механізму впровадження гендерної політики; діяльність різних соціальних інституцій у плані забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків у реальному житті.

Оскільки на формування й поширення гендерних стереотипів у суспільстві зазвичай сильний вплив справляють засоби масової інформації, був проаналізований гендерний дискурс в українських ЗМІ національного й регіонального рівнів з метою з'ясування особливостей його спрямованості в контексті досліджуваної проблеми. Аналізувалися публікації у рейтингових загальноукраїнських і регіональних друкованих виданнях (газетах і журналах, виданих за

7 місяців 2006 року), що містять матеріали гендерного характеру, з метою визначення їхньої тематичної спрямованості щодо гендерних стереотипів і гендерного розвитку українського суспільства. При цьому використовували два методи аналізу: 1) глибинний дискурс-аналіз публікацій, призначений для виявлення загальнонаціональних тенденцій формування й поширення гендерних стереотипів у мас-медіа; 2) контент-аналіз газетних і журнальних публікацій, призначений для кількісного опису публікацій (математична формалізація). Поєднання кількісного та якісного методів під час дослідження публікацій мас-медіа дало змогу не лише описати, а й типологізувати та структурувати масив даних за обраними параметрами. Головну увагу при цьому приділяли дискурсивним особливостям друкованих матеріалів щодо жінок і чоловіків; стереотипним конструкціям жінок і чоловіків, а також специфіці їхніх характеристик.

Проте жоден із наведених методів аналізу не давав змоги відповісти на запитання щодо динаміки змін в українському суспільстві в контексті гендерних особливостей. З метою заповнення цієї прогалини були проаналізовані результати соціологічних опитувань, проведених Інститутом соціології НАН України у 2002–2006 роках, оскільки створена тут база даних висвітлює різні аспекти суспільного життя і дає можливість проаналізувати їх у різних соціальних розрізах, включно з гендерним. Зауважимо, що Інститут соціології НАНУ здійснює моніторинг громадської думки вже понад 15 років, але зосередженість саме на останніх п'яти роках досліджень зумовлювалася тим, що у 2002–2004 роках міжнародні організації, зокрема ООН, здійснили низку аналітичних оглядів щодо розвитку гендерної ситуації в Україні. До того ж динаміка змін саме впродовж останніх п'яти років викликає найбільший інтерес і забезпечує певні підстави для аналітичних висновків.

Отримані результати було порівняно з результатами проведених раніше іншими дослідницькими групами та міжнародними організаціями гендерних досліджень, тобто поєднання різних методів аналізу в даному дослідженні було заплановано, щоб якомога детальніше висвітлити різні аспекти життя українського суспільства під гендерним кутом зору, показати його характерні особливості й шляхи потенційного розвитку.

Розділ 2

ЕКСПЕРТНЕ ОЦІНЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЗАСАД ГЕНДЕРНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ



2.1 Соціально-демографічні характеристики експертів

З метою моніторингу оцінювання ефективності державного механізму регулювання гендерних відносин в Україні, відповідності реальної ситуації задекларованим нормативам, а також удосконалення інституціонального механізму забезпечення гендерної рівності в рамках дослідження було проведено опитування експертів, які репрезентували різні сфери суспільного життя.

Для глибшого розуміння ситуації стосовно впровадження гендерної політики на місцях було опитано 175 експертів, які репрезентують різні регіони України, різні вікові групи, а також працюють у різних типах організацій. Жінки становлять 61% (відповідно 107 осіб), чоловіки – 39% (68 осіб). З огляду на освітній рівень експертів основний масив експертного дослідження становлять особи з повною вищою освітою (84%), але представлені також фахівці, котрі навчаються в аспірантурі або вже мають науковий ступінь (12%), особи із середньою спеціальною освітою (3%).

Таблиця 2.1.1. Розподіл експертів за освітнім рівнем, осіб

| Рівень освіти | Чоловіки n = 68 | Жінки n = 107 |
|--|--------------------|------------------|
| Середня спеціальна (технікум, училище, коледж) | 4 | 2 |
| Повна вища освіта (спеціаліст, магістр) | 49 | 97 |
| Аспірантура, науковий ступінь | 13 | 8 |
| Інше | 1 | – |

Експерти, які брали участь в опитуванні, різнопланово репрезентують установи й організації різних типів і форм власності. У структурі експертної вибірки кількісно вирізняються державні службовці (26%), які репрезентують переважно органи виконавчої влади обласного рівня (див. табл. 2.1.2). Така перевага в структурі експертів є цілком логічною, оскільки саме державні службовці беруть участь у розробленні й формуванні державної політики, мають професійне бачення ситуації і можуть висловлювати кваліфіковані судження.

Наступною за кількістю категорією експертів є представники засобів масової інформації (14%), які також виступають цільовою групою інформаційно-просвітницької діяльності у царині гендерної політики, бо мають найбільші можливості впливу на рівень обізнаності населення з цих питань. Рівень поінформованості з приводу ефективних механізмів просування гендерної рівності серед представників бізнесових структур (12% експертів) також становить інтерес, оскільки гендерні проблеми сьогодні надзвичайно поширені саме у сфері економічної діяльності та на ринку праці. Серед інших організацій, працівників яких було обрано як експертів – науково-дослідні установи, неурядові організації, органи місцевого самоврядування, політичні партії. Висвітлення особливостей і тенденцій змін ставлення керівників і

відповідальних виконавців різних соціальних інституцій до запровадження механізмів дотримання гендерної рівності стало одним із аспектів нашого дослідження.

Таблиця 2.1.2. Розподіл експертів за типами організацій, в яких вони працюють (осіб)

| Типи організацій | Чоловіки n = 68 | Жінки n = 107 |
|--|--------------------|------------------|
| Орган виконавчої влади національного рівня | 2 | 11 |
| Орган виконавчої влади обласного рівня | 10 | 23 |
| Орган місцевого самоврядування | 2 | 4 |
| Політична партія та/або блок | 3 | 3 |
| Неурядова жіноча організація | - | 9 |
| Неурядова правозахисна організація | 9 | 5 |
| Науково-дослідна установа | 4 | 6 |
| Засоби масової інформації | 11 | 14 |
| Організація-роботодавець | 4 | 6 |
| Бізнесова структура | 9 | 12 |
| Профспілка | 4 | 3 |
| Інше | 14 | 13 |

Обрані експерти рівномірно репрезентували різні сфери суспільної діяльності (див. табл. 2.1.3), що забезпечувало об'єктивність і репрезентативність дослідження. Найповніше серед цієї частини експертів були представлені ті, хто працює у царині правового та соціального захисту, освіти та культури, а також торгівлі та сфери послуг. Питома вага експертів з інших сфер суспільної діяльності коливалася в межах 5–7%.

Таблиця 2.1.3. Розподіл експертів за сферами діяльності, в яких вони працюють, осіб

| Сфера діяльності | Чоловіки n = 68 | Жінки n = 107 |
|-----------------------------|--------------------|------------------|
| Правовий захист | 10 | 19 |
| Соціальний захист | 4 | 18 |
| Культура | 9 | 12 |
| Торгівля та сфера послуг | 9 | 11 |
| Освіта | 7 | 11 |
| Здоров'я | 2 | 10 |
| Сім'я, молодь. Спорт | 2 | 10 |
| Політика | 7 | 4 |
| Соціально-трудова відносина | 5 | 6 |
| Матеріальне виробництво | 3 | 5 |
| Наука | 4 | 4 |
| Управління | 5 | 3 |
| Інше | 8 | 11 |

Професійна діяльність абсолютної більшості експертів пов'язана з питаннями забезпечення рівних прав та

можливостей жінок і чоловіків, при цьому робота 39% якнайтіснішим чином стосується ґендерних проблем, ще 37% із них частково стикаються в своїй роботі із проблемами ґендерної рівності (табл. 2.1.4). Лише 19% експертів зазначили, що їхня професійна діяльність жодним чином не пов'язана з проблемами рівних прав і можливостей жінок і чоловіків.

Таблиця 2.1.4 . Розподіл відповідей експертів на запитання: “Оцініть, якою мірою робота, котру Ви виконуєте, стосується забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків?”, осіб

| Варіанти відповідей | Чоловіки n = 68 | Жінки n = 107 |
|----------------------|--------------------|------------------|
| Дуже тісно пов'язана | 23 | 45 |
| Частково пов'язана | 28 | 37 |
| Зовсім не пов'язана | 10 | 23 |
| Важко відповісти | 6 | 2 |

Отже, група експертів сформована таким чином, щоб їхні відповіді можна було використовувати для оцінювання ситуації й висвітлення змін, пов'язаних з удосконаленням інституціонального механізму забезпечення ґендерної рівності в різних типах організацій.

2.2. Джерела обізнаності експертів з ґендерної проблематики

Результати опитування експертів виявляють досить цікаві й іноді неоднозначні результати. Проте, що останнім часом значно активізувалася державна інформаційно-просвітницька діяльність з ґендерної проблематики, свідчить те, що близько третини експертів набули знання з ґендерної проблематики завдяки прослуховуванню лекцій у системі навчання або підготовки службовців (табл. 2.2.1). Це є результатом цілеспрямованої державної політики розвитку ґендерної культури серед державних службовців, зокрема шляхом організації спеціальних семінарів, тренінгів, читання тематичних лекцій; засвідчує реальне визнання актуальності ґендерних проблем на державному рівні.

Утім, *найпоширенішим джерелом знань населення з ґендерної проблематики сьогодні залишаються засоби масової інформації*, які сприяли підвищенню рівня обізнаності з цих питань переважної частини експертів (48%). Отже, можна констатувати позитивні тенденції значної уваги ЗМІ, що її приділяють нині різним аспектам ґендерних проблем. Закономірно, що на побутовому рівні вищий інтерес до ґендерної тематики спостерігається серед жінок, оскільки з-поміж них понад половину (52%) здобули відповідні знання саме цим шляхом (серед чоловіків-експертів таких 41%).

З іншого боку, серед чоловіків вищим є “професійний” інтерес до ґендерних питань, оскільки дещо більша частка їх самостійно збагачувала свої знання за допомогою спеціальної літератури (35% експертів-чоловіків проти 33% експертів-жінок) Назагал можна вважати, що *власний*

інтерес експертів залишається важливим стимулом щодо здобуття ґендерних знань, адже понад третину з них здобули (або вдосконалили) свої знання самостійно, цікавилися відповідними публікаціями та виданнями.

Таблиця 2.2.1. Джерела обізнаності експертів з ґендерної проблематики, %

| Варіанти відповідей | У середньому за масивом | Чоловіки n = 68 | Жінки n = 107 |
|--|-------------------------|--------------------|------------------|
| Прослухав(прослухала) кілька лекцій у системі навчання або перепідготовки службовців | 30 | 28 | 32 |
| Отримала(отримав) цю інформацію з газет, журналів та телебачення | 48 | 41 | 52 |
| Набула(набув) знання самостійно, читаючи книжки з ґендерної проблематики | 34 | 35 | 33 |
| Прослухала(прослухав) спецкурс у вищому навчальному закладі | 15 | 12 | 18 |
| Інше | 15 | 15 | 16 |
| Важко відповісти | 4 | 4 | 4 |

Упровадження ґендерних підходів до навчальних програм вищих навчальних закладів, а також розроблення спеціальних курсів з ґендерних досліджень свідчить не лише про зростання інтересу до цієї проблематики, а й про потребу у фахівцях з ґендерних досліджень. Нагадаємо, що такі лекції прослухали 15% експертів. Цілком зрозуміло, що частка жінок, які ознайомилися з ґендерною тематикою в процесі здобуття вищої освіти, є вищою (18% проти 12% експертів-чоловіків).

Серед інших джерел інформації стосовно ґендерних проблем експерти (15,4%) називали також свій практичний досвід – зокрема професійну діяльність, участь у наукових конференціях із відповідної тематики, стажування за кордоном, отримання інформації від колег і знайомих.

Таким чином, реальна діяльність із розв'язання ґендерних проблем сьогодні тісно пов'язана із “низовим” рівнем, з ініціативою на місцях та активністю громадянського суспільства.

Необхідно зазначити, що впродовж останніх років в українському суспільстві відбулася переоцінка ґендерних проблем, поглибилося усвідомлення важливості та актуальності їх. Так, згідно із результатами соціологічного опитування населення, що його проводили 2002 року в рамках Проекту “Формування ґендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень”²², переважна більшість (66%) і жінок, і чоловіків вважали недоречним розподіляти проблеми, що існують в українському суспільстві, на жіночі та чоловічі (див. табл. 2.2.2). Щодо наявності суто жіночих проблем, то відповіді респондентів розподілилися таким чином: серед жінок таку думку поділяла третина з них, серед чоловіків – лише 10%.

²² Опитування проведене Українським інститутом соціальних досліджень за підтримки Канадсько-Українського ґендерного фонду. Див: Ґендерний паритет в умовах розбудови сучасного українського суспільства. – 2-е вид., допов., уточ. – К.: Український інститут соціальних досліджень, 2003. – 129 с.

Таблиця 2.2.2 . Розподіл відповідей респондентів на запитання “Як Ви вважаєте, чи існують у нашому суспільстві суто жіночі або суто чоловічі проблеми?”, %

| Варіанти відповідей | У середньому за масивом | Серед жінок | Серед чоловіків |
|--|-------------------------|-------------|-----------------|
| Так, існують суто жіночі проблеми | 19 | 27 | 10 |
| Так, існують суто чоловічі проблеми | 5 | 3 | 7 |
| Проблеми існують, але їх недоречно розподіляти на суто чоловічі та суто жіночі | 66 | 61 | 72 |
| Важко відповісти | 9 | 9 | 9 |
| Немає відповіді | 1 | | 2 |

Джерело: Гендерний паритет в умовах розбудови сучасного українського суспільства. – 2-е вид., допов., уточ. – К.: Український інститут соціальних досліджень, 2003.

За даними інших досліджень і жінки, і чоловіки однакостайні в оцінюванні необхідності активізації власних зусиль жінок з метою поліпшення свого становища в суспільстві²³ (табл. 2.2.3). З цим у 2002 році погоджувалася переважна більшість респондентів – 81% опитаних жінок і 56% опитаних чоловіків.

Таблиця 2.2.3. Розподіл відповідей на запитання: “Як Ви вважаєте, чи потрібно українським жінкам активізувати власні зусилля для поліпшення свого становища в суспільстві?”, %

| Варіанти відповідей | У середньому за масивом | Серед жінок | Серед чоловіків |
|---------------------|-------------------------|-------------|-----------------|
| Так, потрібно | 70 | 81 | 56 |
| Ні, не потрібно | 13 | 7 | 21 |
| Важко відповісти | 16 | 12 | 22 |
| Немає відповіді | 1 | - | 1 |

Джерело: Гендерний паритет в умовах розбудови сучасного українського суспільства. – 2-е вид., допов., уточ. – К.: Український інститут соціальних досліджень, 2003.

Результати нашого дослідження показують: серед експертів домінує думка, що проблема гендерної нерівності справді залишається актуальною для українського суспільства (так вважають майже 43% експертів) (див. табл. 2.2.4). При цьому зафіксовано поглиблення усвідомлення актуальності гендерних проблем як серед жінок, так і серед чоловіків. Зокрема, 21% експертів-чоловіків погодилися, що проблема гендерної нерівності сьогодні є конче актуальною для України. Звісно, доволі значна частка експертів (36%) не визнає її такою, стверджуючи, що зараз у суспільстві існують більш актуальні проблеми (переважно це думка експертів-чоловіків), проте загальна тенденція є вочевидь позитивною.

²³ За даними опитування “Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень” 2002 року. Джерело: Гендерний паритет в умовах розбудови сучасного українського суспільства. – 2-е вид., допов., уточ. – К.: Український інститут соціальних досліджень, 2003. – 129 с.

Таблиця 2.2.4. Оцінки експертами актуальності для українського суспільства проблеми гендерної нерівності, %

| Варіанти | У середньому за масивом | Чоловіки n = 68 | Жінки n = 107 |
|---------------------------------|-------------------------|-----------------|---------------|
| Ні, є більш актуальні проблеми | 36 | 49 | 28 |
| Важко сказати, актуальна чи ні | 20 | 28 | 14 |
| Так, це дуже актуальна проблема | 43 | 21 | 58 |
| Інше | 1 | 3 | - |

Серед основних наслідків подолання гендерної нерівності в українському суспільстві експерти називають такі: жінки зможуть більшою мірою реалізувати свій професійний та особистий потенціал, ніж нині (55%); державний бюджет буде більш соціально зорієнтованим, він передбачатиме збільшення витрат на пенсійне забезпечення, охорону материнства, дитинства, освіту тощо (36%); взаємовідносини між чоловіками та жінками будуватимуться на принципах взаємоповаги й партнерства, що зробить людей щасливішими, а родину – стабільнішою (33%), збільшиться представництво жінок у політичних партіях, що зробить політику та спрямованість цих партій більш “гуманістичними” (29%).

Менш вагомими виявилися думки, що “гендерна рівність призведе до домінування в суспільстві ціннісних орієнтацій та стилю життя, властивих жінкам” (22%) та “гендерна збалансованість управлінського складу зменшить його корумпованість на всіх рівнях, бо жінки менш заангажовані до цієї практики” (17%).

Необхідно зазначити, що в оцінках імовірних наслідків просування гендерної рівності між експертами чоловічої та жіночої статі спостерігаються певні відмінності. Так, в оцінюванні позитивних наслідків для приватного життя (можливості самореалізації жінок, більш гармонійні відносини в родині, панування жіночих цінностей та способу життя) чоловіки і жінки виявилися більш однакостайними. Хоча дещо більше експертів-чоловіків вважають, що в разі активнішої життєвої позиції жінок може збільшити кількість розлучень, питома вага таких відповідей є незначною і корелює з відповідним показником експертів-жінок (7% проти 4%) (див. табл. 2.2.5).

З іншого боку, порівняно з експертами-жінками чоловіки дещо менше схильні пов’язувати просування гендерної рівності із загальнодержавними наслідками – соціальною орієнтацією бюджетної політики (27% експертів-чоловіків проти 41% експертів-жінок), із гуманізацією активності політичних партій (відповідно 24% проти 32%), меншою корумпованістю сфери управління внаслідок можливого розширення представництва жінок (15% проти 18%). Тобто роль жінок у суспільно-політичному та громадському житті досі недооцінюється навіть експертами з гендерної проблематики.

Водночас частина чоловіків в Україні досі схильна демонструвати уявлення щодо традиційних гендерних стереотипів та міфів. Зокрема, 18% експертів-чоловіків

погодилися з твердженням, що внаслідок просування ідей гендерної рівності жінки стануть більш агресивними і взагалі схожими на чоловіків, а 11% із них висловили побоювання, що в цьому разі жінки обійматимуть найкращі “чоловічі” робочі місця.

Таблиця 2.2.5. Оцінки експертами наслідків подолання гендерної нерівності в українському суспільстві, %

| Варіанти відповідей | У середньому за масивом | Чоловіки n = 68 | Жінки n = 107 |
|--|-------------------------|-----------------|---------------|
| Державний бюджет буде більш соціально зорієнтованим, він передбачатиме збільшення витрат на пенсійне забезпечення, охорону материнства, дитинства, освіту тощо | 36 | 27 | 41 |
| Гендерна рівність призведе до домінування в суспільстві ціннісних орієнтацій та стилю життя, властивих жінкам | 29 | 18 | 24 |
| Збільшиться представництво жінок у політичних партіях, що зробить політику та спрямованість цих партій більш “гуманістичними” | 29 | 24 | 32 |
| Взаємовідносини між чоловіками та жінками будуватимуться на принципах взаємоповаги та партнерства, що зробить людей щасливішими, а родину – стабільнішою | 33 | 34 | 33 |
| Жінки зможуть більшою мірою реалізувати свій професійний та особистий потенціал, ніж нині | 55 | 54 | 55 |
| Побільшає кількість розлучень, оскільки в сім’ї жінка має слухатися чоловіка, а гендерна рівність цьому не сприяє | 5 | 7 | 4 |
| Жінки обійматимуть найкращі “чоловічі” робочі місця | 7 | 10 | 5 |
| Жінки стануть більш агресивними і взагалі схожими на чоловіків | 10 | 18 | 5 |
| Гендерна збалансованість управлінського складу зменшить його корумпованість на всіх рівнях, бо жінки менш заангажовані до цієї практики | 17 | 15 | 18 |
| Інше | 4 | 6 | 3 |
| Важко відповісти | 4 | – | 7 |

Поінформованість щодо нормативно-правової бази з питань гендерної рівності. Можна стверджувати про доволі високий рівень поінформованості фахівців, котрих було обрано експертами, щодо нормативно-правової бази з питань гендерної рівності (табл. 2.2.6). Переважна більшість із них (75%) ознайомлена з документами українського законодавства, при цьому 35% експертів вважають, що ознайомилися майже з усіма вітчизняними нормативними документами в цій сфері. Водночас мусимо наголосити, що жінки є активнішими в цьому плані, оскільки 41% експертів-жінок стверджують, що повністю ознайомлені з вітчизняною нормативною

базою. Серед експертів-чоловіків більше таких, хто цікавиться окремими законодавчими документами, мабуть, відповідно до поточних потреб своєї професійної або громадської діяльності (50%). Доволі значна частка експертів не знається на вітчизняній нормативно-правовій базі (15% експертів-чоловіків і 11% експертів-жінок), причому якщо хтось із них просто не відчуває такої потреби, то близько 7% нарікають на брак необхідної інформації.

Таблиця 2.2.6. Поінформованість експертів щодо нормативно-правових документів, які забезпечують рівні права та можливості жінок і чоловіків, %

| Варіанти відповідей | У середньому за масивом | Чоловіки n = 68 | Жінки n = 107 |
|---|-------------------------|-----------------|---------------|
| Читав майже все, що стосується українського законодавства | 35 | 27 | 41 |
| Ознайомився з деякими документами нашого законодавства | 40 | 50 | 33 |
| Не бачив таких документів нашого законодавства, бо не знаю, де їх можна взяти | 7 | 7 | 7 |
| Не читав таких документів нашого законодавства, бо мені це не було потрібно | 9 | 10 | 9 |
| Читав міжнародні документи з цієї проблематики, і мені цього досить | 3 | 4 | 3 |
| Важко відповісти | 5 | 2 | 8 |
| Інше | 0,5 | – | 1 |

Найкраще розуміються на законодавчій базі з гендерних питань експерти, котрі працюють в органах виконавчої влади національного та обласного рівня (понад третину експертів, які повністю ознайомлені з нормативними актами) та в неурядових жіночих і правозахисних організаціях (загалом близько 25%). Окремі закони знають переважно представники засобів масової інформації (вочевидь внаслідок професійної діяльності). Серед експертів, з певних причин не ознайомлених із вітчизняною нормативно-правовою базою з гендерних питань, переважають представники бізнесових структур та організацій-роботодавців (понад третину відповідної категорії експертів) та окремі представники ЗМІ, чия діяльність радше пов’язана із висвітленням інших суспільних проблем.

Отже, аналіз поінформованості експертів щодо гендерної проблематики висвітлює такі моменти:

- Основним джерелом обізнаності експертів із гендерної проблематики є засоби масової інформації, спеціальна література та спеціальні курси з гендерної тематики. З одного боку, важливим стимулом здобуття гендерних знань для керівників і відповідальних виконавців установ є власний інтерес до цієї сфери суспільного життя, а з іншого – існує потреба у фахівцях з гендерних питань, які б постійно працюва-

ли в системі навчання та перепідготовки державних службовців.

- Переважній більшості експертів (75%) відомі документи українського законодавства з гендерних питань. Найліпше розуміються на законодавчій базі з гендерних питань експерти, які працюють в органах виконавчої влади різного рівня, в неурядових жіночих і правозахисних організаціях. Найменше ознайомлені з цим аспектом законодавства представники бізнесових структур, організацій-роботодавців та окремих ЗМІ.
- Хоча серед експертів домінує думка, що проблема гендерної нерівності залишається актуальною для українського суспільства, зафіксовано відмінності в оцінках експертами різної статі наслідків її подолання. При цьому експерти-чоловіки меншою мірою схильні пов'язувати просування гендерної рівності із загальнодержавними наслідками, зводячи їх переважно до царини приватного життя.

2.3. Оцінка експертами загального рівня розвитку засад гендерної політики в сучасній Україні

Розподіл оцінок експертами загального рівня розвитку гендерної політики в Україні засвідчує здебільшого низькі показники щодо окремих її складових (див. табл. 2.3.1). У середньому найвищі оцінки спостерігаються лише стосовно вітчизняного законодавства з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. Зокрема, 12% експертів схарактеризували рівень розвитку законодавчої бази як високий, 44% – як посередній, 36% вважають його низьким.

Інші складові гендерної політики дістали ще гірші оцінки вітчизняних експертів, включно з такими її компонентами, як створення мережі спеціалізованих інституцій з питань гендерної рівності, наукове забезпечення гендерних досліджень, включення знань з гендерної проблематики до кваліфікаційних вимог стосовно осіб, які обіймають посади в структурах державного управління, та запровадження гендерних курсів і тренінгів. Питома вага експертів, які високо оцінили рівень розвитку цих компонентів, коливалася на рівні 9%, водночас понад 40% експертів відзначили його низький рівень. Рівень розвитку решти аспектів гендерної політики був оцінений іще нижче.

Найнижчими виявилися оцінки експертами розвитку практики захисту від гендерної дискримінації через судові справи та подання скарг уповноваженим особам, бюджетне фінансування гендерної політики та рівень інформаційно-пропагандистської роботи з населенням (понад половину експертів погоджуються, що рівень розвитку цих складових залишається низьким).

Таким чином, можна стверджувати, що інституціональний механізм забезпечення гендерної рівності залишається недостатньо ефективним, оскільки, за оцінками провідних експертів, не задовольняє реальних потреб населення у багатьох сферах суспільного життя.

Таблиця 2.3.1. Експертні оцінки рівня розвитку засад гендерної політики в сучасній Україні, %

| Оцінювані позиції | Рівень розвитку | | | |
|--|-----------------|------------|---------|------------------|
| | Високий | Посередній | Низький | Важко відповісти |
| Законодавство з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків | 12 | 44 | 36 | 8 |
| Гендерно-правова експертиза нормативно-правових актів | 6 | 27 | 45 | 22 |
| Бюджетне фінансування заходів, спрямованих на формування гендерної культури населення | 8 | 19 | 60 | 13 |
| Комунікаційні взаємини між різними соціальними інституціями з гендерних питань | 7 | 37 | 45 | 11 |
| Інформаційно-пропагандистська робота з населенням з гендерної проблематики | 7 | 33 | 54 | 6 |
| Створення мережі спеціалізованих інституцій (окремих підрозділів) з питань гендерної рівності | 9 | 28 | 49 | 14 |
| Підготовка та перепідготовка кадрів у сфері гендерної політики | 5 | 26 | 49 | 20 |
| Фактичне врахування гендерної компоненти під час прийняття управлінських рішень різного рівня | 7 | 35 | 39 | 20 |
| Запровадження гендерних курсів і тренінгів у закладах освіти та виховання молоді всіх рівнів | 9 | 26 | 50 | 16 |
| Наукове забезпечення (соціологічні, економічні та психологічні дослідження; гендерно збалансована статистика тощо) | 9 | 33 | 41 | 18 |
| Включення знань з гендерної проблематики до кваліфікаційних вимог стосовно осіб, які обіймають посади у структурах державного управління | 9 | 25 | 45 | 20 |
| Поширеність практики захисту від гендерної дискримінації через судові справи та подання скарг уповноваженим особам | 7 | 25 | 50 | 18 |

2.4. Відповідність реального стану справ в окремих сферах життя населення України принципам гендерної рівності

Стосовно експертних оцінок відповідності реального стану справ в окремих сферах життя населення України принципам гендерної рівності (див. табл. 2.4.1) ситуація є сприятливішою. Найвище експерти оцінили рівність прав і можливостей жінок і чоловіків у царині освіти та науки (29 % вважають, що принцип гендерної рівності тут повністю дотримується, 37% переконані, що переважно дотримується). Щодо участі в політичних та виборчих процесах відповідні показники становлять 26% і 22%.

Необхідно зазначити, що у першому випадку ситуація справді відповідає експертним оцінкам, оскільки жінки та чоловіки мають рівні можливості доступу до здобуття освіти (принаймні її базового рівня); понад те, жінки становлять більшість студентів вищих навчальних закладів та більш як третину кандидатів наук. Проте в тому, що стосується участі в політичному житті, експертні оцінки суттєво розбігаються з фактичними показниками. Хоча жінки беруть рівну з чоловіками участь у виборчому процесі, вони мають значно менші шанси бути обраними до представницьких органів влади національного рівня²⁴.

Таблиця 2.4.1. Оцінки експертами відповідності проголошеного принципу ґендерної рівності реальному стану справ в окремих сферах життя (індекси відповідності*)

| Оцінювані позиції | Індекс відповідності |
|---|----------------------|
| Забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків у політичних виборчих процесах | 2,95 |
| Забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків у сфері державного управління та органах місцевого самоврядування | 3,03 |
| Забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків у сфері праці та підприємництва (доступ до робочих місць, однакова платня за рівну працю, доступ до кредитів, можливості кар'єрного просування тощо) | 3,18 |
| Забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків у царині освіти та науки (рівні можливості вступу до державних вищих навчальних закладів, до аспірантури й ординатури) | 3,78 |
| Забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків у царині сімейно-побутових відносин (розподіл домашньої праці, зменшення поширеності домашнього насилля, участь у прийнятті важливих для родини рішень, доступ до фінансів) | 2,89 |

* Індекс відповідності обчислено за 5-бальною шкалою, де 1 бал – "зовсім не відповідає"; 2 бали – "переважно не відповідає"; 3 бали – "важко сказати, відповідає, чи ні"; 4 бали – "переважно відповідає"; 5 балів – "повністю відповідає".

24 Парламентські вибори 2002 року унаочнили становище українських жінок у політиці. Тоді до ВРУ пройшло всього 23 жінки (5,1% від загального складу). Цей результат став найнижчим за всю історію українського парламентаризму і вчетверо меншим за представництво жінок у ВР часів УРСР, хоча жінки становили понад 60% виборців і переважну частину державного виконавчого апарату – 74,8% від загальної кількості.

Президентська кампанія 2004 року дещо поліпшила ситуацію із представництвом жінок у владі. Після значної ротації парламентських кадрів та просування партійних списків частка жінок у ВРУ зросла до 5,6%. Особливо позитивними виявилися зміни щодо їх представництва у виконавчих органах влади. Україна вперше отримала жінку – прем'єр-міністра та жінок – голів державних адміністрацій.

Вибори 2006 року хоча номінально й поліпшили ситуацію (у парламент пройшли 36 жінок (8% від загальної кількості депутатів), проте ані на крок не наблизили Україну не лише до європейських парламентів (23% жінок), а й до середньосвітових показників ґендерного представництва (14%).

Понад третину експертів вважають, що принцип ґендерної рівності тією чи тією мірою дотримується у сфері державного управління та в органах місцевого самоврядування, а також на вітчизняному ринку праці. Проте, на думку майже чверті експертів, принципу ґендерної рівності переважно не дотримуються в цих сферах. Так, з огляду на значний ґендерний розрив у рівні заробітної плати (2004 року середня заробітна плата жінок становила лише 68,6% від середньої заробітної плати чоловіків), поширення випадків ґендерної дискримінації при працевлаштуванні й обмежені можливості кар'єрного зростання жінок існування ґендерної рівності на ринку праці викликає сумніви.

Найнижче експерти оцінили ситуацію у сімейно-побутовій царині, тобто саме на тому рівні, де формуються традиційні ґендерні стереотипи щодо розподілу ролей жінок і чоловіків у суспільстві, започатковуються засади ґендерної культури населення. Лише 11% експертів оцінили рівень забезпечення рівних прав і можливостей у царині приватного життя населення як такий, що цілком відповідає принципу ґендерної рівності, 23% погодилися, що він переважно відповідає цьому принципу.

Одне слово, експертні оцінки свідчать, що всупереч численним міжнародним документам, ратифікованим Україною, та наявності власної нормативно-правової бази, що проголошує відсутність жодної дискримінації за ознакою статі, реальна ситуація залишається вельми далекою від задекларованої.

2.5. Найактуальніші напрями державної ґендерної політики

Неабиякий інтерес становлять експертні оцінки найактуальніших напрямів державної ґендерної політики (табл. 2.5.1). Переважна частина експертів (65% чоловіків і 65% жінок) погоджуються, що виховання й пропаганда серед населення України культури ґендерної рівності, поширення просвітницької діяльності у цій сфері мають вирішальне значення.

Наступними за рівнем актуальності напрямами ґендерної політики обрано розроблення та впровадження у повсякденну практику механізмів юридичної відповідальності щодо випадків дискримінації за ознакою статі (47% експертів погодилися, що цей напрям є важливим), упровадження механізмів позитивних дій з метою подолання ґендерного дисбалансу управлінських структурах у сферах праці та політики (відповідно 41% експертів), удосконалення законодавства з питань забезпечення рівних прав жінок і чоловіків (34% експертів), а також забезпечення рівних можливостей для жінок і чоловіків щодо поєднання професійних та сімейних обов'язків (39% експертів).

Цікаво, що останній зі згаданих напрямів викликав більше схвалення серед чоловіків (свою згоду з цим пунктом висловили 41% експертів чоловічої статі і 38% експертів-жінок), хоча загалом жінки були більш активними у визначенні важливих напрямів ґендерної політики. Доволі значною є перевага експертів-чоловіків у визначенні актуальності захисту суспільства від інформації, спрямованої на дискримінацію за ознакою

статі – питома вага експертів-чоловіків, які обрали цей захід, виявилася вдвічі вищою за питому вагу експертів-жінок (відповідно 44% проти 21%).

Таблиця 2.5.1. Оцінки експертами актуальності для українського суспільства окремих напрямів державної політики щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, %

| Оцінювані позиції | У середньому за масивом | Чоловіки n = 68 | Жінки n = 107 |
|---|-------------------------|--------------------|------------------|
| Удосконалення законодавства з питань забезпечення рівних прав жінок і чоловіків | 34 | 32 | 36 |
| Розроблення та впровадження у повсякденну практику механізмів юридичної відповідальності щодо випадків дискримінації за ознакою статі | 47 | 41 | 51 |
| Упровадження механізмів позитивних дій з метою подолання гендерного дисбалансу в управлінських структурах у сферах праці та політики | 41 | 34 | 45 |
| Забезпечення рівних можливостей жінкам і чоловікам щодо поєднання професійних та сімейних обов'язків | 39 | 41 | 38 |
| Виховання й пропаганда серед населення України культури гендерної рівності, поширення просвітницької діяльності у цій сфері | 65 | 65 | 65 |
| Захист суспільства від інформації, спрямованої на дискримінацію за ознакою статі | 30 | 44 | 20 |
| Створення державного (управлінського) механізму забезпечення гендерної рівності | 17 | 16 | 17 |
| Інше | 0,6 | 2 | – |

Найменш популярним серед експертів виявилось створення державного (управлінського) механізму забезпечення гендерної рівності (лише 17% обрали цей варіант), що свідчить про недостатню довіру до державних інституцій та сумніви в можливості ефективного функціонування їх.

Отже, експерти вважають найактуальнішим розвиток державної гендерної політики в плані виховання й пропаганди серед населення України культури гендерної рівності та поширення просвітницької діяльності в цій сфері.

2.6. Імплементация механізму гендерної рівності в діяльність різних соціальних інституцій

Поінформованість працівників різних установ стосовно Указу Президента України щодо призначення уповноважених з питань забезпечення рівних прав жінок і чоловіків.

26 липня 2005 року Президент України підписав Указ “Про вдосконалення роботи центральних і місцевих органів виконавчої влади щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків” № 1135, спрямований на підвищення ефективності державної політики та узгодженої співпраці органів виконавчої влади щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. Відповідно до положень цього Указу виконання обов'язків щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків у центральних та місцевих органах виконавчої влади покладено на заступників міністрів та керівників указаних органів. У зв'язку з цим в органах виконавчої влади мають визначатися особи, на яких покладається виконання обов'язків щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, організація у межах своїх повноважень діяльності відповідних органів.

Звісно, важливим є не лише виконання Указу Президента на рівні центральних і місцевих органів виконавчої влади, а й поінформованість стосовно нових можливостей розв'язання питань гендерної нерівності у різних соціальних інституціях, включно з тими, які мають громадський чи бізнесовий характер. Та й життєвий досвід свідчить, що прийняття важливого нормативно-правового акта ще не означає, що працівники різних установ і організацій одразу будуть поінформовані про нього, а тому можуть скористатися новими можливостями у сфері забезпечення рівних прав чоловіків і жінок. Тому було вирішено запитати експертів, чи поінформовані співробітники установ (організацій), у яких вони працюють, про відповідні зміни гендерного законодавства України.

Як свідчать оцінки експертів, у половині досліджуваних установ (організацій) їхні працівники не були належним чином поінформовані про Указ Президента України, згідно з яким у кожному органі виконавчої влади або місцевого самоврядування на одного із заступників керівника покладаються обов'язки уповноваженого з питань забезпечення рівних прав жінок і чоловіків (табл. 2.6.1). Тобто попри суттєві досягнення на шляху просування гендерної рівності обізнаність працівників з цих питань залишається дуже низькою, і переваги їх не використовуються на практиці. Так, лише 28% експертів повідомили, що в їхніх організаціях була проведена належна інформаційна робота, а ще 22% просто не пам'ятають про такий факт (тобто, знову ж таки, не користуються можливими перевагами).

Природно, що серед установ та організацій, працівники яких були поінформовані про відповідний Указ Президента, переважають державні установи – органи виконавчої влади національного й

обласного рівня та науково-дослідні установи, а також неурядові організації, діяльність яких пов'язана з проблемами ґендерної рівності (табл. 2.6.2). Водночас працівники бізнесових структур, роботодавці, представники засобів масової інформації і навіть профспілок демонструють повну необізнаність з цього питання.

Таблиця 2.6.1. Оцінки експертами поінформованості працівників їхніх установ про Указ Президента України щодо призначення в органах виконавчої влади або місцевого самоврядування уповноважених з питань забезпечення рівних прав жінок і чоловіків, %

| Варіанти відповідей | % усіх експертів |
|---------------------|------------------|
| Так | 28 |
| Не пам'ятаю | 22 |
| Ні | 50 |

Таблиця 2.6.2. Організації, працівники яких були поінформовані про відповідний Указ Президента України щодо "ґендерних" повноважень заступників керівників

| Типи організацій (N = 174) | Кількість організацій, працівники яких були поінформовані про відповідний Указ Президента України |
|--|---|
| Органи виконавчої влади національного рівня (n = 13) | 7 |
| Органи виконавчої влади обласного рівня (n = 33) | 19 |
| Неурядові жіночі організації (n = 9) | 7 |
| Правозахисні неурядові організації (n = 14) | 4 |
| Науково-дослідні установи (n = 10) | 3 |
| Інші (n = 95) | 9 |

Практично 80% експертів зазначили, що їм невідоме прізвище особи, на яку покладено обов'язки уповноваженого (координатора) з питань ґендерної рівності в їхній (або вищій за рангом) організації.

Заходи ґендерного спрямування. Про заходи ґендерного спрямування в установах та організаціях, де працюють експерти, повідомили лише 49%. Решта експертів зазначили, що впродовж останнього року жодної роботи з ґендерних питань на їхніх робочих місцях не проводили (табл. 2.6.3).

Стосовно "ґендерних" заходів, які були запроваджені в організаціях експертів, необхідно відзначити досить різноплановий характер їх. Найпопулярнішими виявилися заходи просвітницького характеру (лекції, перегляд кінофільмів тощо), які були спрямовані на підвищення обізнаності працівників з ґендерних проблем; про них повідомили 22% експертів. Основна частина їх представляла державні органи виконавчої влади різних рівнів, не-

урядові жіночі організації та засоби масової інформації. Можна припустити, що поширеність таких заходів є результатом не лише державної політики, спрямованої на підвищення обізнаності державних службовців та інших верств населення з ґендерної проблематики, а й просвітницької діяльності неурядових організацій та міжнародних донорських структур.

Про заходи, спрямовані на поліпшення можливостей сумісництва трудових та сімейних обов'язків працівників їхніх організацій, повідомили 16% експертів. Позитивно, що вони репрезентували практично всі типи досліджуваних установ та організацій. Проте рівень поширення таких заходів залишає бажати кращого з огляду на актуальність ґендерних проблем у сімейно-побутовій царині з одного боку, та на ринку праці – з іншого.

Ще менш популярними виявилися такі заходи, як розгляд скарг на випадки дискримінації за ознакою статі та аналіз ґендерного балансу/дисбалансу кадрового складу організацій, про які згадали по 10% експертів. Це означає, що така практика й досі залишається недостатньо розвиненою в Україні, хоча набула значного поширення в розвинених країнах.

Зрештою здійснення позитивних дій щодо ґендерного балансу в кадровій політиці організації (просування жінок на керівні посади, якщо якості претендентів жінок та чоловіків рівні, тощо) та організація навчання підлеглих з питань реалізації рівних прав та можливостей жінок і чоловіків виявилися найменш популярними. Питома вага цих заходів у всіх відповідях експертів не перевищувала 10%.

Серед інших заходів ґендерного спрямування експерти зазначили організацію тематичних конференцій, круглих столів, прес-клубів, а також участь у розробленні правових актів.

Таблиця 2.6.3. Діяльність з ґендерних питань, здійснювана впродовж останнього року в організаціях (установах), де працюють експерти

| Оцінювані позиції | % експертів |
|---|-------------|
| Заходи просвітницького характеру з ґендерних проблем (лекції, перегляд кінофільмів тощо) | 22 |
| Розгляд скарг на випадки дискримінації за ознакою статі | 10 |
| Організація навчання підлеглих з питань реалізації рівних прав та можливостей жінок і чоловіків | 8 |
| Здійснення позитивних дій щодо ґендерного балансу в кадровій політиці організації (просування жінок на керівні посади, якщо якості претендентів жінок та чоловіків рівні, тощо) | 9 |
| Аналіз ґендерного балансу/дисбалансу кадрового складу Вашої організації | 10 |
| Проведення заходів, спрямованих на поліпшення можливостей сумісництва трудових та сімейних обов'язків працівників Вашої організації | 16 |
| Інше | 8 |
| Жодних заходів не проводилося | 51 |

Третина експертів зазначили, що ініціатором організації таких заходів були безпосередньо уповноважені особи з питань забезпечення рівних прав та можливос-

тей жінок і чоловіків відповідної організації, стільки ж сказали, що заходи були організовані за ініціативи керівництва організації вищого рангу. Серед решти організаторів заходів гендерного спрямування називали інших працівників власних організацій, громадські організації з гендерних питань, профспілки та недержавні правозахисні організації (табл. 2.6.4).

Таблиця 2.6.4. Ініціатори проведення заходів з гендерних питань в організаціях (установах), де працюють експерти

| Ініціатор проведення заходів | % експертів |
|--|-------------|
| Безпосередньо уповноважена особа (координатор) з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків Вашої організації (установи) | 34 |
| Інший працівник(-ця) Вашої організації | 12 |
| Керівництво організації, вищої за рангом | 36 |
| Громадська організація з гендерних питань | 8 |
| Профспілка | 2 |
| Недержавна правозахисна організація | 1 |
| Інше | 11 |
| Важко сказати/не пам'ятаю | 14 |

Аналіз ставлення співробітників до заходів з гендерної проблематики, що проводилися в їхніх організаціях, доводить існування значної гендерної варіативності їхніх поглядів (табл. 2.6.5). Жінки-експерти були схильні більш позитивно оцінювати такі заходи, зокрема переважна більшість їх (74%) зазначили, що жіноча частина працівників їхніх організацій сприймала такі заходи цілком позитивно, 17% обрали позицію “радше позитивно”.

Ставлення чоловіків-експертів виявилось не таким однозначним. Хоча 48% експертів наголосили, що чоловіки назагал цілком позитивно ставилися до організації “гендерних” заходів, а 27% із них – радше позитивно, доволі високою залишається частка експертів, яким важко оцінити ставлення до цього чоловіків, а 4% експертів навіть відзначили негативне ставлення чоловіків до таких заходів.

Таблиця 2.6.5. Оцінки експертами сприйняття проведених заходів з гендерних питань більшістю чоловіків і жінок – співробітників їхніх організацій, %

| Сприйняття гендерних заходів | Чоловіками | Жінками |
|------------------------------|------------|---------|
| Цілком позитивно | 48 | 74 |
| Радше позитивно | 27 | 17 |
| Важко сказати | 21 | 8 |
| Радше негативно | 4 | – |

Переважна частина експертів відзначили високу якість проведення заходів з гендерної тематики (76%), причому 11% з них оцінили її дуже високо (табл. 2.6.6).

Таблиця 2.6.6. Оцінки експертами якості проведення “гендерних” заходів

| Варіанти відповідей | % |
|---------------------|----|
| Дуже висока | 11 |
| Висока | 65 |
| Важко сказати | 21 |
| Низька | 2 |
| Дуже низька | 1 |

Таким чином, попри розвиток норм гендерної рівності на національному рівні обізнаність громадян України з цих питань залишається дуже низькою і переваги їх не використовують на практиці. Фактично відповідну інформаційно-роз'яснювальну роботу здійснюють лише в частині підприємств (організацій, установ), тож зрештою навіть більшість експертів – людей, найповніше поінформованих щодо гендерної політики та механізмів впровадження гендерної рівності в українському суспільстві, не знають прізвища осіб, на яких покладено обов'язки уповноважених (координаторів) з питань гендерної рівності в їхніх (або вищих за рангом) організаціях.

Відповідно і заходи гендерного спрямування мають місце лише в частині організацій (установ, підприємств). При цьому аналіз ставлення співробітників до заходів з гендерної проблематики, що проводилися в їхніх організаціях, виявляє значну гендерну варіативність їхніх поглядів, що полягає, передусім, у тому, що жінки схильні більш позитивно оцінювати такі заходи, ніж чоловіки.

Обізнаність населення України щодо своїх законних прав звертатися до компетентних органів у разі дискримінації за ознакою статі. Дуже незначна частина експертів вважає, що населення України повною мірою обізнане щодо своїх законних прав звертатися до компетентних органів у разі дискримінації за ознакою статі (табл. 2.6.7). Назагал можна стверджувати, що експертні оцінки відповідають загальному стану справ, оскільки відсутність прикладів відповідних судових позовів, скарг тощо свідчить не лише про низьку активність населення, а й про недостатню обізнаність з цих питань.

Такі відповіді експертів як “обізнане частково” та “не обізнане зовсім” розподілилися практично порівну. Проте якщо серед чоловічої частини експертів були назагал поширені вищі оцінки рівня обізнаності населення (52% з них зазначили, що населення частково обізнане з цих питань, а 34% – що не обізнане зовсім), то жінки-експерти гірше оцінили ситуацію. Зокрема, 48% експертів-жінок вважають, що населення України зовсім не обізнане з можливістю законодавчого захисту своїх прав у разі дискримінації, а 43% – що обізнане лише частково.

Організації, які могли б надати допомогу в разі дискримінації за ознакою статі. Значний інтерес становлять відповіді експертів на запитання щодо організацій, які могли б надати допомогу в разі дискримінації за ознакою статі (табл. 2.6.8). Трохи понад половину експертів вважають, що реальну допомогу й захист можуть надати правозахисні органи та суди. Досить високою є довіра експертів до громадських організацій, діяльність яких пов'язана із гендерними питаннями, – 25% експертів звернулося би по кваліфіковану допомогу до вітчизняних НУО, 16% – до міжнародних правозахисних організацій. Про те,

що їм не відомі організації, які могли б надати допомогу в разі дискримінації за ознакою статі, повідомили 15% експертів, ще 6% вагалися з відповіддю на це запитання.

Таблиця 2.6.7. Оцінка експертами обізнаності населення України щодо своїх законних прав звертатися до компетентних органів у випадках дискримінації за ознакою статі, %

| Міра обізнаності населення | У середньому за масивом | Чоловіки n = 68 | Жінки n = 107 |
|----------------------------|-------------------------|-----------------|---------------|
| Обізнане повною мірою | 3 | 2 | 4 |
| Обізнане частково | 46 | 52 | 43 |
| Необізнане зовсім | 42 | 34 | 48 |
| Важко відповісти | 9 | 13 | 6 |

Жінки-експерти більше схильні покладатися на допомогу своєї сім'ї та родичів у разі порушення їхніх прав, а також більшою мірою обізнані про діяльність міжнародних правових організацій. З іншого боку, переважна частина чоловіків-експертів звернулися би в цьому разі до уповноважених осіб з гендерних питань (власних організацій або місцевих рад) і навіть до тіньових структур.

Таблиця 2.6.8. Оцінка експертами ефективності організацій, які реально можуть захистити інтереси громадян у разі дискримінації за ознакою статі, %

| Варіанти відповідей | % усіх експертів | Чоловіки n = 68 | Жінки n = 107 |
|---|------------------|-----------------|---------------|
| Правозахисні органи та суд | 52 | 52 | 52 |
| Профспілка | 3 | 2 | 4 |
| Уповноважена особа/ координатор з гендерних питань організації/установи, де Ви працюєте | 10 | 12 | 9 |
| Громадські організації з гендерних питань | 25 | 24 | 25 |
| Уповноважена особа (координатор) з гендерних питань місцевої Ради | 3 | 7 | 1 |
| Моя сім'я, родичі | 11 | 6 | 14 |
| Міжнародні правозахисні організації | 16 | 10 | 19 |
| Тіньові структури | 1 | 2 | – |
| Мені не відомі такі організації | 15 | 19 | 12 |
| Інше | 3 | 3 | 4 |
| Важко відповісти | 6 | 4 | 8 |

Отже, на думку експертів, більшість населення України лише частково обізнана щодо своїх законних прав звертатися до компетентних органів у разі дискримінації за ознакою статі. Причому нерідко про діяльність

організацій, покликаних захищати інтереси громадян у випадках дискримінації за ознакою статі, чоловіки поінформовані гірше за жінок.

2.7. Оцінка експертами функціонування національного механізму впровадження ґендерної політики

Здійснення Верховною Радою України парламентського контролю за дотриманням наявних законодавчих актів з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. Від 1 січня 2006 року набув чинності Закон України "Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків". Цим документом проголошено досягнення паритетного становища жінок і чоловіків у всіх сферах життєдіяльності суспільства шляхом правового забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, подолання дискримінації за ознакою статі та застосування спеціальних тимчасових заходів, спрямованих на усунення дисбалансу між можливостями жінок і чоловіків реалізовувати рівні права, надані їм Конституцією і законами України²⁵. Цим нормативно-правовим актом на законодавчому рівні було визнано, що ґендерна нерівність в Україні існує. Від терміну його підписання, звісно, пройшло замало часу, щоб говорити про ефективне впровадження. А з огляду на постійну політичну нестабільність в країні, зміни урядів та орієнтацію нового керівництва на розв'язання економічних проблем можна передбачити, що ймовірність негайного запровадження механізмів ґендерної рівності нульова.

Зокрема, Законом передбачено парламентський контроль у межах Конституції України за дотриманням наявних законодавчих актів з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. Проте, як свідчать результати проведеного експертного дослідження (див. табл. 2.7.1), лише 3 експертів зі 175 (тобто близько 3%) підтвердили, що такий контроль повністю здійснюється. Половина експертів зазначила, що контроль існує, але лише деякою мірою, тоді як 28% вважають, що Верховна Рада України зовсім не контролює дотримання відповідного законодавства. Кожен третій експерт, незалежно від статі, вагався із відповіддю на це запитання, що підтверджує гіпотезу, що зараз ґендерні проблеми не є першочерговими.

Проте, як засвідчив аналіз, обізнаність значною мірою залежить від категорії експерта²⁶.

Найменш обізнаною категорією виявилися "інші працівники", серед яких кожен другий визнав, що йому важко відповісти на це запитання. Серед інших категорій експертів дві третини опитаних визначилися з власною оцінкою. До того ж керівники організацій, їхні заступники та відповідальні працівники з гендерних

²⁵ Закон України "Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків". http://www.pension.kiev.ua/Ukr/Law_Base/NonFormatted/z-2866.html

²⁶ Опитано 4 категорії експертів: уповноважена особа з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок та чоловіків в організації (5 осіб у вибірці), керівник/заступник керівника організації (107 осіб), відповідальний працівник з гендерних питань (8 осіб) та інші працівники (55 осіб).

питань найобізнанішими є у Львівській, Житомирській та Донецькій областях (лише 10% експертів із цих регіонів вагалися з відповіддю), тоді як серед відповідних експертів із Криму, Одеської, Київської областей ця частка сягає 41%. Звісно, такий низький рівень обізнаності експертів можна пояснити тим, що Закон було прийнято менш як рік тому, й оскільки контроль, як було зазначено, повною мірою не здійснюється, то лише ті, хто самостійно цікавиться питаннями гендерної рівності, знають, чи виконується цей документ.

Таблиця 2.7.1. Оцінка експертами здійснення Верховною Радою України контролю за дотриманням рівних прав жінок і чоловіків (N = 175)

| Варіанти відповідей | Жінки n = 107 | | Чоловіки n = 68 | |
|---------------------|----------------|----|-----------------|----|
| | Кількість осіб | % | Кількість осіб | % |
| Повністю здійснює | 2 | 2 | 1 | 2 |
| Деякою мірою | 33 | 31 | 26 | 38 |
| Зовсім не здійснює | 31 | 29 | 18 | 27 |
| Важко відповісти | 41 | 38 | 22 | 32 |

Закон визначає, хто, яким чином і спільно з ким має створювати умови для гендерної рівності та здійснювати контроль за недопущенням випадків гендерної дискримінації, тобто передбачений певний механізм забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. Чи було цей механізм насправді втілено в життя? Експерти стверджують, що здебільшого в реальному житті механізм функціонує нечасто. Як виявилось під час дослідження, між оцінкою функціонування механізму та оцінкою парламентського контролю існує тісний лінійний зв'язок. Це означає, по-перше, що у сприйнятті експертів ситуація з парламентським контролем та механізмом забезпечення гендерної рівності однакова та, по-друге, експерти рівною мірою обізнані з обох питань. Такий висновок дає підстави припустити, що кожен п'ятий експерт, незалежно від статі й категорії, належним чином не відстежує динаміки змін у суспільстві, пов'язаних із гендерною рівністю.

Таблиця 2.7.2. Оцінка експертами функціонування механізму забезпечення гендерної рівності (N = 173)

| Варіанти відповідей | Жінки n = 105 | | Чоловіки n = 68 | |
|--|----------------|----|-----------------|----|
| | Кількість осіб | % | Кількість осіб | % |
| Я знаю багато прикладів функціонування | 4 | 4 | 2 | 3 |
| Іноді функціонує | 42 | 40 | 38 | 56 |
| Ніколи не функціонує | 36 | 34 | 15 | 22 |
| Важко відповісти | 23 | 22 | 13 | 19 |

Таблиця 2.7.3. Оцінка експертами наявності певних складових національного механізму впровадження гендерної політики*

| Оцінювані позиції | Коефіцієнт наявності** | К-ть осіб | | % (у середньому за масивом) |
|---|------------------------|-----------------|---------------|-----------------------------|
| | | Чоловіки n = 68 | Жінки n = 107 | |
| Організація навчання державних службовців з питань реалізації рівних прав та можливостей жінок і чоловіків | 1,6 | 24 | 39 | 57 |
| Залучення НУО і громадськості до розв'язання проблем гендерної дискримінації | 1,6 | 32 | 35 | 56 |
| Регулярність здійснення аналізу становища жінок і чоловіків на національному рівні | 1,5 | 30 | 34 | 52 |
| Координація діяльності міністерств, інших органів виконавчої влади, НУО тощо стосовно впровадження рівності жінок і чоловіків у всі сфери життя | 1,5 | 26 | 30 | 48 |
| Призначення в установах уповноважених осіб (координаторів) з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків | 1,4 | 22 | 29 | 44 |
| Урахування гендерної складової під час формування суспільно важливих програм і проектів | 1,4 | 24 | 28 | 42 |
| Можливість впливу НУО на розроблення урядом гендерної політики в усіх сферах | 1,4 | 22 | 28 | 42 |
| Створення ресурсних інформаційно-аналітичних центрів з гендерної проблематики для громадян у регіонах | 1,4 | 23 | 30 | 41 |
| Розвиток відомчих стратегій гендерної політики | 1,3 | 15 | 19 | 32 |
| Розроблення та впровадження методів урахування неоплачуваної домашньої праці в систему національної звітності | 1,1 | 6 | 5 | 9 |

Примітка. *У таблиці наведено кількість осіб, які визнали зазначену складову наявною в національному механізмі впровадження гендерної рівності. Дані в середньому за масивом наведено у відсотках для зручності порівняння.

** Коефіцієнт є середнім значенням наявності за шкалою "1"-відсутній, "2" – наявний, тобто чим більше значення має коефіцієнт, тим більше експертів вважають складову наявною в механізмі впровадження гендерної політики в державі.

Механізм забезпечення ґендерної рівності передбачає участь конкретних організацій та установ у розв'язанні цієї проблеми, здійснення заходів, спрямованих на подолання дискримінації (табл. 2.7.2). 57% експертів, незалежно від категорії, зазначили, що організація навчання державних службовців з питань реалізації рівних прав та можливостей жінок і чоловіків та залучення НУО і громадськості до розв'язання проблем ґендерної дискримінації в українському суспільстві присутні більше за решту складових національного механізму впровадження ґендерної політики.

З іншого боку, саме щодо організації навчання держслужбовців експерти є найменш поінформованими. Це може бути додатковим свідченням того, що інформація про державні заходи у сфері ґендерної політики не поширюється належним чином, або свідченням низького рівня зацікавленості експертів у діяльності держави. Кожен другий експерт вважає наявним регулярний аналіз становища жінок та чоловіків на національному рівні, а також координацію діяльності органів виконавчої влади та НУО у впровадженні рівних прав у всі царини життя. Фактично поза увагою державної стратегії ґендерної політики, на думку експертів, залишилося питання розроблення й упровадження методів урахування неоплачуваної домашньої праці в систему національної звітності (лише 9% вважають її наявною).

Таблиця 2.7.4. Оцінка експертами участі різних організацій у забезпеченні рівних прав чоловіків і жінок (коефіцієнти участі)*

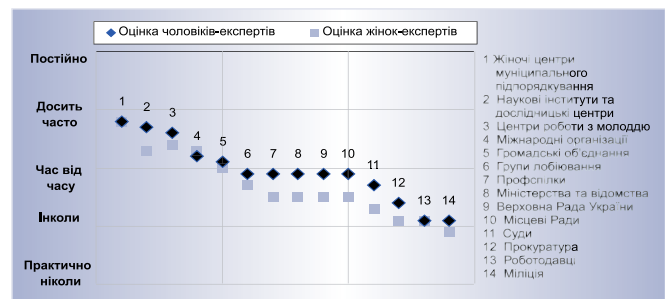
| Оцінювані позиції | Чоловіки n = 68 | Жінки n = 107 |
|---|--------------------|------------------|
| Жіночі центри муніципальної підпорядкованості | 3,8 | 3,8 |
| Наукові інститути та дослідницькі центри | 3,7 | 3,3 |
| Центри роботи з молоддю | 3,6 | 3,4 |
| Міжнародні організації | 3,2 | 3,3 |
| Громадські об'єднання | 3,1 | 3,0 |
| Групи лобювання | 2,9 | 2,7 |
| Профспілки | 2,9 | 2,5 |
| Міністерства та відомства | 2,9 | 2,5 |
| Верховна Рада України | 2,9 | 2,5 |
| Місцеві Ради | 2,9 | 2,5 |
| Суди | 2,7 | 2,3 |
| Прокуратура | 2,4 | 2,1 |
| Роботодавці | 2,1 | 2,1 |
| Міліція | 2,1 | 1,9 |

Примітка. *Коефіцієнт участі кожної організації обчислено як середнє значення за 5-бальною шкалою, де «1» – «Практично ніколи не беруть участі», «5» – «Постійно беруть участь».

Участь об'єднань, установ та організацій у забезпеченні рівності прав чоловіків і жінок. Проблема ґендерної нерівності перейшла з індивідуального рівня на суспільний ще на початку ХХ ст. Почали створюватися організації захисту прав жінок, набув поширення рух феміністів. Проте ці процеси оминали Україну, адже від відносно емансипованого Заходу її відділяла, за висловом Рузвельта, "залізна завіса". Сьогодні проблема ґендерної нерівності в Україні вже не є особистою справою самих лише жінок, доказом чого слугує прийняття відповідного закону та залучення різноманітних організацій до розв'язання ґендерних питань.

На думку експертів, центри, які б постійно опікувалися конкретними процедурами забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, в Україні відсутні. Проте, за даними дослідження, найчастіше долучаються до цих процедур жіночі центри муніципального підпорядкування (табл. 2.7.4, діаграма 2.7.1). Більшість експертів вважає, що ці організації досить часто беруть участь у розв'язанні конкретних справ. Участь правоохоронних органів (міліції, прокуратури, судів) та роботодавців є найнижчою (середня оцінка перебуває на шкалі між позначками "інколи" та "практично ніколи"), зокрема міліція посідає останнє місце за рівнем залучення до конкретних справ.

Діаграма 2.7.1. Оцінка експертами участі різних організацій у забезпеченні рівних прав чоловіків і жінок



Загалом серед усіх організацій можна виокремити три групи, які відрізняються одна від одної за рівнем активності щодо участі в конкретних процедурах забезпечення рівних прав та можливостей представників обох статей:

1. Центри та установи, що найчастіше долучаються до конкретних процедур. До цієї групи належать жіночі центри муніципальної підпорядкованості, наукові інститути й дослідницькі центри та центри роботи з молоддю. Також сюди можна віднести громадські організації, хоча середня оцінка їхньої діяльності становить 3, тобто перебуває якраз на нижній межі групи. Узагальнено цю групу можна назвати групою недержавної активності. Незважаючи на те, що перелічені організації залучаються до практичного розв'язання ґендерних проблем не постійно, їхню участь експерти вважають доволі частою.
2. Організації та об'єднання, що час від часу залучаються до конкретних процедур. На підставі експертних оцінок до цієї групи ввійшли групи лобювання, профспілки, міністерства та відомства, Верховна Рада України та місцеві ради. Їхні оцінки на шкалі перебувають між позначками "час від часу" та "інколи", до того ж цікавою особливістю другої групи є те, що всі установи в її межах оцінено експертами однаково (середній бал становить 2,6), тоді як у першій та третій групах організації диференційовані за рівнем активності. Тобто якщо говорити про кількісне оцінювання активності другої групи, то можна сказати, що вона бере участь у половині конкретних процедур із забезпечення рівних прав та можливостей чоловіків і жінок. Загалом цю групу можна назвати групою державних установ, оскільки більшість у ній становлять органи законодавчої та виконавчої влади. Чоловіки-експерти в середньому оцінюють залучення цих установ дещо вище за експертів-жінок.

3. Найменш активні організації. Найменш активними експерти визначили суди, прокуратуру, роботодавців та міліцію. Таке низьке залучення правоохоронних органів можна пояснити тим, що громадяни не схильні звертатися до них по допомогу, а радше довіряють свої проблеми спеціалізованим центрам або залагоджують їх самостійно²⁷. Загалом цю категорію організацій можна назвати групою правоохоронних органів.

У наведеному розподілі акцент більшою мірою було зроблено на участь державних і недержавних органів у конкретних процедурах із забезпечення гендерної рівності, проте варто звернути окрему увагу на сферу праці, оскільки саме тут увиразнюється ієрархічність статей. Такі явища, як "скляна стеля"²⁸, нерівна оплата праці за однакову роботу, статева дискримінація під час наймання на роботу є відомими й актуальними у західних жіночих рухах. Щодо сфери праці в українському суспільстві, то залучення її організацій та об'єднань до розв'язання гендерних питань, на думку експертів, є чи не найнижчою серед усіх громадських і державних організацій. Зокрема, звернувшись до цифр, можна побачити, що роботодавці фактично не долучаються до конкретних справ із забезпечення рівності прав чоловіків та жінок (рівень залученості оцінений експертами як 2,1 за 5-бальною шкалою). Дещо активнішими є профспілки (2,6 бала), проте якщо зважати на активність інших недержавних установ (зокрема, наукових інститутів та дослідницьких центрів, центрів роботи з молоддю), то для профспілок це питання також не має достатньої ваги, щоб часто долучатися до його практичного розв'язання.

На підставі отриманих даних можна дійти висновку, що забезпечення гендерної рівності в усіх сферах суспільного життя є здебільшого справою жіночих центрів та науково-дослідних установ.

Ставлення до створення спеціального Міністерства України з рівних прав та можливостей громадян. Наявність гендерної рівності часто вважається ознакою громадянського суспільства, тому в багатьох країнах Західної Європи це питання набуло загальнодержавного значення. Зокрема, у Великій Британії у законодавчих та виконавчих органах влади існують спеціальні комітети, які стежать за дотриманням рівних можливостей громадян. Поняття "рівні можливості" охоплює запобігання дискримінації громадян за ознакою статі, сімейного стану, расової належності, фізичних вад, віку, сексуальної орієнтації, мови, соціального походження чи інших рис, що характеризують особистість, зокрема політичних поглядів²⁹.

Проте, на думку українських експертів, створення

²⁷ За результатами опитування громадської думки в межах даного дослідження.

²⁸ Термін використовують у ситуації, коли керівні посади обіймають переважно чоловіки. "Стелею" така ситуація називається через те, що жінки за гендерною ознакою обмежені в кар'єрному просуванні. "Скляною", бо ці обмеження одразу не помітні. Авторство терміна приписують Керолу Хімовіцю (Carol Hymowitz) та Тімоті Шелхардту (Timothy Schellhardt), які вперше вжили його в газеті Wall Street Journal за 24.03.1986. (Можливо, термін вживався раніше у безрезовому числі Adweek у статті Гея Брайанта (Gay Bryant). За матеріалами сайту http://en.wikipedia.org/wiki/Glass_ceiling

²⁹ Бевеєрдж Ф., Нот С., Стівен К. Стратегія рівності і процес формування політики: засоби, що ведуть до мети. Гендер і державна політика. – К.: Основи, 2004. – С. 277 – 312.

такого органу в Україні є зайвим (60% експертів дотримуються такої думки). Лише кожен п'ятий експерт визнає необхідність створення Міністерства України з рівних прав та можливостей громадян (табл. 2.7.5). До того ж це не пов'язано з низьким рівнем обізнаності експертів щодо діяльності парламенту з гендерної рівності. Судячи з цього, можна висунути гіпотезу, що обізнаність експертів щодо діяльності в плані забезпечення гендерної рівності в Україні не формує думки про необхідність створення спеціальних органів у структурі виконавчої влади. Можливо, глибше ознайомлення з міжнародним досвідом зможе змінити ситуацію.

Троє експертів запропонували свій варіант відповіді, який полягав у створенні не Міністерства, а якогось іншого органу, наприклад департаменту, який би опікувався питаннями рівних можливостей громадян. Якби така альтернатива була запропонована іншим експертам, цілком можливо, що розподіл відповідей виявився б іншим, оскільки Міністерство, як свідчать дані, є занадто масштабним органом для цілей забезпечення рівних можливостей, а менш масштабного запропоновано не було. Тому негативні оцінки щодо створення Міністерства України з рівних прав та можливостей громадян не означають автоматично заперечення створення іншої соціальної інституції, яка б опікувалася цими питаннями.

Таблиця 2.7.5. Оцінка експертами необхідності створення Міністерства України з рівних прав та можливостей громадян

| Варіанти відповідей | Чоловіки n = 68 | Жінки n = 107 | У середньому за масивом |
|---------------------|--------------------|------------------|----------------------------|
| Потрібно | 19 | 22 | 21 |
| Не потрібно | 63 | 58 | 60 |
| Важко сказати | 16 | 17 | 17 |

Оцінки достатності коштів, виділених урядом, на впровадження політики гендерної рівності. Більшість експертів переконані, що виділених урядом коштів недостатньо для впровадження політики гендерної рівності в Україні. Така оцінка певним чином пояснює, чому сьогодні ще зарано говорити про створення спеціальних структур (на кшталт Міністерства з рівних прав та можливостей громадян), які б займалися безпосередньо впровадженням гендерної політики в усіх сферах українського суспільства.

Таблиця 2.7.6. Ставлення експертів до виділених урядом коштів на впровадження політики гендерної рівності

| Варіанти відповідей | Кількість осіб | % |
|---------------------|----------------|----|
| Цілком достатньо | 14 | 8 |
| Недостатньо | 101 | 58 |
| Важко сказати | 56 | 32 |

Таким чином, експерти здебільшого не підтримують необхідності створення спеціалізованого Міністерства з рівних прав та можливостей громадян, хоча, можливо, за відповідних умов вони могли б підтримати ідею створення іншої, меншої за Міністерство, спеціалізованої інституції такого спрямування. До того ж вони переконані, що виділених урядом коштів недостатньо для впровадження політики гендерної рівності в Україні.

2.8. Висвітлення проблеми ґендерної рівності у ЗМІ

Оцінка експертами достатності пропаганди загальними програмами телебачення тематики ґендерної рівності. Як відомо, ЗМІ є одним із основних агентів соціалізації. У сучасному суспільстві неможливо уникнути впливу мас-медіа. Фільми, телебачення, газети, журнали не лише інформують суспільство про події, а й здійснюють соціалізацію – презентують цілий комплекс моделей поведінки у різних життєвих сферах – спілкування, кар'єра, взаємини в родині та на роботі. З огляду на значення засобів масової інформації в сучасному суспільстві можна говорити, що саме вони мають відігравати вагомий роль у формуванні ґендерної свідомості, у визначенні шляхів подолання ґендерної асиметрії й створенні гармонійного суспільства. Успішність цього визначатиметься тим, наскільки професійно журналісти, рекламисти, керівники засобів масової комунікації, дотримуючись етики й об'єктивності відображення дійсності, демонструватимуть ґендерні цінності й пріоритети, розпізнаватимуть ґендерні проблеми, шукатимуть шляхи подолання їх. За умови демократичних перетворень українського суспільства ЗМІ стають невід'ємним елементом формування ґендерної рівності.

Проте, за даними експертного опитування, пропаганда ґендерної рівності в сучасному українському медіа-просторі фактично відсутня. Так, лише 11% експертів, тобто фактично кожен десятий, визнали пропаганду ґендерної рівності у програмах телебачення цілком достатньою (табл. 2.8.1).

Таблиця 2.8.1. Оцінка експертами наявності пропаганди тематики ґендерної рівності у програмах телебачення

| Варіанти відповідей | Кількість осіб | % |
|---------------------|----------------|----|
| Цілком достатня | 20 | 11 |
| Недостатня | 124 | 71 |
| Важко сказати | 28 | 16 |

ґендерно дискримінаційні висловлювання та порушення ґендерної збалансованості в програмах телебачення. Експерти відзначають порушення ґендерної збалансованості у програмах сучасного телебачення. Зокрема, найчастіше вона виявляється у присутності висловлювань, образливих для обох статей. Проте експерти-жінки частіше помічають наявність таких висловлювань, що може свідчити про більшу кількість їх саме стосовно жінок.

Час від часу, на думку експертів, у програмах трапляються порушення ґендерного балансу з точки зору домінування матеріалів, які відображають діяльність чи думки представників тільки однієї статі, поширення матеріалів, які пропагують ґендерне фізичне та психологічне насилля, підбір експертів переважно однієї статі для участі в програмі (незалежно від теми програми). Ця оцінка вже не залежить від статі експерта та його категорії.

Таблиця 2.8.2. Оцінка експертами наявності ґендерно дискримінаційних висловлювань та порушень ґендерної збалансованості у передачах телебачення (індекси наявності **)

| Оцінювані позиції | Жінки n = 107 | Чоловіки n = 68 |
|--|------------------|--------------------|
| Присутність висловлювань, образливих для будь-якої статі | 3,0* | 2,5* |
| Порушення ґендерного балансу з точки зору домінування матеріалів, які відображають діяльність чи думки представників тільки однієї статі | 2,7 | 2,5 |
| Поширення матеріалів, які пропагують ґендерне фізичне та психологічне насилля | 2,6 | 2,6 |
| Підбір експертів переважно однієї статі для участі в програмі (незалежно від теми програми) | 2,5 | 2,2 |

Примітка. *Зірочкою позначено значущу різницю в оцінках чоловіків-експертів та жінок-експертів.

** Оцінка є середнім значенням за 5-бальною шкалою: 1 – «практично ніколи», 2 – інколи, 3 – «час від часу», 4 – «достатньо часто», 5 – «постійно».

ґендерні аспекти реклами у засобах масової інформації. Особливу увагу слід звернути на рекламу, що транслюється по телебаченню. Згідно з М. Фуко, інформація про товари і послуги становить «первинний дискурс» реклами, а уявлення про суспільство та взаємини в ньому – «вторинний дискурс». Саме у вторинному дискурсі містяться значеннєві коди, невидимі ієрархії, що мають засадове значення. У первинному дискурсі може йтися, наприклад, про те, наскільки чисто пере порошок, як чудово працює нова кухонна техніка, який незабутній запах у парфумів тощо. А вторинний дискурс інформує про те, хто має прати порошком, готувати їжу, хто має приймати рішення за допомогою комп'ютера та кому треба поводитися сексуально, щоб досягти успіху в житті³⁰.

Характерним для сучасної реклами є подання жінки як менш компетентної у знаннях та справах. За результатами дослідження, на цей факт звертають увагу 42% експертів-жінок та 21% експертів-чоловіків (табл. 2.8.3). До того ж чоловікам переважно байдужий такий ракурс висвітлення ґендерних образів (37%), окрім того, 17% експертів-чоловіків вважають, що це насправді так. Цікаво, що серед експертів-жінок значно більше тих, кому важко визначитися (25% порівняно із 13% серед чоловіків). Це може свідчити про те, що чоловіки-експерти більш визначені у своїх поглядах, а саме в байдужості до ґендерних образів реклами. Жінки-експерти частіше вагаються, тобто серед них більше невпевнених у тому, що жінку висвітлюють як менш компетентну.

Актуальність тем, які мають висвітлюватися першою чергою. Суспільство є ґендерно асиметричним у різних сферах і, відповідно, ґендерні проблеми набувають різної ваги. На думку експертів, найактуальнішою проблемою для України є фізичне та психологічне насилля в сім'ї (табл. 2.8.4). Це, найімовірніше, пов'язане з тим, що насилля в сім'ї зазнають переважно жінки (учетверо частіше за чоловіків)³¹. Як свідчать результати експертного

30 Грошев І.В. Рекламные технологии гендера // Общественные науки и современность. – 2000. – № 4.

31 За результатами опитування громадської думки в межах даного дослідження.

дослідження, проблему насилля визнають актуальною однаковою мірою як чоловіки, так і жінки. Наступною за актуальністю є проблематика проституції й торгівлі людьми, вона також беззаперечно визнається вартою висвітлення у спеціальних передачах усіма експертами.

Таблиця 2.8.3. Розподіл відповідей експертів на запитання “Чи звертаєте Ви увагу на рекламу, де жінку показують як менш компетентну в знаннях та справах, ніж чоловік?”

| Варіанти відповідей | Жінки n = 107 | | Чоловіки n = 68 | |
|--------------------------------------|------------------|----|--------------------|----|
| | Кількість осіб | % | Кількість осіб | % |
| Так, і мені це не подобається | 45 | 42 | 14 | 21 |
| Мені це байдуже | 22 | 21 | 25 | 37 |
| Не звертаю уваги, бо так є насправді | 9 | 8 | 12 | 18 |
| Важко сказати | 27 | 25 | 9 | 13 |

Загалом статистично значимі відмінності залежно від статівдумкаекспертівнаявнілише стосовно актуальності двох проблем: гендерна дискримінація при просуванні на керівні посади всіх рівнів (значущість критерію χ^2 становить 0,035) та обов'язкова військова повинність як гендерна дискримінація чоловіків ($\chi^2=0,037$). Різниця стосовно першої проблеми підтверджує наявність так званої “скляної стелі” в кар'єрному зростанні жінок. Оскільки вона є непомітною на перший погляд, то чоловіки, не відчуваючи її стосовно себе, вважають куди менш вартим висвітлення цього питання у спеціальних передачах телебачення, ніж жінки. Жінки, своєю чергою, не мають проходити строкової військової служби і, як свідчать дані, надають темі військової служби як дискримінації чоловіків значно меншої ваги.

Цікавим фактом є те, що чоловіки-експерти менше за експертів-жінок визнають актуальність тем, що стосуються надання рівних можливостей (різниця у 10%), проте більшою мірою звертають увагу на нерівну оплату праці за однакового трудового внеску (на 9% більше чоловіків вважають цю тему вартою висвітлення у спеціальних програмах).

Загалом, проаналізувавши отримані результати, можна стверджувати, що гендерна проблематика не є поширеною темою в українському суспільстві. За експертними оцінками, наявний рівень поінформованості населення України щодо гендерних відносин є низьким (78% експертів незалежно від категорії та статі експерта оцінили рівень обізнаності населення як “дуже низький” та “низький”).

Проте, як свідчать дані, рівень поінформованості суттєво залежить від області проживання. Зокрема, застосувавши метод класифікаційних дерев, можна відокремити 2 групи областей, де рівень обізнаності мешканців суттєво відрізняється.

Перша група – це Львівська, Житомирська, Донецька області та АР Крим. 88% експертів із цих областей оцінюють рівень поінформованості населення України як низький. Більшість експертів Київської й Одеської областей також вважають обізнаність громадян України низькою, але частка їх суттєво менша – 65%.

Таблиця 2.8.4. Рейтинг тем з гендерної проблематики, які першою чергою слід висвітлювати в спеціальних програмах телебачення (за оцінками експертів)

| Проблематика | Чоловіки n = 68 | Жінки n = 107 | У середньому за масивом |
|---|--------------------|------------------|-------------------------|
| Проблема фізичного та психологічного насилля в сім'ї | 60 | 60 | 60 |
| Проституція й торгівля людьми | 41 | 43 | 42 |
| Гендерна дискримінація при найманні на роботу | 31 | 36 | 34 |
| Гендерна дискримінація при просуванні на керівні посади всіх рівнів | 21* | 36* | 30 |
| Створення рівних можливостей для професійного навчання, підвищення кваліфікації, перепідготовки та просування по службі жінок і чоловіків | 22 | 33 | 29 |
| Гендерна дискримінація в оплаті за рівний трудовий внесок | 28 | 20 | 23 |
| Проблема сексуальних домагань на роботі на в навчальних закладах | 19 | 23 | 22 |
| Гендерна дискримінація при розлученні, коли діти, як правило, залишаються з матір'ю, а не з батьком | 27 | 19 | 22 |
| Створення сприятливих умов праці для вагітних жінок та працівників, що мають дітей | 19 | 23 | 22 |
| Гендерна дискримінація у сфері розподілу домашньої праці | 18 | 21 | 19 |
| Гендерна дискримінація при формуванні списків кандидатів у депутати до Верховної Ради України від політичних партій | 16 | 17 | 17 |
| Гендерний аспект віку виходу на пенсію: чи має він бути однаковим для жінок і чоловіків | 7 | 7 | 7 |
| Обов'язкова військова повинність як гендерна дискримінація чоловіків | 10* | 3* | 6 |

Примітка. * позначено теми, стосовно яких є значуща різниця між переконаннями жінок-експертів та чоловіків-експертів.

Таблиця 2.8.5. Оцінка експертами поінформованості населення України стосовно гендерних відносин (N = 175)

| Рівень поінформованості | % відповідей |
|-----------------------------------|--------------|
| Дуже низький | 30 |
| Низький | 49 |
| Важко сказати, низький чи високий | 14 |
| Високий | 6 |
| Дуже високий | 1 |

Отже, для українського суспільства характерна фактична відсутність пропаганди тематики гендерної рівності у сучасному медіапросторі. Водночас спостерігається певне порушення гендерної збалансованості у програмах телебачення, що найчастіше виявляється у вигляді висловлювань, образливих для осіб обох статей. Іншим виявом гендерної незбалансованості є висвітлення у рекламі жінки як менш компетентної у знаннях та справах, ніж чоловік. Усе це не сприяє поінформованості

населення стосовно ґендерних відносин та можливостей розв'язання ґендерних проблем.

2.9. Оцінка експертами динаміки змін ситуації щодо ґендерної рівності в українському суспільстві за останні 5 років

Організація навчання працівників щодо реалізації рівних прав та можливостей чоловіків і жінок. Одним із показників того, що країна прагне забезпечити рівність прав і можливостей чоловіків і жінок, може бути наявність навчання працівників щодо реалізації рівних ґендерних прав та можливостей, наявність контролю щодо дотримання ґендерного балансу під час вирішення кадрових питань. За результатами дослідження, рівень цих показників поки невисокий, але тенденції щодо поліпшення ґендерної ситуації помітити можна. Зокрема, починає запроваджуватися навчання працівників стосовно ґендерних прав (табл. 2.9.1).

Таблиця 2.9.1. Ставлення експертів до навчання працівників щодо реалізації рівних ґендерних прав та можливостей (N = 175, кількість осіб)

| Варіанти відповідей | Координатор з питань забезпечення рівних ґендерних прав та можливостей | Керівник/заступник керівника організації | Відповідальний працівник з ґендерних питань | Інший працівник | Загалом | |
|-------------------------|--|--|---|-----------------|---------------------|----------------------|
| | | | | | Кількість експертів | Відсотковий розподіл |
| Існує зараз | 3 | 20 | 4 | 8 | 35 | 20 |
| Існувало раніше | 0 | 6 | 0 | 1 | 7 | 4 |
| Заплановане на майбутнє | 0 | 19 | 2 | 7 | 28 | 16 |
| Ніколи не існувало | 2 | 50 | 0 | 25 | 77 | 44 |
| Важко відповісти | 0 | 12 | 2 | 14 | 28 | 16 |

Здебільшого в організаціях, де працюють експерти, ніколи не було навчання працівників щодо реалізації рівних прав та можливостей чоловіків і жінок (44%). Але це залежить від категорії експерта (критерій χ^2 становить 41,2 із рівнем значущості 0,04). Зокрема, серед координаторів та відповідальних працівників з ґендерних питань навчання існує зараз або заплановане на майбутнє. Відповідальний працівник з ґендерних питань в уряді України та двоє з трьох працівників, які обіймають таку саму посаду на обласному рівні виконавчої влади в Донецькій та Житомирській областях, зазначили, що навчання працівників у них здійснюється. Серед керівників організацій у 46% випадків навчання ніколи не існувало, тоді як у 36% організацій воно існує нині або заплановане.

Контроль за дотриманням ґендерного балансу під час вирішення кадрових питань. Тісно пов'язані між собою наявність навчання працівників щодо реалізації рівних ґендерних прав та можливостей і контролю за дотриманням ґендерного балансу під час розв'язання

кадрових питань. Думка щодо наявності контролю за дотриманням ґендерного балансу безпосередньо залежить від категорії експерта.

Таблиця 2.9.2. Ставлення експертів до наявності контролю за дотриманням ґендерного балансу під час вирішення кадрових питань (N = 174, кількість осіб)

| Варіанти відповідей | Координатор з питань забезпечення рівних ґендерних прав та можливостей | Керівник/заступник керівника організації | Відповідальний працівник з ґендерних питань | Інший працівник | Загалом | |
|---------------------|--|--|---|-----------------|---------------------|----------------------|
| | | | | | Кількість експертів | Відсотковий розподіл |
| Не існує | 1 | 59 | 3 | 24 | 87 | 50 |
| Важко сказати | 0 | 18 | 2 | 18 | 38 | 22 |
| Існує | 4 | 30 | 3 | 12 | 49 | 28 |

Назагал можна стверджувати, що в організаціях, де наявні координатори чи відповідальні працівники з ґендерних питань, існує певний рівень контролю за дотриманням ґендерного балансу. Зокрема, такі посади існують в органах виконавчої влади національного та обласного рівнів, деяких органах місцевого самоврядування, політичних партіях, неурядових жіночих і правозахисних організаціях, науково-дослідних установах (табл. 2.9.3), тобто в організаціях некомерційної сфери. Якщо говорити про бізнес-структури, ЗМІ та роботодавців, то тут посади, пов'язані із забезпеченням рівних прав і можливостей жінок і чоловіків, відсутні. Відповідно, відсутній і контроль за дотриманням ґендерного балансу.

Таблиця 2.9.3. Кількісний розподіл посад, пов'язаних із контролем за ґендерною рівністю серед різних типів організацій, серед експертів

| Оцінювані позиції | Кількість експертів N = 154 | Кількість осіб, які є відповідальними за ґендерні питання* |
|--|-----------------------------|--|
| Орган виконавчої влади національного рівня | 13 | 2 |
| Орган виконавчої влади обласного рівня | 33 | 5 |
| Орган місцевого самоврядування | 6 | 1 |
| Політична партія та/або блок | 6 | 1 |
| Неурядова жіноча організація | 9 | 1 |
| Неурядова правозахисна організація | 14 | 1 |
| Науково-дослідна установа | 10 | 1 |
| Засоби масової інформації | 25 | 0 |
| Організація-роботодавець | 10 | 0 |
| Бізнесова структура | 21 | 0 |
| Профспілка | 7 | 1 |

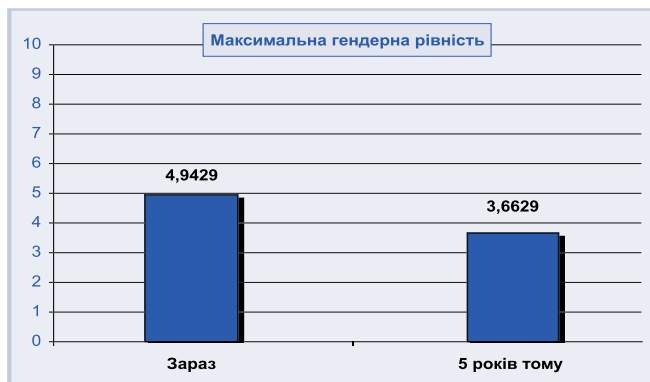
Примітка. *Ця категорія об'єднує посади уповноваженої особи (координатора) з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків в організації та відповідального працівника з ґендерних питань.

Рівень ґендерної рівності в українському суспільстві. Зважаючи на результати дослідження, ґендерна нерівність в Україні існує і більшість населення

країни це усвідомлює. Судячи з того, що було прийнято Закон України “Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків” і того, що в органах виконавчої влади та неурядових організаціях починають з’являтися посади відповідальних за дотримання гендерного балансу та рівність гендерних прав та можливостей, можна зробити висновок, що ситуація з гендерною рівністю в Україні змінюється на краще.

Проте, за оцінками експертів, сучасний стан справ не можна оцінити вище, ніж на 5 балів за 10-бальною шкалою, хоча ситуація 5 років тому видавалася ще гіршою й не перевищувала межі 4 балів. Окрім того, ситуацію 5-річної давнини жоден експерт не оцінив вище, ніж на 8 балів, тоді як оцінки сучасної ситуації варіюють від 1 до 10. Рівень дисперсії щодо минулої ситуації менший, що свідчить про більшу однаковість думок експертів щодо гендерної рівності в Україні 5 років тому. Отже, якщо Україна прямуватиме в напрямі гендерної рівності з такою самою швидкістю, як за останні 5 років, теоретично найвищого ступеню рівності вона зможе досягти за 25 років, тобто у 2031 році.

Діаграма 2.9.1. Оцінка експертами ступеня гендерної рівності в Україні зараз і 5 років тому*



Примітка. *Оцінювання здійснювалося експертами за 10-бальною шкалою.

Рекомендації експертів найчастіше полягають у тому, щоб підвищити рівень пропаганди гендерної рівності через ЗМІ, інформувати жінок про їхні права. Друге місце посідає порада активніше порушувати це питання на державному рівні, збільшити відповідальність міністерств. Також необхідно виховувати гендерно толерантну свідомість, починаючи з дитинства, оскільки змінити її в дорослому віці фактично неможливо.

Певною ознакою поліпшення гендерної ситуації в країні можна вважати запровадження навчання з гендерних питань працівників різних установ, а також призначення в органах виконавчої влади осіб, на яких покладається виконання обов’язків щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. Разом з тим, оцінюючи рівень гендерної рівності в сучасному українському суспільстві за 10-бальною шкалою, експерти визначають його на рівні 5 балів.

ВИСНОВКИ до розділу 2

- Про активізацію державної інформаційно-просвітницької діяльності з гендерної проблематики свідчить
- Робота з гендерних питань проводиться приблизно в половині установ (організацій), де працюють експерти

те, що близько третини експертів набули відповідних знань у результаті прослуховування лекцій у системі навчання або підготовки службовців. Проте основним джерелом знань населення з гендерних проблем сьогодні залишаються засоби масової інформації й спеціалізована література.

- Серед експертів домінує думка, що проблема гендерної нерівності залишається актуальною для українського суспільства, причому характерним є зростання усвідомлення цього і серед чоловіків, і серед жінок. Разом із тим, роль жінок у суспільно-політичному та громадському житті й досі недооцінюється певною частиною населення, навіть експертами з гендерної проблематики.
- Більшості експертів (75%) відомі з документи українського законодавства з гендерних питань. Найкраще розуміються на цьому працівники органів виконавчої влади різного рівня, неурядових жіночих і правозахисних організацій; найгірше – представники бізнесових структур, організацій-роботодавців та окремих ЗМІ.
- Експерти досить низько оцінюють розвиток окремих складових гендерної політики в сучасній Україні. Найвище вони оцінюють лише вітчизняне законодавство з проблем забезпечення рівних прав та можливостей чоловіків і жінок, хоча і тут як високорозвинене його оцінили лише 12% експертів. Найнижче оцінюється розвиток практики захисту від гендерної дискримінації через судові справи та подання скарг уповноваженим особам, бюджетне фінансування, рівень інформаційно-пропагандистської роботи з населенням.
- На думку експертів, найліпше принцип гендерної рівності дотримується у сфері освіти та науки, найгірше – у царині сімейно-побутових відносин. Загалом усупереч численним міжнародним документам, які ратифіковані Україною, та наявності власної нормативно-правової бази, яка проголошує відсутність будь-якої дискримінації за ознакою статі, реальна ситуація в усіх сферах суспільного життя залишається вельми далекою від задекларованих принципів гендерної рівності.
- Більшість експертів погоджуються, що виховання і пропаганда серед населення України культури гендерної рівності, а також поширення просвітницької діяльності у цій сфері мають вирішальне значення з-поміж інших аспектів державної політики щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. Найменш актуальним вони вважають створення державного (управлінського) механізму забезпечення гендерної рівності, що свідчить про невисоку довіру населення до державних інституцій і сумніви в можливості ефективного функціонування їх.
- Половина експертів засвідчили, що працівники їхніх установ не були належним чином поінформовані про Указ Президента України, згідно з яким у кожному органі виконавчої влади або місцевого самоврядування на одного із заступників керівника покладаються обов’язки уповноваженого з питань забезпечення рівних прав чоловіків і жінок. Це означає, що переваги впровадження принципів гендерної рівності не використовуються в суспільстві повною мірою, а обізнаність населення з цих питань залишається невисокою.

- перти, і має дуже різноплановий характер. Найпопулярніші – заходи просвітницького характеру (лекції, перегляд кінофільмів тощо); найменш популярні – дії щодо ґендерного балансу в кадровій політиці установ/організацій (наприклад, просування жінок на керівні посади, якщо якості претендентів обох статей рівні).
- Найчастіше ініціаторами організації заходів (чи роботи) ґендерного спрямування виступають безпосередньо уповноважені особи з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків або керівники організації, вищої за рангом.
 - Хоча в переважній більшості випадків визнається висока якість проведення “ґендерних” заходів, існують суттєві відмінності у їх сприйнятті чоловіками й жінками, які працюють в цих установах, а саме – співробітники-жінки схильні оцінювати такі заходи більш позитивно, ніж співробітники-чоловіки.
 - За експертними оцінками, населення України можна розподілити на дві частини: одна частина обізнана частково, тоді як інша не обізнана зовсім щодо своїх законних прав звертатися до компетентних органів у випадках дискримінації за ознакою статі. Частка обізнаних повною мірою щодо своїх прав у цій сфері не перевищує 3%.
 - У разі необхідності захистити інтереси громадян, пов’язані з дискримінацією за ознакою статі, найбільшу довіру експерти виказують правозахисним органам та суду (52%). Разом із тим навіть серед експертів з ґендерних питань є люди, які зазначають, що їм не відомі такі організації. Це виглядає доволі неоднозначно: або ж вони просто не поінформовані належним чином, або ж не вірять, що певні організації реально можуть захистити інтереси громадян у разі дискримінації за ознакою статі.
 - Оцінюючи діяльність Верховної Ради України й функціонування механізму забезпечення ґендерної рівності, частина експертів вагалася щодо цього. Решта експертів здебільшого вважають, що парламентський контроль за дотриманням рівних прав жінок і чоловіків здійснюється деякою мірою, а механізм забезпечення ґендерної рівності “іноді функціонує”.
 - Серед різних складових національного механізму впровадження ґендерної політики найрозвиненішими виглядають такі: 1) організація навчання державних службовців щодо реалізації рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, 2) залучення НУО і громадськості до розв’язання проблем ґендерної дискримінації. Фактично поза увагою державної стратегії ґендерної політики, на думку експертів, залишається розроблення та впровадження методів урахування неоплачуваної домашньої праці в систему національної звітності.
 - Серед різних організацій та установ, які працюють у царині забезпечення рівних прав чоловіків і жінок, як найактивніші визначаються жіночі центри муніципального підпорядкування та науково-дослідні установи. За оцінками експертів, органи виконавчої влади та профспілки лише час від часу долучаються до конкретних процедур забезпечення рівних прав та можливостей чоловіків і жінок, а правоохоронні органи й роботодавці – практично ніколи.
 - На думку більшості експертів, сьогодні недоцільно створювати окреме Міністерство України з рівних прав та можливостей громадян. Що ж до діяльності чинного уряду, то фінансування, яке передбачене на впровадження політики ґендерної рівності, оцінюється як недостатнє.
 - Як недостатня оцінюється також і пропаганда загальними програмами телебачення тематики ґендерної рівності. При цьому, на думку експертів, у програмах телебачення присутні ознаки порушення ґендерного балансу, що виявляються в ґендерно дискримінативних висловлюваннях щодо обох статей, а також у рекламних роликах, де жінки постають як менш компетентні в знаннях та справах.
 - Найактуальнішою темою, що її слід висвітлювати у спеціальних програмах телебачення, експерти вважають фізичне та психологічне насилля в сім’ї. На другому місці – проблема проституції й торгівлі людьми; на третьому – ґендерна дискримінація при найманні на роботу.
 - Зараз у більшості установ та організацій, де працюють експерти, відсутнє навчання працівників щодо реалізації рівних прав та можливостей чоловіків і жінок. Певні зрушення спостерігаються у державних установах, де відповідні навчальні програми вже існують чи заплановані на майбутнє. Якщо говорити про бізнес-структури й роботодавців, то проблемами ґендерної рівності там ніхто не опікується і відповідних навчальних програм ніколи не існувало.
 - Здебільшого контроль за дотриманням ґендерного балансу під час розв’язання кадрових питань здійснюється в тих установах/організаціях, де призначено координаторів або відповідальних працівників з ґендерних питань. Зокрема, в органах виконавчої влади та місцевого самоврядування, політичних партіях, НУО та науково-дослідних установах випадки такого контролю фіксуються куди частіше, ніж у бізнесових структурах, організаціях-роботодавцях та ЗМІ.
 - Загальний рівень ґендерної рівності в українському суспільстві сьогодні оцінюється експертами у 5 балів за 10-бальною шкалою. Така оцінка виглядає дещо оптимістичною, оскільки рівень ґендерної рівності в країні 5 років тому експерти оцінюють у 4 бали, що свідчить про певний поступ у сфері забезпечення рівних прав і можливостей чоловіків і жінок. Утім, якщо такими темпами в напрямі ґендерної рівності Україна рухатиметься й надалі, то знадобиться принаймні 25 років, щоб сягнути позначки у 10 балів, тобто максимальної ґендерної рівності.



Розділ 3

РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ ЩОДО ҐЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ ТА СТАВЛЕННЯ ДО ҐЕНДЕРНИХ ПРОБЛЕМ



3.1. Гендерні відносини і влада (законодавча, виконавча, судова)

3.1.1. Оцінки населенням України наявності гендерної нерівності в українському суспільстві

Рівноправність є головною умовою демократії. Будь-яке суспільство, що проголошує себе демократичним, мусить забезпечувати надання рівних можливостей кожному зі своїх членів. Воно має поважати гідність та чесноти кожної жінки і кожного чоловіка, так само як і право всіх – жінок і чоловіків – на самовиявлення та самореалізацію. Рівноправність між жінками і чоловіками є не лише умовою соціальної справедливості та справжньої демократії, для функціонування якої вона необхідна; рівноправність слід розглядати також з позицій ефективної реалізації прав людей – жінок і чоловіків.

Розв'язання проблеми забезпечення рівних прав жінок і чоловіків потребує, з одного боку, наявності відповідних законодавчих актів, а з іншого – механізмів їх реалізації. Однак, поряд із цим, не менш важливим є рівень усвідомлення цієї проблеми якнайширшим колом громадян у суспільстві. І тут ми маємо справу з певними суперечностями. З одного боку, в Україні на законодавчому рівні закріплюється рівність прав та свобод жінок і чоловіків, а також рівність їх перед законом. Зокрема, у ст. 23 Конституції України проголошено, що "кожна людина має право на вільний розвиток своєї особистості, якщо при цьому не порушуються права і свободи людей", і цей принцип у різних формах відображається в інших нормативно-правових актах.

Проте, з іншого боку, на сучасному етапі перетворень, що відбуваються у різних сферах суспільного життя, ініціативи, спрямовані на затвердження рівності й рівноправності між жінками та чоловіками, наражаються на перешкоди, успадковані від комуністичного минулого. Це, зокрема, псевдотрадиції, які пропагуються старими гаслами, глузливе ставлення до рівності за ознакою статі, вирізнення пріоритетів для окремих груп населення, а також спотворені й хибні знання про реальні форми і справжні розміри дискримінації, з якими стикаються чоловіки й жінки в сучасному житті. Як наслідок, сьогодні кожен другий наш співвітчизник стверджує, що в українському суспільстві існує гендерна нерівність (див. діагр. 3.1.1).

Передусім зазначимо, що загальна оцінка наявності порушень прав людини за статевою ознакою відображає домінантне незадоволення станом справ у царині забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків на рівні свідомості як чоловіків, так і жінок. І хоча частка жінок, переконаних у наявності гендерної нерівності в Україні, дещо більша за відповідну частку чоловіків (55% проти 43%), проте серед чоловіків також вельми поширеним є таке переконання. На тлі наведених цифр частка громадян, переконаних у відсутності гендерної нерівності в Україні, значно менша – 36%.

Певною мірою на домінування ствердних і заперечних думок стосовно наявності гендерної нерівності в країні

впливає регіон проживання громадян, їхній освітній та професійний рівень. Суттєві відмінності в оцінках простежуються між сільськими й міськими жителями: чим вищий адміністративний рівень населеного пункту, тим більша ймовірність того, що його мешканці більшою мірою переконані в існуванні гендерної нерівності. Як наслідок, сільські жителі налаштовані найоптимістичніше, заперечуючи поширення утисків прав представників тієї чи тієї статі (див. табл. 3.1.1). Водночас жителі міст обласного рівня виглядають найпесимістичнішими в своїх оцінках.

Діаграма 3.1.1. Думки населення України з приводу існування гендерної нерівності в країні (утиски прав представників однієї зі статей)



Окрім того, простежується зростання частки громадян, переконаних у наявності утисків жінок та/або чоловіків мірою підвищення їхнього освітнього рівня. Якщо серед громадян із неповною середньою освітою частка тих, хто вважає наявними утиски прав чоловіків або жінок в Україні, дорівнює 28%, то серед осіб із вищим рівнем освіти вона зростає майже вдвічі – до 51–55%. Цілком можливо, що це пов'язано з тим, що, як правило, люди з низьким освітнім статусом працюють на менш престижних місцях, де дискримінація за гендерною ознакою справді дається взнаки меншою мірою.

Таблиця 3.1.1. Думка громадян щодо існування гендерної нерівності в Україні (наявність утисків прав представників однієї зі статей) залежно від типу поселення та освіти, %

| Варіанти відповідей | Тип поселення | | | Освіта | | | | | У середньому за масивом |
|---------------------|----------------|------------|------|-----------------|---------------|--------------------|--------------|------|-------------------------|
| | Обласний центр | Інше місто | Село | Неповна середня | Повна середня | Середня спеціальна | Неповна вища | Вища | |
| Так | 59 | 47 | 46 | 28 | 41 | 55 | 51 | 51 | 50 |
| Ні | 29 | 36 | 41 | 54 | 47 | 31 | 33 | 35 | 36 |
| Важко відповісти | 12 | 17 | 13 | 18 | 12 | 14 | 16 | 14 | 14 |

Утім, особливо різючими є переконання громадян щодо наявності й відсутності гендерної нерівності, якщо звернутися до регіонального розподілу (див. табл. 3.1.2). При цьому абсолютно виокремлюються переконання й сприйняття питань гендерної рівності жителями АР Крим – тут найбільше громадян, переконаних у відсутності існування гендерної нерівності в Україні. І якщо в решті досліджуваних областей частка громадян, упевнених в існуванні утисків прав громадян за статтю, коливається в межах 50–55%, то в АР Крим такої думки дотримуються лише 33%.

Таблиця 3.1.2. Думка громадян щодо існування гендерної нерівності в Україні (наявність утисків прав представників однієї зі статей) залежно від статі й області проживання респондентів, %

| Варіанти відповідей | Стать | | Region | | | | | | У середньому за масивом |
|---------------------|----------|-------|------------------|---------------------|------------------|---------|-------------------|-----------------|-------------------------|
| | Чоловіки | Жінки | Донецька область | Житомирська область | Київська область | АР Крим | Львівська область | Одеська область | |
| Так | 43 | 55 | 54 | 55 | 50 | 33 | 52 | 53 | 50 |
| Ні | 43 | 31 | 33 | 22 | 32 | 59 | 40 | 32 | 36 |
| Важко відповісти | 14 | 14 | 13 | 23 | 18 | 8 | 8 | 15 | 14 |

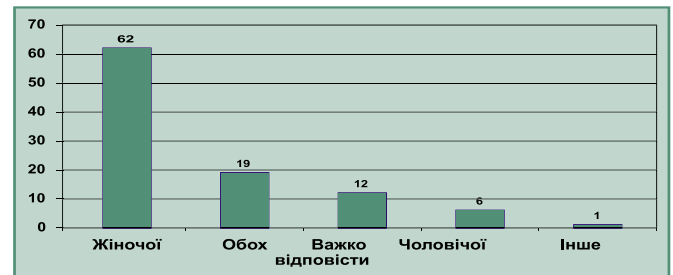
Разом із тим 59% жителів АР Крим заперечують наявність гендерної нерівності. Зауважимо, що для жителів АР Крим також характерна найменша частка тих, хто завагався із відповіддю і не відповів на запитання: “Як Ви вважаєте, чи існує гендерна нерівність в Україні (утиски прав представників однієї зі статей)?” – 8%. Якими є причини такої різючої картини регіональних відмінностей в оцінках гендерної нерівності? Можемо лише припустити, що це, передусім, причини соціокультурного характеру, які потребують глибшого й детальнішого вивчення. Попри широке коло різних наукових досліджень сьогодні соціокультурні питання ще не набули першочергової ваги серед дослідників, тому багато особливостей національного характеру окремих регіональних спільнот залишаються незрозумілими і викликають лише додаткові запитання. Ставлення до гендерних проблем належить до числа цих питань.

Якщо повернутися до загальної оцінки можливостей утисків представників окремих статей, то більшість громадян країни переконана, що порушують права саме жінок (див. діагр. 3.1.2). Досить показово, що про утиски прав жінок стверджують понад 60% українських громадян, тоді як про утиски прав чоловіків – тільки 6%. Майже п'ята частина всіх громадян (19%) наполягає, що утискаються права й можливості як жінок, так і чоловіків, але це значно менше порівняно з тими, хто переконаний у порушенні прав жінок.

Як і в попередньому випадку, певна кореляційна залежність спостерігається між оцінками на запитання: “Права та можливості представників якої статі утискаються?” та статевою належністю і регіоном поселення респондентів (див. табл. 3.1.3). Чоловіки меншою мірою схильні співвідносити наявність дискримінації за статтю з дискримінацією жінок: 52% чоловіків проти 68%

жінок. Водночас чоловіки частіше схильні говорити про наявність дискримінації щодо представників обох статей (25% проти 16%) та стосовно чоловіків (9% проти 3%).

Діаграма 3.1.2. Розподіл думок громадян України стосовно того, права й можливості представників якої статі утискаються, %



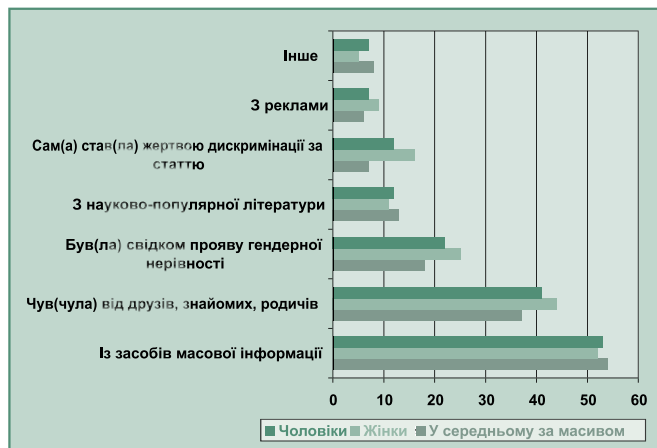
Таблиця 3.1.3. Розподіл відповідей респондентів на запитання “Права та можливості представників якої статі утискаються?” залежно від статі та області мешкання опитаних, %

| Стать, права якої утискаються | Стать | | Region | | | | | | У середньому за масивом |
|-------------------------------|----------|-------|------------------|---------------------|------------------|---------|-------------------|-----------------|-------------------------|
| | Чоловіки | Жінки | Донецька область | Житомирська область | Київська область | АР Крим | Львівська область | Одеська область | |
| Жіноча | 52 | 68 | 69 | 43 | 65 | 72 | 61 | 66 | 62 |
| Обидві | 25 | 16 | 16 | 32 | 17 | 8 | 25 | 13 | 19 |
| Важко відповісти | 13 | 12 | 12 | 16 | 12 | 13 | 7 | 14 | 12 |
| Чоловіча | 9 | 3 | 3 | 9 | 5 | 7 | 6 | 5 | 6 |
| Інше | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 | 1 |

На тлі загальних оцінок жителів різних регіонів вирізняються жителі Житомирської області та АР Крим: якщо в Житомирській області 43% жителів переконані в наявності утисків прав жінок, то в АР Крим – 72%, що, знову ж таки, свідчить про наявність соціокультурних особливостей, які визначають роль і становище жінки в суспільстві.

Ми спробували з'ясувати, на підставі яких даних респонденти вирішили, що права та можливості представників різних статей порушуються, і отримали такі дані (див. діагр. 3.1.3). Як можна побачити, має місце теза, що ЗМІ справляють значний вплив на формування образів нашого життя, які підтримуються суспільством. За доби високорозвинених комунікативних засобів відповідальність за соціальний статус жінки і чоловіка значною мірою несуть саме вони. ЗМІ відбивають рівень досконалості суспільства, вони ж його і формують. Сьогодні, як підтверджують спостереження, ідеї гендерної рівності ще не стали нормою не лише в суспільстві, а й у редакціях засобів масової інформації. А той факт, що понад половину населення (53%) вказали, що їхні висновки стосовно утисків за статтю сформуливалися за допомогою ЗМІ, засвідчує, що ЗМІ суттєво впливають на формування свідомості громадян у руслі гендерних проблем.

Діаграма 3.1.3. Розподіл відповідей громадян України з приводу того, на підставі чого сформувався їхній висновок щодо гендерних проблем, %



Але існує й інший бік такого явища, як формування свідомості громадян через засоби масової інформації. За радянських часів офіційна пропаганда була заповнена позитивними прикладами «рівноправності жінок», і суспільство нібито не помічало гострих проблем гендерного характеру, які не вирішувалися. Політична установка суспільства на залучення жінок до соціальної активності за радянських часів вела до створення образів героїнь, які не тільки самостійно будували власне життя, а й впливали на суспільство. За кілька останніх десятиліть стереотипи, що панували в радянському суспільстві та радянських ЗМІ, докорінно змінилися. За час перебування М. Горбачова, коли ринок книжок, відео, телебачення тощо заповнила різноманітна порнографічна продукція, відбулася швидка зміна образів, які до того часу поширювалися ЗМІ. Зрештою сьогодні ми маємо несправедливе, дискримінаційне ставлення до жінок з боку виробників телепродукції, що призводить до патріархального відображення їх на телеекранах, і на яке звертають увагу громадяни, називаючи засоби масової інформації основним джерелом їхньої інформації щодо виявів гендерної нерівності.

На другому місці серед наведеного переліку джерел, з яких громадяни отримують інформацію про дискримінацію за статевою ознакою, – спілкування з друзями та родичами. Саме на підставі таких контактів склалася певна думка про дискримінацію за статевою ознакою у 41% громадян. Ця частка майже вдвічі перевищує частку тих, хто сам був свідком вияву гендерної нерівності – 22%.

Про те, що бачення гендерної нерівності сформувалося внаслідок різних чинників, включно з рекламою, заявили 7% громадян. Загалом реклама виступає важливим чинником, який впливає на формування уявлення про місце жінки і чоловіка в суспільстві. Багато людей тією чи іншою мірою вважають рекламну інформацію важливою для себе. Звісно, всі ці люди повною мірою сприймають гендерні стереотипи, якими заповнені рекламні ролики. У більшості з них жінка відіграє роль красивої речі або несе в собі емоційне начало, наприклад, радіючи подарунку від чоловіка. Лише у мізерній кількості роликів жінка відіграє роль експерта (що найчастіше призначена персонажам-чоловікам), але здебільшого в рекламі

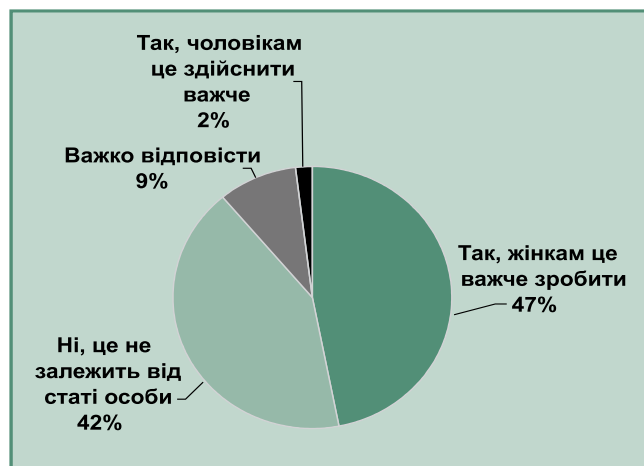
товару, що зорієнтований на здоров'я, косметику чи домашнє господарство, що, відповідно до поширених уявлень, є саме жіночою сферою.

Варто також зазначити, що 12% громадян самі пережили випадки дискримінаційного характеру за статевою ознакою. Причому якщо серед чоловіків частка жертв дискримінації становить 7%, то серед жінок удвічі більше – 16%.

3.1.2. Гендерні чинники у керівних органах управління державою

Як відомо, боротьба за гендерну рівність у сфері політичного життя має давню історію і попервах виявлялася у вимогах надання жінкам права голосу на виборах. Нині у більшості країн світу жінки це право мають. Однак досі рівень представництва жінок у керівництві органів державної влади України залишається доволі низьким. У перебігу дослідження респондентам ставили запитання: «Як Ви вважаєте, чи залежить можливість посісти місце в керівних органах управління державою від статі людини?», відповіді на яке розподілилися так (див. діагр. 3.1.4).

Діаграма 3.1.4. Розподіл відповідей громадян на запитання: «Чи залежить можливість посісти місце у керівних органах управління державою від статі людини?», %



Майже половина (47%) громадян вважають, що жінкам складніше просуватися кар'єрними сходами. Слід зазначити, що 42% переконані, що можливість посісти місце в керівних органах не залежить від статі, і тільки 2% наполягають, що саме чоловікам складніше робити кар'єру.

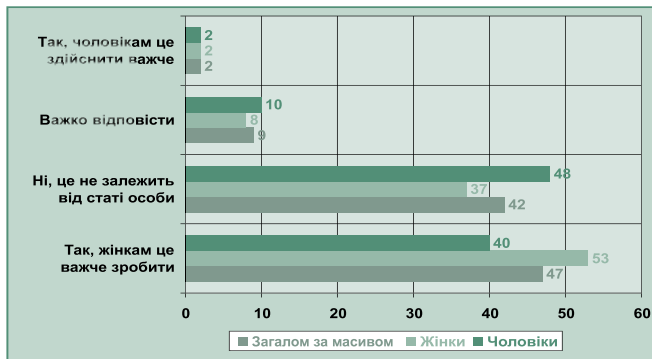
На разі представництво жінок у владних структурах різного рівня вочевидь не відповідає їхній кількості та ролі в суспільстві, інтелектуальному й творчому потенціалу. В опитуванні, проведеному у липні 2002 року Благодійним фондом «Інтелектуальна перспектива», експертам було запропоновано висловитися стосовно причин нечисленності жінок серед керівних працівників. Перші місяця серед відповідей посіли такі варіанти: «упередженість вищого керівництва проти жінок-керівників» і «думка про «меншова́ртість»³². Як бачимо, ситуація за ці

32 Стратегії змін для досягнення гендерної рівності у місцевому самоврядуванні в Україні. – К.: Стілос, 2003 – 84 с.

4 роки не дуже змінилася і майже кожен другий громадянин України визнає, що жінкам досить важко посісти місце в керівних органах управління державою. Причому визнають цю ситуацію і чоловіки, і жінки (див. діагр. 3.1.5).

Щоправда, при цьому жінки більш песимістично оцінюють свої шанси обійняти керівну посаду в органах управління державою, ніж чоловіки. Якщо серед жінок частка тих, хто вважає, що представникам саме жіночої статі складніше зайняти керівні посади, становить 53%, то серед чоловіків, які поділяють цю точку зору, – 40%. Інша особливість оцінок стосовно можливості посісти місце у керівних органах управління державою полягає в тому, що чоловіки більшою мірою схильні стверджувати, що кар'єрне просування не залежить від статі (48% серед чоловіків проти 37% серед жінок).

Діаграма 3.1.5. Розподіл відповідей респондентів на запитання: “Чи залежить можливість посісти місце в керівних органах управління державою від статі людини?” залежно від статі, %



Зазначимо також: респонденти у віковій категорії 41–50 років більшою мірою, ніж представники інших вікових категорій, негативно оцінюють шанси жінок на можливість обійняти керівну посаду, тоді як громадяни віком від 18 до 30 років здебільшого вважають, що від статі в цьому разі нічого не залежить. Таким чином, життєвий досвід вносить свої корективи в оцінки й сприйняття громадянами різних суспільних явищ, і одна з таких змін полягає у формуванні переконання, ніби жінкам важче досягти керівної посади в органах управління державою, ніж чоловікам. Така думка домінує і серед громадян із вищою освітою (53%) та серед жителів міст обласного рівня.

Що стосується залежності відповідей від регіону проживання, то в цьому випадку своїми оцінками вирізняються жителі Донецької області та АР Крим. У цих регіонах частки жителів, які наполягають, що жінкам добитися керівної посади значно важче, ніж чоловікам, становлять 63% і 36% відповідно. І знову, як і раніше, хочемо звернутися до особливостей і відмінностей соціокультурного характеру, які існують між жителями окремих регіонів і потребують детальнішого й глибшого вивчення. Навіть на підставі даних проведеного дослідження важко пояснити таку різницю відмінності у відповідях громадян, до того ж і в Донецькій області, і в АР Крим серед керівників органів владних структур майже повсюдно переважають чоловіки.

3.1.3. Проблеми гендерного рівноправ'я у сфері політичного життя

Як відомо, вибори 2006 року до Верховної Ради й місцевих органів законодавчої влади в Україні проходили за новою виборчою (пропорційною) системою. Чи впливають, а якщо “так”, то яким чином впливають форми або види самої виборчої системи на репрезентаційність жінок у представницьких органах влади?

Науковці, які досліджують цю проблему, наголошують, що форми виборчої системи відіграють важливу роль у плані доступу жінок до органів законодавчої влади. Тип виборчої системи, звісно, з урахуванням історичного моменту розвитку й національних і культурних особливостей, може бути як сприятливим, так і негативним для жінок-кандидатів. Міжнародний досвід переконує, що пропорційне (або за партійними списками) представництво є найважливішим чинником у відборі жінок до органів представницької влади в демократичних країнах із тривалою історією, тобто в країнах сталої демократії.

Як у 70-х роках минулого, так і на початку XXI століття у найбільших та середніх країнах сталої демократії представництво жінок у парламентах на основі виборчої системи за типом пропорційного представництва повсюдно було вищим, ніж у тих країнах, де домінували одномандатна (мажоритарна) або змішана форма або тип виборчої системи. При цьому, за даними деяких досліджень, за змішаних виборчих систем представництво жінок на третину менше порівняно із представництвом у країнах, що використовують пропорційну виборчу систему. Причому істотним є принцип “відкритого партійного списку”. Як вплинула нова виборча система в Україні на представництво жінок у Верховній раді та в місцевих представницьких органах (обласних, міських, районних радах народних депутатів)?

У радянський період частка жінок у Верховній Раді СРСР була найнижчою у 1938 році (24%), найвищою – після виборів 1980-го і 1985 років (36%). Ясна річ, депутати не обиралися демократичним шляхом. Це стосувалося і чоловіків, і жінок. Факт існування неофіційної квоти для чоловіків на рівні приблизно 70% ніколи не використовувався як аргумент на користь зменшення частки чоловіків у Верховній Раді. Навпаки, йшлося про те, що оскільки для жінок встановлювалася квота, то природно, що нині, за відсутності такої квоти, частка їх у центральних органах влади зменшилася. Схоже, логіка міркувань тут залежить від того, про яку статтю йдеться.

Після перших виборів в Україні у 1990 році частка жінок у Верховній Раді зменшилася до 3%, у 1994 році вона зросла до 5,7%, а в 1998 році – до 8,1%, проте після виборів 2002 року знову знизилася до 5,1%. Нині, після виборів 2006 року на пропорційній основі, частка жінок у Верховній Раді України знову підвищилася до 8,5%.

Однак на місцевому рівні ситуація щодо представленості жіночого досвіду дещо краща. В окремих областях представництво жінок у радах за підсумками виборів 2002 і 2006 років значно зросло, а загалом відсоток жінок у радах місцевого рівня сьогодні набагато вищий, ніж у Верховній Раді України. Так, в обласних радах жінки становлять менше п'ятої частини керівників, у районних радах – трохи більш як третину, у сільських та селищних ра-

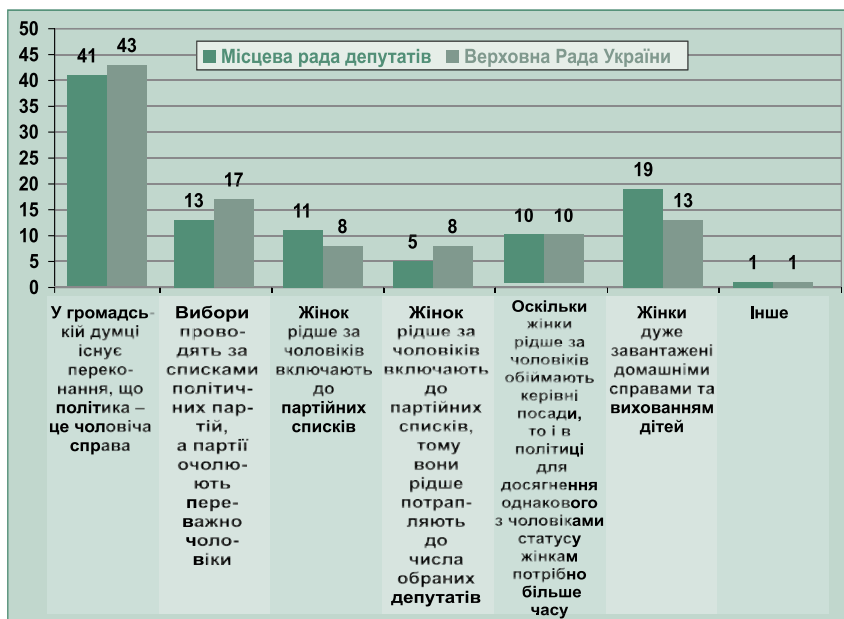
дах – понад 40%. Таким чином, статистичні дані свідчать: чим нижчий рівень органів влади, тим вони доступніші для жінок.

Проте незважаючи на певний позитивізм змін щодо представництва жінок в органах влади, кількість жінок, активних у політичній сфері, залишається низькою. Моніторинги громадської думки населення України, здійснені Інститутом соціології НАН України, показують, що жінки порівняно з чоловіками, хоча і незначно, але менше цікавляться політикою. Це свідчить про те, що реальною перешкодою до рівності між статями є не право голосу, а нерівність жіночого й чоловічого гендерних статусів, які ґрунтуються на патріархальних гендерних стереотипах, одним із яких є твердження, що “Політика – не жіноча справа”.

Якщо звернутися до відповідей громадян на запитання: “Як відомо, частка жінок в органах представницької влади менша, ніж чоловіків. Як Ви вважаєте, в чому причина такої ситуації?” (див. діагр. 3.1.6), то передусім слід наголосити відсутність суттєвих відмінностей в оцінках причин малої частки жінок в органах представницької влади різного рівня. Це означає, що існують переважно одні й ті самі причини, через які доступ жінок як до місцевих рад депутатів, так і до Верховної Ради України є досить обмеженим.

Якщо звернутися безпосередньо до отриманих відповідей, то понад 40% громадян (від 41% у випадку оцінювання причин щодо місцевих Рад до 43% – за оцінювання причин щодо Верховної Ради України) переконані, що головна причина меншої частки жінок порівняно з чоловіками в органах представницької влади – це існування в громадській думці переконання, що політика – це чоловіча справа. Тобто загальна картина і сьогодні формується сильними патріархальними традиціями, поширеними стереотипами й фактичною відсутністю сприйняття гендерної рівності масовою свідомістю.

Діаграма 3.1.6. Розподіл відповідей громадян України на запитання: “Як відомо, частка жінок в органах представницької влади менша, ніж чоловіків. Як Ви вважаєте, в чому причина такої ситуації?”, %



На друге місце за рівнем важливості причин, що впливають на розподіл місць в органах представницької влади, громадяни поставили таку: “партії очолюють переважно чоловіки”, а отже, до прохідної частини списку партій включають здебільшого чоловіків. Так вважають від 13% (що стосується місцевих Рад) до 17% населення стосовно Верховної Ради України. Від 13% до 19% висловлюють думку, що головною причиною такого стану справ є перевантаженість жінок домашніми справами та вихованням дітей.

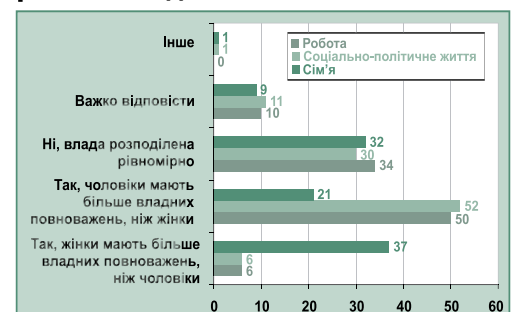
Цікаво, що кореляційної залежності в оцінках респондентів від статі, віку, типу населеного пункту не існує. Натомість відповіді респондентів із різних регіонів відрізняються і, як і з приводу інших запитань, вирізняються думки жителів АР Крим. Серед них 66% переконані, що основною причиною мізерного представництва жінок в органах представницької влади є думка, ніби “політика – це не жіноча справа”, а 22% назвали перевантаженість жінок домашніми турботами. Решту причин кримчани вважають другорядними.

3.1.4. Розподіл владних повноважень у роботі, соціально-політичному житті та сім’ї. Доступ до державних коштів та сімейного бюджету

Говорячи про владні повноваження жінок і чоловіків, у результаті різних узагальнень нерідко нівелюються деякі особливості, притаманні таким характерним і невід’ємним сферам людського життя, як робота, соціально-політична сфера та сім’я. Тому в нашому дослідженні була зроблена спроба висвітлення особливостей владних повноважень і чоловіків, і жінок у кожній із названих сфер, а також спроба проаналізувати ці повноваження через оцінки доступу представників обох статей до державних коштів та сімейного бюджету.

Передусім зазначимо, що більшість громадян переконана в наявності у чоловіків більшої влади і відповідних повноважень, коли йдеться про роботу та соціально-політичне життя (див. діагр. 3.1.7). Якщо ж мову ведуть про сім’ю, домінує думка, що у цій царині більшість владних повноважень належить жінкам.

Діаграма 3.1.7. Розподіл відповідей громадян на запитання: “Як Ви гадаєте, чи існує нерівність у розподілі владних повноважень між чоловіками та жінками в таких сферах повсякденного життя як...?”, %



Загалом 30–34% громадян вважають, що влада як у сфері роботи, так і в сфері соціально-політичного життя та в родині розподілена рівномірно, хоча серед чоловіків така думка поширена значно більше, ніж серед жінок.

Таблиця 3.1.4. Відмінності у відповідях чоловіків і жінок на запитання: “Чи існує нерівність у розподілі владних повноважень між чоловіками та жінками в таких сферах повсякденного життя як...?”, %

| Оцінювані позиції | Сфери життя | | | | | |
|---|-------------|-------|---------------------------|-------|----------|-------|
| | Робота | | Соціально-політичне життя | | Сім'я | |
| | Чоловіки | Жінки | Чоловіки | Жінки | Чоловіки | Жінки |
| Так, жінки мають більше владних повноважень, ніж чоловіки | 6 | 7 | 5 | 7 | 35 | 38 |
| Так, чоловіки мають більше владних повноважень, ніж жінки | 44 | 55 | 45 | 58 | 18 | 23 |
| Ні, влада розподілена рівномірно | 39 | 31 | 36 | 25 | 38 | 29 |
| Важко відповісти | 11 | 8 | 13 | 9 | 9 | 9 |
| Інше | - | - | - | - | - | 1 |

Характерно, що мірою підвищення рівня освіти громадяни більше схильні до переконань, що чоловіки мають більше владних повноважень у сферах роботи й соціально-політичного життя, а жінки – у царині сімейних відносин. Певним чином це пов'язано з реаліями вертикальної мобільності, коли на роботі й у сфері соціально-політичного життя жінки стикаються з випадками явної та прихованої дискримінації, яка породжує у жінки-керівника невпевненість у своїх силах, розуміння того, що їй доведеться долати прихований і явний опір колег і начальників.

Корпоративізм представників еліти на всіх рівнях виявляється в її закритості, що ускладнює появу в ній нових членів. Це веде до того, що не забезпечується циркуляція складу еліти і впровадження нових ідей. Найбільшою мірою для жінок закрита еліта. Ті жінки-лідери, що потрапили до коридорів влади, змушені йти на компроміси. Прийнято вважати, що в коридорах влади жінка змушена стати іншою, “обтісуватися”, бо має грати за чоловічими правилами, що домінують у структурі, в якій вона працює. Керівні позиції в цих структурах забезпечують чоловікам більше ресурсів щодо впливу і здійснення влади.

Що стосується доступу до державних коштів і майна, то беззаперечно перевагу тут мають чоловіки: на це вказали 57% опитаних (табл. 3.1.5). Серед респондентів-жінок ця частка ще більша – 62%. З іншого боку, лише 4% громадян вважають, що жінки в цьому сенсі мають переваги. 38% вважають, що жодного дисбалансу в доступі до державних коштів не існує. Якщо розглянути залежність відповідей респондентів від їхнього освітнього статусу, то побачимо таку залежність: чим вищий рівень освіти людей, тим менше серед них переконаних у відсутності дисбалансу в доступі до матеріальних ресурсів і відповідно вища частка тих, хто вважає, що більшістю матеріальних цінностей володіють чоловіки.

Таблиця 3.1.5. Відмінності у відповідях чоловіків і жінок на запитання: “Чи існує, на Вашу думку, в Україні дисбаланс у доступі однієї зі статей до таких матеріальних ресурсів?”, %

| Оцінювані позиції | Чоловіки | | Жінки | | Серед усіх опитаних | |
|---|-------------------------|-----------------|-------------------------|-----------------|-------------------------|-----------------|
| | Державні кошти та майно | Сімейний бюджет | Державні кошти та майно | Сімейний бюджет | Державні кошти та майно | Сімейний бюджет |
| | | | | | | |
| Ні, жодного дисбалансу у доступі до матеріальних цінностей не існує | 44 | 53 | 33 | 44 | 38 | 48 |
| Так, більшістю матеріальних цінностей володіють чоловіки | 50 | 21 | 62 | 29 | 57 | 25 |
| Так, більшістю матеріальних цінностей володіють жінки | 4 | 24 | 4 | 25 | 4 | 25 |
| Інше | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 |

Жителі АР Крим вирізняються з-поміж мешканців інших областей тим, що серед них дві третини переконані в існуванні рівного доступу для чоловіків і жінок до державних коштів і майна (64% проти 38% за масивом).

Більш однозначно громадяни оцінюють доступ жінок і чоловіків до сімейного бюджету: майже половина громадян України вважає, що в доступі до сімейного бюджету жодної дискримінації не існує.

3.1.5. Кому краще бути керівником

Споконвічні запитання: “хто”, “ким”, “де”, “коли” і “як” має керувати... Особливо актуальними вони стають, коли до них додається гендерний аспект. Під час дослідження респондентам ставили запитання: “Як Ви вважаєте, які з перелічених галузей краще працюватимуть, якщо їх очолить жінка, а які – якщо чоловік, а де статева відмінність не має значення?”, відповіді на яке вияскравили гендерну асиметрію (табл. 3.1.6).

Таблиця 3.1.6. Розподіл відповідей громадян на запитання: “Як Ви вважаєте, які з перелічених галузей краще працюватимуть, якщо їх очолить жінка, а які – якщо чоловік, а де статева відмінність не має значення?”, %

| Варіанти відповідей | Жінка | Чоловік | Немає різниці |
|---|-------|---------|---------------|
| Освіта | 44 | 9 | 47 |
| Охорона здоров'я | 31 | 17 | 52 |
| Культура | 44 | 7 | 49 |
| Політика | 9 | 53 | 38 |
| Соціальний захист | 45 | 14 | 41 |
| Великий бізнес | 6 | 55 | 39 |
| Середній бізнес | 10 | 34 | 56 |
| Малий бізнес | 19 | 20 | 61 |
| Індивідуальне (приватне) підприємництво | 13 | 22 | 65 |
| Право | 9 | 37 | 54 |
| Фінанси | 20 | 33 | 47 |
| Органи, що опікуються проблемами сім'ї та дітей | 67 | 4 | 29 |

Більшість людей віддає перевагу жінкам для керівництва у таких сферах: органи, що опікуються проблемами сім'ї – 67%; соціальний захист – 45%; культура й освіта – по 44%. Решта галузей, наведених в таблиці, на думку громадян, працюватимуть краще, якщо їх очолить чоловік. З іншого боку, понад половину респондентів вважають, що немає жодної різниці в тому, хто очолить такі галузі, як охорона здоров'я, малий і середній бізнес, приватне підприємництво, право і, частково, фінанси та культура. Цікаво, що стосовно малого бізнесу переваги між жінками й чоловіками розподілилися приблизно порівну.

Ще одна особливість: жінки скромно оцінюють власні можливості в керівництві такими сферами як політика, великий бізнес та право, хоча доволі позитивно оцінюють свої можливості в керівництві сферами фінансів, малого й середнього бізнесу, індивідуального підприємництва.

Певна закономірність виявлена у відповідях мешканців АР Крим. Фактично в усіх запитаннях щодо різних сфер і галузей частка тих, хто переконаний у відсутності різниці в тому, хто очолить галузь або сферу, – чоловік чи жінка, – вища за середній показник за масивом.

Як бачимо, респонденти в основному залишають жінкам керівництво сферами “гуманітарного”, “соціального”, “культурного” характеру, тоді як чоловікам відводиться керівництво у сферах політики, бізнесу, фінансів, права, тобто респонденти відтворюють найгірші стереотипи гендерного сприйняття управлінських функцій у соціумі, коли традиційні сфери життєдіяльності – сім'я, культура, охорона здоров'я тощо мають залишатися тільки за жінками, а рештою, можливо, технологічно більш складними (економікою, підприємництвом, політикою), можуть успішно займатися лише чоловіки. Характерно також, що респонденти-жінки набагато вище оцінюють здібності й професійні якості жінок-керівників, ніж це роблять чоловіки.

3.1.6. Посадові функції

Які посадові функції, на думку громадян, слід “віддавати” в українському суспільстві жінкам, а які – чоловікам, аби вони виконувалися найефективніше? Отримані оцінки підтвердили наявність сформованих у суспільстві гендерних стереотипів щодо відповідного розподілу посадових функцій (див. табл. 3.1.7).

Отже, на посаді *Президента України* майже половина громадян (47%) воліли б бачити чоловіка (табл. 3.1.8). 19% вважають, що краще виконувати функції глави держави змогла б жінка. Понад чверть (27%) заявили, що рівною мірою схильні бачити як чоловіка, так і жінку на цій посаді.

Разом із тим частка жінок, які б хотіли, щоб Президентом була жінка, порівняно із часткою чоловіків більша: 22% серед жінок і 14% – серед чоловіків (табл. 3.1.8). Відповідно, більша кількість у відсотковому плані респондентів-чоловіків заявили про схильність до Президента-чоловіка: 54% проти 42% з боку жінок, тобто чоловіки з цього питання посідають корпоративну позицію.

Таблиця 3.1.7. Розподіл відповідей громадян на запитання:

“Кого Ви більше схильні бачити як...”, %

| Варіанти відповідей | Чоловіка | Жінку | Однаково | Важко відповісти |
|---|----------|-------|----------|------------------|
| Президента України | 47 | 19 | 27 | 7 |
| Прем'єр-міністра України | 42 | 16 | 34 | 8 |
| Голови Верховної Ради України | 44 | 9 | 39 | 8 |
| Голови Верховного Суду України | 37 | 12 | 41 | 10 |
| Голови Конституційного Суду України | 35 | 11 | 43 | 11 |
| Міського/сільського голову | 34 | 12 | 44 | 10 |
| Депутата Верховної Ради України | 23 | 8 | 59 | 10 |
| Депутата місцевої ради від Вашого округу | 19 | 14 | 57 | 10 |
| Лідера партії, яка Вам імпонує | 30 | 15 | 44 | 11 |
| Директора підприємства, на якому Ви працюєте | 33 | 15 | 38 | 14 |
| Голову профспілкового комітету підприємства, де Ви працюєте | 20 | 20 | 42 | 18 |

Таблиця 3.1.8. Розподіл відповідей громадян на запитання: “Кого Ви більше схильні бачити як Президента України” залежно від статі, вікової групи, типу поселення та області мешкання респондента, %

| Соціально-демографічні характеристики респондентів | Чоловіка | Жінку | Однаково | Важко відповісти |
|--|----------|-------|----------|------------------|
| Стать | | | | |
| Чоловіча | 54 | 15 | 24 | 7 |
| Жіноча | 42 | 22 | 30 | 7 |
| Вікова група | | | | |
| До 30 років | 49 | 15 | 28 | 9 |
| 31–50 років | 51 | 18 | 25 | 6 |
| 51 рік і більше | 43 | 20 | 30 | 7 |
| Тип поселення | | | | |
| Обласний центр | 50 | 12 | 31 | 7 |
| Районний центр | 50 | 20 | 23 | 7 |
| Село | 43 | 22 | 29 | 8 |
| Область | | | | |
| Донецька | 54 | 10 | 35 | 2 |
| Житомирська | 37 | 24 | 27 | 12 |
| Київська | 30 | 28 | 28 | 14 |
| АР Крим | 77 | 5 | 16 | 2 |
| Львівська | 38 | 24 | 32 | 6 |
| Одеська | 49 | 20 | 25 | 6 |

Що стосується вікових категорій, то можна відзначити відмінності у відповідях опитаних віком від 51 до 60 років: у цій віковій групі порівняно з іншими віковими групами меншою є частка бажаючих бачити на посаді Президента України чоловіка (38%), і значно більшою є частка тих, хто хотів би бачити на посаді Президента України жінку (22%). Також у цій віковій групі переважають ті, кому байдуже статева належність Президента (31%).

Інші виявлені закономірності: а) чим нижчий освітній статус респондента, тим більше він схильється до того, щоб Президентом був чоловік (і, відповідно, менше – жінка); б) серед сільських жителів більше тих, хто вважає жінку кращою за чоловіка кандидатурою для посади Президента (22% серед сільських жителів проти 12% серед жителів обласних центрів).

Із таблиці 3.1.8 можна побачити, що на тлі громадських думок жителів інших регіонів вирізняються думки жителів Донецької області та АР Крим. Так, 77% жителів АР Крим воліли бачити на посаді Президента чоловіка й тільки 5% – жінку. У Донецькій області ці показники становлять 54% і 10% відповідно. Зазначимо, що таке переважання в цих областях на користь чоловіка спостерігається і щодо гендерних переваг призначення на посаду Прем'єр-міністра України. Можливо, цей факт є певним відгомном президентських виборів 2004 року і парламентських виборів 2006 року, коли одним із основних кандидатів був В.Янукович, за якого переважно голосували жителі цих регіонів. Хоч там як, але жителі Київської, Житомирської й Львівської областей толерантніше ставляться до можливості обійняти президентську посаду жінкою. З іншого боку, саме в Житомирській і Київській областях виявилось найбільше тих, хто вагався з відповіддю (12% і 14% відповідно).

Прем'єр-міністр України. За те, щоб посаду Прем'єр-міністра України обіймала жінка, виступають 16% громадян України, тоді як за призначення на цю посаду чоловіка – 42% (табл. 3.1.7). Порівняно з оцінками гендерних переваг у призначенні на посаду Президента України стосовно посади Прем'єр-міністра України значно більше громадян налаштовано нейтрально (34%), тобто вони однаково ставляться до того, жінка чи чоловік обійматимуть цю посаду. У таблиці 3.1.9 наведено розподіл гендерних переваг громадян щодо призначень на посаду Прем'єр-міністра залежно від їхніх соціально-демографічних характеристик.

Зазначимо, що відповіді на це запитання як жінок, так і чоловіків виявилися майже ідентичними відповідями на запитання, кого люди схильні бачити на посаді Президента. Однак тих, кому байдуже, якої статі буде Прем'єр-міністр, виявилось більше: 39% серед жінок і 29% серед чоловіків. Можливо, такі відмінності зумовлені тим, що Прем'єром у нашій країні вже була жінка, і це не є чимось дивним.

Респонденти із нижчим освітнім статусом більше за решту налаштовані бачити Прем'єром саме чоловіка, натомість тільки 12% із вищою освітою віддають пальму першості в цьому питанні жінці, хоча 37% із відповідною освітою вважають, що для них немає різниці, якої статі буде голова виконавчої влади країни. Селяни меншою мірою воліють бачити на посаді Прем'єра чоловіка, ніж жителі обласного центра й маленьких міст, і більшою мірою – саме жінку.

Таблиця 3.1.9. Розподіл відповідей громадян на запитання: “Кого Ви більше схильні бачити як Прем'єр-міністра України” залежно від соціально-демографічних характеристик, %

| Соціально-демографічні характеристики респондентів | Чоловіка | Жінку | Однаково | Важко відповісти |
|--|----------|-------|----------|------------------|
| Стать | | | | |
| Чоловіча | 49 | 14 | 29 | 8 |
| Жіноча | 36 | 19 | 39 | 7 |
| Вікова група | | | | |
| До 30 років | 41 | 16 | 36 | 7 |
| 31–50 років | 43 | 35 | 32 | 7 |
| 51 рік і більше | 41 | 16 | 35 | 7 |
| Тип поселення | | | | |
| Обласний центр | 41 | 16 | 37 | 7 |
| Районний центр | 47 | 15 | 30 | 9 |
| Селище | 37 | 18 | 38 | 7 |
| Область | | | | |
| Донецька | 57 | 4 | 38 | 1 |
| Житомирська | 34 | 20 | 30 | 15 |
| Київська | 32 | 19 | 36 | 13 |
| АР Крим | 56 | 10 | 31 | 3 |
| Львівська | 28 | 27 | 38 | 8 |
| Одеська | 44 | 18 | 32 | 6 |

По 56% респондентів у АР Крим і Донецькій області та 44% в Одеській області віддають перевагу чоловікові на посаді глави виконавчої влади країни, що не дивно: адже їхній лідер – В.Янукович, за партію якого здебільшого голосували 2006 року в цих областях, – очолює Уряд. Відзначимо також, що львів'яни й житомиряни настроєні доброзичливіше стосовно Прем'єра-жінки порівняно з мешканцями інших регіонів. До речі, в цих регіонах більшість на останніх виборах віддала перевагу блоку, який очолює жінка – Ю.Тимошенко.

Голова Верховної Ради. На користь претендента чоловічої статі на цю посаду виступає 44% громадян, тоді як на користь претендента-жінки – лише 9% (табл. 3.1.10). Очевидно, громадська думка не може навіть припустити (а тим паче погодитися), що жінка-спікер зможе керувати в залі Верховної Ради України понад 400-ми депутатами-чоловіками. З іншого боку, є досить численна група інших громадян (39%), яким байдуже (у позитивному сенсі цього слова), хто очолюватиме Верховну Раду України – чоловік чи жінка.

Характерно, що в плані гендерних переваг щодо посади Голови Верховної Ради України жінки напрочуд солідарні з чоловіками: серед них лише 10% воліють бачити на посаді спікера саме жінку, тоді як серед чоловіків таких 7% (табл. 3.1.10). Щоправда, 44% жінок вважають, що посаду спікера Верховної Ради може обіймати особа будь-якої статі, – чи то чоловік, чи то жінка, але з підтексту цих відповідей вочевиддюються переваги стосовно призначення на цю посаду чоловіка.

Як і у разі оцінювання гендерних переваг у призначеннях на посаду Президента та Прем'єр-міністра, громадяни старшого віку (51–60 років)

толерантніше ставляться до обрання спікером жінки. Інших істотних відмінностей у ставленні громадян різного віку до призначень на посаду спікера Верховної Ради України не спостерігається. Якщо говорити про особливості освітньої диференціації громадян та відповідних їхніх переконань, то фактично для кожного другого громадянина із неповною середньою і повною середньою освітою зовсім не важливо, хто обійматиме посаду Голови Верховної Ради – чоловік чи жінка.

Таблиця 3.1.10. Розподіл відповідей громадян на запитання: “Кого Ви більше схильні бачити як Голову Верховної Ради України?” залежно від статі, вікової групи, типу поселення та регіону, %

| Соціодемографічні характеристики респондентів | Чоловіка | Жінку | Однаково | Важко відповісти |
|---|----------|-------|----------|------------------|
| Стать | | | | |
| Чоловіча | 51 | 39 | 33 | 9 |
| Жіноча | 39 | 10 | 44 | 8 |
| Вікова група | | | | |
| До 30 років | 43 | 7 | 41 | 9 |
| 31–50 років | 47 | 9 | 37 | 7 |
| 51 рік і більше | 41 | 11 | 39 | 9 |
| Тип поселення | | | | |
| Обласний центр | 49 | 10 | 36 | 6 |
| Районний центр | 46 | 8 | 39 | 8 |
| Селище | 39 | 10 | 41 | 10 |
| Область | | | | |
| Донецька | 53 | 6 | 38 | 3 |
| Житомирська | 33 | 15 | 33 | 19 |
| Київська | 33 | 33 | 35 | 12 |
| АР Крим | 18 | 7 | 70 | 5 |
| Львівська | 49 | 9 | 35 | 8 |
| Одеська | 40 | 13 | 32 | 14 |

Уже стало традиційним, що сільські жителі у потенційних призначеннях на відповідальні керівні посади віддають свої симпатії жінкам. От і у випадку гендерних переваг при призначеннях на посаду Голови Верховної Ради України серед сільських жителів меншою є частка тих, хто волів би віддати цю посаду чоловікові, порівняно з міськими жителями (39% сільських жителів проти 49% жителів обласних центрів).

У регіональному розподілі з приводу призначення чоловіка на посаду Голови Верховної Ради України найяскравіше виокремлюється громадська думка жителів Донецької області та АР Крим: у Донецькій області за спікера-чоловіка виступає 58% громадян, тоді як у Криму – 18%.

Голова Верховного Суду. Щодо призначень на цю посаду серед українських громадян найбільше тих, для кого не є принциповим, чи буде Головою Верховного Суду України чоловік, чи жінка (41%). І ця думка співзвучна із результатами дослідження громадського сприйняття діяльності судів і судової системи в Україні (2005 р.), за якими у масовій свідомості домінує думка, що стать судді не відіграє особливого значення (якщо

лише не занурюватися в різні категорії судових справ)³³. В оцінках гендерних переваг щодо призначень на посаду Голови Верховного Суду України частка жінок, які обрали гендерно нейтральний варіант відповіді, неістотно перевищує відповідну частку чоловіків (44% серед жінок проти 37% серед чоловіків). Серед тих, кому байдужа статевна належність особи, котра очолить Верховний Суд, найбільше людей із неповною середньою і середньою освітою (понад половину громадян цієї групи висловили саме таку точку зору), а також селян (44%).

Серед решти громадян, яким не байдуже, хто буде Головою Верховного Суду України, – чоловік чи жінка, – частка тих, то волє бачити на цій відповідальній посаді чоловіка, втричі перевищує частку тих, хто віддав свій голос за жінку (37% і 12% відповідно) (табл. 3.1.11).

Таблиця 3.1.11. Розподіл відповідей громадян на запитання: “Кого Ви більше схильні бачити як Голову Верховного Суду?” залежно від регіону проживання (% за кожною групою)

| Варіанти відповідей | Регіон | | | | | | Серед усіх опитаних |
|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------|-------------------|-----------------|---------------------|
| | Донецька область | Житомирська область | Київська область | АР Крим | Львівська область | Одеська область | |
| Чоловіка | 53 | 33 | 33 | 18 | 49 | 40 | 37 |
| Жінку | 6 | 15 | 19 | 7 | 9 | 13 | 12 |
| Однаково | 38 | 33 | 35 | 70 | 35 | 32 | 41 |
| Важко відповісти | 3 | 19 | 12 | 5 | 8 | 14 | 10 |

Жителі Донецької та Львівської областей здебільшого роблять ставку на чоловіка як Голову Верховного Суду (53% і 49% відповідно). Серед кримчан 18% віддають перевагу винятково чоловікові на цій посаді, тоді як 70% жителів АР Крим зазначають, що їм однаково, хто очолюватиме судову систему в Україні, – чоловік чи жінка. Цей показник як свідчення толерантного сприйняття жінки на відповідальній посаді Голови Верховного Суду виглядає вельми сумнівно, бо одночасно з декларуванням нейтрального ставлення до статі керівника суду лише 7% кримчан хотіли б бачити на цій посаді жінку. Найімовірніше, декларування гендерно нейтральної позиції “однаково” стосовно призначень на відповідальні керівні посади національного рівня в масовій свідомості поєднується, з одного боку, з фактичним небажанням бачити на таких посадах жінок, а з іншого – з упевненістю, що ці посади все одно обійматимуть чоловіки. Найбільше воліють бачити жінку Головою Верховного Суду України жителі Київської області (19%).

Голова Конституційного Суду. Ставлення громадян до призначення на посаду Голови Конституційного суду України цілком збігається з відповідними оцінками щодо призначень чоловіків і жінок на посаду Голови Верховного Суду України. Можливо, у масовій свідомості ці посади виглядають тотожними, тож і призначення

³³ Аміджадін Л., Гончарук О., Кравченко О. Судова система та суди в Україні в оцінках громадськості (комплексне соціологічне дослідження) / За наук. ред. Ю.Привалова, Ю.Саєнка. – К.: Прецедент, 2005. – 234 с.

на відповідальну посаду не асоціюються з певними гендерними особливостями.

Міський/сільський голова. Щодо призначень чоловіка чи жінки на посаду міського/сільського голови у масовій свідомості домінує думка, що стать не має значення (44%). Серед решти громадян поширенішим є переконання, що обіймати таку посаду ліпше чоловікові, аніж жінці (34% проти 12%) (табл. 3.1.12). При цьому немає істотних відмінностей в оцінках респондентами різних вікових, освітніх та поселенських груп, але простежуються характерні особливості масового сприйняття гендерного аспекту призначень на керівні посади жителями окремих регіонів.

Так, майже половина жителів Львівської області (44%) віддають перевагу на посаді голови міської чи сільської ради саме чоловікові, що радше має характер данини традиціям минулого. Жителі Донецької області також підтверджують свою схильність бачити на високих посадах чоловіків: за чоловіка – голову місцевої ради виступають 41% жителів, проте порівняно з відповідями на попередні запитання простежуються деякі зміни, що полягають у толерантнішому сприйнятті жінки на посаді голови міського/сільської ради, аніж на посаді Президента, Прем'єр-міністра чи Голови Верховної Ради: для 48% жителів Донецької області однаково, хто буде міським головою, – жінка чи чоловік. А якщо додати до цієї частки ще 11% громадян, які воліють бачити в ролі міського голови саме жінку, то прогрес очевидний: у сумі не заперечують жіночого керівництва майже 60% донеччан.

Таблиця 3.1.12. Розподіл відповідей громадян на запитання: “Кого Ви більше схильні бачити як міського/сільського голову” залежно від регіону проживання, %

| Варіанти відповідей | Регіон | | | | | | Серед усіх опитаних |
|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------|-------------------|-----------------|---------------------|
| | Донецька область | Житомирська область | Київська область | АР Крим | Львівська область | Одеська область | |
| Чоловіка | 41 | 27 | 32 | 22 | 44 | 38 | 34 |
| Жінку | 11 | 19 | 14 | 9 | 11 | 11 | 12 |
| Однаково | 48 | 31 | 39 | 64 | 39 | 41 | 44 |
| Важко відповісти | 0 | 23 | 15 | 5 | 6 | 10 | 10 |

Депутат Верховної Ради. Майже 60% громадян України погоджуються бачити в ролі депутата Верховної Ради представників обох статей (табл. 3.1.13). 23% респондентів віддають перевагу чоловіку; 8% – жінці. Хоч як дивно, але негативна установка стосовно жінки-депутата Верховної Ради України підтримується не лише зусиллями чоловіків, її поділяють багато жінок (лише 9% жінок згодні, щоб саме жінка була депутатом Верховної Ради України).

Одесити і донеччани більшою мірою, ніж мешканці інших регіонів, воліють бачити депутатом Верховної Ради чоловіка (32% і 28% відповідно), тоді як для 78% жителів АР Крим принципової різниці тут немає.

Депутат місцевої Ради від округу, де мешкає респондент. Бачити депутатом від свого округу тільки чоловіка хотіли б 19%, тоді як жінку – 14% (табл. 3.1.14). Для 57% громадян немає певних переваг за статтю: головне, щоб якісно виконував свою роботу й зобов'язання перед виборцями.

Таблиця 3.1.13. Розподіл відповідей громадян на запитання: “Кого Ви більше схильні бачити як депутата Верховної Ради України” залежно від регіону проживання, %

| Варіанти відповідей | Регіон | | | | | | Серед усіх опитаних |
|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------|-------------------|-----------------|---------------------|
| | Донецька область | Житомирська область | Київська область | АР Крим | Львівська область | Одеська область | |
| Чоловіка | 28 | 22 | 20 | 12 | 23 | 32 | 23 |
| Жінку | 6 | 13 | 7 | 5 | 9 | 11 | 8 |
| Однаково | 66 | 42 | 55 | 78 | 63 | 50 | 59 |
| Важко відповісти | 0 | 23 | 18 | 5 | 5 | 7 | 10 |

23% чоловіків проти 16% жінок бажають мати депутатом від свого округу чоловіка. Депутату-жінці віддали голоси 16% жінок і 11% чоловіків. Чим молодший вік громадян, тим більше схильні вони бачити своїм депутатом чоловіка і, відповідно, менше – жінку. На загальному тлі вирізняється Житомирська область, мешканці якої однаковою мірою підтримують дві позиції: 20% респондентів – за депутата жіночої статі; стільки ж – чоловічої. До того ж для 40% жителів не має значення стать їхнього депутата.

Таблиця 3.1.14. Розподіл відповідей громадян на запитання: “Кого Ви більше схильні бачити як депутата місцевої ради від Вашого округу” залежно від регіону проживання, %

| Варіанти відповідей | Регіон | | | | | | Серед усіх опитаних |
|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------|-------------------|-----------------|---------------------|
| | Донецька область | Житомирська область | Київська область | АР Крим | Львівська область | Одеська область | |
| Чоловіка | 19 | 20 | 17 | 14 | 20 | 27 | 19 |
| Жінку | 15 | 20 | 14 | 8 | 11 | 15 | 14 |
| Однаково | 65 | 40 | 52 | 73 | 63 | 50 | 57 |
| Важко відповісти | 1 | 20 | 17 | 5 | 6 | 8 | 10 |

Лідер партії, яка імпонує респонденту. Для 44% опитаних немає принципової різниці в цьому питанні: 30% бажають бачити лідером партії чоловіка, тоді як жінку – 15% (табл. 3.1.15). Чоловіки, як завжди, виявляють неабияку корпоративну солідарність: за те, щоб лідером був саме чоловік, виступає 36% чоловіків і 26% жінок.

Жителі Донецької області та АР Крим більшою мірою мають бажання бачити головою партії саме чоловіка та, відповідно, меншою мірою – жінку. Більш толерантними до представників жіночої статі виглядають жителі Львівської та Одеської областей (не проти жінки – лідера партії відповідно 6% і 65% опитаних).

Таблиця 3.1.15. Розподіл відповідей громадян на запитання: “Кого Ви більше схильні бачити як лідера партії, яка Вам імпонує” залежно від регіону проживання, %

| Варіанти відповідей | Регіон | | | | | | Серед усіх опитаних |
|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------|-------------------|-----------------|---------------------|
| | Донецька область | Житомирська область | Київська область | АР Крим | Львівська область | Одеська область | |
| Чоловіка | 37 | 27 | 29 | 38 | 23 | 28 | 30 |
| Жінку | 7 | 19 | 15 | 7 | 21 | 23 | 15 |
| Однаково | 55 | 33 | 37 | 50 | 46 | 42 | 44 |
| Важко відповісти | 1 | 21 | 19 | 5 | 9 | 7 | 11 |

Директор підприємства, на якому працює респондент. Для 33% громадян оптимальним є варіант, коли керівником підприємства, на якому вони працюють, є чоловік. 38% опитаних відповіли, що для них немає різниці, а 15% хотіли б, щоб ними керувала жінка. Чимало респондентів не визначилися з цього запитання – 14% (табл. 3.1.16).

Таблиця 3.1.16. Розподіл відповідей громадян на запитання “Кого Ви більше схильні бачити як директора підприємства, на якому Ви працюєте” залежно від регіону проживання, %

| Варіанти відповідей | Регіон | | | | | | Серед усіх опитаних |
|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------|-------------------|-----------------|---------------------|
| | Донецька область | Житомирська область | Київська область | АР Крим | Львівська область | Одеська область | |
| Чоловіка | 36 | 30 | 36 | 35 | 26 | 35 | 33 |
| Жінку | 10 | 15 | 16 | 14 | 11 | 22 | 15 |
| Однаково | 50 | 35 | 35 | 46 | 24 | 38 | 38 |
| Важко відповісти | 4 | 20 | 13 | 5 | 39 | 5 | 14 |

Як і в багатьох попередніх запитаннях, чоловіки упереджено ставляться до того, щоб цю посаду змогла обіймати жінка. При цьому ані вік, ані тип населеного пункту, де проживають громадяни, на їхні оцінки суттєво не впливають. Разом із тим мірою підвищення освітнього рівня громадян дещо зростає і їхня схильність бачити своїм керівником жінку.

Одразу впадає в очі, що у Львівській області менше респондентів, ніж в інших областях, які б хотіли бачити директором на своєму підприємстві чоловіка – 26%. З іншого боку, саме в цій області не змогли визначитися з цього приводу найбільше опитаних – 39%. Можна також вирізнити із загальної громадської думки оцінки одеситів, 22% яких воліють працювати під керівництвом тільки жінки, тоді як для половини жителів Донецької області та 46% кримчан немає різниці, хто буде їхнім керівником: жінка чи чоловік.

Голова профспілкового комітету підприємства, на якому працює респондент. Це єдина виборна посада, стосовно якої кількість голосів виявилася однаковою. Так, для 42% опитаних немає принципової різниці, хто буде

головою профспілки. 20% хотіли б бачити головою саме чоловіка і стільки ж – жінку. Принципових відмінностей у відповідях респондентів залежно від віку, освіти, типу поселення та області мешкання не спостерігається.

3.1.7. Можливості щодо успішної кар’єри для чоловіків і жінок

Концепція гендерної рівності між чоловіками та жінками означає рівність прав, обов’язків та можливостей в усіх сферах життя, у тому числі при побудові кар’єри в будь-якій сфері діяльності. Цей параграф присвячений аналізу громадської думки з приводу того, що заважає чоловікам та жінкам просуватися кар’єрною драбиною.

Загальний розподіл відповідей свідчить, що головною причиною, що стоїть на заваді у побудові кар’єри, як для чоловіків, так і для жінок є брак професіоналізму, тобто недостатній досвід і обмаль знань у відповідній сфері (головною для чоловіків цю причину назвали 59%, для жінок – 47%) (табл. 3.1.17). Решта причин є гендерно відмінними: якщо чоловікам після браку професіоналізму найбільше заважає недостатній рівень освіти (55%), то жінкам – наявність сім’ї та дітей (41%), і лише потім – брак освіти (40%).

Таблиця 3.1.17. Обставини, що заважають жінкам і чоловікам здійснювати успішну кар’єру, %*

| Оцінювані позиції | Жінкам (N = 1704) | Чоловікам (N = 1695) |
|--|-------------------|----------------------|
| Недостатній рівень професіоналізму (досвід та знання) | 47 | 59 |
| Наявність сім’ї, дітей | 41 | 8 |
| Недостатній рівень освіти | 40 | 55 |
| Невпевненість у своїх силах, можливостях виконувати складнішу або керівну роботу | 24 | 25 |
| Упередженість керівництва щодо висунення жінок на керівні посади (навіть якщо професійний рівень жінки-працівника рівний або вочевидь вищий, ніж у її колеги-чоловіка) | 21 | 10 |
| Перебування у декретній відпустці | 20 | 2 |
| Велика конкуренція з боку колега-чоловіків | 18 | 30 |
| Велика конкуренція з боку колега-жінок | 13 | 9 |
| Упередженість керівництва щодо висунення чоловіків на керівні посади (навіть якщо професійний рівень чоловіка-працівника рівний або вочевидь вищий, ніж у його колеги-жінки) | 5 | 5 |
| Інше | 1 | 2 |

* Сума відповідей перевищує 100%, оскільки респонденти могли давати кілька відповідей (не більше трьох).

Слід звернути увагу на те, що наявність сім’ї, на думку громадян, фактично не заважає чоловікам у їхній професійній діяльності, тоді як для жінок цей чинник посідає друге за важливістю місце. Отже, ми маємо ще одне підтвердження панування в українському

суспільстві думки про традиційний розподіл гендерних ролей, за яким жінка витіснена у приватну, сімейну царину життя, де головним її завданням стає народити та виховати дітей, а публічна, професійна сфера діяльності залишається пріоритетом для чоловіка. Значні гендерні відмінності також існують щодо чинника конкуренції з боку колег-чоловіків. Для жінок він є значно менш вагомим (18% опитаних назвали його основним для жінки, для чоловіка – 30%), а для чоловіків – третім за значенням у кар'єрному просуванні. Разом із тим конкуренція з боку колег-жінок є втричі менш важливою для чоловіків (9%), ніж конкуренція між самими чоловіками.

Кожен п'ятий респондент визнав, що жінкам, на відміну від чоловіків, часто заважає упередженість керівництва щодо висунення жінок на керівні посади (навіть якщо професійний рівень жінки-працівника рівний або вочевидь вищий, ніж у її колеги-чоловіка). Поряд з упередженістю майже однаково вагомою перешкодою в кар'єрному просуванні жінок є перебування у декретній відпустці, – так вважають 20% громадян. На кар'єру чоловіків, ясна річ, цей чинник не впливає, бо брати декретну відпустку в Україні – це неписаний обов'язок жінки, хоча право на це має не лише мама чи бабуся, а й тато та дідусь та інші найближчі родичі. Проте досі таким правом серед чоловіків скористалися одиниці.

Щодо гендерних особливостей сприйняття перешкод у побудові кар'єри, то стосовно чоловіків вони відсутні. Тобто і чоловіки, і жінки з однаковою частотою на перше місце ставлять брак професіоналізму, на друге – недостатній рівень освіти, на третє – конкуренцію з боку колег-чоловіків (табл. 3.1.18).

Таблиця 3.1.18. Гендерні відмінності щодо визначення обставин, які заважають чоловікам здійснювати успішну кар'єру, %*

| Оцінювані позиції | Жінки (n = 971) | Чоловіки (n = 822) |
|--|-----------------|--------------------|
| Недостатній рівень професіоналізму (досвід та знання) | 57 | 55 |
| Недостатній рівень освіти | 52 | 51 |
| Велика конкуренція з боку колег-чоловіків | 27 | 29 |
| Невпевненість у своїх силах, можливостях виконувати складнішу або керівну роботу | 23 | 24 |
| Упередженість керівництва щодо висунення жінок на керівні посади (навіть якщо професійний рівень жінки-працівника рівний або вочевидь вищий, ніж у її колеги-чоловіка) | 9 | 10 |
| Велика конкуренція з боку колег-жінок | 8 | 9 |
| Наявність сім'ї, дітей | 8 | 6 |
| Упередженість керівництва щодо висунення чоловіків на керівні посади (навіть якщо професійний рівень чоловіка-працівника рівний або вочевидь вищий, ніж у його колеги-жінки) | 6 | 4 |
| Перебування в декретній відпустці | 2 | 1 |
| Інше | 2 | 2 |

* Сума відповідей перевищує 100%, оскільки респонденти могли давати кілька відповідей (не більше трьох).

Дещо іншою є ситуація стосовно жінок. Чоловіки вважають брак освіти важливішим, ніж жінки (42% чоловіків назвали його основним проти 34% жінок). Разом із цим перебування в декретній відпустці чоловікам здається не такою вагомою перешкодою у побудові кар'єри, як жінкам (16% чоловіків вважають її важливою, серед жінок – 21%). Та попри таку думку чоловіків щодо декретної відпустки, самі чоловіки брати відпустку по догляду за дитиною не хочуть. Щодо решти перешкод, то вони однаковою мірою визнаються обома статями, навіть наявність упереджень щодо жінок з боку керівництва чоловіки помічають так само, як і жінки.

Таблиця 3.1.19. Гендерні відмінності щодо визначення обставин, які заважають жінкам здійснювати успішну кар'єру, %*

| Оцінювані позиції | Жінки (n = 971) | Чоловіки (n = 822) |
|--|-----------------|--------------------|
| Недостатній рівень професіоналізму (досвід та знання) | 42 | 47 |
| Наявність сім'ї, дітей | 41 | 37 |
| Недостатній рівень освіти | 34** | 42** |
| Невпевненість у своїх силах, можливостях виконувати складнішу або керівну роботу | 24 | 23 |
| Упередженість керівництва щодо висунення жінок на керівні посади (навіть якщо професійний рівень жінки-працівника рівний або вочевидь вищий, ніж у її колеги-чоловіка) | 21 | 17 |
| Перебування у декретній відпустці | 21** | 16** |
| Велика конкуренція з боку колег-чоловіків | 19 | 16 |
| Велика конкуренція з боку колег-жінок | 12 | 13 |
| Упередженість керівництва щодо висунення чоловіків на керівні посади (навіть якщо професійний рівень чоловіка-працівника рівний або вочевидь вищий, ніж у його колеги-жінки) | 4 | 5 |
| Інше | 1 | 1 |

* сума відповідей перевищує 100%, оскільки респонденти могли давати кілька відповідей (не більше трьох).

** позначено відмінність у відповідях чоловіків та жінок, яка є статистично значимою (за критерієм χ^2).

Перешкоди у побудові політичної кар'єри для чоловіків та жінок. Український політикум має переважно чоловіче обличчя. Громадську думку з приводу того, чому так склалося і що заважає жінкам будувати таку само успішну політичну кар'єру, як і чоловікам, буде проаналізовано у цьому параграфі. Отже, порівнюючи перешкоди для побудови кар'єри у політичній та будь-якій іншій сфері суспільного життя, можна сказати, що ієрархія їх залишається

незмінною. На перше місце для обох статей виходить брак професіоналізму, проте основною причиною для жінок її вважають на 13% менше, ніж для чоловіків. Для чоловіків важливі такі перешкоди – брак освіти (46%) та конкуренція з боку колег-чоловіків (36%), а для жінок подальша ієрархія перешкод має такий вигляд: наявність сім'ї та дітей, недостатній рівень освіти та упередженість з боку керівництва.

Таблиця 3.1.20. Обставини, що заважають жінкам і чоловікам здійснювати успішну політичну кар'єру, %*

| Оцінювані позиції | Жінкам (N = 1706) | Чоловікам (N = 1685) |
|--|----------------------|-------------------------|
| Недостатній рівень професіоналізму (досвід та знання) | 50 | 63 |
| Наявність сім'ї, дітей | 37 | 4 |
| Недостатній рівень освіти | 33 | 46 |
| Упередженість керівництва щодо висунення жінок на керівні посади (навіть якщо професійний рівень жінки-працівника рівний або вочевидь вищий, ніж у її колеги-чоловіка) | 21 | 7 |
| Велика конкуренція з боку колег-чоловіків | 21 | 36 |
| Невпевненість у своїх силах, можливостях виконувати складнішу або керівну роботу | 21 | 26 |
| Перебування в декретній відпустці | 16 | 1 |
| Велика конкуренція з боку колег-жінок | 9 | 6 |
| Упередженість керівництва щодо висунення чоловіків на керівні посади (навіть якщо професійний рівень чоловіка-працівника рівний або вочевидь вищий, ніж у його колеги-жінки) | 6 | 6 |
| Інше | 2 | 2 |

*Сума відповідей перевищує 100%, оскільки респонденти могли дати кілька відповідей (не більше трьох).

Гендерні відмінності теж залишаються такими самими, що й для будь-якої іншої кар'єри – жінкам значно більшою мірою заважають наявність сім'ї, дітей, перебування в декретній відпустці та упередженість керівництва. Значно більшої ваги при побудові політичної кар'єри набуває конкуренція з боку колег-чоловіків. Це може бути пов'язано з тим, що політична сфера традиційно була чоловічою й у суспільній свідомості значно меншою мірою асоціюється з жінкою, ніж з чоловіком³⁴.

34 За результатами опитування громадської думки в межах нашого дослідження 53% опитаних (60% чоловіків та 48% жінок) вважають, що у сфері політики кращими працівниками є чоловіки.

Невпевненість у своїх силах, можливостях виконувати складнішу або керівну роботу заважає однаковою мірою чоловікам і жінкам (26% і 21% відповідно).

Гендерні відмінності в думках стосовно кар'єрних перешкод у політиці для чоловіків відсутні. Детальніше думки жінок і чоловіків щодо обставин, які заважають жінкам здійснювати успішну політичну кар'єру, наведено в таблиці 3.1.21. Чоловіки важливішими вважають брак професіоналізму (жінки – 45%, чоловіки – 50%) та недостатній рівень освіти (різниця у 6%). Проте найбільшою гендерною відмінністю є те, що жінки частіше за чоловіків вказують, що упередженість керівництва є однією з головних перешкод кар'єрного просування жінок у політиці (24% жінок проти 15% чоловіків). Велика частка як жінок (36%), так і чоловіків (34%) вважає, що жінки не здатні поєднувати сім'ю з політичною кар'єрою.

Таблиця 3.1.21. Обставини, що заважають жінкам здійснювати успішну політичну кар'єру, %*

| Оцінювані позиції | Жінки (n = 971) | Чоловіки (n = 822) |
|--|--------------------|-----------------------|
| Недостатній рівень професіоналізму (досвід та знання) | 45** | 50** |
| Наявність сім'ї, дітей | 36 | 34 |
| Недостатній рівень освіти | 28** | 34** |
| Упередженість керівництва щодо висунення представників жінок на керівні посади (навіть якщо професійний рівень жінки-працівника рівний або вочевидь вищий, ніж у її колеги-чоловіка) | 24** | 15** |
| Велика конкуренція з боку колег-чоловіків | 21 | 19 |
| Невпевненість в своїх силах, можливостях виконувати складнішу або керівну роботу | 21 | 18 |
| Перебування у декретній відпустці | 16 | 15 |
| Велика конкуренція з боку колег-жінок | 8 | 9 |
| Упередженість керівництва щодо висунення чоловіків на керівні посади (навіть якщо професійний рівень чоловіка-працівника рівний або вочевидь вищий, ніж у його колеги-жінки) | 7 | 5 |
| Інше | 2 | 2 |

* Сума відповідей перевищує 100%, оскільки респонденти могли дати кілька відповідей (не більше трьох).

** Позначено відмінність у відповідях чоловіків та жінок, яка є статистично значимою (за критерієм χ^2).

Уявлення громадськості щодо шляхів подолання перешкод для здійснення успішної кар'єри. Судячи з отриманих даних, можна говорити про наявність гендерних відмінностей у перешкодах на шляху

кар'єрного зростання. Одним із основних шляхів, у яких суспільство вбачає можливість поліпшення умов кар'єрного розвитку, є створення спеціальних освітніх програм для жінок, які прагнуть стати керівниками або підприємцями (37%). На 14% менше громадян вважають за необхідне створювати такі програми для чоловіків, котрі прагнуть стати керівниками. 24% респондентів вважають, що необхідно проводити інформаційні кампанії у ЗМІ з метою викоринення стереотипних поглядів на обов'язки жінки і чоловіка в сучасному суспільстві. Фактично кожен п'ятий вважає, що ґендерну рівність можна вдосконалити, створивши належну систему закладів з догляду за дітьми та запровадивши ґендерну просвіту у виховних та навчальних закладах, починаючи з дитячого садка (табл. 3.1.22).

Таблиця 3.1.22. Уявлення громадян про основні шляхи подолання перешкод для здійснення успішної кар'єри (N = 1767, %)*

| Варіанти відповідей | Чоло- віки n = 822 | Жінки n = 971 | У серед- ньому за маси- вом |
|---|--------------------------|------------------|--------------------------------------|
| Створення спеціальних освітніх програм для жінок, які прагнуть стати керівниками або підприємцями | 33** | 40** | 37 |
| Важко відповісти | 30** | 21** | 26 |
| Проведення інформаційних кампаній у ЗМІ з метою викоринення стереотипних поглядів на обов'язки жінки і чоловіка в сучасному суспільстві | 20** | 27** | 24 |
| Створення спеціальних освітніх програм для чоловіків, які прагнуть стати керівниками або підприємцями | 24 | 22 | 23 |
| Створення належної системи закладів по догляду за дітьми | 19 | 22 | 21 |
| Ґендерна просвіта у виховних та навчальних закладах, починаючи з дитячого садка | 17 | 23 | 21 |
| Уведення заходів так званої "позитивної дискримінації", коли встановлюється квота стосовно обіймання жінками і чоловіками деяких посад (наприклад, 50 : 50) | 12** | 17** | 15 |
| Зняття обмежень на роботу жінок та чоловіків на деяких підприємствах | 11 | 14 | 13 |
| Наявність паритетної відпустки (по догляду за дитиною) для батьків | 7 | 9 | 8 |

*Сума відповідей перевищує 100%, оскільки респонденти могли дати кілька відповідей (не більше трьох).

** Позначено відмінність у відповідях чоловіків та жінок, яка є статистично значимою (за критерієм χ^2)

Якщо говорити про ґендерні відмінності у підході до розв'язання проблем кар'єрного просування, то найбільшими вони є з приводу створення спеціальних освітніх програм для жінок, які прагнуть стати керівниками або підприємцями (на 7% більше жінок вважають за потрібне створення таких програм) та проведення інформаційних кампаній у ЗМІ з метою викоринення стереотипних поглядів на обов'язки жінки і чоловіка в сучасному суспільстві (така сама різниця у 7%).

Ґендерних відмінностей не спостерігається щодо створення спеціальних освітніх програм для чоловіків, які прагнуть стати керівниками або підприємцями, розбіжність у відповідях становить лише 2%.

Значна частка опитаних (серед жінок – 30%, серед чоловіків – 21%) не мають жодного уявлення, яким чином можна усунути перешкоди, що заважають будувати успішну кар'єру в Україні, і вагаються з відповіддю. Це може вказувати на те, що питання кар'єрних можливостей залежно від статі не є достатньо актуальним для українського суспільства.

Майже однакова частка жінок (22%) і чоловіків (19%) вважають, що на заваді успішної кар'єри стоїть відсутність належних закладів по догляду за дітьми, тому необхідно створювати досконалішу систему відповідних закладів.

Запровадження "позитивної дискримінації", коли встановлюється квота для жінок і чоловіків у праві обіймати деякі посади, підтримують 17% жінок і 12% чоловіків.

З метою подолання перешкод для здійснення успішної кар'єри 14% жінок і 11% чоловіків погоджуються з необхідністю зняти обмеження на роботу жінок та чоловіків на деяких підприємствах.

Таким чином, проаналізувавши отримані результати, можна говорити про наявність ґендерних відмінностей у перешкодах на шляху кар'єрного зростання. Головною причиною, яка не залежить від статі, є недостатній рівень професіоналізму в певній сфері. Але якщо порівняти відповіді респондентів, то побачимо, що чоловікам більше, ніж жінкам, бракує належного рівня освіти та професіоналізму (досвіду та знань). На противагу цьому жінкам заважають здійснювати кар'єру політика чи будь-яку іншу сімейні обов'язки (перебування в декретній відпустці, наявність сім'ї та дітей). Також жінки частіше страждають від упередженості керівництва щодо висунення їх на керівні посади (навіть якщо професійний рівень жінки-працівника рівний або вочевидь вищий, ніж у її колеги-чоловіка). Значна частина громадян вбачає проблему в невпевненості у своїх силах, можливостях виконувати складнішу або керівну роботу. Однакова частка чоловіків і жінок погоджуються, що для обох статей існує велика конкуренція з боку колег-чоловіків на роботі.

Висновки

- Сьогодні в середньому кожен другий громадянин України переконаний існуванні ґендерної нерівності в країні, причому такої думки дотримуються і чоловіки, і жінки, щоправда дещо різною мірою (55% і 43% відповідно). Менша частка громадян (36%) вважає, що ґендерної нерівності в країні не існує.

- На переконання громадян стосовно поширення гендерної нерівності, окрім їхньої статі, суттєво впливає регіон проживання, тип населеного пункту і рівень освіти. У розрізі кожної із названих категорій найбільш оптимістично (щодо відсутності утисків представників чоловічої або жіночої статі) налаштовані жителі АР Крим, сільські жителі, особи із неповною середньою освітою. Зазвичай для чоловіків характерні більш позитивні оцінки, ніж для жінок.
- Більшість громадян України (62%) переконані, що утискаються права й можливості представників жіночої статі; лише 6% громадян стверджують про наявність дискримінаційних утисків щодо чоловіків. При цьому фактично кожен п'ятий громадянин вказує на наявність утисків прав і можливостей представників обох статей – і чоловіків, і жінок.
- Громадська думка характеризується певними гендерними особливостями, які передусім полягають у тому, що чоловіки менше схильні визнавати наявність дискримінаційних утисків щодо жінок, ніж самі жінки (52% і 68% відповідно).
- Переконання більшості населення щодо наявності утисків за статтю сформувалися за допомогою засобів масової інформації й на підставі спілкування з друзями, знайомими та родичами. 22% громадян були свідками вияву гендерної нерівності, а 12% самі стали жертвами дискримінації за статтю.
- Домінує у масовій свідомості думка, що в українському суспільстві жінкам складніше просуватися кар'єрними сходами, ніж чоловікам. При цьому жінки вчетверо частіше за чоловіків стверджують про ускладнення щодо обіймання ними керівних посад. Водночас чоловіки більше за жінок схильні стверджувати, що кар'єрне просування не залежить від статі.
- Існує певна залежність між освітою і типом поселення респондентів, з одного боку, та їхніми переконаннями, що жінці куди складніше стати керівником, ніж чоловікові, – з іншого. Чим вищий рівень освіти респондента та вищий адміністративний рівень поселення, де він проживає, тим більш поширеними є переконання щодо ускладнень у плані кар'єрного зростання жінок.
- Понад 40% населення України переконані в наявності суспільного стереотипу “політика – це не жіноча справа”, внаслідок поширення якого жінці важче, ніж чоловікові, стати депутатом чи обійняти відповідальну керівну посаду. Друге місце у рейтингу чинників, які впливають на можливість для жінок входити до складу органів виконавчої влади, посідає переконання населення “партії очолюють переважно чоловіки”, а отже, до прохідної частини списку партій включають здебільшого чоловіків. На третьому місці серед причин – переважання жінок домашніми справами й вихованням дітей, що впливає на їхні можливості кар'єрного і професійного зростання.
- Громадська думка фіксує досволі чіткий розподіл владних повноважень жінок і чоловіків в українському суспільстві, який виявляється в тому, що чоловіки мають більше владних повноважень у сферах роботи і соціально-політичного життя, а жінки – у сфері сімейних відносин. Лише третина українського населення схильна стверджувати, що влада між чоловіками і жінками у різних сферах суспільного життя розподілена рівномірно, проте серед чоловіків така думка поширена значно більше, ніж серед жінок.
- Більшість населення України також вважає, що чоловіки мають ширший доступ до державних коштів та майна, ніж жінки. Причому чим вищий рівень освіти громадян, тим більше вони переконані в наявності дисбалансу в доступі жінок і чоловіків до матеріальних ресурсів, тим більшою серед них є частка тих, хто вважає, що більшістю матеріальних цінностей володіють чоловіки. Водночас стосовно доступу до сімейного бюджету більшість громадян стверджують, що жодної дискримінації за статтю тут не існує.
- Сьогодні громадська думка продовжує відтворювати найгірші стереотипи гендерного сприйняття управлінських функцій в соціумі, коли традиційні сфери життєдіяльності – сім'я, культура, охорона здоров'я тощо мають залишатися тільки за жінками, а всіма іншими, часом технологічно складнішими сферами (економікою, підприємництвом, політикою тощо) можуть успішно займатися лише чоловіки. Декларована теза “немає відмінності” в тому, хто очолюватиме ту чи ту галузь виробництва, має фактично дискримінаційне впровадження її на практиці, оскільки здебільшого на ключових керівних посадах населення очікує бачити чоловіків.
- Чим вищий рівень керівної посади, тим більше громадян віддають перевагу в призначенні на неї чоловіка, а не жінки. Так, на посаді Президента України схильні бачити “тільки чоловіка” 47%; Прем'єр-міністра України – 42%; Голови Верховної Ради України – 44% громадян. Відповідно частки тих, хто більшою мірою схильний бачити на вказаних посадах представників жіночої статі, становлять 19%; 16%; 9%. Мірою зменшення “політичної ваги” посади збільшується частка громадян, які вважають за можливе довірити посаду представникам обох статей.
- Існують суттєві регіональні відмінності у громадському сприйнятті гендерної ситуації в країні, причому найбільше вирізняються думки жителів АР Крим. Зокрема, серед кримчан найменша частка переконаних в існуванні гендерної нерівності у країні (33%), проте найбільша частка тих, хто переконаний у наявності утисків прав і можливостей жінок (72%), готовності бачити тільки чоловіків на посадах Президента і Прем'єр-міністра (77% і 56%), існуванні рівного доступу для жінок і чоловіків до державних коштів і майна (64%).
- Попри наявність гендерних відмінностей у перешкодах на шляху кар'єрного зростання жінок і чоловіків існують й інші причини, які не залежать від статі, зокрема недостатній рівень професіоналізму в певній сфері. За даними дослідження, чоловікам більше, ніж жінкам бракує належного рівня освіти та професіоналізму (досвіду та знань). На противагу цьому жінкам заважають здійснювати кар'єру сімейні обов'язки (перебування в декретній відпустці, наявність сім'ї та дітей). Також жінки частіше за чоловіків потерпають від упередженості керівництва щодо висунення їх на керівні посади (навіть якщо професійний рівень жінки-працівника рівний або вочевидь вищий, ніж у її колеги-чоловіка). І однозначно, що для представників обох статей

на роботі існує велика конкуренція з боку колеґ-чоловіків.

- На думку громадськості, основними шляхами подолання зазначених перешкод кар'єрного розвитку є створення спеціальних освітніх програм для жінок, які прагнуть стати керівниками або підприємцями (37%) та проведення інформаційних кампаній у ЗМІ з метою викорінення стереотипних поглядів на обов'язки жінки і чоловіка у сучасному суспільстві (24%). 14% громадян вважають, що мають існувати аналогічні програми для чоловіків.
- Щоб мати більше часу для кар'єрного розвитку, жінкам передусім необхідно зменшити кількість часу, яку вони витрачають на сімейну сферу. Тому, на думку громадян, одним зі шляхів подолання перешкод є створення належної системи закладів з догляду за дітьми (21%). Також, на думку кожного п'ятого опитаного, в освітніх та виховних закладах варто змалку запроваджувати гендерну просвіту.

3.2. Гендерний імідж політичних партій

Аналіз офіційних цифр представництва жінок у вищих щаблях української влади дає підстави говорити про чоловіче панування у цій царині. Серед офіційно зареєстрованих кандидатів на посаду Президента України на виборах 1999 року представниця жіночої статі була лише одна – Н.М. Вітренко. Кількість жінок серед претендентів на посаду Президента України у 2004 році не відрізнялася від попереднього представництва їх на цю посаду. Так, серед потенційних претендентів на посаду Президента України було дві жінки – Н.М. Вітренко та Ю.В. Тимошенко, але фактично після підписання угоди з паном Ющенком остання вийшла із президентських перегонів, залишивши серед офіційно зареєстрованих кандидатів лише одну жінку – ту ж таки пані Вітренко.

Ця сама тенденція спостерігається при аналізі складу виконавчої влади. Серед трьох останніх Урядів України жінки були лише в тому, який очолювала жінка. В Уряді Ю.Тимошенко із 23 посад лише дві обіймали жінки – Ю.Тимошенко та О.Білозір. Натомість Уряди Ю.Єханурова (25 посад, жодної жінки) та В.Януковича (26 посад, жодної жінки) можна схарактеризувати як суто чоловічі.

Гендерний баланс складів політичних партій порівняно з виконавчою владою виглядає дещо краще. Такий висновок нам дає змогу зробити аналіз співвідношення чоловіків та жінок у списках політичних партій та виборчих блоків, що були включені до списків кандидатів у народні депутати України за останні три виборчі кампанії (1998, 2002, 2006 років)³⁵. Так, питома вага чоловіків серед членів політичних партій та виборчих блоків безумовно переважає. У 1998 році склад усіх політичних партій на 90% був чоловічим. Цей показник за 2006 рік кардинально не змінився, і чоловіче представництво в політичних партіях зменшилося лише на 9%. Відповідно, частка жінок у політичному житті країни збільшилася. Так, якщо у 1998 році у списках кандидатів від різних політичних партій частка жінок

становила лише 10% від загальної кількості, у 2002 році вона зростає майже вдвічі – до 20 %, тоді як на останніх виборах до Верховної Ради України 2006 року частка жінок у складі політичних партій дещо знизилася, сягнувши позначки у 19%.

Таблиця 3.2.1. Статевий та віковий розподіл (на дату виборів) кандидатів, яких включено до списків кандидатів від партій (виборчих блоків партій) на виборах у народні депутати України, %

| 29 березня 1998 року | Чоловіки (N = 5550) | Жінки (N = 641) |
|--|------------------------|---------------------|
| Відсоткове співвідношення чоловіків та жінок | 90 | 10 |
| Вікові групи: | | |
| до 30 років | 7 | 8 |
| 31–50 років | 61 | 69 |
| 51–70 років | 31 | 22 |
| понад 70 років | 1 | 1 |
| 31 березня 2002 року | Чоловіки (N = 5507) | Жінки (N = 1339) |
| Відсоткове співвідношення чоловіків та жінок | 80 | 20 |
| Вікові групи: | | |
| до 30 років | 10 | 13 |
| 31–50 років | 53 | 58 |
| 51–70 років | 36 | 28 |
| понад 70 років | 1 | 1 |
| 26 березня 2006 року | Чоловіки (N = 6144) | Жінки (N = 1451) |
| Відсоткове співвідношення чоловіків та жінок | 81 | 19 |
| Вікові групи: | | |
| до 30 | 11 | 15 |
| 31–50 | 49 | 51 |
| 51–70 | 40 | 34 |
| понад 70 | 1 | 1 |

Також варто зважати на те, що поступово зростає частка молодих політиків віком до 30 років. Не викликає сумніву, що тридцятилітні представники нової формації, носії демократичних цінностей, ліберальних і космополітських поглядів є ключовими гравцями зі зміни суспільного устрою. Окремо зазначимо, що частка молодих жінок (віком до 30 років) серед членів політичних партій поступово зростає з 8% у 1998 році до 15% у 2006-му, що може свідчити про певні зрушення в гендерних стереотипах як українського суспільства загалом, так і українського жіноцтва зокрема. Можна

говорити також, що дедалі більше жінок усвідомлюють свою роль і місце у розв'язанні важливих соціально-політичних проблем суспільства. Поступово відбувається процес перетворення жінки з об'єкта на суб'єкт політики.

Нині можна констатувати, що гендерна структура різних гілок української влади має переважно "чоловіче" обличчя. Якими є оцінки й думки пересічних громадян стосовно участі, місця та ролі жінок у політичному житті країни? Як респонденти оцінюють гендерний імідж політичних партій, блоків, об'єднань? Які можливі варіанти розв'язання цих питань вони бачать? Про це мова піде далі.

Таблиця 3.2.2. Представленість жінок-депутатів у загальній кількості депутатів Верховної Ради України останніх трьох скликань

| Склад депутатів | Верховна Рада | | |
|--------------------------------------|--------------------------|-------------------------|---|
| | III скликання (1998 рік) | IV скликання (2002 рік) | V скликання (станом на 26.10.2006 року) |
| Загальна кількість депутатів | 448 | 450 | 448 |
| Чоловіків | 412 | 426 | 409 |
| Жінок | 36 | 24 | 39 |
| Частка жінок у загальному складі (%) | 8 | 5 | 9 |

Питання гендерного балансу в складі політичних партій останнім часом досить жваво обговорюється представниками різних структур – науковцями, державними діячами, політиками, але, як свідчать результати опитування, не викликає особливої зацікавленості громадського загалу. Більшість громадян (55%) ніколи не звертають уваги на співвідношення кількості чоловіків та жінок у партійних списках. До цієї ж групи можна додати окрему частину респондентів (16%), які не змогли визначитися, чи звертали вони на це увагу раніше, чи ні. Зрештою отримуємо красномовну цифру – 71%, яка може бути певним свідченням того, що більшість громадян не цікавить співвідношення чоловіків та жінок у партійних списках. Не виключено, що саме для них важливішими атрибутами діяльності політичної партії є, наприклад, програми, гасла, лідери тощо, ніж гендерний баланс складу партії.

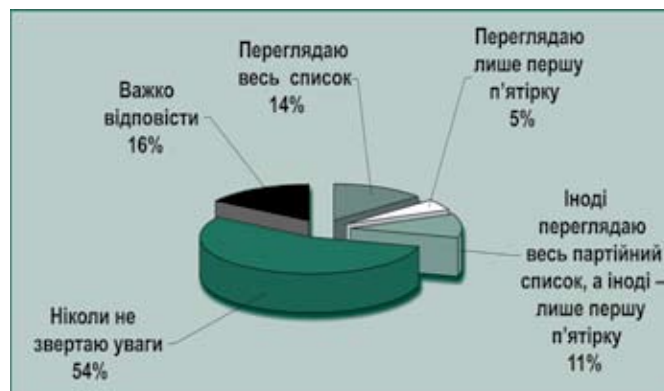
Лише кожен сьомий респондент опікується проблемою представництва жінок у партійних списках, оскільки наявність чоловіків у складі партій є априорі беззаперечною. Незначна частка респондентів (5%) зазначила, що проглядають лише першу п'ятірку в партійних списках, аналізуючи та порівнюючи в них кількість жінок і чоловіків (див. діагр. 3.2.1).

Отже, питання представництва жінок і чоловіків у складі політичних партій для переважної більшості громадян нині не є принциповим.

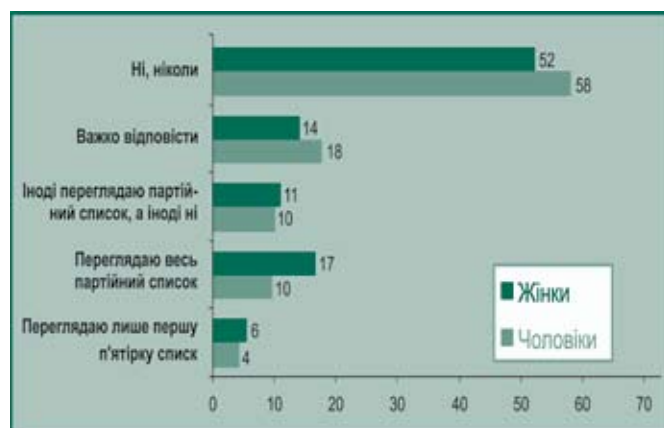
Далі пропонуємо розглянути різні категорії респондентів, щоб з'ясувати, для кого гендерний баланс

є принциповим питанням. Так, виявилось, що серед респондентів, які аналізують співвідношення чоловіків і жінок у списках політичних партій, незалежно від глибини аналізу (чи то аналіз усього списку, чи лише першої п'ятірки), переважають жінки (див. діагр. 3.2.2). Більшу частку респондентів, які жодного разу не задавалися цим питанням, становлять чоловіки.

Діаграма 3.2.1. Гендерний аналіз виборцями списків партій, що подані на голосування



Діаграма 3.2.2. Розподіл відповідей респондентів на запитання: "Чи звертаєте Ви увагу на кількість чоловіків та жінок у виборчих списках партії, якій віддаєте свій голос на виборах?", %



Розглядаючи цю проблему в розрізі вікових груп, можемо констатувати, що середній вік респондентів, які за різних умов переймаються гендерним балансом списків політичних партій, дорівнює 44–46 років. Цей показник дещо вищий за середній вік тих, кого гендерний баланс не цікавить (43 роки). Отже, не виключено, що питаннями гендерного балансу в складі політичних партій цікавляться більш досвідчені люди.

Цей висновок можна перефразувати також щодо рівня освіти тих, кого не залишає байдужим представництво жінок у політичних партіях. Кожен шостий із середньою спеціальною або вищою освітою переглядає та співвідносить наявність жінок і чоловіків у партійних списках. Частка зацікавлених цим питанням респондентів серед людей із нижчим рівнем освіти значно менша і коливається від 4% до 9%. Відповідно, частка тих, хто

ніколи не звертав уваги на наявність жінок у списках політичних партій, серед осіб із неповною або повною середньою освітою становить 58% та 66% відповідно. Серед осіб із середньою спеціальною або вищою освітою частка таких респондентів менша (51% та 54% відповідно). Отже, питанням гендерної рівності в партійних списках політичних партій опікуються більш освічені люди.

Таблиця 3.2.3. Ставлення до гендерного складу списків партій, які подані на голосування, серед осіб із різним рівнем освіти, %

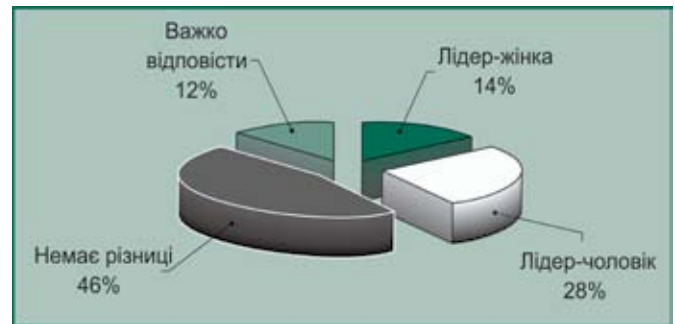
| Варіанти відповідей | Неповна середня | Повна середня | Середня спеціальна | Неповна вища або вища |
|---|-----------------|---------------|--------------------|-----------------------|
| Так, обов'язково переглядаю весь партійний список | 4 | 9 | 15 | 15 |
| Так, але я обов'язково переглядаю лише першу п'ятірку списку | 3 | 5 | 6 | 4 |
| Іноді я переглядаю весь партійний список, а іноді – лише першу п'ятірку | 11 | 7 | 12 | 12 |
| Ніколи не звертав уваги на кількість чоловіків та жінок | 58 | 66 | 51 | 54 |
| Важко відповісти | 25 | 12 | 16 | 15 |

Наостанок додамо, що існують певні регіональні особливості гендерного аналізу партійних списків. Скажімо, переважна більшість (72%) мешканців АР Крим ніколи не звертала уваги на кількість чоловіків і жінок у цих списках, це найвищий показник серед усіх регіонів, де проходило опитування. Одним із пояснень такої гендерної байдужості може бути рівень значущості й актуальності інших проблем на півострові, зокрема питання нацменшин, мовні питання тощо. Інший приклад стосується Одеської області. Дослідження виявило, що серед мешканців цієї області найбільша кількість осіб (24%), які уважно ставляться до співвідношення чоловіків і жінок у партійних списках. Переважну частку їх становлять непрацюючі пенсіонери.

Отже, для переважної більшості громадян (71%) наявність жінок у партійних списках політичних партій не є пріоритетним питанням для їх підтримки. Уважнішими до складу та співвідношення чоловіків і жінок у партійних списках політичних партій виявляються жінки або більш досвідчені та освіченіші особи.

Головна тенденція, згідно з якою для більшості громадян гендерний баланс у списках політичних партій не викликає особливої зацікавленості, підтверджується таким аргументом. Стать лідера політичної партії для майже половини громадян (46%) не є вирішальною і, власне, не може істотно вплинути на успішне майбутнє будь-якого політичного об'єднання. Цей висновок зроблено на підставі аналізу відповідей (див. діагр. 3.2.3) на запитання "Хто може скоріше привести політичну партію, яка Вам імпонує, до влади: лідер-жінка чи лідер-чоловік?".

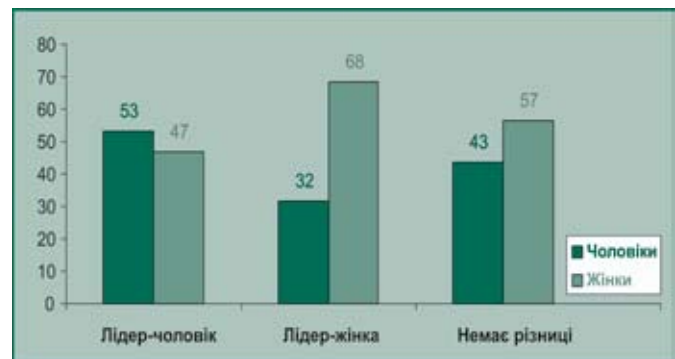
Діаграма 3.2.3. Хто може скоріше привести політичну партію, яка вам імпонує, до влади?



Майже третина респондентів на чолі політичних об'єднань бачать лідерів-чоловіків, і лише кожен сьомий вказує, що обрану ним політичну партію до влади може привести лідер-жінка. Отже, майже половина населення країни демонструє гендерну "індиферентність" стосовно статі лідера політичного об'єднання, який може привести своїх прихильників до перемоги.

Аналіз гендерних преференцій стосовно керівних посад політичних партій залежно від статі респондентів доводить таке. Серед тих, хто віддає перевагу лідерам чоловічої статі, переважають чоловіки (53%). Натомість групу підтримки лідерів-жінок становлять переважно жінки (68%). Такий розподіл підтримки лідерів різної статі радше можна схарактеризувати як певний вияв гендерної солідарності (див. діагр. 3.2.4). До цього можна додати, що частка жінок (57%), котрі не вважають, що стать лідера може вплинути на лідерство політичної партії, переважає частку чоловіків (43%), які також погоджуються з цією думкою.

Діаграма 3.2.4. Гендерні преференції населення стосовно лідерів політичних партій залежно від статі респондентів, %



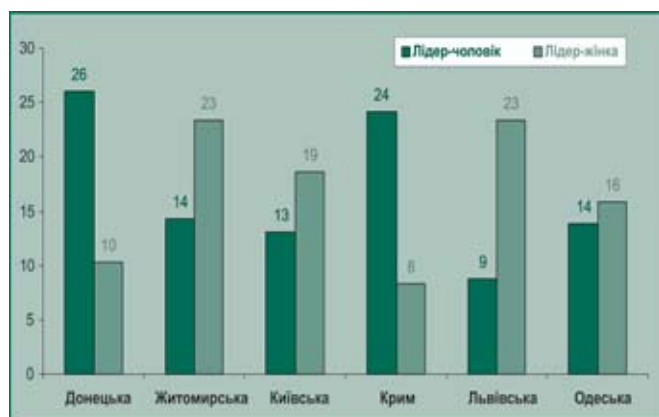
Залежностей між преференціями щодо статі лідера партії та рівнем освіти респондентів наше дослідження не виявило, загальна тенденція гендерної "індиферентності" зберігається серед груп респондентів із різним рівнем освіти.

Аналізуючи гендерні преференції щодо лідера політичного об'єднання, можна констатувати, що значущих відмінностей в оцінках жителів із різних типів поселень не зафіксовано. Однак привертає увагу той факт, що половина мешканців сільської місцевості не змогли визначитися з відповіддю на це запитання. Пояснення такої кількості невизначених можуть бути різні: сільські мешканці ніколи до цього опитування не переймалися

цим питанням, політика для сільського мешканця не посідає пріоритетних місць серед його інтересів.

Аналіз гендерних преференцій стосовно керівників політичних партій залежно від області проживання громадян виявляє певні електоральні тенденції останніх виборів до Верховної Ради України у березні 2006 року. Як бачимо з діаграми 3.2.5, підтримка лідера-чоловіка, який здатен привести свою політичну партію до влади, формується переважно з мешканців Донецької області та АР Крим. Натомість підтримка лідера-жінки концентрується у Львівській, Житомирській та Київській областях. Приблизно такий же розподіл підтримки В.Януковича та Ю.Тимошенка серед мешканців цих областей спостерігався під час останніх парламентських виборів. У цьому разі є всі підстави стверджувати, що при відповіді на це запитання респонденти, найімовірніше, ототожнювали лідера-чоловіка із В. Януковичем, а лідера-жінку – з Ю.Тимошенком.

Діаграма 3.2.5. Гендерні преференції громадян стосовно лідерів політичних партій залежно від області проживання, %



Отже, надійність цього запитання не витримала обласного розрізу. Вочевидь існує пряmlinійний зв'язок в окремих областях між поняттями лідер-чоловік і лідер-жінка та конкретними постатями українського політикуму.

Результати дослідження демонструють певну гендерну "індиферентність" більшості громадян стосовно керівних посад політичних партій та об'єднань. Найімовірніше, на думку цієї більшості, для перемоги свого політичного об'єднання лідер має бути наділений іншими чеснотами, здібностями та вміннями, ніж бути представником певної статі.

Одним із гострих гендерних питань у сфері забезпечення гендерної рівності в політичному житті країни є проблема встановлення гендерних квот. Встановлення їх покликане забезпечувати участь представників кожної статі в політичному житті на рівні певного відсотка у виборчому списку партії. Прихильники цієї ідеї апелюють до забезпечення демократичного принципу формування парламенту як представницького органу всього населення. Противники гендерного квотування наголошують, що формувати склад органів влади, спираючись на природні об'єктивні характеристики, якою є стать, нехтуючи такими ознаками, як освіта, практичний досвід, репутація,

переконавання кандидата, вкрай небезпечно. Проблема малого представництва жінок серед парламентарів зумовлена тим, що українські жінки назагал значно рідше висувають свої кандидатури на вибори, цей феномен має об'єктивні причини – національні традиції, стереотипи, пріоритетність життєвих цінностей жінок тощо. Утім, такими є думки експертів стосовно того, що думають громадяни з приводу введення гендерних квот.

До введення гендерного квотування схильна майже чверть (24%) населення. Противників цієї ідеї підтримує майже кожен другий (48%) громадянин. Третина (28%) не змогли визначитися із відповіддю на це непросте запитання. Серед симпатиків уведення гендерних квот частіше можна зустріти жінок, що й не дивно, адже саме вони змушені контролювати й обстоювати представництво своїх інтересів у суто чоловічій сфері життєдіяльності.

Ще один цікавий факт. Кожен четвертий з-поміж прихильників уведення гендерного квотування мешкає у Львівській області, а найменше (8%) – в АР Крим. Одним із можливих пояснень такого регіонального розподілу можуть бути національні та релігійні особливості, які криються в певних гендерних стереотипах, ролях та місці чоловіків і жінок у суспільно-політичному житті.

Резюмуючи розгляд цього питання, можна констатувати, що половина громадян не погоджується з можливістю розв'язання гендерного паритету в законодавчій владі шляхом штучного визначення пропорцій чоловіків і жінок у складі політичних партій. Серед прихильників уведення такого механізму більшість становлять жінки.

Яку діяльність з встановлення гендерної рівності в українському суспільстві здійснюють самі політичні партії? До респондентів ми зверталися з таким запитанням: "Чи зустрічали вони в програмах політичних партій чи дискусіях заклик або проголошення рівності між чоловіком і жінкою?". Виявилось, що з такими деклараціями стикався кожен четвертий респондент, а дехто навіть неодноразово. Трохи понад третину громадян вказують, що не змогли знайти жодних закликів або проголошень гендерної рівності в програмах політичних партій, хоча ретельно вивчали передвиборчі програми.

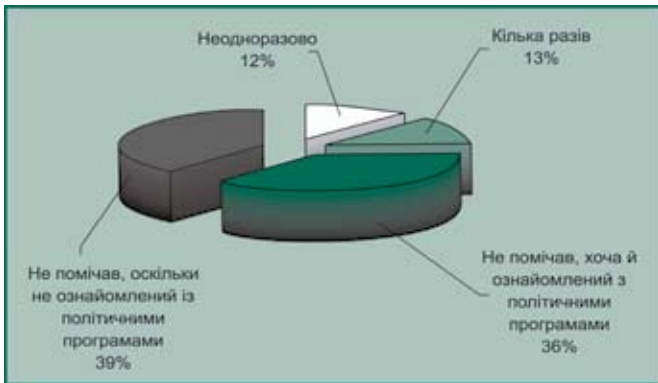
Отже, можна констатувати, що деякі партії декларують у своїх програмах заклики з встановлення гендерної рівності, іноді навіть створюються окремі партії такого спрямування, наприклад "Жінки за майбутнє України", і ці декларації є помітними для громадян.

Ще один факт привертає особливу увагу. Чимала частка респондентів (39%) взагалі не переглядає програми політичних партій, не стежить за передвиборчими дискусіями тощо. Напевно, ці респонденти не довіряють деклараціям, проголошуваним у цих документах, оскільки, як свідчать приклади останніх політичних подій, більшість політичних партій чи об'єднань часто ігнорують або взагалі не дотримуються власних передвиборчих гасел.

Аналіз відповідей на це запитання зафіксував певні регіональні особливості. З'ясувалося, що переважна частка тих, хто стикався із закликами або проголошенням рівності чоловіків і жінок, проживає в Житомирській (31%)

та Київський (30%) областях. Найменше (1%) мешкає в Автономній Республіці Крим. Інших залежностей розподілу відповідей на це запитання від статі або віку респондентів наше дослідження не виявило.

Діаграма 3.2.6. Розподіл відповідей громадян на запитання: “Чи помічали Ви у програмах політичних партій, їхніх передвиборчих програмах чи дискусіях заклик або проголошення рівності між чоловіком та жінкою?”

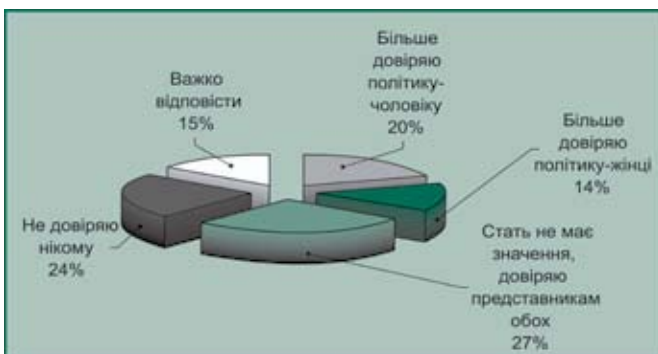


Окремі політичні партії ведуть певну декларативну роботу з досягнення гендерної рівності в українському суспільстві, і ця діяльність є помітною. Хоча, як доводить наше дослідження, така робота є радше винятком із правил, оскільки значна частка політичних партій у своїх передвиборчих продуктах таких проголошень не робила (так вважають 36% громадян).

Занепокоєння викликає загальний рівень байдужості населення до основних продуктів політичних партій та об'єднань, наприклад політичних програм. Однією з причин такої байдужості можна назвати дискредитацію цих політичних продуктів самими політичними партіями.

Рівень довіри до політиків-жінок та політиків-чоловіків серед громадян також можна схарактеризувати терміном “гендерна толерантність”. Так, 27% говорять, що стать політика не впливає на рівень довіри до нього. Наступна за кількістю група респондентів характеризується загальним рівнем недовіри до політиків в цілому, незалежно від статі презентера. Лише п'ята частка громадян свої переваги віддають політикам-чоловікам. Політик-жінка викликає більше довіри у 14% громадян.

Діаграма 3.2.7. Рівень довіри населення України до політиків різної статі



Аналіз відповідей громадян стосовно рівня довіри політикам різної статі залежно від статі самого респондента виявив такі тенденції. Загальний рівень довіри або недовіри чоловіків і жінок практично однаковий. Для 27% опитаних жінок і чоловіків стать політика не впливає на рівень довіри до нього. Майже чверть жінок (23%) та чоловіків (25%) взагалі не довіряють політикам незалежно від їхньої статі. Майже кожен шостий чоловік та кожна шоста жінка не визначилися з відповіддю на це запитання. Кожен четвертий чоловік більше довіряє політикам-чоловікам, кожна шоста жінка – політикам-жінкам.

Рівень довіри до політиків-чоловіків вищий серед чоловіків (25%), ніж серед жінок (16%). І, відповідно, жінки-політики користуються більшою довірою серед представниць своєї статі (18%), ніж серед чоловіків (9%). Не виключено, що ці респонденти демонструють певну гендерну солідарність, а відтак – і певні гендерні стереотипи.

Дослідження зафіксувало окремі залежності рівня довіри до політиків різної статі від різних соціально-демографічних характеристик респондентів. Передусім відзначимо наявність певних регіональних особливостей у рівні довіри до політиків різної статі. Наприклад, мешканці Донецької області більше довіряють політикам незалежно від їхньої статі, ніж представники інших регіонів. Серед донеччан є певні групи населення, які більше схильні довіряти політикам-чоловікам: це, як правило, чоловіки, які мешкають в самому Донецьку або сільській місцевості.

Разом із тим кримчани відрізняються від решти населення більшим політичним “нігілізмом”, серед них частка тих, хто взагалі не довіряє політикам, найвища – 38%. Не виключено, що такий рівень недовіри кримчан пов'язаний з останніми подіями, що розгортаються на тлі розподілу земельних ділянок на півострові та позицією місцевої влади та політиків у цьому конфлікті. Єдина соціальна група серед кримчан, яка демонструє помітну толерантність до політиків різних статей, – це сільські жінки.

Отже, можемо зазначити, що для третини населення України стать політика не є визначальною для висловлення йому довіри. Майже кожен четвертий взагалі не довіряє політикам. АР Крим вирізняється найбільшим політичним нігілізмом серед усіх регіонів. Найбільше політикам довіряють у Донецькій області.

Для третини населення байдуже, якої статі є політичний лідер, визначальними для них радше є інші якості політичного діяча. Постає запитання: які саме ці якості? Отриманий рейтинг чеснот політика виглядає доволі прогнозованим. Чесність – головна риса політиків, яку воліє знаходити в них переважна більшість людей (78%). Наступні риси за кількістю виборів і не менш значущі для респондентів – це освіченість та чіткість у виконанні програмних цілей. Ще один вагомий штрих до ідеального образу політика криється в його комунікаційних навичках і талантах (44%) – бути комунікабельним, відкритим та щирим. Далі за рейтингом виокремлюється перелік рис, пов'язаних із об'єктивними характеристиками: зовнішність лідера, його вік та наявність харизми. Участь у благодійних акціях слугує важливою рисою політичного лідера для 17% громадян. Можна припустити, що причиною такого

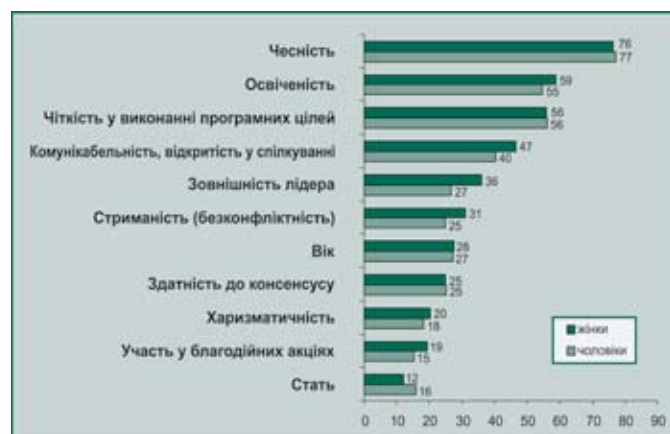
невисокого місця благодійності в загальному рейтингу якостей політичних лідерів є розуміння й ототожнення участі політика у благодійних акціях як постійного, а іноді й застарілого елементу самореклами претендента. Стать як визначальна риса лідера політичних партій важлива для кожного сьомого громадянина. З іншого боку, можна говорити, що більшість населення майже не цікавиться наявністю успішного бізнесу у політичного лідера або коріннями його походження (соціальна група, місцевість).

Таблиця 3.2.4. Рейтинг якостей лідерів політичних партій

| Оцінювані позиції | Частка, % | Ранг |
|--|-----------|------|
| Чесність | 77 | 1 |
| Освіченість | 57 | 2 |
| Чіткість у виконанні програмних цілей | 56 | 3 |
| Комунікабельність, відкритість у спілкуванні | 44 | 4 |
| Зовнішність лідера | 32 | 5 |
| Стриманість (безконфліктність) | 28 | 6 |
| Вік | 27 | 7 |
| Здатність до консенсусу | 25 | 8 |
| Харизматичність | 19 | 9 |
| Участь у благодійних акціях | 17 | 10 |
| Стать | 14 | 11 |
| Амбітність | 12 | 12 |
| Наявність власної успішної справи | 9 | 13 |
| Походження з певної соціальної групи | 8 | 14 |
| Походження з певної місцевості | 6 | 15 |
| Інше | 3 | 16 |

Преференції чоловіків і жінок стосовно якостей політичних лідерів мають певні особливості, але сама структура рейтингу залишається сталою і незмінною. З діаграми 3.2.8 можна помітити, що чесність і чіткість у виконанні програмних цілей є вельми важливим елементом кар'єри політичного лідера як для чоловіків, так і для жінок. Освіченість, комунікабельність, відкритість у спілкуванні політичного лідера є більш значущими й важливими для жіноцтва, ніж для чоловіків. До цього можна додати, що зовнішність політичного лідера є вагомим аргументом у плані підтримки саме для жінок.

Діаграма 3.2.8. Преференції чоловіків і жінок щодо якостей лідерів політичних партій, %



Образ жінки як символу спокою та берегині увиразнюється при виборі значущих рис політичних лідерів. Майже кожна третя жінка шукає в політиках риси дипломата, а саме вміння стримуватися й не викликати конфліктів. Питання неконфліктності політичних лідерів важливі лише для кожного четвертого чоловіка.

Участь політиків у благодійних акціях важливіша для жінок, ніж для чоловіків, тим самим доводячи ще один образ жінки як уособлення доброчинності й допомоги ближнім. Стать політичного лідера, як бачимо, більш важлива саме для чоловіків, ніж для жінок, хоча цей елемент образу політичного діяча як в жіночому, так і в чоловічому рейтингах посідає останнє місце і не має визначального характеру.

Рейтинг бажаних якостей політичного лідера в контексті сучасних політичних реалій України видається обґрунтованим. Такі бажані якості лідера, як чесність, освіченість, послідовність у досягненні програмних цілей (які посідають вищі щаблі в рейтингах якостей) виглядають якостями ідеального політичного лідера, а сучасні політичні актори поки до цих ідеалів не дотягують. Зазначимо, що існують незначні особливості сприйняття політиків жіночою й чоловічою аудиторіями.

Сучасні дослідження доводять, що в системі життєвих цінностей більшості українських жінок політика посідає останні сходинки. Верхівку ціннісного айсберга становлять такі пріоритети, як сім'я, здоров'я, діти, матеріальні проблеми, кохання, робота, друзі, кар'єра. З іншого боку, реалії сучасного життя демонструють нам окремі приклади українських жінок-політиків – Ю.Тимошенко, Р.Богатирьова, В. Ульянченко, О.Кужель, В.Семенюк, І. Богословська та ін. Відтак цікаво з'ясувати, що спонукає жінок і чоловіків залучатися до політичного життя країни. Чим представники різної статі мотивують свої активні політичні позиції?

Серед переліку запитань респондентам запропонували відповісти на таке: "Які мотиви спонукають жінок зайнятися політичною діяльністю?" Виявилось, що понад половину громадян знаходять в їхніх мотивах матеріально-економічну зацікавленість, третина пояснює залученість жінок до політики можливістю реалізувати власну особистість. Ще третина пояснює участь жінок у політиці корисними мотивами – задля використання влади в особистих цілях.

Кожен п'ятий пояснює для себе залученість жінок до політичного життя як можливість стати відомою особою. І лише п'ята частина респондентів бачить у діяльності жінки-політика політичну свідомість або бажання реалізувати професійні знання.

Мотивація участі в політиці чоловіків, з точки зору громадян, має ще більш утилітарний характер. За оцінками переважної більшості респондентів, чоловіки передусім ідуть у політику задля матеріально-економічної вигоди, використання влади у власних інтересах і панування над іншими. До речі, на думку респондентів, чоловіки-політики більшою мірою схильні використовувати владу у власних інтересах, ніж жінки-політики. Отже, окреслені мотиви доводять існування певного стереотипу, згідно з яким справжній чоловік – це той, хто має вла-

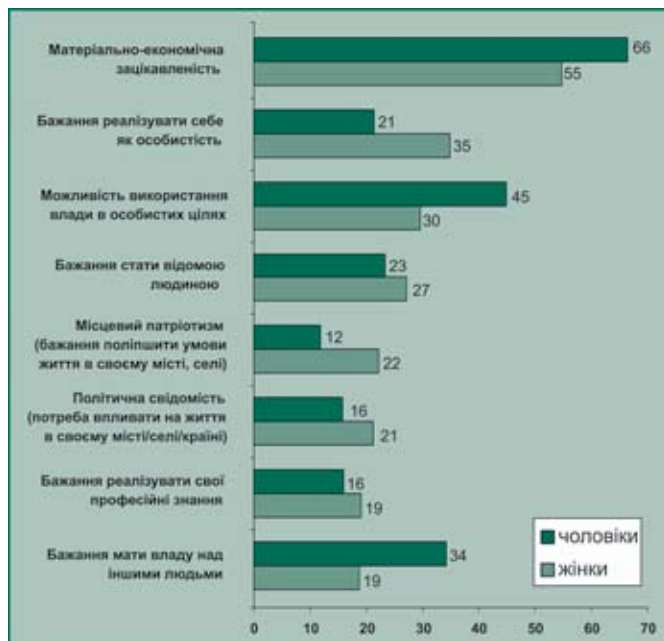
ду. Решта мотивів, за оцінками респондентів, не є значущими в разі обрання політичної кар'єри чоловіками.

На думку громадян, основні мотиви залучитися до активного політичного життя як у жінок, так і у чоловіків криються в утилітарній площині, а саме задля розв'язання власних інтересів, через матеріальну зацікавленість, амбіції, використання влади.

Думка різних груп населення стосовно рейтингу мотивів приходу до політики чоловіків і жінок не залежить від статі чи освіти респондента, від регіону чи типу поселення, де він мешкає, і відтворює загальну тенденцію утилітарного ставлення лідерів до політичної активності.

Імідж політиків обох статей, який зафіксувало дослідження, важко назвати позитивним. Займаючись політикою, основні гравці, на думку більшості громадян, радше вирішують власні проблеми, ніж працюють над поліпшенням життя пересічних українців. Не виключено, що такі оцінки зумовлені певною втомою від політики загалом та розчаруванням у політиках обох статей.

Діаграма 3.2.9. Рейтинг основних мотивів приходу до політики чоловіків та жінок, %



3.3. Гендерні проблеми в діяльності НУО

Нині в Україні існує чимало різних профспілок і неурядових організацій (НУО), які опікуються гендерними проблемами та питаннями, пов'язаними з удосконаленням законодавства, державних механізмів поліпшення становища жінок і чоловіків у суспільстві, пропагандою гендерної рівності в різних сферах суспільного життя тощо. Створюються нові жіночі й чоловічі організації з орієнтацією на підвищення статусу жінки та чоловіка, прагненням науково осмислених процесів як у жіночому, так і в чоловічому громадському русі, наповнення

його новим змістом, надання йому нових рис розвитку³⁶. Діяльність жіночих організацій передусім асоціюється із розвитком феміністичного руху і сьогодні фактично в кожній області можна знайти реєстри таких організацій³⁷.

Водночас кількість чоловічих громадських організацій в Україні порівняно невелика, членство чоловіків у них незначне і їхня діяльність не має такого широкого розголосу, як діяльність жіночих організацій. Тим не менше, в Україні сьогодні набувають поширення такі чоловічі організації, як "Чоловіки проти насилля" (Вінницька, Херсонська області), "Адаптаційний чоловічий центр" (м. Тернопіль) тощо. Основні цілі діяльності таких організацій пов'язані з об'єднанням чоловіків з метою запобігання та розв'язання їхніх складних життєвих обставин через зміну стереотипів людської поведінки. Наприклад, члени Херсонського обласного центру "Чоловіки проти насилля" декларують прагнення "змінити стереотипи в поведінці чоловіків, повною мірою реалізувати їхню роль у сучасній сім'ї та суспільстві, привернути увагу громадськості до проблем чоловіків в Україні"³⁸.

І жіночі, і чоловічі неурядові організації в межах своєї діяльності проводять різні масові заходи, включно з інформаційно-просвітницькими кампаніями з питань запобігання домашньому насильству, мирного розв'язання конфліктів, роз'яснення сутності гендерної рівності, пропаганди здорового способу життя, запобігання торгівлі людьми шляхом організації акцій, тренінгів, семінарів, "круглих столів", надання інформаційних, юридичних, психологічних, педагогічних консультацій жінкам і чоловікам (а також членам їхніх сімей) з питань вирішення сімейних конфліктів, кризових станів, наслідків домашнього насилля тощо.

Таблиця 3.3.1. Поінформованість громадян щодо існування жіночих і чоловічих організацій чи рухів в Україні, %

| Варіанти відповідей | Жіночі організації (N = 1762) | Чоловічі організації (N = 1699) |
|--|-------------------------------|---------------------------------|
| Так, я чув(ла) про них | 51 | 27 |
| Так, я прагну приєднатися до такої організації/ руху | 3 | 3 |
| Так, я є членом такої організації/ руху | 1 | 1 |
| Ні, я нічого не чув(ла) про їх існування | 45 | 69 |

У цьому дослідженні ми спробували з'ясувати рівень обізнаності громадян України щодо існування жіночих і чоловічих громадських організацій за допомогою відповідного запитання (див. табл. 3.3.1). Як свідчать результати опитування, громадяни України значно більш поінформовані про існування жіночих організацій і зовсім мало – про існування чоловічих організацій. На тлі дуже низького рівня участі громадян у жіночих і чоловічих організаціях (лише по 1%) та фактичної відсутності

36 Шевченко К.Б. Гендерна політика в Україні: визначення, формування, управління. Монографія. – Харків: Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ, 2003

37 Наприклад, "Реєстр жіночих громадських організацій Донецької області". – <http://donmolod.gov.ua/social/woman.htm>

38 За матеріалами сайту: <http://www.hgi.org.ua/?ch=MEN2>

вагомого бажання приєднатися до їхньої діяльності (по 3% відповідно) 51% громадян чули про існування жіночих організацій, і лише 27% – про існування чоловічих організацій. Таким чином, про існування чоловічих організацій чули куди менше громадян (на 24%), ніж про жіночі. З іншого боку, частка громадян, які й гадки не мають про існування чоловічих організацій (69%), майже у 2,5 раза більша за частку громадян України, які бодай щось знають про чоловічі організації чи рухи в країні.

Якщо звернутися до гендерного розподілу відповідей респондентів щодо їхньої поінформованості про жіночі й чоловічі організації, увиразнюються певні особливості (див. табл. 3.3.2). Якщо поінформованість чоловіків і жінок щодо існування жіночих організацій однакова, то зовсім інша картина спостерігається при аналізі обізнаності громадян щодо існування чоловічих організацій чи рухів в Україні: про існування чоловічих організацій чоловіки дещо більше поінформовані, ніж жінки.

Таблиця 3.3.2. Гендерні відмінності щодо поінформованості громадян стосовно існування жіночих і чоловічих організацій чи рухів в Україні, %

| Варіанти відповідей | Жіночі організації | | Чоловічі організації | |
|--|--------------------|-----------------|----------------------|-----------------|
| | Чоловіки (n = 809) | Жінки (n = 952) | Чоловіки (n = 782) | Жінки (n = 916) |
| Так, я чув(ла) про них | 51 | 52 | 30 | 25 |
| Так, я прагну приєднатися до такої організації/ руху | 2 | 2 | 2 | 3 |
| Так, я є членом такої організації/ руху | 1 | 2 | 1 | 1 |
| Ні, я нічого не чув(ла) про їхнє існування | 46 | 44 | 67 | 71 |

Активність громадян вступити до жіночих організацій чи відповідного руху досить низька, і тут думка чоловіків і жінок збігається. Лише 2% хотіли б долучитися до жіночої організації, ще стільки ж є членами жіночих організацій. Частки тих, хто знає про існування жіночих організацій, і нічого не чув про їх існування, майже однакові, різниця між ними становить 5%. Загалом принаймні щось чули про жіночі організації кожен другий чоловік і кожна друга жінка.

Певною мірою поінформованість населення про існування жіночих організацій залежить від їхнього віку (див. табл. 3.3.3). Найменш обізнаною віковою категорією населення щодо існування жіночих організацій в Україні є молодь віком від 18 до 20 років, а також люди віком 61 рік і більше: не знають про існування таких організацій 54% та 51% відповідно. Порівняно більш поінформованими про діяльність жіночих організацій є громадяни вікової категорії від 21 до 30 років, серед них частка тих, хто чув(чула) про існування відповідних організацій і рухів, становить 56%.

На тлі низької готовності громадян долучитися до відповідних жіночих організацій і рухів дещо активнішими виглядають люди середнього віку (від 31 до 40 років), серед яких відповідна частка становить 6%. Загалом усі вікові категорії населення характеризуються низькою зацікавленістю долучитися до діяльності жіночих організацій. Та й частка тих, хто вже є членами жіночих організацій чи рухів, у всіх вікових групах однакова і не перевищує 2%.

Таблиця 3.3.3. Поінформованість населення щодо існування жіночих і чоловічих організацій чи рухів в Україні залежно від віку, %

| Варіанти відповідей | Вікові групи (років): | | | | | |
|--|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------------|
| | 18-20 | 21-30 | 31-40 | 41-50 | 51-60 | 61 і більше |
| Жіночі організації чи рухи | | | | | | |
| Так, я чув(ла) про них | 45 | 56 | 50 | 53 | 53 | 46 |
| Так, я прагну приєднатися до такої організації/ руху | 1 | 2 | 6 | 3 | 1 | 1 |
| Так, я є членом такої організації/ руху | 0 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 |
| Ні, я нічого не чув(ла) про їхнє існування | 54 | 40 | 42 | 43 | 45 | 51 |
| Чоловічі організації чи рухи | | | | | | |
| Так, я чув(ла) про них | 22 | 33 | 28 | 27 | 28 | 20 |
| Так, я прагну приєднатися до такої організації/ руху | 5 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| Так, я є членом такої організації/ руху | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 1 |
| Ні, я нічого не чув(ла) про їхнє існування | 73 | 63 | 66 | 69 | 70 | 77 |

Значно більші відмінності щодо поінформованості про існування жіночих організацій в Україні простежуються серед чоловіків і жінок залежно від рівня освіти (таблиця 3.3.4). Якщо серед громадян, які мають неповну середню освіту, частка тих, хто нічого не чув(ла) про існування жіночих організацій та рухів, становить 65%, то серед осіб із вищою освітою вона вдвічі менша (30%).

Знають про існування жіночих організацій лише 30% громадян із неповною середньою освітою, тоді як мірою підвищення рівня освіти ця частка серед інших освітніх груп зростає і досягає 64% серед осіб з вищою освітою. Відповіді респондентів, які мають повну середню або середню спеціальну освіту, загалом збігаються із середнім показником поінформованості про існування жіночих організацій по масиву.

Отже, досліджуючи чинники, що впливають на рівень обізнаності населення про жіночі організації, ми виявили, що найвагомим є здобута освіта. Це досить цікавий факт, оскільки зазвичай найважливішим чинником впливу на переконання чи рівень обізнаності громадян (принаймні

в межах даного дослідження) є регіон проживання. Ця закономірність, наприклад, стосується рівня обізнаності щодо чоловічих організацій (найбільш поінформованими є жителі Львову – 55%, Київської та Одеської областей – 49%, найменш – громадяни у селах Криму – 99% нічого не чули про чоловічі організації).

Найбільш обізнані про існування жіночих організацій люди з вищою освітою, які не є розлученими і не проживають окремо та не є вдівцями/вдовами. Серед тих, хто здобув неповну вищу та повну середню освіту, рівень поінформованості залежить від типу населеного пункту: якщо це мешканець/мешканка обласного центру, то рівень обізнаності буде вищим, ніж в інших населених пунктах, майже на 14%.

Особи із середньою спеціальною освітою поділяються на групи залежно від сімейного стану. Нижчим на 5% є рівень обізнаності тих, хто ніколи не перебував у шлюбі або є офіційно нерозлученим, хоча й проживає окремо. Найбільше тих, хто бажає приєднатися до жіночої організації або вже є її членом, спостерігається серед осіб із середньою спеціальною освітою, хоча частка їх не перевищує 7%. В інших освітніх групах цей показник ще нижчий – від 1% серед осіб із повною середньою освітою до 5% серед осіб із неповною освітою.

Таблиця 3.3.4. Поінформованість населення щодо існування жіночих та чоловічих організацій чи рухів в Україні залежно від освіти, %

| Варіанти відповідей | Варіанти відповідей | | | | |
|--|---------------------|---------------|--------------------|--------------|------|
| | Неповна середня | Повна середня | Середня спеціальна | Неповна вища | Вища |
| Жіночі організації чи рухи | | | | | |
| Так, я чув(ла) про них | 30 | 47 | 47 | 55 | 64 |
| Так, я прагну приєднатися до такої організації/ руху | 3 | 0,5 | 5 | 2 | 1 |
| Так, я є членом такої організації/ руху | 2 | 0,5 | 2 | 0 | 2 |
| Ні, я нічого не чув(ла) про їхнє існування | 65 | 52 | 46 | 43 | 33 |
| Чоловічі організації чи рухи | | | | | |
| Так, я чув(ла) про них | 13 | 16 | 26 | 41 | 35 |
| Так, я прагну приєднатися до такої організації/ руху | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 |
| Так, я є членом такої організації/ руху | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Ні, я нічого не чув(ла) про їхнє існування | 82 | 83 | 70 | 54 | 60 |

Громадян, готових приєднатися до відповідного руху чи організації, виявилось зовсім небагато (жінки – 2%, чоловіки – 3%), ще менше громадян є членами таких організацій. Більш як третина респондентів нічого не чули про існування чоловічих рухів і організацій в Україні (чоловіки – 67%, жінки – 71%).

Сьогодні в Україні налічується чимало жіночих і чоловічих громадських організацій різного статусу: міжнародних, загальноукраїнських, регіональних і місцевих. Як же ставляться громадяни України до виникнення й діяльності жіночих і чоловічих організацій у країні? Результати опитування жіночих і чоловічих організацій висловили 42% і 26% громадян відповідно (див. табл. 3.3.5). Фактично кожен четвертий громадянин України ставиться до цих організацій нейтрально, ще більша частина населення виявляє повну байдужість і незацікавленість до цього питання.

Таблиця 3.3.5. Ставлення громадян до виникнення та діяльності жіночих і чоловічих організацій/рухів в Україні, %

| Варіанти відповідей | Жіночі організації (N = 1777) | Чоловічі організації (N = 1751) |
|---------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| Дуже добре | 18 | 8 |
| Добре | 24 | 18 |
| Нейтрально | 24 | 26 |
| Радше негативно | 2 | 2 |
| Повністю негативно | 2 | 2 |
| Мені байдуже | 12 | 17 |
| Важко відповісти | 18 | 27 |

Суттєво різняться ставлення жінок і чоловіків до виникнення та діяльності жіночих і чоловічих організацій в Україні, що унаочнюють дані таблиці 3.3.6. З одного боку, і жінки, і чоловіки схвальніше ставляться до створення й діяльності жіночих організацій, аніж до чоловічих. Причому ідею створення та діяльності жіночої організації підтримує фактично кожна друга жінка і кожен третій чоловік (50% та 33% відповідно). З іншого боку, в оцінках свого ставлення до діяльності чоловічих організацій і чоловіки, і жінки не лише стриманіші, а й більш однозначні: позитивно їх оцінюють лише по 26% чоловіків і жінок. Загалом відповіді жінок і чоловіків щодо ставлення до виникнення та діяльності чоловічих організацій/рухів в Україні майже збігаються (різниця не перевищує п'ятивідсоткового бар'єра).

Таблиця 3.3.6. Гендерні відмінності у ставленні громадян до виникнення та діяльності жіночих і чоловічих організацій/рухів в Україні, %

| Оцінювані позиції | Жіночі організації | | Чоловічі організації | |
|--------------------|--------------------|-----------------|----------------------|-----------------|
| | Чоловіки (n = 811) | Жінки (n = 965) | Чоловіки (n = 795) | Жінки (n = 955) |
| Дуже добре | 14 | 22 | 9 | 8 |
| Добре | 19 | 28 | 17 | 18 |
| Нейтрально | 29 | 20 | 29 | 24 |
| Радше негативно | 3 | 1 | 1,5 | 3 |
| Повністю негативно | 1 | 1 | 1,5 | 2 |
| Мені байдуже | 14 | 12 | 15 | 18 |
| Важко відповісти | 20 | 16 | 27 | 27 |

Якщо визначати чинники, що зумовлюють ставлення до діяльності чоловічих і жіночих організацій, то воно в

обох випадках найбільшою мірою залежить від області, в якій проживає респондент. Розглянемо спершу ставлення до діяльності жіночих організацій. Загалом воно є позитивним, але можна вирізнити 3 регіони із різним рівнем позитивної оцінки. Зокрема, це Львівська область (частка тих, хто оцінює добре та дуже добре, становить 54%), Донецька область (47%) та решта областей (Київська, Житомирська, Одеська та АР Крим), де позитивно оцінюють діяльність жіночих організацій лише 36% населення.

Хоча ці регіони значимо відрізняються за рівнем оцінок, існують також значні відмінності всередині цих регіонів. А саме, в Донецькій області жінки ставляться до діяльності жіночих організацій позитивно, тоді як чоловіки висловлюють нейтральне ставлення. Для інших областей на оцінки громадян передусім впливає рівень освіти. Найбільш позитивне ставлення висловили жінки Львівської області, які здобули вищу освіту (єдина категорія, де значно переважає відповідь «Дуже добре» – 37%). Люди із неповною або повною середньою освітою здебільшого не визначилися з поглядами на діяльність жіночих організацій, оскільки, як правило, обирали варіант «важко відповісти» (40%), водночас 40% громадян із середньою спеціальною освітою схарактеризували своє ставлення як «добре», 18% – як «дуже добре».

Таким чином, можна говорити про пряму залежність оцінок організацій від рівня освіти, принаймні у Львівській області, а саме: чим вищою є освіта, тим більш позитивним є ставлення до діяльності жіночих організацій.

Для решти областей також найзначимішим є рівень освіти. Найбільш позитивні оцінки жіночі організації отримали від жителів обласних центрів із вищою та середньою спеціальною освітою (26% оцінили їх як «дуже добре»).

До діяльності чоловічих організацій ставлення переважно нейтральне або ж респондентам важко визначитися. Лише у Львівській та Одеській областях переважають ті, хто позитивно оцінює діяльність чоловічих організацій, але їхня частка все одно залишається незначною.

Таким чином, створення і діяльність жіночих громадських організацій дістає більший відгук в українському суспільстві, аніж створення й діяльність чоловічих організацій. Причиною цього, першою чергою, є імідж жіночого руху та поширеність інфраструктури жіночих організацій в Україні, тоді як для чоловічих організацій характерна поява їх у країні лише останнім часом, унаслідок чого в суспільстві ще не сформувалася чітка картина діяльності цих організацій.

3.4. Гендерні аспекти економічного життя та сфери соціально-трудова відносин

3.4.1. Жінки та чоловіки на ринку праці

Відповідно до статті 2-1 Кодексу законів про працю України³⁹ держава забезпечує рівність трудових прав усіх громадян незалежно від походження, соціального і майнового стану, расової та національної належності, статі, мови, політичних поглядів, релігійних переконань, роду

і характеру занять, місця проживання та інших обставин. Антидискримінаційне навантаження мають також статті 3, 4, 23, 30, 54, 217 тощо проекту Трудового кодексу України⁴⁰. На захист прав та забезпечення гарантій зайнятості для окремих категорій громадян, як от жінки, які мають дітей віком до 6 років, дітей-інвалідів, батьки, які виховують без подружжя дитину віком до 14 років, спрямований проект Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про зайнятість населення»⁴¹.

Заходи щодо соціального захисту населення від безробіття передбачаються програмами зайнятості населення, які розробляються і затверджуються на державному та регіональному рівнях. Вони передбачають спеціальні заходи сприяння зайнятості для жінок, зокрема: сприяння у доборі підходящої роботи; надання допомоги в отриманні професії; підвищення кваліфікації, перенавчання; організації громадських робіт; надання матеріальної допомоги за безробіттям, а також одноразової виплати допомоги за безробіттям (Наприклад «Державна програма зайнятості населення на 2005–2008 роки»⁴²).

За даними обстежень Держкомстату України щодо економічної активності населення, рівень зайнятості серед жінок віком 15–70 років у середньому за I півріччя 2006 року становив 52,9%, а серед жінок працездатного віку — 62,6% (серед чоловіків, відповідно, - 63,6% та 69,1%)⁴³. Рівень безробіття (за визначенням МОП) серед жінок у середньому за I півріччя 2006 року дорівнював 6,6% економічно активного населення, зокрема серед людей працездатного віку – 7,5% (серед чоловіків, відповідно, 7,0% та 7,3%)

За даними Державного центру зайнятості, активність жінок щодо пошуку роботи через державну службу зайнятості є вищою (56,0%), ніж серед чоловіків. У 2005 році послугами державної служби зайнятості скористалися 1617,0 тис. жінок, із яких 531,0 тисяч працевлаштовано, що становить половину від усіх працевлаштованих службою зайнятості, з них отримали одноразової допомоги за безробіттям для зайняття підприємницькою діяльністю 21,3 тис. жінок. Упродовж I півріччя 2006 року послугами Державної служби зайнятості скористалися 981,6 тис. жінок, із яких 272,3 тисяч працевлаштовано, це 49,0% від усіх працевлаштованих службою зайнятості.

Законом України «Про зайнятість населення»⁴⁴ передбачено додаткові гарантії зайнятості окремим категоріям, які потребують соціального захисту і не здатні на рівних конкурувати на ринку праці. До цієї категорії громадян належать жінки, які мають дітей віком до 6 років, одинокі матері, які мають дітей віком до 14 років або дітей-інвалідів. Гарантії забезпечуються шляхом встановлення квоти для бронювання на підприємствах, в установах і організаціях до 5% загальної кількості робочих місць. На 2006 рік для таких жінок заброньовано 18,9 тис. робочих місць, на які впродовж I півріччя 2006 року працевлаштовано 9,0 тис. жінок.

Законом України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття»⁴⁵ перед-

40 http://www.mlsp.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36236&cat_id=36122

41 http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc4_1?id=&pf3511=28770

42 <http://www.dcz.gov.ua>

43 За даними Міністерства праці та соціальної політики України – <http://www.mlsp.gov.ua/control/uk/index>

44 <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=803-12>

45 http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=5451317&cat_id=825171

бачено працевлаштування безробітних шляхом надання роботодавцям дотації, на які впродовж січня–червня 2006 року працювало 47,6 тис. безробітних жінок. Отримали одноразову допомогу за безробіттям для зайняття підприємницькою діяльністю 6,2 тис. жінок.

З метою підвищення конкурентоспроможності жінок на ринку праці у 2005 році до професійного навчання було залучено 117,6 тисяч жінок (60,8% від загальної чисельності). Упродовж січня–червня 2006 року 71,0 тис. жінок проходили професійне навчання. Професійна підготовка та перепідготовка здійснюється за 568 професіями і спеціальностями, що користуються попитом на ринку праці. Найбільшим попитом серед жінок користуються професії та спеціальності бухгалтера зі знанням міжнародних стандартів та сучасних комп'ютерних програм, секретаря керівника (організацій, підприємств, установ), кухаря, кондитера, перукаря, продавця, кравця тощо. Значна увага приділяється навчанню за професіями, які дають змогу незайнятим громадянам, особливо жінкам, реалізувати себе в сфері малого бізнесу шляхом самозайнятості, наприклад пошив одягу, перукарські послуги тощо.

Жінкам, які звернулися до служби зайнятості, надаються профінформаційні й профконсультаційні послуги щодо вибору професії з урахуванням потреб регіонального ринку праці, вони залучаються до участі у семінарах⁴⁶. Під час проведення цих семінарів приділяється увага формуванню у жінок впевненості в собі, своїх силах, розвитку вмінь самостійного пошуку роботи, опануванню технології самопрезентації, таких як співбесіда з роботодавцем, техніка телефонних дзвінків, написання резюме тощо. Така робота приносить позитивні результати: до безробітних жінок повертається впевненість у власних силах, особливо якщо вони тривалий час шукають роботу.

Значну допомогу у виборі майбутнього професійного шляху жінки отримують через масові заходи, що їх здійснює державна служба зайнятості: ярмарки вакансій та професій, дні відкритих дверей з навчальними закладами, "круглі столи", дні презентацій і аукціонів професій, конкурсів тощо. З метою тимчасового працевлаштування й надання матеріальної підтримки для незайнятих громадян Державною службою зайнятості разом із місцевими органами влади організуються громадські роботи. У 2005 році у них брали участь 284,9 тис. незайнятих жінок, які перебували на обліку в службі зайнятості, або 68,0% від загальної чисельності задіяних на громадських роботах. Упродовж січня–червня 2006 року майже 238,8 тис. жінок брали участь у громадських роботах⁴⁷.

Головними інституціями, що здійснюють заходи щодо поліпшення стану жінок на ринку праці за рахунок реалізації державної політики у сфері зайнятості, працевлаштування, навчання, підтримки в започаткуванні безробітними власної справи за рахунок виплати одноразової допомоги за безробіттям є Міністерство праці та соціальної політики і Державна служба зайнятості⁴⁸.

Незважаючи на такі сприятливі заходи у сфері законотворчості та практичного втілення соціальної політики, необхідним вбачається звернення до самих об'єктів такої політики – пересічних громадян з ме-

тою виявлення ставлення до ситуації, що реально існує для них на ринку праці, установок і стереотипів, що спрямовують їхні повсякденні практики в цій сфері, адже виникає закономірне запитання: чи можна говорити, що законодавчо закріплена норма втілюється для них у реальності, а вони здебільшого є обізнаними щодо прав і не зазнають жодної дискримінації, зокрема через статеvu належність?

Оцінка притаманності певних професійних та особистих якостей чоловікам і жінкам

Безперечно, ствердження правової рівності чоловіків і жінок є умовою їхнього рівного кар'єрного сходження, підвищення власного матеріального й соціального статусу. Але крім можливостей доступу, на цей процес також впливають уявлення про поширеність тих чи тих видів занять серед представників жіночої чи чоловічої статі, здобуття ними певних професій відповідно до наявних особистих та професійних якостей. Нерідко останні просто приписуються їм відповідно до певного стереотипного образу чоловіків і жінок. Як показують результати опитування, в українському суспільстві такі особистісні якості, як працьовитість, доброта, доброзичливість, культура спілкування, освіченість, дисциплінованість, зацікавленість у розв'язанні проблем місцевого рівня вважаються більшою мірою притаманними жінкам, ніж чоловікам (табл 3.4.1). Разом із тим кар'єризм, високий професіоналізм, брутальність та зарозумілість, політична культура, імітація трудової діяльності оцінюються як такі, що більшою мірою притаманні чоловікам, ніж жінкам. Такі якості, як широта світогляду, цілеспрямованість, підлабузництво вважаються однаковою мірою притаманними і чоловікам, і жінкам.

Таблиця 3.4.1. Індекси притаманності професійних і особистих якостей чоловікам і жінкам залежно від статевої належності респондентів(за 4-бальною шкалою)⁴⁹

| Якості | Жінкам | | | Чоловікам | | |
|--|--------|----------|-------------------------|-----------|----------|-------------------------|
| | Жінки | Чоловіки | У середньому за масивом | Жінки | Чоловіки | У середньому за масивом |
| Працьовитість | 1,89 | 2,08 | 1,98 | 2,42 | 2,14 | 2,30 |
| Освіченість | 2,20 | 2,32 | 2,25 | 2,41 | 2,24 | 2,33 |
| Цілеспрямованість | 2,22 | 2,36 | 2,29 | 2,30 | 2,15 | 2,23 |
| Доброзичливість | 2,06 | 2,12 | 2,09 | 2,67 | 2,50 | 2,59 |
| Високий професіоналізм | 2,49 | 2,62 | 2,55 | 2,45 | 2,26 | 2,37 |
| Політична культура | 2,81 | 2,80 | 2,80 | 2,67 | 2,53 | 2,60 |
| Широта світогляду | 2,51 | 2,61 | 2,56 | 2,66 | 2,40 | 2,53 |
| Культура спілкування | 2,21 | 2,28 | 2,24 | 2,80 | 2,58 | 2,70 |
| Зацікавленість у розв'язанні проблем місцевого рівня | 2,39 | 2,50 | 2,44 | 2,67 | 2,44 | 2,56 |
| Кар'єризм | 2,81 | 2,66 | 2,74 | 2,30 | 2,31 | 2,30 |
| Підлабузництво | 2,91 | 2,70 | 2,81 | 2,75 | 2,87 | 2,80 |
| Імітація трудової діяльності | 3,04 | 2,79 | 2,92 | 2,64 | 2,77 | 2,70 |
| Брутальність та зарозумілість | 3,27 | 3,07 | 3,18 | 2,58 | 2,61 | 2,59 |
| Дисциплінованість | 2,32 | 2,51 | 2,41 | 2,66 | 2,40 | 2,55 |
| Доброта | 2,06 | 2,05 | 2,06 | 2,77 | 2,61 | 2,69 |

46 http://www.dcz.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=32751&cat_id=5210353

47 За даними Міністерства праці та соціальної політики України <http://www.mlsp.gov.ua/control/uk/index>

48 http://mlsp.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36514&cat_id=35660

49 Індекси притаманності різних якостей визначали за 4-бальною шкалою, де 1 бал – "ця якість притаманна практично всім чоловікам/жінкам"; 2 бали – "більшій їх частині"; 3 бали – "половині з них"; 4 бали – "меншій частині".

Характерною особливістю розподілу цих ознак є наділення чоловіків більш негативними рисами – з гуманістичної точки зору, та більш позитивними рисами – з точки зору політичної та бізнесової сфери (звісно, окрім риси “імітація трудової діяльності”, яку респонденти приписали переважній частині чоловіків). Жінки, навпаки, здебільшого відзначені людинолюбними, позитивними та “жіночнішими” характеристиками. Зазначимо, що наведені риси жінок і чоловіків не корелюють зі статевою належністю самих респондентів, відтак можна говорити про відсутність навантаження упередженості за цією ознакою. Тобто ані чоловіки, ані жінки не намагаються подати представників своєї статі з кращого боку, а дають відносно об’єктивні оцінки особистих і професійних рис більшості жінок і чоловіків. З іншого боку, ці показники свідчать про наявність, поширеність і транслювання між поколіннями певних гендерних стереотипів незалежно від статевої належності їхніх носіїв.

Зазначимо також, що до наведеного в анкеті переліку якостей респонденти додатково назвали ще такі особисті якості жінок і чоловіків:

для жінок: справедливість, мудрість, ввічливість, сміливість, комунікабельність, пихатість, амбіційність, душевність, впевненість, зрадливність, милосердя, скрупульозність, стриманість, порядність, сексуальність, незалежність;

для чоловіків: мудрість, ввічливість, сміливість, милосердя, комунікабельність, пихатість, амбіційність, душевність, впевненість, довготерпіння, зрадливність, корисливість, стриманість, сексуальність, слабкість.

Ставлення до жінок, які займаються власним бізнесом

Особисті та професійні якості людини, звісно, є одним із визначальних чинників ведення нею вдалої або невдалої професійної діяльності, як відтворювального, так і інноваційного характеру на будь-якому посадовому шаблі. І хоча деякі зазначені риси жінок не завжди є сприятливими для ведення бізнесу за сучасних умов, в Україні жінки легко адаптуються до складної соціально-економічної ситуації, займаючись індивідуальною трудовою діяльністю. Однак обстеження свідчать, що загальна кількість приватних підприємств, контрольованих жінками, є меншою від кількості приватних підприємств, контрольованих чоловіками⁵⁰. При цьому одним із вирішальних чинників впливу на заняття людиною трудовою діяльністю є ставлення до її економічної активності найближчого оточення, суспільства та інших осіб, які займаються подібною діяльністю. Конче важливим цей чинник є у випадку підприємницької діяльності та здійснення власного бізнесу.

Аналіз результатів дослідження щодо ставлення населення до жінок, які займаються бізнесом, показує, що попри загальне схвалення суспільством розвитку тенденції залучення жінок до бізнесу, існує певна особливість: *чим меншим є бізнес, тим позитивніше для жінок такий вид економічної активності сприймається суспільством*. Особливо вражають відповідні оцінки в гендерному розрізі: чоловіки значно менше схвалюють зайнятість жінок бізнесом, ніж самі жінки (табл. 3.4.2),

що свідчить, з одного боку, про формування у масовій свідомості позитивного образу ділової жінки, а з іншого – про можливість використання жінками такого образу у власних життєвих стратегіях.

Окремо слід сказати про наявні відмінності сприйняття жінок, які займаються власним бізнесом, різними віковими групами населення. Найсхвальніше до жінок, які займаються бізнесом, ставляться жінки 18–20 років: якщо скористатися умовним індексом схвального ставлення до такої діяльності, то для цієї категорії респондентів він варіює у межах 4,63–3,97 балів (залежно від того, про який бізнес ідеться: про малий, середній чи великий). Найменш схвально оцінюють участь жінок у бізнесі люди (і жінки, і чоловіки), старші за 60 років (індекс прийнятності цього явища для них перебуває у межах 3,01–3,66 балів (за зменшенням розміру бізнесу) для чоловіків та 3,35–3,98 балів – для жінок). Певним чином це можна пояснити характерними поглядами, сформованими в них ще за часів Радянського Союзу, коли про бізнес не могло бути й мови, незалежно від того, хто ним прагнув займатися. Суспільство засуджувало подібних “спекулянтів”, а командно-адміністративний тип економіки взагалі виключав таку діяльність з переліку законно можливих. Іншими словами, для населення вікової групи “60 років і більше” загалом характерне більш негативне сприйняття бізнесу як професійної діяльності, що зарозом більш різко позначається на негативному ставленні до жінок, зайнятих у сфері бізнесу. По-друге, із віком людина стає ригіднішою, важче сприймає нововведення, а залучення жінок до ведення бізнесу (порівняно з веденням бізнесу чоловіками) є історично новітнішим явищем. По-третє, образ “бізнес-леді” суперечить усталеному баченню жінки передусім домашньою господинею.

Таблиця. 3.4.2. Ставлення до жінок, які займаються власним бізнесом (індекси ставлення за 5-бальною шкалою)⁵¹

| Вид бізнесу | Чоловіки | Жінки | У середньому за масивом |
|-----------------|----------|-------|-------------------------|
| Великий бізнес | 3,39 | 3,77 | 3,60 |
| Середній бізнес | 3,69 | 4,12 | 3,92 |
| Малий бізнес | 3,98 | 4,31 | 4,15 |

Певною мірою на ставлення до жінок, які займаються власним бізнесом, впливає освітній рівень респондентів. Якщо порівняти відповідні оцінки представників різних освітніх груп, то найтолерантніше до жінок, які займаються малим бізнесом, ставляться жінки з вищою освітою (індекс прийнятності = 4,46), а найменш толерантно порівняно з іншими групами – чоловіки із неповною середньою освітою (3,00). Загалом для людей із неповною середньою освітою характерне більш негативне ставлення до жінок, які займаються бізнесом (незалежно від того, про який бізнес ідеться – великий, середній чи малий), ніж для представників усіх інших освітніх груп. Такий розподіл оцінок виглядає цілком закономірним, адже понад 70% респондентів із неповною середньою освітою – це люди, старші за 61 рік.

⁵¹ Оцінку здійснювали шляхом порівнянь індексів ставлення, розрахованих за 5-бальною шкалою, де: 5 балів – “Цілком позитивно, я схвалюю таку діяльність”; 4 бали – “Радше схвалюю”; 3 бали – “Ставлюся нейтрально”; 2 бали – “Радше не схвалюю”; 1 бал – “Зовсім не схвалюю, оскільки бізнес – то не жіноча справа”.

Найбільш прихильне ставлення різних освітніх груп чоловіків і жінок до жінок, що займаються бізнесом різного рівня, є таким. Серед чоловіків найприхильніше до жінок, які займаються великим бізнесом, ставляться ті, хто має повну середню освіту (3,59), їхні оцінки збігаються з відповідними оцінками жінок такої самої освітньої групи, але цей показник для останніх порівняно з іншими групами є найменшим. Найбільш прихильно до жінок у середньому бізнесі серед жінок ставляться ті, хто має неповну вищу та вищу освіту (по 4,32), а серед чоловіків – особи з вищою освітою (3,80). Стосовно малого бізнесу найвищі показники прийнятності характерні для чоловіків (4,05) та жінок (4,46) з вищою освітою. Щодо жінок, які мають власний бізнес, населення різних типів населених пунктів ставиться по-різному: мешканці невеликих міст більш прихильно налаштовані до “бізнес-леді”, ніж жителі сіл та обласних центрів.

Отже, хоча загальне ставлення до жінок, які займаються власним бізнесом, є нейтральним, загалом позитивніше сприймають у суспільстві жінок, які займаються саме малим бізнесом, а не великим або середнім. Чоловіки загалом менш схвально сприймають діяльність жінок у сфері бізнесу, ніж самі жінки. Водночас спостерігається позитивна налаштованість молодого покоління, тут найбільше жінок, які є ресурсним потенціалом розвитку жіночого підприємництва в Україні.

Уявлення про “жіночі” та “чоловічі” професії

Статистичні дані за 2002 рік свідчать, що жінки більшою мірою представлені в таких видах діяльності, як торгівля, освіта, охорона здоров'я, юридичні послуги, фінансове забезпечення, операції з нерухомим майном. До професій, в яких кількісно переважають чоловіки, належать водії, машиністи, а також гірники, металурги, сфера машинобудування. Логічним виявляється запитання: “Чому професійна сегрегація є саме такою, оскільки нині менша залученість жінок до певної сфери (окрім гірничо-видобувної та почасти металургійної) вже не є виправданою їхніми фізичними характеристиками?” І одна з відповідей на нього пов'язана з поширеним у масовій свідомості уявленням про “жіночі” та “чоловічі” професії, яке суттєво впливає на обрання професій чи ведення діяльності.

Про існування “жіночих” і “чоловічих” професій зазначають 51% чоловіків та 51% жінок, отже, можна сказати, що таке уявлення притаманне однаковою мірою чоловікам і жінкам. До думки, що розподілу професій на “жіночі” та “чоловічі” не існує, пристають 35% чоловіків і 37% жінок, а вагаються з відповіддю 15% та 12% відповідно.

У загальному розрізі картина є такою: *половина опитаних вважає, що чоловічі та жіночі професії існують (51%), 36% переконані, що не існує професійної диференціації, 13% вагаються з відповіддю.*

Суто чоловічими професіями, за відповідями респондентів, виявилися: шахтар, водій, зварювальник, будівельник, металург, військовослужбовець, сталевар, слюсар, тракторист, вантажник, міліціонер, охоронець, пілот, столяр, моряк, каменяр, плиточник, механізатор. Як можна побачити, це професії, по-перше, пов'язані з необхідністю застосування фізичної сили (шахтар, будівельник тощо); по-друге, ті, що вимагають швидкої реакції й чітких рішень, грубості й застосування сили (міліціонер, військовослужбовець, охоронець); по-третє, ті, що пов'язані з механікою та управлінням транспортними засобами (водій, тракторист, механізатор тощо).

Модальними жіночими професіями виявилися: вчитель, вихователь, лікар, медсестра, санітарка, бухгалтер, перукар, манікюрниця, косметолог, секретарка, прибиральниця, швачка, муляр, продавець, стюардеса. Як можна побачити, жіночі професії здебільшого пов'язані зі сферою навчання-виховання, медичною, продукування зовнішності, тобто жінці відводиться сфера послуг, а також позиції допоміжного персоналу.

Отже, можна зазначити, що *реальний професійний розподіл підтверджується уявленнями про належні тій чи тій статі професії.*

Причини меншої оплати праці жінок

Професійний та рольовий розподіл трудових обов'язків є одним із чинників того, що менш оплачувані в нашому суспільстві професії та менш оплачувані посади обіймають здебільшого жінки. Згідно зі статистичними даними, заробітна плата жінок у середньому в 1,6 раза нижча за чоловічу (це за умови, що дискримінацію у заробітній платі офіційно заборонено).

Таблиця 3.4.3. Уявлення громадян про причини меншої оплати праці жінок через їхню стать, (N = 1766), %

| Варіанти відповідей | Чоловіки | Жінки | У середньому за масивом |
|---|----------|-------|-------------------------|
| Я не вважаю, що кількість жінок, які обіймають низькооплачувані посади, більша за кількість чоловіків | 19 | 16 | 17 |
| Жінки не витримують конкуренції з боку чоловіків (в освіті, ділових якостях) | 9 | 5 | 7 |
| Керівники-чоловіки схильні надавати вищі посади чоловікам | 9 | 17 | 13 |
| Жінки схильні до роботи в таких сферах, як освіта та культура, а вони зараз мало оплачуються | 19 | 19 | 19 |
| Жінкам бракує часу робити кар'єру через наявність сім'ї | 17 | 19 | 18 |
| Жінки більшою мірою схильні бути виконавцями, ніж керівниками, а отже, їхня заробітна плата нижча | 9 | 7 | 8 |
| Інше | 1 | 1 | 1 |
| Важко відповісти | 18 | 17 | 17 |

Про можливі причини меншої оплати праці жінок ми запитали у наших респондентів. Найбільше опитаних (19% від загалу опитаних: серед чоловіків – 19%, серед жінок – 19,1%) вважають зайнятість жінок у малооплачуваних сферах культури та освіти основною причиною цієї ситуації. Однак частка осіб, які так вважають, незначимо відрізняється від часток осіб серед чоловіків (17%) та жінок (19%), які вважають основною причиною такої ситуації брак часу у жінок для створення кар'єри через наявність у неї сім'ї. Значимо відрізняється кількість чоловіків і жінок, які вважають основним чинником те, що керівники-чоловіки схильні надавати представникам своєї статі вищі посади – так вважають 17% опитаних жінок та 9% чоловіків. Причому майже удвічі більше чоловіків (9%),

ніж жінок (5%) гадають, що жінки не витримують конкуренції з боку чоловіків (в освіті, ділових якостях).

Розподіл відповідей респондентів залежно від вікової групи показує, що найбільше різняться відповіді чоловіків і жінок віком від 18 до 20 років. Чоловіків, які називають визначальним чинником схильність чоловіків надавати керівні посади саме чоловікам, утричі більше за жінок. Значні відмінності в думках спостерігаються у віковій групі від 21 до 30 років: у цьому віці більша частка чоловіків (9%), ніж жінок (3%) вважають, що жінки не витримують конкуренції з боку чоловіків (в освіті, ділових якостях), а жінки, навпаки, називають ту обставину, що керівники-чоловіки схильні надавати вищі посади чоловікам (10% чоловіків і 18% жінок).

Особливості визначення причин меншої оплати праці жінок залежно від освітнього рівня громадян такі. Модальним варіантом відповіді серед чоловіків і жінок із повною середньою спеціальною та вищою освітою є пояснення низької оплачуваності праці жінок сферою, де вони працюють. Люди із неповною середньою та неповною вищою освітою вважають, що кількість жінок, які обіймають низькооплачувані посади, не більша за кількість чоловіків. Значних відмінностей між поглядами респондентів залежно від типу населеного пункту їх проживання не виявлено.

Додаткові види зайнятості. З огляду на описану вище ситуацію вбачаємо за доцільне оцінити міру поширеності такого виду трудової діяльності, як додаткова зайнятість, або підробітки поза основним місцем роботи. Саме вони є другим джерелом фінансового наповнення бюджету сім'ї. Хто є активнішим у цьому плані, ми намагалися виявити, запропонувавши респондентам сказати про наявність у них додаткових джерел доходу. Адже якщо жінка не отримує повної компенсації витрачених на основному робочому місці сил, можливо, вона заробляє гроші завдяки підробіткам? Це припущення було спростоване під час з'ясування того, чи мають респонденти додаткову зайнятість.

Виявилось, що такий вид діяльності серед респондентів не є популярним заняттям – про те, що постійно підробляють, зазначили 8% чоловіків і 5% жінок. Існування на їхньому трудовому шляху додаткових тимчасових підробіток засвідчили 30% чоловіків і 23% жінок. Ніде не підробляють 63% чоловіків та 73% жінок. Отже, порівняння відповідей чоловіків і жінок свідчить про більшу зайнятість на додаткових заробітках чоловіків, ніж жінок, а з іншого боку – про поширення стереотипу, нібито чоловік більшою мірою, ніж жінка, має забезпечувати сім'ю матеріально. Звісно, менша активність жінок у такій діяльності може пояснюватися відсутністю у них часу на додаткову роботу через зайнятість у домашньому господарстві й турботою про дітей. Проте навіть із часом, коли діти підрастають, серед жінок спостерігається зменшення частки тих, хто принаймні іноді підробляє, і зростання частки тих, хто цього не робить. У чоловіків наявність підробіток як постійного, так і тимчасового характеру має тенденцію до зростання до досягнення ними певного віку – 41–50 років. Далі кількість тих, хто має підробітки, зменшується. Показово, що жодна жінка віком понад 61 рік не зазначила про наявність у неї підробіток, тоді як цей показник серед чоловіків цієї вікової групи коливається на рівні 8%. Піку додаткова трудова зайнятість жінок сягає у віковій групі “18–20 років” (у ній не підробляють лише 59% жінок). У чоловіків найвищий рівень додаткової трудової

зайнятості припадає на вік “31–40 років”. Отже, більшість жінок мають додаткову трудову активність до укладання шлюбу, коли живуть за власний кошт або за кошти батьків, а чоловіки, навпаки, після одруження, коли нагальною стає потреба забезпечувати родину.

Якщо говорити про освітній рівень чоловіків і жінок, зайнятих додатковою роботою, слід зазначити, що найчастіше додаткова зайнятість спостерігається серед чоловіків і жінок із неповною вищою освітою. Зокрема, найчастіше до додаткових підробіток вдаються студенти, службовці з числа допоміжного персоналу та кваліфіковані робітники, тобто люди, які обіймають невисокі посади в економічній сфері і які для підтримання свого матеріального добробуту потребують додаткових фінансів. Найбільша відмінність між чоловіками та жінками щодо додаткової зайнятості спостерігається в освітній категорії “неповна середня освіта”. Серед жінок із неповною середньою освітою жодна не зазначила, що має постійні додаткові заробітки, тоді як серед чоловіків ця частка становить 6%. Водночас серед представників чоловічої статі частка тих, хто “іноді має підробітки”, утричі більша, ніж серед представниць жіночої статі (24% проти 7%).

Даїграма 3.4.1. Здійснення підробіток, окрім основного місця роботи, залежно від наявності дітей



Якщо розглядати відмінності в розподілах відповідей чоловіків і жінок залежно від типу поселення, то виявляється така закономірність: чим вищий адміністративний статус населеного пункту, тим менше жінок зазначають, що вони не підробляють, і вищим стає відсоток тих, хто має тимчасові підробітки. Така ситуація призводить до того, що на селі частка чоловіків, які не мають додаткових підробіток, значно менша за відповідну частку жінок (61% та 76% відповідно). Загальна тенденція є такою, що частка чоловіків, які мають постійні підробітки, перевищує відповідну частку жінок приблизно удвічі.

Наявність дітей також впливає на характер додаткової зайнятості жінок і чоловіків: серед тих, хто має дітей, частка людей, які додатково не підробляють, вища за тих, у кого діти відсутні. Це можна пояснити тим, що з появою дитини витрати часу на домашню роботу збільшуються, відповідно бюджет часу не може бути розподілений таким чином, щоб його вистачало ще й на підробітки. Хоча, з іншого боку, поява та виховання дитини завжди потребує значних фінансових витрат, що не може не позначитися на сімейному бюджеті, а відтак зростає потреба

в додаткових заробітках. Проте це припущення не підтверджується емпіричними даними (див. діагр. 3.4.1).

Ставлення до окремих тверджень-стереотипів. Наявність серед чоловіків, порівняно з жінками, більшої кількості тих, хто має підробітки, можна пояснити існуванням уявлення про те, що трудова діяльність чоловіка має бути основним джерелом наповнення сімейного бюджету. Наскільки це твердження поширене в суспільній свідомості, свідчить показник згоди з ним опитаних жінок і чоловіків. Загалом для виявлення існування певних стереотипів респондентам було запропоновано висловити міру своєї згоди з низкою тверджень (див. табл. 3.4.4).

Таблиця 3.4.4. Рівень згоди чоловіків і жінок із наведеними гендерно-стереотипними твердженнями

| Оцінювані твердження | Чоловіки (II*) | Жінки (II*) | у середньому за масивом (II*) |
|--|----------------|-------------|-------------------------------|
| Жінка не має працювати на виробництві | 2,60 | 2,80 | 2,70 |
| Жінка має займатися виключно вихованням дітей | 2,73 | 2,97 | 2,86 |
| <u>Жінки не мають сидіти за кермом автомобіля¹</u> | <u>2,78</u> | <u>3,33</u> | <u>3,07</u> |
| <u>Потрібно створити систему квотування жіночих місць на керівних посадах різного рівня</u> | <u>2,86</u> | <u>2,40</u> | <u>2,63</u> |
| Мати, яка працює, може встановити зі своїми дітьми такі само теплі й міцні стосунки, як і та, що не працює | 2,04 | 1,81 | 1,92 |
| Бути домогосподаркою – це такий самий спосіб реалізувати себе, як і працювати | 2,26 | 2,48 | 2,38 |
| Для реалізації себе як особистості жінка обов'язково повинна мати дітей | 1,89 | 2,00 | 1,95 |
| Чоловік має повністю забезпечувати свою сім'ю | 1,72 | 1,63 | 1,67 |
| Кар'єра заважає жінці бути хорошою дружиною та матір'ю | 2,51 | 2,82 | 2,68 |
| Більшість вчителів у школах має бути жінками | 2,37 | 2,63 | 2,51 |

* II – інтегральні індекси ставлення до тверджень, обчислені як середні показники ставлення до всіх суджень за шкалою: 1 бал – “Повністю згоден/згодна”; 2 бали – “Радше згоден/згодна”; 3 бали – “Радше незгоден/незгодна”; 4 бали – “Зовсім незгоден/незгодна”.

Підкреслено твердження, ставлення до яких значно різняться залежно від статі респондентів.

Різниця у поглядах чоловіків і жінок є значимою щодо всіх тверджень, окрім того, що чоловік має повністю забезпечувати свою сім'ю – тут їхні думки збігаються і середня оцінка становить 1,67. Можна сказати, що настрої й уявлення чоловіків, що виражаються в їхніх ставленнях до тверджень, мають більш стереотипний характер, ніж жіночі. Найбільше їхні думки розбігаються стосовно двох тверджень. Перше – “жінки не мають сидіти за кермом автомобіля”, коли для чоловіків домінують переконання десь на межі варіантів “радше згоден” та “радше незгоден”, а для жінок – на межі варіантів “радше незгодна”

та “зовсім незгодна”. Друге твердження – “потрібно створити систему квотування жіночих місць на керівних посадах різного рівня” вирізняється тим, що стосовно нього чоловіки висловлюються переважно заперечно, тоді як жінки здебільшого погоджуються з ним.

Значною є різниця у баченні чоловіками і жінками вікової групи “18–20 років” жінки, як такої, що має займатися виключно вихованням дітей (чоловіки куди частіше згодні з цим твердженням). Разом із тим простежуються суттєві гендерні відмінності у ставленні до таких стереотипних тверджень, як “бути домогосподаркою – це такий самий спосіб реалізувати себе, як і працювати” та “кар'єра заважає жінці бути хорошою дружиною та матір'ю” серед представників вікової групи “21–30 років” (чоловіки значно більшою мірою погоджуються з цими твердженнями). У віковій групі “31–40 років” жінки значно більше за чоловіків згодні з твердженням: “Мати, яка працює, може встановити зі своїми дітьми такі само теплі й міцні стосунки, як і та, що не працює”. Характерно також, що не простежується аналогічних гендерних відмінностей у сприйнятті наведених тверджень чоловіками й жінками із різним рівнем освіти й типом поселення.

Висновки

- У масовій свідомості залишаються вельми поширеними гендерні стереотипи, зокрема щодо існування певних “чоловічих” і “жіночих” професійних і особистісних якостей. Більш притаманними жінкам (порівняно з чоловіками) визнаються такі якості, як доброта, доброзичливість, культура спілкування, освіченість, дисциплінованість, зацікавленість у розв'язанні проблем місцевого рівня. Чоловікам частіше приписують такі якості, як кар'єризм, високий професіоналізм, брутальність та зарозумілість, політична культура, імітація трудової діяльності. Таким чином, представників обох статей більшою мірою наділяють фемінними чи маскулініними рисами залежно від того, про кого йдеться — про жінок або чоловіків.
- В уявленнях населення, незалежно від статевої належності, віку, освіти, типу поселення існує диференціація професій на «жіночі», що їх більшість відносить до сфери послуг, та «чоловічі», характерною особливістю яких є робота з різними механізмами та докладання сили.
- Чоловіки менш прихильно, ніж жінки, ставляться до жінок, які займаються власним бізнесом, причому чим менший за розміром бізнес, тим прихильніше ставляться до роботи в ньому жінок.
- Основними причинами нижчого рівня оплати праці жінок, за даними опитування громадської думки, є: 1) переважання жінок у тих сферах діяльності, де загалом нижчий рівень оплати праці; 2) обмеженість часу для кар'єри жінок через наявність у них сім'ї; 3) надання вищих посад керівниками-чоловіками саме чоловікам. Останню обставину жінки зазначають удвічі частіше за чоловіків, що свідчить про сприйняття чоловіками природності такого стану речей.
- Такий вид зайнятості, як підробітки, не є поширеним серед населення, і має переважно тимчасовий, а не постійний характер. Найчастіше до цієї діяльності

вдаються чоловіки, молодші 40 років, які мають неповну вищу освіту. Жінки, як правило, займаються додатковими підробітками у віці 18–20 років, поки не мають власної сім'ї та дітей. Гендерні відмінності у зайнятості на додаткових роботах опосередковано свідчать про поширення стереотипу, що чоловік має забезпечувати сімейний матеріальний добробут.

- Настрої й уявлення чоловіків щодо гендерної рівності, виражені через певні сформульовані твердження, свідчать про значно глибший стереотипний характер, ніж у жінок. Особливо це стосується таких тверджень, як "Жінки не мають сидіти за кермом автомобіля"; "Більшість вчителів у школах мають бути жінками"; "Потрібно створити систему квотування жіночих місць на керівних посадах різного рівня". Для змін у масовій свідомості таких поширених стереотипів потрібна тривала, копійка й системна інформаційно-просвітницька робота, спрямована на утвердження в суспільстві принципів рівних прав і рівних можливостей.

3.4.2. Управлінська діяльність крізь призму гендерного погляду

Ринковий етап розвитку України не лише докорінним чином вплинув на економічні процеси, а й сприяв пом'якшенню консервативних установок у багатьох сферах життєдіяльності. Проте уявлення про керівництво, лідерство й досі залишаються під дією соціальної й культурної інерції. Сфера управління вважається чоловічою прерогативою. Такий підхід значно обмежує можливості жінок у самореалізації й ускладнює адаптацію їх у нових соціально-економічних умовах, крім того, він не відповідає реальним соціальним змінам. Отже, один із аспектів проблеми гендерної рівності, акцентований в наші дні, – рівність у сфері управління.

Рівність статей, або так звана гендерна симетрія – стан, за якого принцип рівних прав і можливостей для жінок і чоловіків, в тому числі в сфері управління, реалізований на практиці. На жаль, в українському суспільстві принцип рівності статей радше декларується, ніж виконується. Тому актуальною є проблема *гендерного поділу праці*, під яким будемо розуміти розподіл занять між жінками і чоловіками, що базується на традиціях і звичаях, формально або неформально закріплених у практиці й свідомості людей, тобто інституціоналізованих.

Стала тенденція працевлаштування чоловіків і жінок за суворо визначеними професіями, галузями і посадовими позиціями називається в науковій літературі *гендерною професійною сегрегацією* (або *професійною сегрегацією за ознакою статі*). Саме вона зумовлює, зокрема, замикання жінок у "трудових гетто" – низькооплачуваних професіях і галузях.

Сегрегація виявляється всередині та між фірмами, сферами зайнятості і галузями. Розрізняють дві складові професійної сегрегації: горизонтальну і вертикальну. Під *горизонтальною професійною сегрегацією* розуміють нерівномірний розподіл чоловіків і жінок за галузями економіки і професіями; під *вертикальною* – нерівномірний розподіл за *посадовою ієрархією*.

У більшості випадків, говорячи про вертикальну сегрегацію, мають на увазі низьку доступність для жінок престижних професій і посад у сфері *бізнесу й управлін-*

ня, пов'язаних з відповідальністю і прийняттям рішень. Вертикальна сегрегація може розглядатися на кількох рівнях: окремої організації; галузі економіки; економіки в цілому; окремої професійної групи або категорії працівників.

Назагал тенденції у сфері посадової структури зайнятості жінок такі: *чим вище посадовий щабель, тим нижче частка жінок у загальному числі зайнятих на ньому*. Для опису подібних явищ нерідко вживають термін "скляна стеля", який був уведений в науковий обіг на початку 1980-х років. Цей термін відбиває той факт, що, незважаючи на формально рівні можливості для обох статей, існує безліч неформальних, «невидимих» бар'єрів, які перешкоджають просуванню жінок щаблями посадової ієрархії.

Під час проведеного дослідження було з'ясовано, як респонденти оцінюють відповідність чоловіків і жінок певній посадовій ієрархії. Загалом переважна більшість респондентів вважає, що різні посади відповідають чоловікам і жінкам однаковою мірою (табл. 3.4.5). Особливо це стосується посад найнижчої ієрархії, або посад, пов'язаних з відповідальністю і прийняттям рішень, зокрема допоміжного персоналу (75%), спеціалістів (75%) та провідних спеціалістів (71%).

Таблиця 3.4.5. Відповідність жінок і чоловіків певним посадам, %

| Оцінювані позиції | Жінки | Чоловіки | Однаковою мірою |
|--------------------------------|-------|----------|-----------------|
| Керівник | 5 | 38 | 57 |
| Заступник керівника | 16 | 21 | 63 |
| Керівник підрозділу | 9 | 26 | 65 |
| Заступник керівника підрозділу | 13 | 18 | 69 |
| Провідний спеціаліст | 10 | 19 | 71 |
| Спеціаліст | 14 | 11 | 75 |
| Допоміжний персонал | 18 | 7 | 75 |

Менш як половина опитаних зазначають, що посади нерівномірно розподіляються між жінками та чоловіками, причому цей розподіл відбувається на користь чоловіків. Так, респонденти вважають, що чоловікам найбільше відповідають посади вищого рівня: керівника (38%), керівника підрозділу (26%), заступника керівника (21%). Жінкам, на думку опитаних, більшою мірою відповідають посади нижчої посадової ієрархії, а саме: допоміжний персонал (18%), заступник керівника (16%), спеціаліст (14%) та заступник керівника підрозділу (13%).

Загалом переважна більшість респондентів вважає, що різні посади відповідають чоловікам і жінкам однаковою мірою. Проте чим вищим є посадовий щабель, тим менша частка опитаних вважає, що він однаковою мірою відповідає і чоловікам, і жінкам. Крім того, менша частина респондентів підтверджує загальну тенденцію в сфері посадової структури зайнятості: чим вище посадовий щабель, тим менша частка жінок у загальному числі зайнятих на ньому. Думки жінок і чоловіків щодо відповідності посад різних рівнів чоловікам та жінкам мають певні відмінності (табл. 3.4.6).

Таблиця 3.4.6. Відповідність жінок і чоловіків певним посадам, %

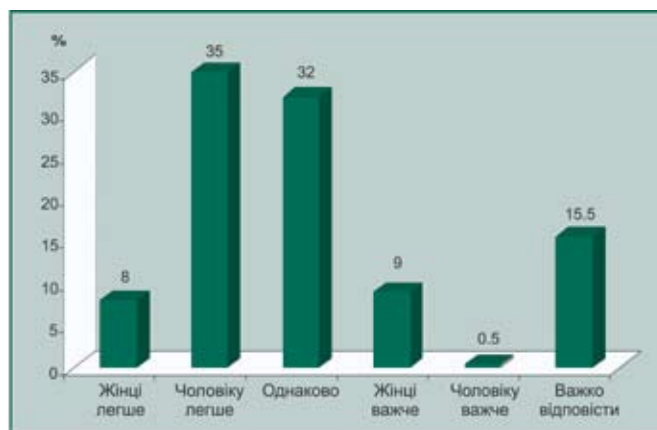
| Оцінювані позиції | Жінки | | Чоловіки | | Однаковою мірою | |
|--------------------------------|-------|------|----------|------|-----------------|------|
| | чол. | жін. | чол. | жін. | чол. | жін. |
| Керівник | 4 | 7 | 47 | 29 | 49 | 64 |
| Заступник керівника | 14 | 17 | 27 | 16 | 59 | 67 |
| Керівник підрозділу | 7 | 10 | 32 | 21 | 61 | 69 |
| Заступник керівника підрозділу | 10 | 15 | 23 | 14 | 67 | 71 |
| Провідний спеціаліст | 9 | 10 | 25 | 15 | 66 | 75 |
| Спеціаліст | 15 | 14 | 14 | 9 | 71 | 77 |
| Допоміжний персонал | 19 | 18 | 8 | 6 | 73 | 76 |

Привертає увагу той факт, що і чоловіки, і жінки схильні вважати посади вищих рівнів більше відповідними чоловікам, а посади нижчої ієрархії – жінкам. Причому гендерна нерівність у розподілі посад є більш значною у відповідях респондентів-чоловіків, ніж респондентів-жінок. Найбільші відмінності в думках чоловіків і жінок на це запитання існують при визначенні тієї точки зору, що посади однаковою мірою відповідають обом статям, тобто в посадовій структурі існує гендерна симетрія. Найбільшою мірою думка щодо гендерної рівності в посадовій структурі притаманна респондентам-жінкам. Серед них від 64% до 77% вважають вищезазначені посади відповідними обом статям. Частка опитаних чоловіків, що мають аналогічну думку, дещо нижча і коливається від 49% до 71% залежно від оцінюваної посади (табл. 3.4.6).

Отже, можна зазначити, що респонденти-жінки вирізняються більшою гендерною толерантністю щодо оцінювання посадової структури за гендерною ознакою, ніж чоловіки, яким притаманні категоричніші думки з цього приводу.

Друге запитання, що дає змогу оцінити гендерну рівність у посадовій структурі, стосувалося оцінювання реальних можливостей жінок і чоловіків стати керівником за умови рівних професійних якостей та освіти. Загалом респонденти оцінюють можливості чоловіків і жінок стати керівниками неоднаково, лише третина (32%) вважає, що в обох статей однакові можливості. Значна частина респондентів (35%) схильється до того, що чоловікам легше стати керівником, лише 8% вважають, що легше стати керівником жінкам (діагр. 3.5.2). Протилежна картина спостерігається при відповіді на запитання, кому важче стати керівником. Майже ніхто з респондентів не зазначає складності отримання посади керівника чоловіками, а складність отримання посади керівника жінками зазначили 9%. Кожен шостий респондент вважався з відповіддю.

Стать респондентів майже не впливає на розподіл відповідей на це запитання. І чоловіки, і жінки практично однаково оцінюють можливості стати керівником за гендерною ознакою. Крім того, спостерігається певна тенденція: жінки дещо вище оцінюють можливості жінок стати керівником, а чоловіки вище оцінюють можливості стати керівником чоловіків. Проте відмінності у відповідях чоловіків і жінок не перевищують 6%.

Діаграма 3.4.2. Кому (жінці чи чоловіку) легше, на думку респондентів, стати керівником за умови рівних професійних якостей та освіти**Діаграма 3.4.3. Кому (жінці чи чоловіку) легше, на думку респондентів різних статей, стати керівником за умови рівних професійних якостей та освіти**

Оцінка можливостей чоловіків і жінок стати керівником має певні відмінності залежно від вікової групи та типу поселення (табл. 3.4.7). Так, респонденти молодшої вікової групи більшою мірою вважають, що можливості жінок і чоловіків стати керівником є рівними, ніж респонденти старших вікових груп.

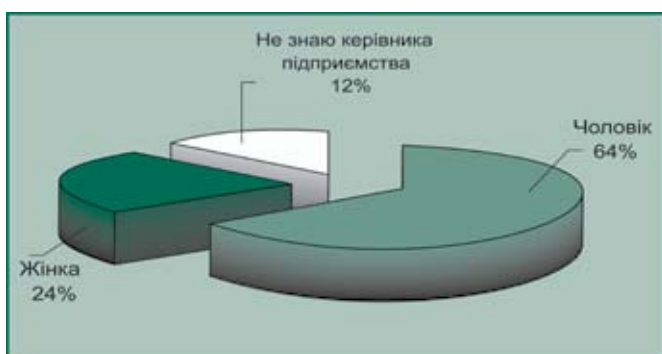
Найбільш нерівномірним є розподіл відповідей щодо можливості чоловіків і жінок стати керівником серед респондентів середньої вікової групи (31–50 років) та мешканців обласних центрів, які схильються до думки, що чоловікам в їхніх колективах стати керівниками легше.

Думка респондентів щодо більших можливостей чоловіків, порівняно з жінками, стати керівником в їхніх колективах, підтверджується реальним станом справ на підприємствах, де працюють респонденти. Так, переважна більшість (64%) зазначила, що на їхньому підприємстві основним керівником є чоловік, лише 24% відповіли, що на їхньому підприємстві основним керівником є жінка, 12% не знають керівника підприємства (діагр. 3.4.4).

Таблиця 3.4.7. Кому (жінці чи чоловіку) легше, на думку респондентів, стати керівником за умови рівних професійних якостей та освіти, залежно від вікової групи й типу поселення респондентів, %

| Характеристики респондентів | Жінці легше | Чоловіку легше | Однаково | Жінці важче | Чоловіку важче | Важко відповісти |
|-----------------------------|-------------|----------------|----------|-------------|----------------|------------------|
| Вікова група | | | | | | |
| До 30 років | 7 | 29 | 42 | 8 | 0,5 | 14 |
| 31–50 років | 9 | 41 | 28 | 10 | 0 | 12 |
| 51 рік і більше | 8 | 33 | 31 | 8 | 0,5 | 20 |
| Тип поселення | | | | | | |
| Обласний центр | 6 | 40 | 30 | 12 | 0 | 12 |
| Районний центр | 10 | 38 | 33 | 5,5 | 0,5 | 14 |
| Селище | 8 | 28 | 34 | 11 | 0,5 | 19 |

Діаграма 3.4.4. На підприємстві (установі) респондента основним керівником є:



Характерним є й те, що респонденти-чоловіки частіше працюють на підприємствах (в установах), де керівником є чоловік, а респонденти-жінки – на підприємствах, де керівником є жінка (табл. 3.4.8). Отже, можна припустити, що респонденти свідомо чи підсвідомо віддають перевагу роботі на тих підприємствах (в установах), де керівником є особа однієї статі з респондентом. Іншою й основною, на нашу думку, причиною подібного розподілу є наявність горизонтальної професійної сегрегації населення за ознакою статі. Тобто через більшу концентрацію чоловіків в одних галузях економіки і професіях, а жінок – в інших збільшується ймовірність стати керівником підприємства (установи) представників саме тієї статі, яка є найбільш представленою в даній галузі або професії.

Відмінностей у відповідях респондентів залежно від їхньої вікової групи та типу поселення майже не існує (табл. 3.4.8). Аналогічною є ситуація і залежно від області мешкання респондентів. Дещо вибиваються із загального ряду відповіді респондентів Львівської області, але, напевно, ці відмінності зумовлені значно більшою часткою респондентів Львівської області, які не знають керівників своїх підприємств (31%).

Дослідження передбачало визначення рівня довіри населення до своїх керівників. Респонденти мали оцінити рівень своєї довіри до керівника за 10-бальною шкалою: від повної відсутності довіри до повної довіри. Назагал

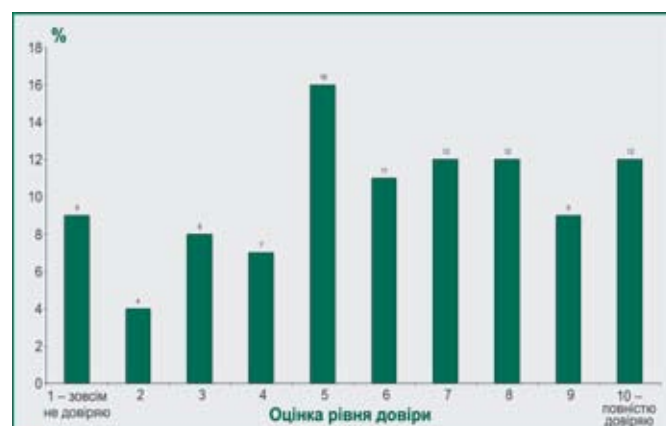
можна зазначити, що оцінки респондентами рівня довіри до свого керівника схиляються в бік наявності певної довіри, ніж недовіри (діагр. 3.4.5). Радше довіряють або повністю довіряють своїм керівникам понад половину респондентів (56%), а радше не довіряють або зовсім не довіряють близько третини (28%), 16% оцінюють рівень довіри до керівників нейтрально (тобто на 5 балів).

Таблиця 3.4.8. Розподіл відповідей респондентів щодо статі основного керівника на підприємстві (установі) респондента залежно від статі, вікової групи, типу поселення та області мешкання респондента, %

| Характеристики респондентів | Чоловік | Жінка | Не знаю керівника підприємства |
|-----------------------------|---------|-------|--------------------------------|
| Стать | | | |
| Чоловіча | 70 | 18 | 12 |
| Жіноча | 58 | 30 | 12 |
| Вікова група | | | |
| До 30 років | 66 | 25 | 9 |
| 31–50 років | 67 | 26 | 7 |
| 51 рік і більше | 59 | 22 | 19 |
| Тип поселення | | | |
| Обласний центр | 70 | 23 | 7 |
| Районний центр | 67 | 27 | 6 |
| Селище | 57 | 22 | 21 |
| Область | | | |
| Донецька | 64 | 22 | 14 |
| Житомирська | 68 | 25 | 7 |
| Київська | 65 | 28 | 7 |
| АР Крим | 67 | 29 | 4 |
| Львівська | 56 | 13 | 31 |
| Одеська | 62 | 28 | 10 |

Оцінка рівня довіри респондентів до свого керівника становить у середньому 6 балів. На рівень довіри до керівників найбільшою мірою впливають такі характеристики опитаних, як вікова група, рівень освіти й тип поселення, в якому мешкає респондент (табл. 3.4.9).

Діаграма 3.4.5. Оцінка респондентами рівня їхньої довіри до свого керівника за 10-бальною шкалою



Таблиця 3.4.9. Оцінка респондентами рівня їхньої довіри до свого керівника за 10-бальною шкалою

| Характеристики респондентів | Середній бал |
|-----------------------------|--------------|
| Стать | |
| Чоловіча | 5,9 |
| Жіноча | 6,0 |
| Вікова група | |
| До 30 років | 6,2 |
| 31 — 50 років | 6,0 |
| 51 рік і більше | 5,7 |
| Освіта | |
| Неповна середня | 4,6 |
| Повна середня | 5,7 |
| Середня спеціальна | 5,9 |
| Неповна вища | 6,5 |
| Вища | 6,2 |
| Тип поселення | |
| Обласний центр | 6,1 |
| Районний центр | 6,2 |
| Селище | 5,5 |

Так, рівень довіри вищий серед респондентів молодших вікових груп, із вищим рівнем освіти та серед мешканців міст (обласних, районних центрів). Цікавим виявився розподіл відповідей респондентів різної статі щодо рівня довіри керівникам різної статі (табл. 3.4.10).

Таблиця 3.4.10. Середня оцінка респондентами різної статі рівня довіри до свого керівника залежно від статі керівника, бали

| Оцінювані позиції | Стать | | Разом |
|--------------------------------|----------|--------|-------|
| | Чоловіча | Жіноча | |
| Керівник-чоловік | 6,4 | 6,0 | 6,2 |
| Керівник-жінка | 5,6 | 6,6 | 6,3 |
| Не знаю керівника підприємства | 2,7 | 2,9 | 2,8 |

Загалом керівникам обох статей респонденти довіряють майже однаково, а саме: в 6,2 та 6,3 бала оцінюють респонденти рівень довіри до керівників-чоловіків та керівників-жінок. Цілком природним також є те, що невідомі респондентам керівники підприємств, де вони працюють, переважно не користуються їхньою довірою (середній рівень довіри становить 2,8 бала).

Респонденти-чоловіки висловлюють більш категоричні оцінки рівня довіри керівникам залежно від статі керівників, ніж жінки. Можна зазначити, що чоловіки найбільше довіряють керівникам-чоловікам (середній рівень довіри становить 6,4 бала), значно менше чоловіки довіряють керівникам-жінкам (середній рівень довіри становить 5,6 бала) і ще нижчим є рівень їхньої довіри керівникам, яких вони не знають (2,7 бала).

Респонденти-жінки загалом виявляють більшій рівень довіри до керівників обох статей, порівняно з респондентами-чоловіками, особливо високою є довіра жінок до керівників-жінок – 6,6 бала (табл. 3.4.10).

Одним із завдань проведеного дослідження було визначення особливостей керівництва крізь призму ґендерних поглядів.

Загалом ґендерні відмінності в стилях керівництва є одним із найбільш дискусійних питань. Можна виокремити дві основні позиції при розгляді цієї проблеми. Прихильники першої позиції переконані в існуванні особливого «жіночого» стилю керівництва, який відрізняється від «чоловічого». Цієї точки зору дотримуються Дж.Роузнер, Р.Айслер, Е.Кріттенден. Прихильник іншої позиції С.Епстайн заперечує наявність такої специфіки.

Прихильники існування ґендерних відмінностей в управлінні характеризують жіночий стиль керівництва як гнучкіший, зорієнтований на мінливу соціальну ситуацію. Зокрема, Дж.Роузнер називає такий стиль «перетворювальним» і до його головних характеристик відносить активну взаємодію із підлеглими, залучення їх до прийняття рішень, підтримку в співробітниках самоповаги, заохочення особистих форм зв'язків. За таким стилем ієрархічна структура перетворюється на систему однорівневих, об'єднаних горизонтальними зв'язками структур. Чоловічий стиль управління Дж.Роузнер описує як «діловий», зорієнтований на авторитарну, жорсткішу модель взаємодії з підлеглими.

Прихильники іншої позиції, зокрема С.Епстайн, навпаки, вважають, що не можна простежити чіткої ґендерної специфіки в моделях управління: серед керівників трапляються як жінки, зорієнтовані на «діловий» стиль, так і чоловіки, які віддають перевагу «перетворювальній» моделі. Тобто поведінка керівника більшою мірою визначається конкретною ситуацією управління, а не його статтю.

Проведене дослідження дає змогу детальніше вивчити це питання, знайти підтвердження або спростування окреслених вище позицій. Так, респондентам ставили таке запитання: *“Які типи керівництва, на Ваш погляд, найбільше притаманні керівникам-жінкам і керівникам-чоловікам: диктаторський, авторитарний, ситуативний, ліберально-демократичний тощо?”*.

Як показали результати опитування, респонденти вважають, що керівники – жінки і чоловіки вирізняються різними типами керівництва. Наприклад, керівникам-жінкам, на думку опитаних, найбільшою мірою притаманний більш м'який стиль управління: ситуативний тип поведінки (тип керівництва – хамелеон) (51%) та ліберально-демократичний (46%). Керівникам-чоловікам найбільш притаманні жорсткіші стилі управління: авторитарний (57%), диктаторський (43%) (табл. 3.4.11).

Таблиця 3.4.11. Типи керівництва, які, на думку респондентів, найбільшою мірою притаманні керівникам-жінкам і керівникам-чоловікам*

| Типи керівництва | Керівники-жінки | Керівники-чоловіки |
|---------------------------------------|-----------------|--------------------|
| Диктаторський (самодури) | 35 | 43 |
| Авторитарний (вождь) | 20 | 57 |
| Ситуативний тип поведінки (хамелеони) | 51 | 30 |
| Ліберально-демократичний (демократи) | 46 | 34 |
| Інше | 3 | 2 |

* Сума може перевищувати 100%, оскільки респонденти могли обрати кілька варіантів відповіді.

Цікавим є розподіл відповідей респондентів різної статі щодо характерних для жінок і чоловіків типів керівництва (табл. 3.4.12).

Таблиця 3.4.12. Типи керівництва, які, на думку респондентів, найбільшою мірою притаманні керівникам-жінкам і керівникам-чоловікам, залежно від статі респондентів, %

| Типи керівництва | Керівники-жінки | | Керівники-чоловіки | |
|---------------------------------------|-----------------|------|--------------------|------|
| | чол. | жін. | чол. | жін. |
| Диктаторський (самодури) | 42 | 30 | 37 | 48 |
| Авторитарний (вождь) | 20 | 20 | 61 | 54 |
| Ситуативний тип поведінки (хамелеони) | 55 | 47 | 26 | 32 |
| Ліберально-демократичний (демократи) | 38 | 52 | 40 | 30 |
| Інше | 3 | 3 | 2 | 3 |

При визначенні характерного для керівників-жінок стилю керівництва думки респондентів різних статей дещо різняться. Чоловіки вважають, що для керівника-жінки найбільшою мірою притаманний тип управління "хамелеон" (55%), менш поширеними є диктаторський (42%) і ліберально-демократичний (38%) типи керівництва. Думка респондентів жіночої статі дещо інша. Жінки вважають, що керівникам жіночої статі найбільшою мірою притаманний ліберально-демократичний тип керівництва (52%) та ситуативний тип поведінки (47%), інші типи управління, на їхню думку, для керівників-жінок менш характерні.

В оцінках найхарактернішого для керівників-чоловіків типу керівництва маємо більшу єдність поглядів респондентів обох статей, тобто для чоловіків найбільшою мірою притаманний авторитарний тип керівництва (61% і 54% чоловіків і жінок відповідно). Проте в подальшому думки респондентів різних статей різняться. Чоловіки переконані, що керівникам-чоловікам, окрім зазначеного типу керівництва, притаманні ліберально-демократичний (40%) та дещо меншою мірою – диктаторський (37%). Майже половина опитаних жінок (48%) стверджує, що серед керівників чоловічої статі, окрім авторитарного, досить поширеним є диктаторський тип керівництва.

Отже, хоча думки респондентів різних статей щодо найхарактерніших для певних статей стилів керівництва мають певні відмінності, але всі сходяться на думці, що керівники-чоловіки найбільшою мірою вирізняються авторитарним типом керівництва (у керівників-жінок цей тип управління поширений найменше за решту), а керівники-жінки найчастіше вирізняються ситуативним типом поведінки, на відміну від чоловіків, серед яких такий стиль управління майже не поширений. Суттєвих відмінностей у відповідях на запитання щодо типів керівництва залежно від інших соціально-демографічних характеристик респондентів (вікова група, тип поселення, область мешкання) не зафіксовано.

Проблема гендерної специфіки стилів керівництва давно обговорюється дослідниками. Традиційний погляд на жіночий стиль складається з того, що жінки обирають керівництво, зорієнтоване на відносини керівництва, бо вони за природою більш емоційно зорієнтовані, а чоловіки обирають керівництво, зорієнтоване на

завдання керівництва, бо їм притаманні наполегливість і цілеспрямованість. Але оскільки відношення між відповідними якостями не взаємовиключні, то приписування певної орієнтації лише одній статі неправомерно, отже, керівники-жінки можуть бути зорієнтовані на завдання, а керівники-чоловіки – на відносини всередині групи, що може зумовлюватися особистісними особливостями або ситуаційним запитом.

Таблиця 3.4.13. Визначення завдань, які найкраще вдається виконувати керівникам-жінкам та керівникам-чоловікам, %

| Оцінювані позиції | Краще жінки | Краще чоловіки | Однаково добре | Однаково погано |
|---|-------------|----------------|----------------|-----------------|
| Чітко формулювати мету та завдання | 14 | 33 | 49 | 4 |
| Вдало розподілити роботу серед виконавців | 20 | 26 | 49 | 5 |
| Стимулювати виконання завдань | 20 | 23 | 51 | 6 |
| Контролювати виконання завдань | 19 | 26 | 51 | 4 |
| Консультувати та коригувати виконання завдань | 18 | 22 | 55 | 5 |
| Справедливо оцінювати результати роботи | 17 | 22 | 51 | 10 |
| Підтримувати сприятливий психологічний клімат | 32 | 20 | 40 | 8 |
| Турбуватися про розв'язання особистих та сімейних проблем підлеглих | 42 | 12 | 37 | 9 |
| Сприяти успішній кар'єрі підлеглих | 18 | 22 | 49 | 11 |
| Приймати рішення в критичних ситуаціях | 14 | 39 | 41 | 6 |
| Визначати стратегію розвитку організації | 11 | 31 | 52 | 6 |

У питанні про особливості чоловічого і жіночого керівництва ми схильні розділити позицію, згідно з якою принципів відмінностей у чоловічому і жіночому менеджменті немає, хоча є деякі особливості, зумовлені різницею психологічної структури особистості у чоловіків і жінок.

Лідерські якості мають спільну природу і прямо не залежать від статевих відмінностей. Як показало дослідження, в загальному ряду завдань, успішне виконання яких дає змогу керівникам досягати ефективного управління, *п'ять із виокремлених одинадцяти завдань однаково добре виконуються керівниками обох статей* (табл. 3.4.13). Однаково добре, на думку респондентів, чоловіки і жінки—керівники виконують такі завдання, як консультування й коригування виконання завдань (55%), визначення стратегії розвитку організації (52%), стимулювання виконання завдань, контроль виконання завдань та справедливе оцінювання результатів роботи (по 51%).

Особливостями в керівництві чоловіків і жінок є те, що чоловіки більш «ефективні» за жінок у прийнятті рішень в критичних ситуаціях (39%) та в чіткому формулюванні цілей і завдань (33%). А жінки найкраще справляються з такими завданнями, як розв'язання особистих і сімейних проблем підлеглих (42%) та підтримка сприятливого психологічного клімату в колективі (32%) (табл. 3.4.13).

Таблиця 3.4.14. Визначення завдань, які найкраще вдається виконувати керівникам-жінкам та керівникам-чоловікам, на думку респондентів різної статі, %

| Оцінювані позиції | Краще жінки | | Краще чоловіки | | Однаково добре | | Однаково погано | |
|---|-------------|------|----------------|------|----------------|------|-----------------|------|
| | чол. | жін. | чол. | жін. | чол. | жін. | чол. | жін. |
| Чітко формулювати мету та завдання | 11 | 16 | 41 | 26 | 43 | 54 | 5 | 4 |
| Вдало розподілити роботу серед виконавців | 15 | 24 | 33 | 20 | 46 | 52 | 6 | 4 |
| Стимулювати виконання завдань | 19 | 21 | 24 | 22 | 51 | 52 | 6 | 5 |
| Контролювати виконання завдань | 16 | 21 | 32 | 21 | 46 | 54 | 6 | 4 |
| Консультувати та коригувати виконання завдань | 16 | 20 | 27 | 17 | 51 | 59 | 6 | 4 |
| Справедливо оцінювати результати роботи | 14 | 20 | 26 | 18 | 49 | 53 | 11 | 9 |
| Підтримувати сприятливий психологічний клімат | 31 | 34 | 21 | 19 | 40 | 40 | 8 | 7 |
| Турбуватися про розв'язання особистих та сімейних проблем підлеглих | 40 | 44 | 14 | 11 | 37 | 36 | 9 | 9 |
| Сприяти успішній кар'єрі підлеглих | 16 | 19 | 25 | 19 | 47 | 52 | 12 | 10 |
| Приймати рішення в критичних ситуаціях | 13 | 15 | 45 | 33 | 36 | 46 | 6 | 6 |
| Визначати стратегію розвитку організації | 8 | 12 | 37 | 27 | 48 | 55 | 7 | 6 |

Цілком природним є той факт, що коли респонденти обох статей оцінюють завдання, які найкраще виконуються керівниками різних статей, вони дещо перебільшують можливості керівників своєї статі і зменшують можливості протилежної (3.4.14). Загалом переваги чоловіків і жінок – керівників доповнюють

одне одне. Оптимальна, з точки зору ефективності, демографія організації передбачає однакову кількість жінок і чоловіків на всіх рівнях управління. Проведене опитування дає підстави для припущення, що не слід перебільшувати специфіки жіночого і чоловічого керівництва.

Ці висновки свідчать, що характеристики статі не є вирішальними при керівництві і співзвучні з концепцією андрогінної теорії управління, яка наголошує, що успішні моделі управління здійснюють ті керівники, які незалежно від статі мають психологічний репертуар поведінки і чоловіків, і жінок – керівників. Це означає, що і чоловіки, і жінки мають практично рівні психологічні можливості для керівництва, тож характеристики статі майже не виступають обмеженнями для ефективного менеджменту.

Чинники ризику, з якими доводиться стикатися керівникам у своїй практиці, надзвичайно різноманітні. Спинімося детальніше на основних чинниках ризику, або ризикованих, проблемних ситуаціях. Цікавою є думка респондентів щодо того, які проблемні ситуації легше долають керівники-жінки та керівники-чоловіки, або ж існує певна специфіка. За даними дослідження виявляється, що респонденти не мають чіткої думки щодо певної специфіки у розв'язанні таких ситуацій керівниками обох статей. Відповіді респондентів на це запитання розподілилися майже порівну. Частина опитаних (від 30% до 45%) висловлює думку щодо відсутності такої різниці, інша (від 40% до 57%) має протилежну думку (табл. 3.4.15).

Респонденти, які вважають, що відмінності в поведінці в конкретній ситуації керівників обох статей відсутні, найбільшою мірою відносять це до таких ситуацій: кар'єрне зростання (45%), втрата «вищої посади» із переведенням на «нижчу» (42%) та втрата роботи (41%).

У тих випадках, коли респонденти вважають, що описана ситуація однаково легко розв'язується керівниками обох статей, інша частина респондентів (яка не підтримує цієї думки), часто по-різному оцінює кожну конкретну ситуацію (табл. 3.4.15). При аналізі відповідей респондентів, які мають протилежну думку (є відмінності в поведінці в конкретній ситуації керівників кожної статі), маємо такі ситуації:

- з якими *легше справляються жінки*: сімейні стресові ситуації (34%), погіршення стану здоров'я (32%), втрата роботи (26%) та втрата «вищої посади» із переведенням на «нижчу» (24%);
- з якими *легше справляються чоловіки*: кар'єрне зростання (35%), конкурентна боротьба з боку колег-чоловіків (29%);
- з якими *легше справляються і жінки, і чоловіки*: конкурентна боротьба з боку колег-жінок (25% – жінкам легше, 21% – чоловікам легше), поточні стресові ситуації на роботі (26% – жінкам легше, 24% – чоловікам легше), додаткові навантаження для підтримки професійного іміджу (25% – жінкам легше, 20% – чоловікам легше).

Отримані дані підтверджують уявлення про чоловічий та жіночий гендер як соціальні конструкти. Соціальна конструкція жіночого гендеру передбачає більшу альтернативність поведінки як у діловій сфері, так і в сімейній, або використання змішаної стратегії:

поєднувати сімейну і трудову діяльність. Тому жінки можуть дозволити собі не прагнути кар'єри. У чоловіків немає такої альтернативи, для них кар'єра, успішність – єдиний варіант поведінки. Соціальна конструкція чоловічого гендеру видається значно жорсткішою й безальтернативною. Успішність, причому така, що розуміється як успішність за межами сімейного життя, тобто успішність у діловій сфері, є одним із системних параметрів чоловічого гендеру.

Таблиця 3.4.15. Розподіл відповідей респондентів на запитання “Хто, на Ваш погляд, жінки чи чоловіки, легше справляються з наступними ситуаціями?”, %

| Оцінювані позиції | Неоднаковою мірою: | | | Однаковою мірою | Важко відповісти |
|--|--------------------|-----------------|--------|-----------------|------------------|
| | Жінкам легше | Чоловікам легше | Усього | | |
| Конкурентна боротьба з боку колег-жінок | 25 | 21 | 46 | 35 | 19 |
| Конкурентна боротьба з боку колег-чоловіків | 14 | 29 | 43 | 38 | 19 |
| Кар'єрне зростання | 7 | 35 | 42 | 45 | 13 |
| Втрата “вищої посади” із переведенням на “нижчу” | 24 | 16 | 40 | 42 | 18 |
| Втрата роботи | 26 | 16 | 42 | 41 | 17 |
| Поточні стресові ситуації на роботі | 26 | 24 | 50 | 35 | 15 |
| Сімейні стресові ситуації | 34 | 23 | 57 | 30 | 13 |
| Погіршення стану здоров'я | 32 | 16 | 48 | 39 | 13 |
| Додаткові навантаження для підтримки професійного іміджу | 25 | 20 | 45 | | 18 |

Отже, загалом респонденти не мають чіткої думки щодо існування специфіки у розв'язанні певних виробничих ситуацій керівниками обох статей. Ті, хто вважає, що така специфіка існує, визначають певні переваги жінок у ситуаціях, пов'язаних і з роботою (втрата роботи та втрата “вищої посади” із переведенням на “нижчу”), і з сімейно-особистісною царинною (сімейні стресові ситуації та погіршення стану здоров'я), а переваги чоловіків визначають у суто робочих ситуаціях (конкурентна боротьба з боку колег-чоловіків та кар'єрне зростання).

Висновки

- Переважна більшість респондентів вважає, що різні посади відповідають чоловікам і жінкам однаковою мірою. Проте чим вищим є посадовий щабель, тим менше опитаних вважають, що він однаковою мірою відповідає і чоловікам, і жінкам. Ці дані підтверджують загальну тенденцію в сфері посадової структури зайнятості: чим вище посадовий щабель, тим менша частка жінок у загальній кількості зайнятих на ньому.
- Респонденти-жінки вирізняються більшою гендерною толерантністю щодо оцінювання посадової структури за гендерною ознакою, ніж чоловіки, яким

притаманні категоричніші думки з цього приводу.

- Респонденти оцінюють можливість чоловіків і жінок стати керівниками неоднаково. Третина (32%) вважає, що в обох статей однакові можливості. Значна частина респондентів (35%) схиляється до того, що чоловікам легше стати керівником, лише 8% вважають, що легше стати керівником жінкам.
- Спостерігається така тенденція: жінки дещо вище оцінюють можливості жінок стати керівником, а чоловіки вище оцінюють можливості чоловіків стати керівником. Проте відмінності у відповідях чоловіків і жінок не перевищують 6%.
- Респонденти молодшої вікової групи більшою мірою вважають, що можливості жінок і чоловіків стати керівником є рівними, ніж респонденти старших вікових груп.
- У переважній більшості опитаних (64%) на підприємстві, де вони працюють, основним керівником є чоловік, лише у 24% керівником підприємства є жінка.
- Характерним є те, що респонденти-чоловіки частіше працюють на підприємствах (в установах), де керівником є чоловік, а респонденти-жінки – на підприємствах, де керівником є жінка.
- Оцінювання респондентами рівня довіри до свого керівника схиляється в бік наявності певної довіри. Радше довіряють або цілком довіряють своїм керівникам 56% респондентів. Загальна оцінка рівня довіри респондентів до свого керівника становить 6 балів.
- Керівникам обох статей респонденти довіряють майже однаково, а саме: у 6,2 та 6,3 бала оцінюють респонденти рівень довіри до керівників-чоловіків та керівників-жінок.
- Респонденти-чоловіки висловлюють категоричніші оцінки рівня довіри керівникам обох статей. Чоловіки найбільше довіряють керівникам-чоловікам (середній рівень довіри становить 6,4 бала), значно менше чоловіки довіряють керівникам-жінкам (середній рівень довіри становить 5,6 бала).
- Респонденти-жінки виявляють більший рівень довіри до керівників обох статей; особливо високою є довіра жінок до керівників-жінок (6,6 бала).
- Респонденти вважають, що керівники – жінки і чоловіки вирізняються різними типами керівництва. Керівникам-жінкам, на думку опитаних, найбільшою мірою притаманний більш м'який стиль управління: ситуативний тип поведінки (тип керівництва – хамелеон) (51%) та ліберально-демократичний (46%). Керівникам-чоловікам найбільш притаманні жорсткіші стилі управління: авторитарний (57%), диктаторський (43%).
- Як показало дослідження, в загальному ряду завдань, успішне виконання яких дає змогу керівникам досягати ефективного управління, *п'ять із виокремлених одинадцяти завдань однаково добре виконуються керівниками обох статей*. Це підтверджує думку багатьох дослідників, що лідерські якості мають спільну природу і прямо не залежать від статевих відмінностей.
- Аналіз відповідей респондентів щодо гендерної специфіки стилів керівництва підтверджує радше традиційні погляди, за якими жіночий стиль складається з того, що жінки обирають керівництво, зорієнтоване на *відносини* керівництва, бо вони за природою

більш емоційно зорієнтовані, а чоловіки обирають керівництво, зорієнтоване на *завдання* керівництва, бо їм притаманні наполегливість і цілеспрямованість. Так, респонденти зазначили, що особливостями в керівництві чоловіків і жінок є те, що чоловіки більш «ефективні», ніж жінки, у прийнятті рішень у критичних ситуаціях (39%) та в чіткому формулюванні цілей і завдань (33%). А жінки найкраще справляються з такими завданнями як розв'язання особистих і сімейних проблем підлеглих (42%) та підтримка сприятливого психологічного клімату в колективі (32%).

- Загалом респонденти не мають чіткої думки щодо існування специфіки в розв'язанні певних виробничих ситуацій керівниками обох статей. Ті, хто вважає, що така специфіка існує, визначають певні переваги жінок у ситуаціях, пов'язаних із роботою (втрата роботи та втрата "вищої посади" із переведенням на "нижчу"), і з сімейно-особистісною царинною (сімейні стресові ситуації та погіршення стану здоров'я), а переваги чоловіків визначають у сучасних робочих ситуаціях (конкурентна боротьба з боку колег-чоловіків та кар'єрне зростання). Визначена специфіка керівників жінок і чоловіків у розв'язанні виробничих ситуацій не суперечить уявленню про чоловічій і жіночій гендер як соціальні конструкти.

3.4.3. Гендерний розподіл ролей у сім'ях та соціально-трудові відносини

Роль чоловіка або дружини безпосереднім чином впливає на її або його позицію в суспільному житті, зокрема у трудових відносинах. Значною мірою це пов'язано з витратами часу на ведення домашнього господарства; обмеженнями часу на справи, які не стосуються дому; подвійним навантаженням (на роботі та вдома); психологічним самовизначенням особи як залежної або незалежної, головної або підлеглої; загалом перенесенням своєї позиції та поведінки вдома на сферу соціальних відносин поза ним.

Рішення кожного члена сім'ї стосовно свого часу на домашню (неоплачувану) працю чи на оплачувану працю поза домом залежить від співвідношення отримуваних доходів із цими двома видами праці. При цьому тенденція є такою, що мірою зростання інформатизованості суспільства зростає обсяг місць та сфер праці, де не відіграє ролі стать працівника (фізичну силу людини замінила сила машин). Разом із цим відбувається зростання статусних позицій жінок у суспільстві, а відтак має збільшуватися участь чоловіків у веденні домашнього господарства.

Робота в домашньому господарстві. Робота в домашньому господарстві є однією з двох основних сфер трудової зайнятості людини. Зміст цієї діяльності різниться залежно від типу поселення. Розподіл ролей у домашньому господарстві безпосередньо впливає на заняття суспільно-політичною й трудовою діяльністю через перерозподіл бюджету часу. Особливістю цього виду діяльності є наявність, за умов зайнятості на роботі, подвійного трудового навантаження, частина якого фактично є неоплачуваною, а отже, непрестижною⁵². Уявлення населення України щодо того, хто з членів родини має працювати в домашньому господарстві, не є гендерно полярними – більшість громадян бачать виконання

цієї діяльності як чоловіками, так і жінками (73%). Водночас 20% населення переконані, що саме жінка має працювати в домашньому господарстві, тоді як чоловікові таку роль відводять лише 3%, попри різні спроби поширення в суспільстві ідей щодо необхідності встановлення вектора розподілу домашніх обов'язків у бік якщо не рівноправної (із рівними внесками в справу), то принаймні обопільної залученості чоловіків і жінок до роботи по дому як запоруки побудови партнерської моделі сім'ї.

Діаграма 3.4.6. Уявлення громадян про те, хто з членів родини має працювати в домашньому господарстві



Із віком уявлення про те, хто має брати на себе обов'язки по роботі в домашньому господарстві, змінюються, що особливо характерне для чоловіків: чим старшими вони стають, тим поширенішим стає переконання, що вдома мають працювати обидва партнери. Найменш рівноправно налаштовані чоловіки віком до 20 років, що виглядає доволі закономірним, адже в цьому віці переважна більшість молодих людей живуть удома, де ними, як правило, опікуються мами або інші жінки (це підтверджують дані щодо розподілу ролей при вихованні дитини та обсягу часу, який витрачає жінка на хатню роботу). Таким чином, у молодих чоловіків часто складається враження, що саме жінки мають працювати в домашньому господарстві.

Утім, серед жінок частка тих, хто підтримує рівноправний розподіл ролей, значно перевищує відповідну частку серед чоловіків (залежно від віку ця частка варіює від 5% до 37%). Підвищення освітнього рівня жінок і чоловіків дещо по-різному виявляється у баченні ролі чоловіків у домашньому господарстві. Характерно, що серед чоловіків найбільшою мірою переконані в необхідності своєї роботи по домашньому господарству ті, хто не має повної середньої освіти (8%), але з підвищенням освітнього рівня ця частка зменшується до 2%. Серед жінок частка переконаних, що чоловік має працювати в домашньому господарстві, не перевищує 6% (серед осіб із повною середньою освітою) і сягає 20% із підвищенням освітнього рівня. Такі гендерні відмінності певним чином змінюють картину ставлення до того, що обидва члени родини (і чоловік, і жінка) працюють в домашньому господарстві: схвально до цього ставляться 69–76% чоловіків і 76–82% жінок залежно від рівня освіти.

Залежність уявлень про те, хто має працювати в домашньому господарстві, від типу поселення є хоча й не досить значною, але чітко вираженою. Зі зниженням адміністративного рівня поселення чисельність осіб (як чоловіків, так і жінок), котрі вважають, що саме жінка має працювати в домашньому господарстві, зменшується. Водночас увиразнюється тенденція щодо

52 Кісь О. Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні // <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/kis.htm>

бачення необхідності рівноправного внеску в роботу в домашньому господарстві. У динаміці поглядів чоловіків і жінок виявляється тенденція односпрямованості, до того ж різниця у баченні ролі партнерів у роботі по домашньому господарству зменшується. Можна констатувати більшу егалітарність сіл порівняно з центральними містами.

Кількість годин, що їх витрачають жінки та чоловіки на хатню роботу. Реальним показником міри залученості до роботи в домашньому господарстві є кількість годин, що їх витрачають чоловіки та жінки на цей вид діяльності, котра є маркером наявності або відсутності гендерної рівності в родині при розподілі сімейних обов'язків. Показово, що жінки в цілому витрачають на хатню роботу більше часу, ніж чоловіки. Переважна більшість чоловіків (60%) займається цим від 1 до 15 годин на тиждень (34% – від 5 до 15 годин), тоді як переважна більшість жінок (60% опитаних) витрачає від 5 до 30 годин (із них 30% – від 15 до 30 годин). Значно менше серед чоловіків тих, хто працює по дому від 30 до 60 годин на день (13% проти 25% серед жінок).

Закономірність розподілу часу залежно від віку респондента не змінюється, окрім групи осіб віком від 18 до 20 років, де серед жінок переважають (82%) ті, хто, як і чоловіки у відповідній групі, витрачають на хатню роботу від 1 до 15 годин на тиждень. Це можна пояснити тим, що в цьому віці більшість респондентів ще живе з батьками і транслює певну частку свого часу на хатні справи.

При дослідженні освітніх груп ми можемо визначити динаміку витрат часу залежно від освітнього рівня респондентів. Чим вищим є рівень освіти, тим менше часу приділяється роботі по дому. Окремою ситуацією тут є становище жінок із неповною середньою освітою. 67% із них щотижня витрачає на хатню роботу від 30 до 60 годин. Це є наслідком підвищення рівня власної освіти – чим він вищий, тим до більшої кількості суспільних матеріальних ресурсів можна долучитися.

Тип поселення справляє такий самий вплив на динаміку витрат часу, що й освітній рівень респондентів: чим вищий статус населеного пункту, тим менше часу витрачається на хатні справи. Це, найімовірніше, пов'язане з веденням домашнього господарства, доглядом за худобою, утриманням городу на селі, а також із тим, що тип населеного пункту корелює із рівнем освіти респондентів – у селі переважають люди з нижчим рівнем освіти.

Діаграма 3.4.7. Кількість часу на тиждень, що витрачається на роботу по дому



Збереження сімейного вогнища. Запорукою існування сім'ї є її збереження, турбота про захист і затишок, наслідування й збереження традицій, належне виховання нащадків. І роботу по дому, і збереження сімейного вогнища населення сприймає переважно як справу, до якої мають бути залучені обидва партнери (46%). Але стереотип щодо того, хто має оберігати сімейне вогнище, є більш укоріненим у масовій свідомості, ніж уявлення про те, хто має працювати в домашньому господарстві. Частка населення, що вбачає у цьому обов'язок жінки (38%), майже така сама, як і частка тих, хто вважає це обов'язком обох партнерів сімейного союзу. Особливо таке ставлення притаманне чоловікам: частка чоловіків, які визнають збереження сімейного вогнища правом жінки, становить 40%, тоді як частка тих, хто вбачає у цьому роль обох сімейних партнерів, 42%. Характерно, що порівняно з жінками чоловіків, які визначили збереження сімейного вогнища чоловічим обов'язком, майже удвічі більше (7% жінок проти 13% чоловіків), що свідчить про вищі самооцінки чоловіками своєї здатності до такої діяльності, тоді як жінки оцінюють їхню спроможність нижче.

Стосовно впливу віку на уявлення, хто має берегти сімейне вогнище, то чоловіки віком 18–20 років виявляються найбільш схильними до делегування обов'язків збереження сімейного вогнища жінкам (49% населення вважають це обов'язком жінки). Значущої різниці в кількості чоловіків у всіх вікових групах (крім вищезазначеної), які вважають збереження сімейного вогнища жіночою справою, й тими, хто вважає, що це справа обох партнерів, немає. Натомість жінки в усіх вікових групах гадають, що внесок у збереження сімейного вогнища мають робити обидва партнери.

Діаграма 3.4.8. Уявлення громадян про те, хто з членів родини має берегти сімейне вогнище



Головування в родині. Багато в чому уявлення, хто має бути головою в сім'ї, формує стосунки між її членами, розподіл прав та обов'язків, а також впливає на соціально-політичну й трудову активність людини поза домом. Головування в родині більшість населення (61%) покладає на чоловіка; жінку як здатну головувати в родині ідентифікують лише 9%. Рівноправність щодо головування в сім'ї сприймають 18% населення, що є свідченням преферентності моделі партнерських стосунків у родині, а не домінують-залежної моделі поведінки в сім'ї, коли один підкорює та керує діяльністю, а інший підкорюється і приймає роль керованого. Таке уявлення транслюється як жінками (57% опитуваних), так і чоловіками (66%), результатом чого є наслідування молодшими поколіннями поведінки такого стибу.

Таблиця 3.4.16. Уявлення громадян про те, хто з членів родини має бути головою сім'ї, залежно від статі респондентів, N = 1787, %

| Оцінювані позиції | Чоловіки | Жінки | У середньому за масивом |
|-------------------|----------|-------|-------------------------|
| Чоловік | 66 | 57 | 61 |
| Жінка | 8 | 10 | 9 |
| Обидва | 16 | 20 | 18 |
| Жоден | 3 | 4 | 4 |
| Важко відповісти | 7 | 9 | 8 |

Стосовно впливу освітнього рівня людини на визначення нею того, хто має бути головою родини, – жінка або чоловік – найбільші гендерні відмінності спостерігаються у віковій категорії “18–30 років”. Так, головування в сім'ї вважають обов'язком чоловіка 37% жінок та 76% чоловіків віком від 18 до 20 років; 56% жінок і 70% чоловіків віком від 21 до 30 років, тоді як в інших вікових групах уявлення чоловіків і жінок щодо того, хто має головувати в родині, є більш однотайними. Така ситуація пояснюється тим, що у вказаних вікових групах кількість одружених людей значно менша, ніж у групах старшого віку, тож переважна більшість цих чоловіків і жінок має лише побічне уявлення про реальний розподіл обов'язків і головування в родині (хіба що на прикладі батьківської сім'ї). Загалом у віковій групі “18–30 років” існують значні відмінності у поглядах тих, хто ніколи не був одружений, і тих, хто перебуває у шлюбі.

Серед неодружених громадян на користь головування чоловіків у родині висловлюються 75% чоловіків та 42% жінок, тоді як серед тих, хто офіційно перебуває у шлюбі, чоловіки однотайно висловлюються за головування чоловіка в сім'ї, а жінки однотайно підтримують тезу, що головувати в родині мають обоє – і чоловік, і жінка. Утім, зауважимо, що серед жінок, які перебувають у фактичному незареєстрованому шлюбі, частка прихильниць головування обох партнерів дорівнює частці жінок, які підтримують головування чоловіка в сім'ї. В інших вікових групах суттєвих відмінностей у поглядах одружених та неодружених чоловіків і жінок не простежується. Як загальну тенденцію можна відмітити відведення і чоловіками, і жінками домінування в родині чоловіку, що є свідченням поширеного стереотипу, який породжує нерівноправні стосунки в родині й підтримується обома партнерами.

Результати дослідження підтверджують наявність певних залежностей між уявленнями населення щодо того, хто має головувати в родині, й адміністративним статусом населеного пункту, де людина проживає. Мірою підвищення адміністративного рівня населеного пункту серед жінок зменшується частка тих, хто вважає, що обов'язки головування мають розподілятися між чоловіком і дружиною (від 26% на селі до 15% в обласному центрі), водночас зростає частка тих, хто транслює ці обов'язки окремо чоловіку та окремо жінці. Серед жінок частка тих, хто вважає, що головою родини має бути чоловік, зростає на 11% (з 52% у селі до 63% в обласному центрі), а тих, хто вважає головою жінку – з 9% до 12% відповідно. Серед чоловіків частка тих, хто вважає саме чоловіка головою родини, зростає неістотно – на 2% (66% на селі та 67% у місті); тих, хто вважає головою родини жінку, зростає на 8% (з 5% до 13% відповідно). Тобто мож-

на сказати, що села в цьому плані є “осередком гендерної рівноправності” порівняно з іншими населеними пунктами, хоча надання саме чоловіку обов'язків головуючого спостерігається повсюдно.

Уявлення про те, хто з членів родини має більше заробляти. Як серед чоловіків, так і серед жінок домінує переконання, що більший внесок до сімейного бюджету має робити саме чоловік (66% та 65% відповідно). Таке уявлення транслюється незалежно від віку, освіти й типу поселення респондента. Єдина відмінність спостерігається між відповідями респондентів чоловічої статі з різних областей. Так, серед чоловіків – мешканців Криму 85% вважають, що чоловік має заробляти більше, тоді як у Житомирській області таких лише 43%. Окрім кримчан, висока частка чоловіків і жінок, які наголошують, що чоловік має заробляти більше, у Донецькій (71% чоловіків та 74% жінок) та Львівській (77% чоловіків та 77% жінок) областях. Відповідно, саме в цих областях частка осіб, які вважають заробляння грошей обов'язком жінки, нижча за відповідні показники у Київській та Одеській областях.

Таблиця 3.4.17. Уявлення громадян про те, хто з членів родини має більше заробляти, залежно від статі респондентів, N = 1777, %

| Оцінювані позиції | Чоловіки | Жінки | У середньому за масивом |
|-------------------|----------|-------|-------------------------|
| Чоловік | 66 | 65 | 65 |
| Жінка | 7 | 8 | 7 |
| Обидва | 21 | 18 | 19 |
| Жоден | 1 | 1 | 1 |
| Важко відповісти | 6 | 8 | 7 |

Уявлення людей про те, хто краще справляється з роллю керівника. Бачення, хто має бути головою в родині, пов'язане з уявленнями про те, хто є кращим виконавцем, а хто – керівником. Загалом наявність бачення представників однієї статі як таких, що мають право на більшу кількість владних повноважень, є свідченням гендерної нерівності в суспільстві. При визначенні того, хто є кращим керівником, населення віддає перевагу чоловікам (серед чоловіків – 46%, серед жінок – 35%), другими за чисельністю є ті, хто гадає, що і чоловік, і жінка можуть гідно виконувати функції керівника (серед чоловіків – 22%, серед жінок – 25%), останніми за чисельністю серед тих, хто визначився, є ті, хто вважає, що жінка краще виконує керівні функції. Сприйняття чоловіка як кращого керівника притаманне не тільки чоловікам, а й жінкам, які фактично погоджуються зі своєю меншовартістю у цій сфері. Такий розподіл засвідчує наявність стереотипу, який виправдовує як меншу чисельність жінок на керівних посадах у суспільстві, так і обмеження її права на домінуючу позицію в сім'ї.

Аналіз вікових особливостей відповідей респондентів підтверджує тенденцію щодо визначення чоловіка як кращого керівника. Таке уявлення має більшість представників різних вікових груп. Відрізняються лише думки жінок віком від 18 до 30 років: серед них 27% вважають, що роль керівника прийнятна як для чоловіків, так і для жінок, суттєва частка жінок (22%) переконана, що чоловік є кращим керівником. Найбільш

упередженими щодо керівної ролі жінок є чоловіки віком понад 61 рік. Серед них частка переконаних, що чоловік кращий керівник за жінку, майже у 4,5 раза більша за частку чоловіків, які вважають жінку кращим керівником за чоловіка.

Уявлення громадян про те, хто краще справляється з роллю виконавця, ніж керівника. Роль виконавця вважає прийнятнішою для жінок 37% населення. Однакова кількість чоловіків і жінок зазначили, що роль виконавця суттєво не залежить від статі: і чоловіки, і жінки однаково вправні в цьому (21%). Якщо поглянути на загальний розподіл уявлень населення щодо кращого виконання ролі виконавця, виявляється, що погляди чоловіків і жінок односпрямовані, а різниця між частками тих, хто підтримав конкретний варіант відповіді, незначна (див. діагр. 3.4.9).

Діаграма 3.4.9. Уявлення громадян про те, хто з членів родини краще справляється з роллю виконавця, ніж керівника



Виховання дітей. Особливою сферою існування родини й опікування батьків є народження та виховання дітей. Оскільки жінка народжує дитину, існує стереотип, що саме вона має більшою мірою опікуватися життям та вихованням дитини. Поширеність такого уявлення часом невігідно позначається на залученні жінок до трудової сфери – спершу у зв'язку з пологами та відпустками по догляду за дитиною до 3-х років, згодом через дитячі хвороби, але зрештою все це позначається на економічному становищі жінок. Уявлення чоловіків та жінок щодо їхньої ролі у вихованні дітей базуються переважно на засадах рівноправного виконання цих обов'язків (63%). Проте частка чоловіків, переконаних, що жінка має більше займатися вихованням дітей, переважає частку жінок, які дотримуються такої думки (31% чоловіків та 23% жінок).

Таблиця 3.4.18. Уявлення громадян про те, хто з членів родини має більше займатися вихованням дітей, залежно від статі респондентів, N = 1791, %

| Оцінювані позиції | Чоловіки | Жінки | У середньому за масивом |
|-------------------|----------|-------|-------------------------|
| Чоловік | 5 | 5 | 5 |
| Жінка | 31 | 23 | 27 |
| Обидва | 59 | 67 | 63 |
| Жоден | 1 | 1 | 1 |
| Важко відповісти | 4 | 5 | 5 |

Преференції щодо статевої належності вчителя власної дитини. Індикатором наявності певного образу того, представник якої статі має опікуватися дітьми, є також уявлення про статеvu належність вчителя/вчительки дитини – «другої мами». Результати дослідження свідчать, що чіткого образу вчителя (хто має бути вчителем – чоловік чи жінка) не існує. 57% населення погоджуються, що ним може бути як чоловік, так і жінка. Але якщо порівняти частки тих, для кого стать вчителя має значення, то виявиться, що частка населення, яка бачить у цій ролі жінку, вдвічі більша за частку тих, хто бачить учителем чоловіка.

Відпустка по догляду за дитиною. Україна, подібно до більшості країн світу, має гендерно чутливе законодавство стосовно відпусток по догляду за дітьми⁵³. Як чоловіки, так і жінки мають право брати відпустку по догляду за дітьми, а в разі хвороби перебувати вдома, отримуючи виплати за лікарняним листом. Але важливим для здійснення таких дій як чоловіками, так і жінками є суспільне сприйняття фактів використання чоловіками й жінками відпусток по догляду за дитиною. З метою виявлення цього ставлення одним із запитань до респондентів було: «Хто з членів родини має брати відпустку по догляду за дитиною?»

Відповіді на нього показали: 66% населення переконане, що відпустку по догляду за дитиною має брати жінка; 20% вважають, що це мають робити обоє батьків; 6% гадають, що це має робити чоловік. Характерно, що частки чоловіків і жінок, які погоджуються, що надавати відпустку по догляду за дитиною слід її батькові, майже однакові.

Ставлення щодо надання відпустки по догляду за дитиною чоловіку та дружині. Визначення суспільством винятково жінки як такої, яка має брати відпустку по догляду за дитиною, є досить жорстким, оскільки жінка витрачає значну частину свого життя на догляд за дитиною і не може (за відсутності підтримки) повною мірою реалізувати себе в суспільному житті. При цьому позиція більшості населення щодо розподілу відпустки між чоловіком і жінкою є невизначеною у багатьох країнах. Загалом визначення відповідності законодавчо встановленого терміну відпустки по догляду за дитиною й оптимальної тривалості відпустки для представників обох статей необхідне в разі впровадження соціально зорієнтованої державної політики у цій сфері. З метою виявлення уявлень громадян про оптимальну тривалість відпустки по догляду за дитиною для чоловіків і жінок ми звернулися до респондентів із відповідним запитанням. Розподіл відповідей на нього показав, що оптимальну тривалість відпустки по догляду за дитиною для жінок респонденти визначають на рівні 2,5–3-х та понад 3-х років. Причому відповіді чоловіків і жінок є одноставними. Для чоловіка відпустка респондентами не передбачається – про те, що він не має брати відпустки, заявили 38% жінок і 52% чоловіків. Назагал вибір тривалості відпустки жодним чином не детермінується статевою належністю респондентів.

Реальна тривалість терміну відпустки по догляду за дитиною. Реальна відпустка по догляду за дитиною не завжди відповідає визначеній законодавством. Модаль-

⁵³ Кайлова О.В. Опыт семейной политики в странах Европейского Союза: система родительских отпусков // Политика народонаселения: настоящее и будущее: Четвертые Валентеевские чтения: Сборник докладов. Кн. 2 / Ред. В.В.Елизаров, В.Н.Архангельский. – М.: МАКС Пресс, 2005. – С. 15–20.

ні значення реальної тривалості відпустки по догляду за дитиною у респондентів перебувають у межах від 9 місяців до 3 років. Деяко менше респондентів пропонують надавати відпустку понад три роки. При цьому серед чоловіків 24% назвали термін від 2 тижнів до 1 місяця, тоді як серед жінок лише 2%. Третина чоловіків зазначили, що не брали б відпустки по догляду за дитиною.

Основні причини виходу на роботу після народження дитини. Для всіх освітніх, вікових, батьківських та поселенських груп основними причинами виходу на роботу представники обох статей назвали: необхідність заробляти гроші (30%), завершення терміну відпустки (9%). Значущими, але другорядними були визначені: бажання активного спілкування з колегами та іншими людьми (3%), бажання займатися улюбленою справою (2%) тощо. Суттєвого впливу освіти, віку, наявності дітей, типу поселення на відповіді респондентів не зафіксовано.

Суміщення відпустки по догляду за дитиною із зайнятістю у домашньому господарстві або надомною працею. Більшість жінок і чоловіків (загалом 52% населення) поєднують відпустку по догляду за дитиною з роботою в домашньому господарстві або надомною працею. Проте таке поєднання видів діяльності частіше характерне для жінок, ніж для чоловіків (19% чоловіків і 72% жінок).

Оцінка частки сімейного бюджету, що витрачається на продукти харчування. Необхідність виходу на роботу через необхідність заробляти гроші може бути підтверджена недостатнім фінансовим забезпеченням родини. Показником фінансового стану сім'ї є частка бюджету, яку вона витрачає на продукти харчування. Значними є обсяги витрат сімейного бюджету на купівлю продуктів харчування: 30% населення витрачають на них половину бюджету, 20% – майже весь бюджет, а 19% – третину. Такий розподіл сімейних бюджетів свідчить про недостатню матеріальну забезпеченість більшості родин, причому це характерне для всіх обстежених областей України.

Таблиця 3.4.19. Бажана оптимальна тривалість відпустки по догляду за дитиною для чоловіків та жінок, %

| Оцінювані позиції | Для жінок (n = 1592) | Для чоловіків (n = 1701) |
|--|----------------------|--------------------------|
| Менше 1 тижня | 1 | 6 |
| Від 1 тижня до 1 місяця | 2 | 7 |
| Від місяця до 3-х місяців | 1 | 6 |
| Від 3-х до 6-ти місяців | 1 | 3 |
| Від 6-ти до 9-ти місяців | 3 | 2 |
| Від 9-ти місяців до 1 року | 3 | 3 |
| Від 1-го року до 1,5 років | 6 | 3 |
| Від 1,5 років до 2 років | 11 | 5 |
| Від 2,5 до 3 років | 33 | 10 |
| Більш як 3 роки | 37 | 7 |
| Не мають брати відпустки по догляду за дитиною | 1 | 45 |
| Інше | 1 | 2 |

Таблиця 3.4.20. Реальний час, через який опитані жінки й чоловіки вийшли на роботу/навчання після народження дитини, %

| Оцінювані позиції | Жінки (n = 694) | Чоловіки (n = 191) |
|-----------------------------|-----------------|--------------------|
| Від 2 тижнів до 1 місяця | 2 | 24 |
| Від 1 місяця до 3-х місяців | 4 | 3 |
| Від 3-х до 6-ти місяців | 7 | 9 |
| Від 6-ти до 9-ти місяців | 6 | 4 |
| Від 9-ти місяців до 1 року | 16 | 5 |
| Від 1-го року до 1,5 років | 16 | 5 |
| Від 1,5 років до 2 років | 16 | 5 |
| Від 2,5 до 3 років | 16 | 5 |
| Більш як 3 роки | 13 | 8 |
| Інше | 4 | 31 |

Таблиця 3.4.21. Оцінка громадянами частки сімейного бюджету, що витрачається на продукти харчування, залежно від статі респондента, N = 1780, %

| Оцінювані позиції | Чоловіки | Жінки | У середньому за масивом |
|-----------------------|----------|-------|-------------------------|
| 1/20 | 1 | 2 | 1 |
| 1/10 | 2 | 1 | 1 |
| 1/5 | 7 | 4 | 6 |
| 1/4 | 14 | 10 | 12 |
| 1/3 | 19 | 19 | 19 |
| 1/2 | 29 | 30 | 30 |
| Майже весь бюджет | 15 | 23 | 20 |
| Важко сказати/Не знаю | 14 | 11 | 12 |

Таблиця 3.4.22. Умови, за яких чоловіки й жінки мали б розглядати питання про народження дитини, % (N = 1794)

| Варіанти відповідей | Чоловіки | Жінки |
|---|----------|-------|
| Після підвищення власного матеріального добробуту | 29 | 27 |
| За наявності постійної роботи | 9 | 9 |
| За умов регулярної виплати зарплати | 6 | 5 |
| За умов гнучкішого графіка власної зайнятості | 1 | 3 |
| Після отримання власного житла | 11 | 11 |
| У разі поліпшення відносин з чоловіком/дружиною | 4 | 7 |
| За умов меншого навантаження на роботі | 2 | 3 |
| За умов допомоги по дому | 1 | 3 |
| За умов розширення житлової площі (квартири/будинку) | 5 | 6 |
| За умов проходження лікування | 2 | 3 |
| У разі поліпшення екологічної ситуації | 3 | 4 |
| За умов посилення соціального захисту материнства і дитинства | 8 | 13 |
| Важко відповісти | 15 | 11 |
| Незалежно ні від чого | 13 | 8 |
| Інше | 3 | 3 |

Умови щодо розгляду питання про народження дитини. Індикатором того, чого, крім фінансової забезпеченості, бракує родині в сімейному житті, зокрема для народження дитини (що є актуальним для України з огляду на демографічну кризу), є умови, за яких сім'я може розглядати це питання. Найголовнішим чинником, що впливає на рішення громадян мати або не мати дитину, є матеріальний добробут. Цей чинник є найактуальнішим і для чоловіків, і для жінок (29% та 27% відповідно). На другому місці для чоловіків – загальні вагання щодо визначення умов, за яких можливе потенційне обговорення з приводу народження дитини. Для жінок конче важливими чинниками є посилення соціального захисту материнства і дитинства (13%) та наявність власного житла (11%).

Висновки

- Більшість населення України визначає працю в домашньому господарстві обов'язком обох партнерів. Причому таке уявлення притаманне більшою мірою жінкам, ніж чоловікам. Чимало громадян вважають це обов'язком жінки. Ведення домашнього господарства чоловікові довіряє найменша кількість респондентів. Найменш рівноправно налаштованими є молодь та мешканці обласних центрів, найбільш – люди зрілого віку та жителі сільської місцевості. Отже, назагал з цього питання декларується рівноправність.
- Попри такі уявлення жінки більше часу витрачають на хатню роботу, причому кількість часу є прямо пропорційною віку й обернено пропорційною рівню освіти й адміністративному статусу типу поселення респондентів.
- Більшість населення гадає, що берегти сімейне вогнище теж мають обидва партнери, але кількість їх серед чоловіків наближається до кількості тих, хто визначив це обов'язком жінки.
- Головування в родині, заробляння більшої частини коштів як жінки, так і чоловіки вважають переважно чоловічою справою.
- Відповідно ліпшим керівником жінки і чоловіки вважають чоловіків, а кращим виконавцем – жінку.
- Виховання дитини вважається справою обох батьків, удвічі менше респондентів вважають це справою жінки: чоловічою справою це вважає мізерна частка громадян. Найбільше тих, хто вважає виховання дитини суто жіночою справою, є чоловіками віком 18–20 років, котрі не мають власних дітей. Найбільш рівноправно налаштовані з цього питання жінки, які мешкають у невеликих містах.
- Незважаючи на таке ставлення до виховання дітей, більшість громадян вважають, що відпустку по догляду за дітьми має брати саме жінка. Ідею щодо розподілу такої відпустки частіше підтримують жінки, хоча ставлення представників обох статей щодо цього не можна назвати чітко сформованим.
- Загалом реальна тривалість відпустки по догляду за дитиною є дещо меншою за законодавчо встановлену. Переважна більшість жінок виходить на роботу за 1,5–3 роки після народження дитини. Найголовнішими причинами цього було зазначено: необхідність заробляння грошей та завершення терміну відпустки. Ці причини підтверджуються тим,

що більшість сімей витрачає у середньому половину свого бюджету на продукти харчування, що є вельми яскравим показником нестачі фінансової забезпеченості та залученості жінок, які перебувають у такій відпустці, до надомної праці.

- Головними умовами народження ще однієї дитини є поліпшення матеріального добробуту, посилення соціального захисту материнства та дитинства й отримання власного житла.

3.5. Соціальні проблеми під гендерним кутом зору

3.5.1. Соціальні та моральні цінності

Ціннісна система людини – це цікава і завжди актуальна соціальна проблема, яку досліджують учені-фахівці із різних царин науки. У своєму дослідженні ми намагалися дослідити, чи існують відмінності між ціннісною системою чоловіків та жінок і в чому вони полягають (див. табл. 3.5.1). Респондентам незалежно від статі пропонували оцінити систему цінностей як жінок, так і чоловіків.

Таблиця 3.5.1. Перелік найважливіших цінностей для українських жінок і чоловіків

| Цінності | Для чоловіків, N = 1747 | Для жінок, N = 1751 | Місце в системі цінностей для чоловіків | Місце в системі цінностей для жінок |
|--|----------------------------|------------------------|---|-------------------------------------|
| Створення сім'ї | 49 | 80 | 2 | 1 |
| Матеріальне забезпечення сім'ї | 51 | 35 | 1 | 7 |
| Щастя власних дітей | 40 | 77 | 5 | 2 |
| Власне здоров'я | 43 | 40 | 4 | 4 |
| Відвертість у взаєминах | 32 | 39 | 6 | 5 |
| Наявність постійної роботи | 44 | 19 | 3 | 9 |
| Спокій і затишок у родині | 21 | 41 | 10 | 3 |
| Професійне зростання | 31 | 8 | 7 | 13 |
| Наявність власного помешкання | 23 | 14 | 9 | 11 |
| Задоволення сексуальних потреб | 29 | 10 | 8 | 12 |
| Цікава й творча робота | 20 | 16 | 11 | 10 |
| Власний зовнішній вигляд | 9 | 37 | 16 | 6 |
| Кохання | 11 | 34 | 15 | 8 |
| Добре харчування | 21 | 6 | 10 | 15 |
| Участь у підприємницькій діяльності | 16 | 5 | 12 | 16 |
| Цікаве та веселе дозвілля | 15 | 6 | 13 | 15 |
| Участь у громадському житті | 13 | 6 | 14 | 15 |
| Культурне та духовне самовдосконалення | 8 | 10 | 17 | 12 |
| Постійне підвищення рівня знань | 9 | 7 | 16 | 14 |
| Інше | 1 | 1 | 18 | 17 |

З огляду на дані, наведені в таблиці 3.5.1, система цінностей людини суттєво різниться залежно від її статі. Так, для жінок на першому місці стоїть створення сім'ї. Хоча для чоловіків створення сім'ї майже так само важливе, як і для жінок, але судячи з відповідей респондентів із переліку цінностей вона посідає друге місце, першість належить матеріальному забезпеченню сім'ї, тоді як для жінок матеріальне забезпечення сім'ї посідає сьоме місце. Велику різницю за "шкалою цінностей" демонструє позиція "щастя власних дітей".

Так, для жінок це другий за важливістю компонент, а для чоловіків щастя дітей стоїть на п'ятому місці. Однаково важливим як для чоловіків, так і для жінок є здоров'я. Відвертість у взаєминах трохи важливіша для жінок, ніж для чоловіків. Спокій і затишок у сім'ї значно важливіший для жінок (третє місце в системі цінностей), ніж для чоловіків (десяте місце в системі цінностей). Крім цього, такий емоційний чинник як кохання дуже важливий для жінок, він посідає восьме місце, але не такий важливий для чоловіків, адже серед переліку цінностей посідає п'ятнадцяте місце. І навпаки, наявність постійної роботи для чоловіків стоїть на третьому місці, а для жінок – на дев'ятому.

Отже, можна дійти висновку, що система цінностей жінок переважно має чуттєво-емоційний характер, а система цінностей чоловіків – матеріально-прогностичний характер.

Окрім цього, дещо відрізняється система цінностей людини залежно від її сімейного статусу. Більш необхідним вважають створення сім'ї вдови/вдівці та респонденти, які перебувають в зареєстрованому шлюбі. Порівняно з ними меншою цінністю створення сім'ї вважають респонденти, які є офіційно розлученими і живуть окремо. Утім, вони найчастіше однією з головних цінностей вважають щастя власних дітей. Крім них, особливого значення цьому надають вдівці/вдови.

Залежно від віку респонденти по-різному оцінюють власне здоров'я: чим старша людина, чи то жінка, чи то чоловік, тим більшою цінністю для неї є власне здоров'я.

Система цінностей людини залежить від того, де вона проживає. Скажімо, професійне зростання є найважливішим для мешканців обласних центрів, а найменш важливим – для сільських жителів. Водночас існує різниця в оцінюванні респондентами цінностей залежно від регіону, в якому вони проживають. Так, для респондентів із Західної України (зокрема із Львівської області) створення сім'ї є куди важливішим, ніж для інших респондентів, особливо для жителів Східної України (зокрема Донецької області). Мабуть, тому для жителів Донецької області дуже важливим є професійне зростання, тоді як для мешканців Львівської області професійне зростання відіграє невелике значення.

Освіта також впливає на систему цінностей людини. Чим вищу освіту має людина, тим необхіднішою для неї є постійна робота (це однаковою мірою стосується чоловіків і жінок). Мірою підвищення рівня освіти респондента збільшується частка тих, хто вважає, що робота має бути цікавою та творчою.

У процесі вивчення ціннісно-орієнтаційного світу людини ми намагалися з'ясувати, яким бачать свого партнера по шлюбу респонденти, які риси необхідні партнерам. Як видно з таблиці 3.5.2, найважливішими рисами характеру партнера по шлюбу мають бути:

- 1) доброта і чуйність;
- 2) відповідальність;
- 3) мудрість;
- 4) спокійність і врівноваженість;
- 5) розважливості.

Однаково важливими для жінок і чоловіків є такі риси їхніх шлюбних партнерів, як розважливості, почуття гумору, ввічливості, тактовності, натомість лагідності та

поступливості у партнері більшою мірою важливі для чоловіків, а щедрість – для жінок.

Таблиця 3.5.2. Важливі для громадян риси характеру ідеального(ої) чоловіка/дружини, %

| Оцінювані позиції | Чоловіки (n = 812) | Жінки (n = 968) | у середньому за масивом, N = 1780 |
|---------------------------------|-----------------------|--------------------|--|
| Доброта, чуйність | 64 | 55 | 59 |
| Відповідальність | 28 | 49 | 39 |
| Мудрість | 30 | 34 | 32 |
| Спокійність, урівноваженість | 30 | 23 | 26 |
| Розважливості | 25 | 26 | 26 |
| Почуття гумору | 21 | 20 | 21 |
| Щедрість | 14 | 28 | 21 |
| Лагідність, поступливості | 25 | 9 | 16 |
| Ввічливості, тактовності | 15 | 15 | 15 |
| Цілеспрямованість | 10 | 17 | 14 |
| Рішучість, настирливості | 8 | 13 | 11 |
| Ерудиція | 10 | 8 | 9 |
| Довірливості, наївності | 7 | 5 | 5 |
| Емоційності, вразливості | 6 | 2 | 4 |
| Інше | 3 | 3 | 3 |
| Суворість | 1 | 1 | 1 |

Існує певна різниця у відповідях респондентів залежно від рівня їхньої освіти. Так, респонденти із вищим рівнем освіти частіше вважають, що їхнім партнерам має бути притаманна цілеспрямованість. Респонденти із нижчим рівнем освіти (неповна, повна середня), частіше за інших віддають перевагу таким рисам партнера по шлюбу, як доброта і чуйність.

Система цінностей респондентів змінюється залежно від віку. Чим молодші респонденти, тим більше серед них тих, хто вважає, що їхні партнери по шлюбу мають бути щедрими, мати почуття гумору. Із віком ці ознаки людського характеру перестають бути такими важливими, важливішими стають розважливості та мудрість, тоді як у молодому віці вони відіграють менш важливу роль.

Сімейний стан справляє певний вплив на думки респондентів щодо того, якими основними рисами має бути наділений їхній партнер по шлюбу. Таким рисам характеру, як доброта і чуйність в першу чергу віддають перевагу вдови та вдівці. Меншою мірою це цікавить офіційно розлучених (і тих, хто проживає окремо). Офіційно розлучені, або нерозлучені, але ті, що живуть окремо, частіше за інших цінують у партнері по шлюбу розважливості.

Тип поселення та регіон зазвичай не відіграють для громадян особливого значення при виборі рис, необхідних їхнім партнерам по шлюбу.

Висновки

- Системи цінностей жінок і чоловіків відрізняються. Для жінок найголовнішим є створення сім'ї та щастя власних дітей, а для чоловіків – матеріальне забезпечення сім'ї та наявність постійної роботи. Жінки великого значення надають відвертості у взаєминах; спокою і затишку в сім'ї; коханню. Однаково важливим для обох статей є тільки власне здоров'я. Отже, система цінностей жінок переважно має чуттєво-емоційний характер, а система цінностей чоловіків – матеріально-прогностичний характер.
- Залежно від віку, освіти, сімейного стану, місця проживання змінюється система цінностей людини. Для респондентів, які перебувають у шлюбі, важливе значення відіграє сім'я, для розлучених важливішими стають чинники, пов'язані з роботою та особистісним розвитком. Велике значення має сім'я для жителів Західної України (Львівська область), що, ймовірно, зумовлене соціокультурними особливостями розвитку цього регіону, зокрема більшою релігійністю мешканців Заходу України. Із віком більшого значення набуває власне здоров'я. Більш освічені частіше турбуються про постійну, цікаву й творчу роботу. Мешканці великих міст більше уваги приділяють професійному зростанню. Отже, система цінностей людини значною мірою зумовлена її належністю до певної соціальної групи.
- Однаково часто як головні риси партнера по шлюбу і жінки, і чоловіки називають доброту і чуйність, відповідальність, мудрість, спокійність, урівноваженість, розважливості, але від жінок чоловіки очікують лагідності й поступливості, а жінки очікують від чоловіків щедрості. Респонденти із вищим рівнем освіти до цього переліку додають цілеспрямованість. Із віком респонденти дедалі рідше очікують від партнера по шлюбу почуття гумору та щедрості. Але залежно від зміни сімейного статусу змінюється й бачення важливих характеристик партнерів. Доброта і чуйність є дуже важливими для вдів та вдівців, але є менш важливими для розлучених, для них важливішою рисою партнера по шлюбу є розважливості. Отже, вік, освіта, соціальний і сімейний статус людини зумовлюють її ставлення до того, якими рисами має бути наділений партнер по шлюбу.

3.5.2. Ситуації дискримінаційного характеру в повсякденному житті

Повсякденне життя людини наповнене різноманітними ситуаціями і нерідко супроводжується дискримінаційними діями з боку інших. Якими найчастіше є ці дії, ми й намагалися з'ясувати в нашому дослідженні.

Респондентам було запропоновано перелік дискримінаційних ситуацій, які вони мали оцінити залежно від того, чиї права утискалися в цих ситуаціях: жінок або чоловіків.

Загалом отримані дані свідчать, що жінки наражаються на ситуації дискримінаційного характеру частіше за чоловіків (див. табл. 3.5.3), причому так вважають як жінки, так і чоловіки, адже частка жінок і чоловіків, які оцінювали перелік запропонованих їм ситуацій відносно того, чиї права найчастіше порушуються, за багатьма позиціями збігаються.

Таблиця 3.5.3. Ситуації дискримінаційного характеру, з якими респонденти стикалися у своєму житті, %

| Оцінювані позиції | Утискалися права жінок | Утискалися права чоловіків |
|--|------------------------|----------------------------|
| Надмірне навантаження чоловіка або жінки при розподілі сімейних обов'язків | 50 | 20 |
| Надання переваги представникам однієї статі при прийнятті на роботу: в оголошеннях про прийняття у ЗМІ (газетах, журналах, ТВ, інформаційних оголошеннях тощо) | 23 | 23 |
| Представники однієї статі мали швидше кар'єрне сходження через свою статевою належність | 20 | 21 |
| Обмеження входу до певних кіл (професійних, бізнесових, дозвілєвих тощо) у зв'язку зі статевою належністю | 24 | 12 |
| За однаково виконану роботу чоловіки/жінки отримували вищу зарплату, ніж представники іншої статі | 23 | 13 |
| Надання переваги представникам однієї статі при прийнятті до вищих навчальних закладів (приймають переважно дівчат або переважно хлопців) | 22 | 14 |
| У разі скорочення кадрів переваги у збереженні місця мали переважно жінки або чоловіки | 20 | 16 |
| Неможливість обіймати керівні посади (президент, директор, ТОП-менеджер) через стать | 19 | 5 |
| На співбесідах із роботодавцем (під час або за їх результатами) | 9 | 11 |
| Несприйняття суспільної та політичної активності жінок або чоловіків через їхню статевою належність | 13 | 6 |
| Менша довіра у трудовій сфері, зумовлена статевою належністю, з боку партнерів по бізнесу | 8 | 10 |
| Менша довіра у трудовій сфері, зумовлена статевою належністю, з боку кредиторів | 6 | 6 |

Отже, найчастіше дискримінаційною ситуацією, за якої утискалися права жінки, є її надмірне навантаження при розподілі сімейних обов'язків. Так вважають 50% респондентів, тоді як про надмірне навантаження чоловіка при розподілі сімейних обов'язків говорять лише 20%.

По 23% респондентів вважають, що як жінки, так і чоловіки однаковою мірою потрапляють до ситуації надання переваги представникам певної статі при прийнятті на роботу: в оголошеннях про прийняття у ЗМІ. Але в цьому контексті слід говорити радше про те, що деякі сектори зайнятості в Україні є "гендеризованими", тобто в них зайняті здебільшого представники певної статі, тому оголошення про вакансії передбачають зайнятість осіб однієї статі. Там, де використання робочої сили потребує фізичної праці, зазвичай запрошують чоловіків, для догляду за дитиною або хворою людиною – жінок.

Іншою “дискримінаційною” ситуацією, з якою респонденти стикалися рівною мірою, є ситуація, коли представники однієї статі швидше просуваються кар’єрними сходинками через свою статеvu належність. 20% респондентів вважають, що таке трапляється стосовно жінок, 21% – щодо чоловіків.

Іншими ситуаціями, за яких незрідка утискаються права жінок, є:

- отримання меншої заробітної плати за однаково виконану порівняно з чоловіками роботу;
- надання переваги представникам однієї статі при прийнятті до вищих навчальних закладів;
- неможливість обіймати керівні посади (президент, директор, ТОП-менеджер) через належність до жіночої статі;
- обмеження входження до певних кіл (професійних, бізнесових, дозвілєвих тощо) через статеvu належність.

З наведених даних випливає, що частіше ситуації дискримінаційного характеру підстерігають жінку “на роботі”. Існує певна відмінність у відповідях респондентів щодо їхнього життєвого “досвіду” з приводу ситуацій, у які вони потрапляли, залежно від їхніх соціодемографічних характеристик.

Передусім слід зазначити, що з віком респонденти частіше наражаються на дискримінаційні ситуації щодо жінок на роботі, зокрема: 1) коли за однаково виконану роботу чоловіки отримували вищу заробітну плату, ніж жінки; 2) неможливість обійняти керівні посади через належність до жіночої статі; 3) у разі скорочення кадрів перевагу в збереженні місця віддавали переважно чоловікам. Разом із тим мірою збільшення віку респондентів меншає тих, хто зустрічався з надмірним навантаженням жінки при розподілі сімейних обов’язків. Причому найбільше респондентів, які вважають, що навантаження жінки при розподілі сімейних обов’язків є надмірним, мешкають в Криму, найменше – у Львівській області.

Якщо говорити про відмінність “досвіду” респондентів залежно від регіону проживання, слід зазначити, що мешканці Київської області частіше за інших потрапляли до такої дискримінаційної ситуації, як обмеження входження до певних кіл через статеvu належність (незалежно від статі). Можливо, це пов’язано з тим, що Київ є містом із найвищою конкурентністю в Україні. Поряд із тим вони майже не зустрічалися з такою ситуацією, коли надавалася перевага представнику однієї зі статей (як дівчатам, так і хлопцям) при прийнятті до ВНЗ.

Якщо зважити на взаємозв’язок між ситуаціями дискримінаційного характеру в житті респондентів і типом населеного пункту, в якому вони проживають, слід зазначити, що однаковою мірою такі ситуації переживали респонденти різних типів поселення (обласного центру, іншого міста та села). Сімейний статус респондента також не пов’язаний із його “досвідом” стосовно ситуацій дискримінаційного характеру.

У плані освіти респондентів слід зазначити, що більш освічені частіше за інших наражаються на залежність швидкого кар’єрного сходження від своєї статі.

Висновки

- Жінки частіше за чоловіків опиняються у ситуаціях

дискримінаційного характеру. Такої думки дотримуються всі респонденти. Найчастіше йдеться про надмірне навантаження жінки при розподілі сімейних обов’язків. Але більшість дискримінаційних випадків, на які наражаються жінки, трапляються на роботі. Це, зокрема, неможливість обійняти керівну посаду, отримання меншої оплати за однаково виконану з чоловіками роботу тощо, причому ці ситуації найчастіше відомі людям старшого віку. Деякі не залежать від статі, проте залежать від інших характеристик людини. Скажімо, респондент із вищим рівнем освіти частіше зазнають дискримінації стосовно кар’єрного зростання. Підвищена конкурентність Києва обмежує жителям Київської області доступ до певних кіл через їхню статеvu належність, але водночас забезпечує рівні гендерні можливості порівняно з мешканцями інших регіонів при зарахуванні до ВНЗ.

3.5.3. Насильство та особиста безпека

Поняття “насильство” у розумінні українськими громадянами. У міжнародній практиці існує низка юридичних документів, які закріплюють поняття насильства. Зокрема, Канадський союз державних службовців (CUPE – Canadian Union of Public Employees) розробив модель положень генеральної угоди, що стосуються насильства на робочому місці. За нею насильство тлумачиться як будь-яка ситуація, коли працівника образили, йому погрожували чи нападали на нього під час його трудової діяльності. Такі дії передбачають застосування сили, погрожування зброєю або без зброї, брутальні словесні образи та систематичне сексуальне і расове переслідування.

Міністерство України у справах дітей, сім’ї та молоді спільно з Державним інститутом проблем сім’ї та молоді на підставі аналізу чинного українського законодавства наводять визначення насильства в сім’ї⁵⁴, яке із незначними змінами можна застосувати для позначення насильства загалом. Отже, насильство – це будь-які умисні дії фізичного, сексуального, психологічного чи економічного спрямування однієї особи щодо іншої, якщо ці дії порушують конституційні права і свободи людини і громадянина і завдають йому моральної шкоди, шкоди його фізичному чи психічному здоров’ю. Виокремлюють 4 види насильства: а) фізичне; б) сексуальне; в) психологічне; г) економічне.

Насильницький характер може виявлятися в різних видах поведінки, зокрема образах, нападах, побоях, погрожуваннях тощо⁵⁵. Міжнародне бюро праці так тлумачить ці вияви:

- образа – це будь-яка нерозумна поведінка, коли неадекватно застосовується фізична і психологічна сила;
- напад, побої – спроба завдати фізичної шкоди чи атакувати із застосуванням фізичної сили;
- погрожування – залякування смертю чи висловлення

⁵⁴ Соціально-економічні причини насильства в сім’ї в Україні: аналіз проблем та шляхи запобігання. – К.: Державний інститут проблем сім’ї та молоді, 2004. – С. 64.

⁵⁵ Гендерна рівність: посібник з ведення колективних переговорів // Міжнародне бюро праці; Проект технічної співпраці «Україна: сприяння реалізації основних принципів та прав у сфері праці» / Пер. з англ. Л.В.Савчук, С.І.Литвин; ред. Ю.О.Привалов, Н.І.Зарько, С.П.Савчук. – К.: ПЦ «Фоліант», 2004. – С.79–80.

наміру завдати фізичної шкоди особі, пошкодити її власність;

- переслідування, залякування чи групові напади – вчинки, які теж відносять до насильницьких⁵⁶.

У даному дослідженні були враховані чинні міжнародні та вітчизняні нормативно-правові акти, що стосуються проблем насильства, а також розроблено оптимальну кількість індикаторів щодо визначення чотирьох видів насильства. Фізичне насильство визначалося як побиття; сексуальне насильство – як сексуальна наруга, рабство, примушування до проституції, сексуальні домагання, примушування до участі в порнографічному відео, натяки на можливість сексуального зв'язку. Індикаторами психологічного насильства були шантаж, знуцання, морально-етичні приниження, словесні образи, погрози, ігнорування інтересів особи; економічного – торгівля людьми й експлуатація праці.

Проте на побутовому рівні, у повсякденній життєдіяльності людей зміст поняття насильства різниться у свідомості чоловіків і жінок, унаслідок чого особа може чинити певні дії, не класифікуючи їх як насильницькі, або терпіти насильство, не здогадуючись про це. Спробуємо з'ясувати, що вкладають громадяни України в поняття “насильство”, та чи є суттєві відмінності в такому сприйнятті чоловіками і жінками.

Загальні уявлення населення України щодо насильства подано в таблиці 3.5.4, яка містить альтернативні аспекти складових насильства, розташовані в ієрархічному порядку за середнім показником визнання їх населенням. Отже, *насильство у сприйнятті українських громадян асоціюється передусім із насиллям фізичним (побиттям, знуцанням) та сексуальним (сексуальною наругою, експлуатацією, рабством)*. Морально-психологічну шкоду класифікують як насильство значно рідше – лише 40% громадян вважають так. Ще менша частка населення (21%) схильна розцінювати насильство як “ігнорування власних інтересів”.

Поняття “насильство” у сприйнятті жінок і чоловіків є практично однаковим, хоча й існують певні розбіжності, зокрема щодо таких аспектів, як сексуальні домагання, знуцання й морально-етичні приниження. За даними опитування, *жінки частіше вважають насильством сексуальні домагання, знуцання та морально-етичні приниження, ніж чоловіки*.

Якщо подивитися на отримані результати у розрізі “місто–село” (табл. 3.5.5), то відмінності у сприйнятті насильства, пов'язані з місцем проживання респондентів, виявляються важливішими за відмінності гендерні. У розумінні міських жителів (особливо міських жінок) поняття “насильство” охоплює дещо більший перелік різного роду дій, аніж той, що простежується в уявленнях щодо насильства сільських жителів (включно із сільськими жінками). Найбільшою є різниця між уявленнями жінок міста і села щодо такого явища, як торгівля людьми: у селі частка жінок, які вважають торгівлю людьми насильством, на 25% менша за відповідну частку міських жінок. Водночас різниця між відповідними частками міських і сільських чоловіків, які відносять торгівлю людьми до насильства, дорівнює 18%.

Таблиця 3.5.4. Що є насильством для громадян України, %*

| Оцінювані позиції | Чоловіки (n = 822) | Жінки (n = 971) | у середньому за масивом (N = 1793) |
|--|--------------------|-----------------|------------------------------------|
| Побиття | 77 | 80 | 78 |
| Сексуальна наруга | 74 | 74 | 74 |
| Сексуальне рабство, експлуатація | 70 | 71 | 71 |
| Торгівля людьми | 68 | 68 | 68 |
| Примушування до проституції | 62 | 66 | 64 |
| Знуцання | 62 | 60 | 63 |
| Примушування до участі в порнографічному відео | 59 | 66 | 61 |
| Сексуальні домагання | 57 | 63 | 60 |
| Експлуатація праці | 51 | 55 | 53 |
| Шантаж | 50 | 53 | 51 |
| Морально-етичні приниження | 38 | 44 | 41 |
| Погрози (звільнення, пониження по службі, зменшення заробітної плати, виключення з ВНЗ тощо) | 35 | 38 | 37 |
| Натяки на можливість зв'язку сексуального характеру | 27 | 31 | 29 |
| Словесні образи (анекдоти образливого характеру, лайки тощо) | 27 | 28 | 27 |
| Ігнорування Ваших інтересів | 20 | 22 | 21 |
| Важко сказати | 13 | 11 | 12 |

* Сума перевищує 100%, оскільки респонденти могли давати кілька відповідей.

Значні відмінності між уявленнями міських і сільських жінок про насильство також простежуються стосовно сексуального рабства й експлуатації (23%), примушування до проституції (20%), сексуальних домагань (20%), сексуальної наруги (19%), експлуатації праці (19%), примушування до участі в порнографічному відео (18%), знуцань (15%), шантажу (13%), побиття (10%).

Відповіді чоловіків містять менше розбіжностей у сприйнятті ними насильства залежно від місця проживання порівняно з відповідями жінок. Зокрема, уявлення чоловіків як міста, так і села збігаються стосовно побиття, знуцань, морально-етичних принижень, погроз, тоді як сприйняття цих дій жінками з різних типів населених пунктів не збігаються. Якою є різниця між чоловіками міста і села? Їх відрізняють уявлення про сексуальну наругу (різниця у 15%), рабство (різниця у 19%), торгівлю людьми (різниця у 18%), сексуальні домагання (різниця у 15%), примушування до проституції (різниця у 15%), експлуатації праці (різниця у 15%), шантаж (різниця у 12%), примушування до участі в порнографічному відео (різниця у 12%).

56 ILO: Preventing work-related violence (Geneva), p. 5 [МОП: запобігання насильству на робочому місці].

Таблиця 3.5.5. Гендерні особливості сприйняття насильства жителями міста і села, % (N = 1771)

| Оцінювані позиції | Чоловіки | | Жінки | |
|--|----------|------|-------|------|
| | Місто | Село | Місто | Село |
| Побиття | 79 | 73 | 84* | 73* |
| Сексуальна наруга | 80* | 65* | 81* | 62* |
| Сексуальне рабство, експлуатація | 77* | 59* | 79* | 56* |
| Торгівля людьми | 75* | 57* | 77* | 52* |
| Примушування до проституції | 68* | 53* | 73* | 53* |
| Знуцання | 61 | 57 | 71* | 56* |
| Примушування до участі в порнографічному відео | 66* | 54* | 67* | 49* |
| Сексуальні домагання | 62* | 47* | 71* | 51* |
| Експлуатація праці | 57* | 42* | 61* | 42* |
| Шантаж | 54* | 42* | 57* | 44* |
| Морально-етичні приниження | 38 | 37 | 47 | 40 |
| Погрози (звільнення, пониження по службі, зменшення заробітної плати, виключення з ВНЗ тощо) | 35 | 35 | 41* | 33* |
| Натяки на можливість зв'язку сексуального характеру | 28 | 25 | 33 | 29 |
| Словесні образи (анекдоти образливого характеру, лайки тощо) | 26 | 28 | 27 | 30 |
| Ігнорування Ваших інтересів | 20 | 19 | 23 | 22 |
| Важко сказати | 13 | 12 | 8* | 14* |

* Статистично значимі показники на підставі значень коефіцієнтів кореляції Пірсона.

Отже, у сприйнятті насильства жителями села значно рідше дістає відображення сексуальний та економічний аспекти. Можливо, це зумовлено тим, що випадки торгівлі людьми, примусу до зйомок у порнографічному відео, сексуального рабства не так часто трапляються в сільській місцевості, як у місті. Щодо експлуатації праці як форми економічного насильства, то це могло стати для багатьох людей настільки традиційним і звичним, що більшістю населення насильством не вважається.

Обізнаність щодо Центрів, куди можна звернутися у разі вияву насильства чи дискримінації. В Україні існують державні та недержавні установи, куди можна звернутися, якщо особа зазнала насильства та дискримінації. Передусім це відділи соціальних служб, кризові центри, неурядові організації. Проте, як виявилось в результаті дослідження, 58% людей нічого про такі центри не чули (див. табл. 3.5.6). До того ж ця частка є різною для жінок і чоловіків: якщо про центри чули 46% жінок, то серед чоловіків частка поінформованих про них на 8% менша (38%). Це може бути пов'язано як з відсутністю відповідної реклами, так і зі схильністю людини не звертати уваги на проблему, поки вона не торкнеться її особисто, адже 72% громадян відзначили, що ніколи не зазнавали насильства стосовно себе.

Разом із тим навіть ті чоловіки й жінки, які самі зазнали насильства, не завжди знають про наявність центрів, куди можна звернутися за допомогою. Характерно також, що серед жінок рівень обізнаності щодо діяльності спеціалізованих центрів більше пов'язаний з наявністю власного досвіду пережитого насильства стосовно себе, ніж серед чоловіків ($X^2 = 8,4$). Можливо, це зумовлено

тим, що, з одного боку, жінки частіше за чоловіків зазнають насильства (за даними нашого дослідження, зазнавали насильства 30% жінок і 24% чоловіків), а з іншого – жінки більшою мірою готові звертатися до різного роду закладів і установ за захистом, ніж чоловіки (65% і 54% відповідно).

Таблиця 3.5.6. Обізнаність чоловіків і жінок щодо існування центрів, куди можна звернутися у разі насильства чи дискримінації, %

| Варіанти відповідей | Чоловіки (n = 810) | Жінки (n = 961) | Загалом (N = 1772) |
|--|--------------------|-----------------|--------------------|
| Так я чув (ла) про такі і знаю, де вони розташовані | 10 | 11 | 11 |
| Так, я чув (ла) про них, але не знаю, де вони розташовані. | 28 | 34 | 31 |
| Ні, я нічого не чув (ла) про існування таких центрів | 62 | 55 | 58 |

Таблиця 3.5.7. Обізнаність чоловіків і жінок щодо існування центрів, куди можна звернутися у разі насильства чи дискримінації, залежно від наявності власного досвіду пережитого насильства, %

| Варіанти відповідей | Не зазнавали насильства (n = 1296) | | Зазнавали насильства (n = 498) | |
|--|------------------------------------|-------|--------------------------------|-------|
| | Чоловіки | Жінки | Чоловіки | Жінки |
| Чув(ла) про Центри і знає місце розташування | 10 | 11 | 12 | 12 |
| Чув(ла) про Центри, але не знає адреси | 27 | 31 | 29 | 40 |
| Нічого не чув (ла) про існування таких Центрів | 60 | 48 | 63 | 58 |

Таким чином, рівень обізнаності громадян про центри, до яких можна звертатися за допомогою у випадку насильства чи дискримінації, пов'язаний не лише з їхньою статтю, а й із тим, чи пережили вони насильство стосовно себе. Разом із тим ці два чинники не є визначальними щодо рівня обізнаності населення України з діяльністю центрів допомоги у разі насильства чи дискримінації. Значно більшою мірою ця обізнаність залежить від регіону ($X^2 = 19,6$) та типу населеного пункту проживання громадян.

Для глибшого аналізу цих чинників скористаймося методом класифікаційних дерев⁵⁷, результати якого свідчать про значну різницю у рівні поінформованості населення окремих регіонів щодо діяльності спеціалізованих центрів, де можна отримати допомогу в разі насильства й дискримінації. Зокрема, із 6 досліджуваних областей вирізняються 3 регіони:

57 Цей метод аналізу в програмі SPSS дає можливість схематично визначити найважливіші чинники впливу (для категоріальних змінних за критерієм X^2) і групує їх у категорії, що значуще відрізняються між собою. Якщо всередині виокремлених категорій існують суттєві відмінності, тоді вирізняють додаткові підгрупи. Таким чином, на підставі зазначених характеристик можна визначити, наприклад, імовірність того, чи знає людина про Центри допомоги у випадку насильства або дискримінації у тому чи тому регіоні.

- Крим та Донецька область (про спеціалізовані центри допомоги у разі насильства й дискримінації відомо лише 28% громадян, з яких 4% знають, де такі центри розташовані);
- Львівська та Одеська області (44% населення знають про існування центрів, з-поміж них 17% знають місце розташування центрів);
- Центральний регіон – Житомирська та Київська області (частки респондентів, які знають про існування таких центрів та їх безпосереднє розташування, дорівнюють 54% та 12% відповідно).

Найвищий рівень обізнаності населення щодо існування центрів, до яких можна звернутися за допомогою в разі насильства чи дискримінації, спостерігається в Центральному регіоні України, тоді як населення Південного і Західного регіонів (зокрема Одеської та Львівської областей) більше за інших знає, де ці установи розташовані. Якщо розглянути кожен із цих регіонів окремо, вочевидно будуть певні закономірності:

В АР Крим та Донецькій області знання людей про центри допомоги залежать від типу поселення ($X^2=37,2$). Так, серед мешканців села ніхто не знає, де можна знайти відповідні центри. В обласному центрі ситуація дещо краща – 38% обізнані про існування таких установ і 5% знають, де вони розташовані. Якщо йдеться про обласні центри, то статистично значимою є різниця між Донецькою областю та АР Крим ($X^2=25,2$): якщо 60% кримчан про такі центри чули, 8% знають, де вони розташовані, то в Донецькій області про їх існування нічого не знають 72% жителів. У містах, які не є обласними центрами, близько 77% жителів не знають про існування відповідних центрів. Утім, рівень знань жителів цих міст про наявність спеціальних центрів залежить від віку ($X^2=13,6$): серед вікової групи респондентів “від 18 до 50 років” про центри знають 32% (у тому числі 7% знають адреси), а в групі “51 рік і більше” 87% нічого не чули про їх існування.

У Львівській та Одеській областях серед усіх соціодемографічних показників найважливішим для розподілу також виявився тип населеного пункту ($X^2 = 13,3$), але він все одно майже у 2,5 рази менш значимий, ніж для АР Крим та Донецької області. Окрім того, у Південному та Західному регіонах значення має лише різниця між обласним центром та рештою типів населених пунктів. Усюди більшість людей про центри не чули взагалі, але в обласному центрі таких 51%, а в інших поселеннях 59%. У Львівській області їхня частка сягає 66%, а в Одеській – 50%.

Для Центрального регіону жодні соціодемографічні характеристики (стать, вік, освіта, сімейний стан, тип зайнятості, тип населеного пункту та область) не мають статистичної значимості, щоб можна було вирізняти й розглядати окремі групи.

Результати дослідження показують: навіть якщо людина знає про існування установ, які можуть надати допомогу у разі проявів насильства чи дискримінації, це не гарантує, що потерпіла особа звернеться до них за допомогою. Значно частіше люди звертаються за допомогою не до вказаних центрів, а до інших установ чи окремих осіб (див. табл. 3.5.8).

Основна гендерна відмінність у реакції на насильство полягає в тому, що чоловіки більше схильні вирішувати проблеми самостійно, без допомоги інших осіб чи

установ (23% проти 13% серед жінок). Водночас жінки стверджують, що радше звернуться за необхідності до відповідних центрів (28% проти 22% серед чоловіків). Аналіз відповідей респондентів, які зверталися за відповідними послугами до центрів, що надають допомогу потерпілим від насильства чи дискримінації, підтверджує, що це справді так: із тих, хто звертався до центрів за допомогою, жінок утрічі більше, ніж чоловіків (74% і 26% відповідно). Також жінки вдвічі частіше за чоловіків звертаються за допомогою у разі пережитого насильства чи дискримінації до рідних.

Таблиця 3.5.8. Особи чи установи, до яких звернулася б людина в разі насильства щодо неї, %

| Варіанти відповідей | Чоловіки (n = 819) | Жінки (n = 966) |
|---|-----------------------|--------------------|
| Уже звертався(лася) до центру за такою допомогою | 1 | 3 |
| Звернувся(лася) б, якби виникла така необхідність | 22 | 28 |
| До правоохоронних органів | 18 | 17 |
| До знайомих | 7 | 5 |
| До рідних | 6 | 13 |
| Вирішував(ла) би все сам(а) | 23 | 13 |
| Важко відповісти | 11 | 14 |

Як і у випадку щодо обізнаності населення з приводу наявності центрів, до яких можна звертатися за допомогою в разі виявів насильства чи дискримінації, основним чинником того, чи звернеться потерпіла особа до таких установ, є регіон, де проживає потерпілий/потерпіла⁵⁸. Щоб унаочнити цю залежність, згрупуємо деякі варіанти відповідей респондентів, звівши 7 запропонованих варіантів до 4 більш загальних категорій:

- Звертався(лася) або звернуся до центрів у разі потреби
- Звернуся по допомогу до інших інстанцій
- Залагоджу все сам(а)
- Важко відповісти

Загалом люди не схильні у разі насильства звертатися до відповідних центрів, майже кожен третій респондент (33%) за потреби звертатиметься до інших джерел допомоги. Така картина характерна для Донецької, Львівської, Одеської областей та АР Крим, де спостерігається більша схильність звертатися за допомогою до правоохоронних органів чи інших осіб. В АР Крим частка таких респондентів найбільша – 58%, що може бути як наслідком низького рівня поінформованості населення про наявність таких центрів (у АР Крим, Донецькій, Львівській та Одеській областях вона найнижча), так і свідченням нерозвиненої інфраструктури подібних установ.

У Житомирській області 39% громадян не знають, до кого звернутися у випадку насильства, але серед тих, хто знає, до кого він/вона звернеться, більшість віддають перевагу саме допомозі спеціальних центрів (33,1%). Найбільшу частку людей, що зверталися (або за необхідності звернуться) до центрів, зафіксовано у Київській області – 44%. Існує також тісний зв'язок між імовірністю звер-

нення до центрів у кожній з областей та рівнем обізнаності про їх існування.

Для Донецької області важливим чинником впливу на ймовірність звернення потерпілого/потерпілої до спеціалізованого центру за допомогою є тип населеного пункту, де потерпілий/потерпіла проживає. Якщо це село чи обласний центр, то його житель швидше за все залагодить справу самостійно (41%). Якщо людина проживає в іншому місті, то звернеться по допомогу до відповідних установ, але не до спеціалізованих центрів.

Для мешканців Південного та Західного регіонів (Львівська й Одеська області) також важливим є тип населеного пункту, де вони проживають: місто чи село. Так, міські жителі схильні звертатися до центрів допомоги, а сільські жителі – шукати допомоги з інших джерел.

Поширення різних видів насильства. Як уже зазначалося, однією з гендерних особливостей насильства в Україні є те, що жінки зазнають його частіше за чоловіків: за даними нашого дослідження, серед жінок насильства зазнавали 30%, серед чоловіків – 24%. З іншого боку, існують гендерні відмінності в тому, якого саме виду насильства більше зазнають жінки, а якого – чоловіки (див. табл. 3.5.9). Серед жінок і чоловіків, які пережили насильство стосовно себе, 38% зазнали кілька його видів.

Таблиця 3.5.9. Види насильства, якого доводилося зазнати респондентам через ознаку статі, %

| Види насильства | Чоловіки (n = 822) | Жінки (n = 971) | Загалом за масивом (N = 1773) |
|---|--------------------|-----------------|-------------------------------|
| Насильство в сім'ї з боку партнера по шлюбу | 3 | 12 | 8 |
| Насильство на роботі з боку керівника | 8 | 8 | 8 |
| Насильство на вулиці | 8 | 6 | 7 |
| Насильство в сім'ї з боку батьків | 4 | 4 | 4 |
| Насильство на роботі з боку колеги/колег | 2 | 3 | 3 |
| Насильство в транспорті | 2 | 3 | 2 |
| Насильство в навчальному закладі з боку викладачів | 2 | 3 | 2 |
| Насильство в навчальному закладі з боку однокурсників | 1 | 2 | 1 |
| Насильство в іншому громадському місці | 1 | 1 | 1 |
| Насильство в сім'ї з боку інших осіб | 1 | 1 | 1 |
| Ні, я не зазнавав(ла) насильства стосовно себе | 76 | 70 | 72 |

Як свідчать результати дослідження, *найпоширенішим видом насильства є насильство в сім'ї з боку партнера по шлюбу, причому жінки зазнають його в 4 рази частіше за чоловіків* (серед опитаних його зазнали 118 жінок та 27 чоловіків). Дані офіційної статистики щодо насильства в сім'ях є обмеженими через низку обставин, але періодично у засобах масової інформації, на наукових семінарах та конференціях, інших публічних заходах оприлюднюються результати тих чи інших досліджень

щодо насильства в українському суспільстві, утім, нерідко ці дані різняться між собою.

Одним із таких досліджень є огляд проблеми насильства в Україні, здійснений Світовим Банком та Київським міжнародним інститутом соціології у 2002 році, згідно з яким 12% жінок у віковій групі до 28 років визнали, що зазнавали фізичного насильства з боку своїх чоловіків⁵⁹. За новітніми даними нашого дослідження ця частка становить 9%, а у групі жінок, старших за 28 років, – 13%. Варто зазначити, що дослідження проблеми насильства в даному проекті проводилося в рамках висвітлення загальних гендерних стереотипів і гендерних проблем в українському суспільстві і не мало на меті детального аналізу всіх проблем, пов'язаних із насильством. Разом із тим наявні результати свідчать, що *сьогодні насильство в сім'ї щодо жінок фактично не залежить від віку і трапляється з приблизно однаковою частотою в усіх вікових групах – від 21 до 75 років*.

У плані форм насильства *найбільші гендерні відмінності притаманні сексуальним домаганням* (див. табл. 3.5.10). *Їх зазнають 22% жінок і лише 3% чоловіків. Жінки також значно частіше зазнають знущань (20% проти 10% чоловіків), сексуальної наруги (11% і 4% відповідно), натяків на можливість зв'язку сексуального характеру (11% та 5%).*

Іншим *гендерно значимим видом насильства є насильство на вулиці*⁶⁰. Воно посідає третє місце у наведеному переліку (після насильства на роботі з боку керівника), але дещо більшою мірою характерне для чоловіків, ніж для жінок (8% та 6% відповідно).

Таблиця 3.5.10. Застосовувані форми насильства (N = 497, %)*

| Оцінювані позиції | Чоловіки (n = 199) | Жінки (n = 298) | у середньому за масивом |
|--|--------------------|-----------------|-------------------------|
| Побиття | 43 | 41 | 41 |
| Словесні образи (анекдоти образливого характеру, лайки тощо) | 29 | 28 | 28 |
| Морально-етичні приниження | 26 | 25 | 25 |
| Погрози (звільнення, пониження по службі, зменшення заробітної плати, виключення з ВНЗ тощо) | 25 | 24 | 24 |
| Ігнорування Ваших інтересів | 16 | 17 | 16 |
| Знущання | 10 | 20 | 15 |
| Сексуальні домагання | 3 | 22 | 12 |
| Експлуатація праці | 13 | 7 | 10 |
| Натяки на можливість зв'язку сексуального характеру | 5 | 11 | 9 |
| Сексуальна наруга | 4 | 11 | 8 |
| Примушування до участі в порнографічному відео | 2 | 1 | 1 |
| Торгівля людьми | 0 | 1 | 1 |
| Сексуальне рабство, експлуатація | 0 | 1 | 1 |
| Примушування до проституції | 0,5 | 1 | 1 |

* Розподіл зроблено серед тих осіб, які особисто пережили насильство.

59 Шкарлат М., Суслів Р. Домашнє насильство. Як захистити себе. – К., 2002. – 75 с.

60 Кількість чоловіків та жінок, які визнали факт того, що вони зазнали насильства на вулиці, є значимо різною (χ^2 дорівнює 14,9).

Разом із тим чоловіки майже вдвічі частіше за жінок говорять, що зазнають експлуатації праці як форми насильства. До того ж, за даними нашого дослідження, чоловіки в середньому витрачають вдвічі менше часу на тиждень на неоплачувану домашню роботу. Це може свідчити про те, що жінки не вважають домашню роботу експлуатацією праці, а "справжньою" роботою в суспільстві вважається лише оплачувана.

Решта форм насильства не є гендерно поляризованими. Загалом чоловіки та жінки найчастіше страждають від побиття (41%), словесних образ (28%) та морально-етичних принижень (25%). Найрідше у нашому суспільстві трапляються такі форми насильства як сексуальне рабство (0,1% жінок та 0,6% чоловіків), примушування до участі в порнографічному відео (0,4% для обох статей) та торгівля людьми (0,1% для чоловіків та 0,5% для жінок).

Таким чином, насильство щодо жінок та чоловіків трапляється у різних сферах суспільного життя (вдома, на роботі, на вулиці, в транспорті тощо) і має різні форми. Разом з тим, жінки частіше за чоловіків страждають у сім'ях від побиття, словесних образ, знущань, морально-етичних принижень, погроз, сексуальних домагань (див. табл. 3.5.11).

Таблиця 3.5.11. Форми насильства у сім'ї з боку партнера по шлюбу (N = 145)*

| Форми насильства | Чоловіки (n = 27) | | Жінки (n = 118) | |
|--|-------------------|----|-----------------|----|
| | Кількість осіб | % | Кількість осіб | % |
| Побиття | 12 | 44 | 84 | 71 |
| Словесні образи (анекдоти образливого характеру, лайки тощо) | 11 | 41 | 41 | 35 |
| Знуцання | 9 | 33 | 36 | 31 |
| Морально-етичні приниження | 10 | 37 | 32 | 27 |
| Погрози (звільнення, пониження по службі, зменшення заробітної плати, виключення з ВНЗ тощо) | 8 | 30 | 29 | 25 |
| Сексуальні домагання | 1 | 4 | 29 | 25 |
| Сексуальна наруга | 3 | 11 | 20 | 17 |
| Ігнорування Ваших інтересів | 7 | 26 | 19 | 16 |
| Натяки на можливість зв'язку сексуального характеру | 3 | 11 | 13 | 11 |
| Експлуатація праці | 6 | 22 | 10 | 9 |
| Торгівля людьми | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Сексуальне рабство, експлуатація | 0 | 0 | 1 | 1 |

* Розподіл зроблено серед жінок і чоловіків, які зазнали насильства у сім'ї з боку партнера по шлюбу.

Насильство на вулиці, якого в кількісних показниках дещо більшою мірою зазнають чоловіки (8% чоловіків проти 6% жінок), виявляється стосовно них переважно у формах морально-етичних принижень та словесних образ (табл. 3.5.12). Проте для жінок особливо небезпечними є такі форми насильства, яких вони зазнають на вулиці, як сексуальні домагання і сексуальна наруга. Серед жінок, які пережили насильство щодо себе на вулиці, 48% зазнали сексуальних домагань, а 23% – сексуальної наруги.

Таблиця 3.5.12. Форми насильства на вулиці (N = 122)*

| Оцінювані позиції | Чоловіки (n = 62) | | Жінки (n = 60) | |
|--|-------------------|----|----------------|----|
| | К-ть осіб | % | К-ть осіб | % |
| Побиття | 47 | 76 | 21 | 35 |
| Словесні образи (анекдоти образливого характеру, лайки тощо) | 23 | 37 | 17 | 28 |
| Морально-етичні приниження | 16 | 26 | 17 | 28 |
| Ігнорування Ваших інтересів | 10 | 16 | 3 | 5 |
| Погрози (звільнення, пониження по службі, зменшення заробітної плати, виключення з ВНЗ тощо) | 9 | 15 | 8 | 13 |
| Знуцання | 7 | 11 | 7 | 12 |
| Експлуатація праці | 5 | 8 | 0 | 0 |
| Натяки на можливість зв'язку сексуального характеру | 3 | 5 | 9 | 15 |
| Сексуальні домагання | 3 | 5 | 29 | 48 |
| Сексуальна наруга | 1 | 2 | 14 | 23 |

* Розподіл зроблено серед чоловіків і жінок, які зазнали насильства на вулиці.

Насильство на роботі з боку керівника, як уже зазначалося, є другим за частотою після насильства в сім'ї. Від нього однаковою мірою страждають і чоловіки, і жінки, проте для форм, у яких це відбувається, характерне гендерне забарвлення. Найчастіше жінкам і чоловікам погрожують звільненням, пониженням по службі чи іншими санкціями – у цьому аспекті значущих гендерних відмінностей нема. Але окрім погроз жінки *набагато частіше зазнають знущань* (23% жінок проти 6% чоловіків), *натяків на можливість зв'язку сексуального характеру* (19% проти 6%), *сексуальних домагань* (14% проти 1%). Також *більш як удвічі частіше жінки зазнають сексуальної наруги з боку керівництва* (14% жінок і 6% чоловіків).

Чоловіки відзначають, що стосовно них частіше відбувається експлуатація праці (26% чоловіків проти 20% жінок). Тож можна стверджувати, що жінки більшою мірою зазнають сексуального насильства, а чоловіки – економічного.

Викликає занепокоєння, що факти сексуального насильства в українському суспільстві здебільшого залишаються прихованими. Як свідчать результати соціально-демографічного обстеження "Базова захищеність населення України", проведеного Державним комітетом статистики України у 2002–2003 роках⁶¹, лише 39% постраждалих від будь-якого виду насильства повідомили по ці випадки у правоохоронні органи у 2003 році, а 2002-го – 44%. За результатами нашого дослідження, лише 17% опитаних схильні звернутися до правоохоронних органів у разі вчинення насильства щодо них. Можливо, це частково зумовлено низьким рівнем довіри до відповідних установ, але хоча в даному дослідженні респонденти мали можливість обирати такі варіанти – "звернувся по допомогу до рідних" чи "до

знайомих”, більшість із них відповіли, що намагатимуться залагоджувати проблеми самостійно.

Таблиця 3.5.13. Форми насильства на роботі з боку керівника (N = 142)*

| Оцінювані позиції | Чоловіки (n = 65) | | Жінки (n = 77) | |
|--|----------------------|----|-------------------|----|
| | К-ть осіб | % | К-ть осіб | % |
| Погрози (звільнення, пониження по службі, зменшення заробітної плати, виключення з ВНЗ тощо) | 34 | 52 | 49 | 64 |
| Ігнорування Ваших інтересів | 9 | 14 | 29 | 38 |
| Словесні образи (анекдоти образливого характеру, лайки тощо) | 11 | 17 | 23 | 30 |
| Морально-етичні приниження | 13 | 20 | 21 | 27 |
| Побиття | 11 | 17 | 20 | 26 |
| Знуцання | 4 | 6 | 18 | 23 |
| Експлуатація праці | 17 | 26 | 16 | 21 |
| Натяки на можливість зв'язку сексуального характеру | 2 | 3 | 15 | 20 |
| Сексуальні домагання | 1 | 2 | 11 | 14 |
| Сексуальна наруга | 4 | 6 | 11 | 14 |
| Торгівля людьми | 0 | 0 | 3 | 4 |
| Примушування до проституції | 0 | 0 | 3 | 4 |
| Примушування до участі в порнографічному відео | 2 | 3 | 3 | 4 |
| Сексуальне рабство, експлуатація | 0 | 0 | 0 | 0 |

* Розподіл зроблено серед осіб, які зазнали насильства на роботі з боку керівника.

У чому полягає причина того, що постраждали не хочуть нікого повідомляти про пережите насильства щодо себе? Як свідчать результати нашого дослідження (табл. 3.5.14), здебільшого причиною є страх або сором перед оточенням. Це однаковою мірою характерне як для жінок, так і для чоловіків. Фактично кожен другий вважає це основним чинником того, що насильство залишається прихованим. Іншою причиною може бути страх помсти з боку нападників/кривдників. Кожна четверта жінка та кожен п'ятий чоловік вважають, що саме через це люди схильні нікому не говорити про проблеми, пов'язані з насильством.

Думки населення України щодо насильства, пов'язаного зі статтю. У кожному суспільстві поширені стереотипні уявлення щодо різних аспектів суспільного й приватного життя. У межах нашого дослідження було виокремлено кілька тверджень стосовно проституції, насильства, сімейного життя, щоб визначити, якою мірою такі уявлення поділяють громадяни нашої країни (див. табл. 3.5.15).

Таблиця 3.5.14. Причини того, що насильство залишається прихованим, %*

| Оцінювані позиції | Жінки (n= 802) | Чоловіки (n=683) |
|--|-------------------|---------------------|
| Постраждали бояться помсти з боку нападників | 25 | 20 |
| Постраждали соромляться, бояться осуду оточуючих | 49 | 48 |
| Постраждалим це подобається | 2 | 3 |
| Важко відповісти | 24 | 30 |

*Різниця відповідей чоловіків та жінок є статистично значущою (коефіцієнт кореляції Пірсона становить 14,5).

Таблиця 3.5.15. Коефіцієнти рівня згоди з наведеними твердженнями серед чоловіків та жінок (N = 1785)*

| Пропоновані твердження | Середнє значення | |
|---|------------------|-------|
| | Чоловіки | Жінки |
| Поширення проституції зумовлене різким зниженням рівня життя переважної частини населення | 2,5 | 2,6 |
| Поширення проституції зумовлене відсутністю заходів, спрямованих на моральне, статеве, релігійне виховання молоді | 2,5 | 2,5 |
| Б'є – значить кохає | 4 | 4,2 |
| Сімейного насильства здебільшого зазнають жінки, які мають кращу, ніж чоловіки, роботу | 3,6 | 3,4 |
| Насильство – це не суспільна, а суто особиста проблема | 3,4 | 3,6 |
| Жінки, які зазнають насильства, самі дають привід чоловікам | 3,3 | 3,8 |
| Домашні суперечки та бійки притаманні неосвіченим, бідним людям, які належать до нижчих верств населення | 3,2 | 3,4 |
| Насильство зумовлене стрімким темпом сучасного життя, раніше таких випадків було менше | 3,1 | 3,6 |
| Жінку, яка не йде від чоловіка, що здійснює насильство, така ситуація влаштовує | 3,2 | 3,4 |

*Середні оцінки визначено за п'ятибальною шкалою, де 1 бал – повністю згод(ен)/на, 2 бали – радше згод(ен)/на, 3 бали – важко сказати, 4 бали – радше незгод(ен)/на, 5 балів – повністю незгод(ен)/на.

Значення середніх оцінок щодо рівня згоди з наведеними твердженнями серед чоловіків і жінок коливаються в межах 2,5–3,5 балів; це свідчить про те, що представникам обох статей важко визначитися зі своїм ставленням до запропонованих тверджень, а отже, сталі категоричні переконання в суспільстві відсутні. Тому можна говорити лише про схильність погоджуватися чи ні з наведеними тезами. Чоловіки та жінки радше погодяться з такими твердженнями:

- Поширення проституції зумовлене різким зниженням рівня життя переважної частини населення;
- Поширення проституції зумовлене відсутністю заходів, спрямованих на моральне, статеве, релігійне виховання молоді.

Радше не погодяться з твердженнями:

- Сімейного насильства здебільшого зазнають жінки, які мають кращу, ніж чоловіки, роботу
- Насильство – це не суспільна, а суто особиста проблема
- Жінки, які зазнають насильства, самі дають привід чоловікам
- Домашні суперечки та бійки притаманні неосвіченим, бідним людям, які належать до нижчих верств населення
- Насильство зумовлене стрімким темпом сучасного життя, раніше таких випадків було менше
- Жінку, яка не йде від чоловіка, що здійснює насильство, така ситуація влаштовує.

Винятком є теза “Б'є – значить кохає”, оскільки щодо

неї будь-які сумніви відсутні – з нею не погоджуються ані жінки, ані чоловіки (середнє значення – 4).

Якщо з приводу тез стосовно проституції суттєвої різниці в думках чоловіків і жінок немає, то щодо більшості інших тверджень спостерігається тісний позитивний лінійний зв'язок зі статтю. Це означає, що жінки більше за чоловіків схильні не погоджуватися з наведеними твердженнями. Особливо значною різниця є стосовно таких думок: “Жінки, які зазнають насильства, самі дають привід чоловікам”. Жінки схильні категорично не погоджуватися з таким твердженням, оскільки 33% обрали варіант “повністю незгоден”. Особливо це стосується жінок із повною середньою або повною вищою освітою. Ті, які мають неповну або середню спеціальну освіту, висловлюються більш м'яко, говорячи, що вони “радше незгодні”. Чоловіки теж схильні “радше не погоджуватися”. До того ж серед тих, хто не погоджується, загалом більше чоловіків із повною середньою та вищою освітою, тоді як чоловікам зі спеціальною та неповною середньою освітою здебільшого або “важко відповісти”, або вони погоджуються, що “жінки самі дають привід для насильства”. Існує гендерна різниця стосовно твердження “Б'є – значить кохає”. Лише з одним твердженням чоловіки не погоджуються більше за жінок – “Сімейного насильства здебільшого зазнають жінки, які мають кращу, ніж чоловіки, роботу”. Тобто чоловіки більше схильні не погоджуватися, що причиною насильства над жінкою може бути її краща робота.

Висновки

- Насильство у сприйнятті українських громадян передусім асоціюється з побиттям (фізичним насильством), сексуальною наругою, сексуальним рабством і торгівлею людьми. Якщо такі порушення прав людини відносять до виявів насильства 68-78% українських громадян, то морально-етичні приниження, погрози, словесні образи, ігнорування інтересів значно менше: 21-41%.
- Гендерні відмінності в тлумаченні тих чи тих дій як виявів насильства досить незначні (різниця на межі 6%) і полягають вони в тому, що жінки частіше за чоловіків оцінюють сексуальні домагання, морально-етичні приниження та знущання як форми вираження насильства. Значно більші відмінності у сприйнятті насильства виявляються між жителями міст і сіл, причому відмінності між міськими і сільськими чоловіками суттєво менші (12-19%), ніж між міськими й сільськими жінками (10-25%).
- У розумінні міськими жителями (особливо міськими жінками) поняття «насильство» охоплює значно більший перелік дій, аніж той, що простежується в уявленнях про насильство сільських жителів (включно з сільськими жінками). Зокрема, міські жителі (і чоловіки, і жінки) частіше за сільських жителів пов'язують поняття «насильство» з експлуатацією праці й торгівлею людьми, різними видами сексуального насильства (включно з сексуальним рабством та експлуатацією, примушуванням до проституції, сексуальними домаганнями, сексуальною наругою, примушуванням до участі в порнографічному відео), знущаннями, шантажем, побиттям.
- Більшість громадян України нічого не знають про існування центрів, куди можна звернутися за допомогою у разі насильства чи дискримінації, причому чоловіки менше поінформовані за жінок (62% проти 54% відповідно).
- Певною мірою поінформованість населення про існування спеціалізованих центрів залежить від регіону й типу поселення. Серед досліджуваних регіонів найвищий рівень обізнаності населення щодо існування центрів, до яких можна звернутися за допомогою в разі насильства чи дискримінації, спостерігається у Київській та Житомирській областях, а найнижчий рівень обізнаності – в АР Крим та Донецькій області.
- Навіть якщо чоловік чи жінка знає про існування спеціалізованих центрів, які можуть надати допомогу в разі виявів насильства чи дискримінації, це не гарантує того, що потерпілий/потерпіла звернувся до них за допомогою. Основна гендерна відмінність у реакції на насильство полягає в тому, що чоловіки більше за жінок схильні вирішувати проблеми самостійно, без допомоги інших осіб чи установ. Жінки частіше за чоловіків звертаються за допомогою у випадку пережитого насильства чи дискримінації до рідних.
- Готовність дорослого населення України звертатися за допомогою у випадку пережитого насильства до спеціалізованих центрів порівняно невисока: не більше 28%. Водночас жінки більше схильні звертатися за допомогою до спеціалізованих центрів: із тих, хто вже звертався до них за допомогою, жінок утричі більше, ніж чоловіків.
- Гендерні особливості насильства в Україні виявляються у таких двох напрямках: 1) жінки загалом частіше за чоловіків переживають насильство щодо себе (30% і 24% відповідно); 2) існують гендерні відмінності в тому, якого саме виду насильства більше зазнають жінки, а якого – чоловіки.
- Найпоширенішими видами насильства, якого зазнають громадяни України за ознакою статі, є: 1) насильство в сім'ї з боку партнера по шлюбу; 2) насильство на роботі з боку керівника; 3) насильство на вулиці. Хоча кожного із цих видів насильства зазнали 7–8% респондентів, у кожному випадку мають місце гендерні відмінності.
- У сім'ях жінки в 4 рази частіше за чоловіків потерпають від насильства з боку партнера по шлюбу, страждаючи від побиття, словесних образ, знущань, морально-етичних принижень, погроз та сексуальних домагань. Характерно, що насильство в сім'ях щодо жінок не залежить від їхнього віку і трапляється з приблизно однаковою частотою в усіх вікових групах – від 21 до 75 років.
- Від насильства на роботі з боку керівника однаковою мірою потерпають і чоловіки, і жінки, проте є гендерні відмінності у формах його вияву. Найчастіше і чоловікам, і жінкам погрожують звільненням, пониженням по службі чи іншими санкціями. Але окрім того, жінки додатково потерпають від знущань, сексуальних домагань, сексуальної наруги, натяків на можливість зв'язку сексуального характеру.
- Від насильства на вулиці в кількісних показниках дещо більше потерпають чоловіки, ніж жінки, і насильство щодо чоловіків виявляється переважно у формі побиття, словесних образ та морально-етичних принижень. Серед жінок, які пережили насильство щодо себе на вулиці, 48% зазнали сексуальних домагань, 23% – сексуальної наруги.
- Чоловіки вдвічі частіше за жінок зазнають такої форми насильства, як експлуатація праці, хоча витрачають вдвічі менше часу за жінок на неоплачувану домашню

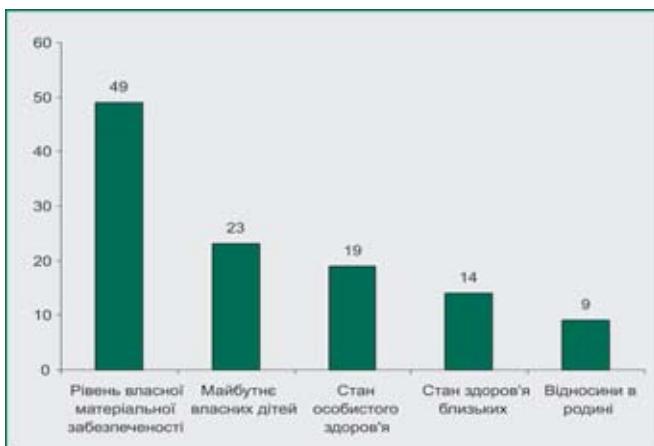
роботу. Це свідчить про те, що жінки не вважають домашню роботу експлуатацією праці, а “справжньою” роботою в суспільстві вважається лише оплачувана робота.

- Основною причиною того, що сексуальне насильство часто залишається прихованим, є *страх або сором перед оточенням*, й у цьому чоловіки і жінки однакові. Іншою причиною називають *страх помсти з боку нападників/кривдників*, який дещо більш вагомий для жінок, ніж для чоловіків (25% і 19% відповідно).

3.5.4. Проблеми сьогодення

Аналіз результатів нашого дослідження дає змогу виявити таку ієрархію проблем сьогодення в українському суспільстві (за зменшенням їх значущості): на перше місце виходить стурбованість рівнем матеріальної забезпеченості – 49% громадян; багатьох (23%) хвилює проблема майбутнього власних дітей, 19% стурбовані станом особистого здоров'я, тоді як станом здоров'я близьких людей переймаються 14%, 9% стурбовані відносинами в родині (див. *діаграму 3.5.1*). Серед інших відповідей мали місце такі проблеми: високі ціни на нерухомість (8%), неналежна якість медичних послуг (7%), відсутність власного житла (7%), необхідність ремонту власної квартири/будинку (6%) тощо.

Діаграма 3.5.1. Розподіл відповідей респондентів на запитання: “Що Вас найбільше турбує на сьогоднішній день?”, %*



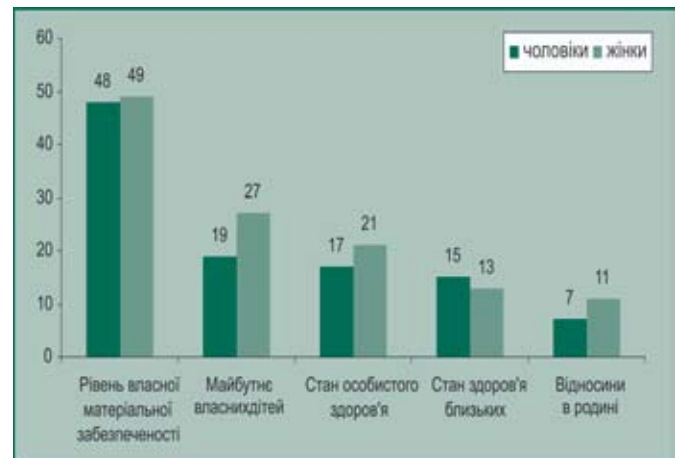
*Сума відсотків відповідей може перевищувати 100, оскільки респонденти могли обирати кілька варіантів відповідей.

Як бачимо, результати дослідження щодо проблем сьогодення свідчать про тенденцію стурбованості матеріальною забезпеченістю, майбутнім власних дітей, станом власного здоров'я та здоров'я близьких, а також відносинами в родині.

Розглянемо рейтинг основних проблем сьогодення для чоловіків та жінок (див. *діаграму 3.5.2*). Як чоловіків, так і жінок сьогодні передусім турбує *рівень власної матеріальної забезпеченості* (48% і 49% відповідно), причому його важливість суттєво залежить від віку. Максимальний рівень стурбованості рівнем власної матеріальної забезпеченості спостерігається і серед чоловіків, і серед жінок вікової групи “від 18 до 30 років” (72% чоловіків та 67% жінок), тобто в той період, коли в сім'ї, як правило, є неповнолітні діти. Причому найбільш

стурбовані рівнем власної матеріальної забезпеченості чоловіки та жінки з неповною середньою освітою (68% та 64% відповідно). Трохи менше стурбовані ті, хто має вищу освіту (59% чоловіків та 58% жінок). Водночас можна стверджувати, що розбіжності у відповідях мешканців різних типів поселень незначимі. Відповідно, до місця проживання рівень стурбованості з даної проблеми такий: найбільш стурбовані особи, які проживають в сільській місцевості (70% чоловіків та 59% жінок), дещо менш стурбованими є городяни (65% та 64% відповідно), найменш стурбованими виявилися жителі обласних центрів (57% та 65% відповідно).

Діаграма 3.5.2. Розподіл відповідей респондентів на запитання: “Що Вас найбільше турбує на сьогоднішній день?”, залежно від статі, %*



*Сума відсотків відповідей може перевищувати 100, оскільки респонденти могли обирати кілька варіантів відповідей.

Майбутнє власних дітей важливіше для жінок (27%), ніж для чоловіків (19%). Якщо проаналізувати вікові особливості чоловіків і жінок щодо їхньої стурбованості майбутнім власних дітей, то спостерігається цікава картина: лише 15% чоловіків віком від 18 до 30 років стурбовані ним, тоді як частка жінок цієї вікової категорії, стурбованих майбутнім своїх дітей, становить 27%. Якщо розглянути вікову групу “від 31 до 50 років”, то цей показник серед чоловіків значно підвищується і становить 34%. Водночас серед жінок цієї вікової групи рівень стурбованості також збільшується – до 41%. За результатами дослідження, рівень стурбованості майбутнім власних дітей знижується і серед чоловіків, і серед жінок, старших 51 року (25% та 31% відповідно). Як бачимо, *впродовж всього життя жінки незалежно від віку більш стурбовані майбутнім своїх дітей, ніж чоловіки*.

Стурбованість *станом особистого здоров'я* посідає третє місце серед проблем сьогодення і серед чоловіків, і серед жінок: особистим здоров'ям стурбовані 17% чоловіків та 21% жінок. Якщо ми розглянемо цю проблему у віковому розрізі, отримаємо таку картину: найбільш стурбованими особистим здоров'ям є чоловіки (32%) та жінки (30%) віком “від 51 року і більше”. Але якщо для жінок стан власного здоров'я залишається важливою складовою впродовж усього життя, то серед відповідних вікових категорій для чоловіків цей показник дещо нижчий (див. табл. 3.5.16).

Таблиця 3.5.16. Розподіл відповідей респондентів щодо стурбованості власним здоров'ям залежно від віку, %

| Стать респондентів | 18-30 років | 31-50 років | 51 рік і більше |
|--------------------|-------------|-------------|-----------------|
| Чоловіки | 16 | 20 | 32 |
| Жінки | 24 | 24 | 30 |

Залежно від місця проживання відповіді щодо стурбованості власним здоров'ям розташувалися так (див. табл. 3.5.17).

Таблиця 3.5.17. Розподіл відповідей респондентів щодо стурбованості власним здоров'ям залежно від місця проживання, %

| Стать респондентів | Обласний центр | Інше місто | Село |
|--------------------|----------------|------------|------|
| Чоловіки | 23 | 23 | 24 |
| Жінки | 39 | 21 | 25 |

Отже, найбільш стурбованими станом власного здоров'я є жінки (39%), які проживають в обласних центрах, та чоловіки (24%), які проживають у сільській місцевості, а найменш стурбованими – жінки з “інших міст” (21%). Рівень стурбованості власним здоров'ям чоловіків, які мешкають в обласних центрах та інших містах, є однаковим і дорівнює 23%. Водночас якщо станом власного здоров'я більше стурбовані жінки, то станом здоров'я близьких більше стурбовані чоловіки (15% чоловіків і 13% жінок), хоча відмінності не дуже суттєві.

Відносинами в родині стурбовані 11% жінок та 7% чоловіків. Цілком природно, що відносинами в родині найбільш стурбовані вікові групи респондентів “від 31 до 50 років” (13% чоловіків та 16% жінок) та “51 рік і більше” (9% та 12% відповідно). Для вікової групи 18–30 років цей показник є найнижчим і становить 8% серед чоловіків. Серед жінок цієї вікової категорії цей показник майже не відрізняється від властивого іншим віковим категоріям і становить 15%.

Залежно від місця проживання відповіді респондентів щодо стурбованості відносинами в родині розмістилися наступним чином (див. табл. 3.5.18): найбільш стурбованими є мешканці обласних центрів (12% чоловіків та 21% жінок); найменш стурбованими – чоловіки, які мешкають в селах (8%), та жінки, які проживають в інших містах (10%).

Таблиця 3.5.18. Розподіл відповідей респондентів щодо стурбованості відносинами в родині залежно від місця проживання, %

| Стать респондентів | Обласний центр | Інше місто | Село |
|--------------------|----------------|------------|------|
| Чоловіки | 12 | 11 | 8 |
| Жінки | 21 | 10 | 12 |

Висновок. Гендерні відмінності лише частково виявляються в оцінках проблем сьогодення. І чоловіки

(48%), і жінки (49%) схильні вбачати в рівні власної матеріальної забезпеченості основну проблему сьогодення. Отримані в перебігу дослідження дані свідчать про недостатню увагу чоловіків до майбутнього власних дітей. Частка чоловіків, які стурбовані майбутнім власних дітей, становить 19%, тоді як частка жінок – 27%.

3.5.5. Екологічні проблеми

Сучасна екологічна ситуація складалася стихійно в перебігу діяльності людей, спрямованої на задоволення їхніх потреб. Людина досягла висот сучасної цивілізації завдяки тому, що постійно змінювала природу відповідно до своїх цілей. Люди досягали цілей, на які розраховували, але одержували екологічні наслідки, яких не очікували.

Аналізуючи відповіді респондентів на запитання: «Чи замислювалися Ви коли-небудь над екологічними проблемами Вашої місцевості?», можна констатувати: «так» відповіли 68% чоловіків та 75% жінок, варіант «ні» обрали 15% чоловіків та 11% жінок, завагалися з відповіддю 17% чоловіків та 14% жінок. Причому чоловіки більше замислюються над екологічними проблемами у віці 51 рік і більше, тоді як жінки найбільше переймаються проблемами навколишнього середовища у віці від 31 до 50 років (див. табл. 3.5.19).

Таблиця 3.5.19. Розподіл відповідей респондентів на запитання: «Чи замислювалися Ви коли-небудь над екологічними проблемами Вашої місцевості?» залежно від віку, %

| Варіанти відповідей | Чоловіки | | Жінки | |
|---------------------|-------------|----|-------|--|
| | 18–30 років | | | |
| Так | 66 | 76 | | |
| Ні | 21 | 11 | | |
| Важко відповісти | 13 | 13 | | |
| 31–50 років | | | | |
| Так | 66 | 77 | | |
| Ні | 14 | 11 | | |
| Важко відповісти | 19 | 12 | | |
| 51 рік і більше | | | | |
| Так | 71 | 73 | | |
| Ні | 12 | 11 | | |
| Важко відповісти | 17 | 16 | | |

Більш чутливими до екологічних проблем є респонденти, які мешкають в містах. Цей показник становить 74% для чоловіків та 83% для жінок. Друге місце займають жителі обласних центрів. Так, позитивну відповідь дали 70% чоловіків та 77% жінок. І найменша частка тих, хто замислюється над екологічними проблемами, проживає в селах: 60% та 65% відповідно (див. табл. 3.5.20).

Варто зауважити, що найбільше чоловіків із повною середньою освітою (70%) дали відповідь “Так”, тоді як серед жінок цей показник є найбільшим серед тих, хто має неповну вищу освіту (83%). Найменше переймаються екологічними проблемами місцевості, де вони проживають, чоловіки з середньою спеціальною освітою та жінки з вищою освітою (14% та 9% відповідно).

Таблиця 3.5.20. Розподіл відповідей респондентів на запитання: «Чи замислювалися Ви коли-небудь над екологічними проблемами Вашої місцевості?» залежно від місця проживання, %

| Варіанти відповідей | Чоловіки | Жінки |
|-----------------------|----------|-------|
| Обласний центр | | |
| Так | 70 | 77 |
| Ні | 19 | 11 |
| Важко відповісти | 11 | 12 |
| Інше місто | | |
| Так | 74 | 83 |
| Ні | 8 | 7 |
| Важко відповісти | 18 | 10 |
| Село | | |
| Так | 60 | 65 |
| Ні | 21 | 16 |
| Важко відповісти | 19 | 19 |

Загалом можна сказати, що більшість і чоловіків, і жінок замислюються над екологічними проблемами, але коли мова заходить про участь у якихось соціальних заходах, пов'язаних з вирубуванням сусіднього парку чи погіршенням стану питної води, то бажаючих взяти участь у них зовсім небагато. Так, у демонстраціях, пов'язаних із цими проблемами, готові взяти участь "у будь-якому разі" лише 20% чоловіків та 28% жінок. Для 26% чоловіків та 27% жінок – це питання наявності вільного часу для участі в демонстрації; а для 27% чоловіків та 23% жінок – питання настрою. Варіант "радше ні" обрали 22% чоловіків та 18% жінок. Однозначно не брали б участі, бо "це мене не обходить", 6% чоловіків і 5% жінок.

Найвища частка респондентів, які у будь-якому разі долучилися б до демонстрації з приводу вирубування сусіднього парку чи погіршення стану питної води, становить 26% для чоловіків та 29% для жінок віком від 51 року (див. табл. 3.5.21).

Найнижчу готовність щодо участі в демонстрації висловили мешканці обласних центрів (13% чоловіків та 23% жінок). У будь-якому разі готові брати участь у демонстрації мешканці інших міст. Цей показник становить 24% для чоловіків та 32% для жінок (див. табл. 3.5.22).

Таким чином, відповідно до результатів опитування жінки (75%) частіше замислюються над екологічними проблемами, ніж чоловіки (68%). І на практиці вони більшою мірою готові до участі в масових заходах (наприклад, демонстраціях): 28% жінок готові взяти участь у демонстрації у будь-якому разі, тоді як відповідна частка серед чоловіків становить 20%. Це дає підстави сприймати жінок як екологічно більш свідомих членів суспільства, ніж чоловіків. Урахування такого явища, можливо, могло б допомогти суспільству перейти до екологічно безпечного сталого господарювання за умови належного визнання й підтримки внеску жінок в управління природними ресурсами і охороною природи.

Таблиця 3.5.21. Розподіл відповідей респондентів на запитання: «Якби Ви дізналися про демонстрацію з приводу вирубування сусіднього парку чи погіршення стану питної води, то чи взяли б Ви у ній участь?» залежно від віку, %

| Варіанти відповідей | Чоловіки | Жінки |
|---|----------|-------|
| 18–30 років | | |
| Так, у будь-якому разі | 13 | 26 |
| Так, якби мав(ла) на це час | 32 | 27 |
| Важко сказати, все залежало б від настрою | 25 | 27 |
| Радше ні | 21 | 16 |
| Однозначно ні, мене це не обходить | 8 | 4 |
| 31–50 років | | |
| Так, у будь-якому разі | 18 | 28 |
| Так, якби мав(ла) на це час | 28 | 32 |
| Важко сказати, все залежало б від настрою | 26 | 18 |
| Радше ні | 23 | 18 |
| Однозначно ні, мене це не обходить | 5 | 5 |
| 51 рік і більше | | |
| Так, у будь-якому разі | 26 | 29 |
| Так, якби мав(ла) на це час | 19 | 23 |
| Важко сказати, все залежало б від настрою | 30 | 25 |
| Радше ні | 20 | 18 |
| Однозначно ні, мене це не обходить | 5 | 5 |

Таблиця 3.5.22. Розподіл відповідей респондентів на запитання: «Якби Ви дізналися про демонстрацію з приводу вирубування сусіднього парку чи погіршення стану питної води, то чи взяли б Ви у ній участь?» залежно від місця проживання, %

| Варіанти відповідей | Чоловіки | Жінки |
|---|----------|-------|
| Обласний центр | | |
| Так, у будь-якому разі | 13 | 23 |
| Так, якби мав(ла) на це час | 28 | 31 |
| Важко сказати, все залежало б від настрою | 25 | 18 |
| Радше ні | 27 | 23 |
| Однозначно ні, мене це не обходить | 7 | 5 |
| Інше місто | | |
| Так, у будь-якому разі | 24 | 32 |
| Так, якби мав(ла) на це час | 24 | 29 |
| Важко сказати, все залежало б від настрою | 25 | 20 |
| Радше ні | 20 | 16 |
| Однозначно ні, мене це не обходить | 6 | 3 |
| Село | | |
| Так, у будь-якому разі | 19 | 26 |
| Так, якби мав(ла) на це час | 26 | 22 |
| Важко сказати, все залежало б від настрою | 31 | 30 |
| Радше ні | 19 | 15 |
| Однозначно ні, мене це не обходить | 5 | 7 |

ВИСНОВКИ до розділу 3

Опитування громадської думки щодо гендерних стереотипів і гендерних проблем підтверджує наявність гендерної нерівності в українському суспільстві, яка полягає в непропорційній представленості обох статей у різних сферах життя, різній оплаті праці жінок і чоловіків, існуванні стійких гендерних стереотипів із яскравим патріархатним забарвленням, виявах насильства та дискримінації за статевою ознакою тощо. Усе це суттєво обмежує як доступ представників однієї статі до матеріальних ресурсів, так і їхні можливості повноцінно реалізувати себе у різних царинах суспільного життя.

Чоловіки й далі обіймають непропорційну кількість керівних державних та адміністративних посад, отримують більшу заробітну плату, посилаючись на відсутність дискримінаційних утисків стосовно жінок. Унаслідок поширеного в суспільстві стереотипу “політика – не жіноча справа” жінкам набагато важче, ніж чоловікам, стати депутатами чи посісти відповідальні керівні посади. І хоча жінки куди частіше за чоловіків наголошують ускладненість обіймання ними керівних посад, чоловіки стверджують, що кар’єрне просування не залежить від статі.

Громадська думка фіксує доволі чіткий розподіл владних повноважень жінок і чоловіків в українському суспільстві, який виявляється в тому, що чоловіки мають більше владних повноважень у сферах роботи і соціально-політичного життя, а жінки – у сфері сімейних відносин. Лише третина українського населення схильна стверджувати, що влада між чоловіками і жінками в різних сферах суспільного життя розподілена рівномірно, проте серед чоловіків така думка поширена значно більше, ніж серед жінок. Чим вищий рівень керівної посади, тим більша частка населення віддає перевагу у призначенні на неї чоловіка, а не жінки. Так, на посаді Президента України схильні бачити “тільки чоловіка” 47%; Прем’єр-міністра України – 42%; Голови Верховної Ради України – 44% громадян. Відповідно, частки тих, хто схильний бачити на вказаних посадах представників жіночої статі, становлять 19%; 16%; 9%. Мірою зменшення “політичної ваги” посади збільшується частка громадян, які вважають за можливе довірити посаду представникам обох статей.

Більшість населення України також вважає, що чоловіки мають ширший доступ до державних коштів та майна, ніж жінки. Причому чим вищий рівень освіти громадян, тим більше вони переконані у наявності дисбалансу в доступі жінок і чоловіків до матеріальних ресурсів, тим більша серед них частка тих, хто вважає, що більшістю матеріальних цінностей володіють чоловіки. Водночас стосовно доступу до сімейного бюджету більшість громадян стверджують, що жодної дискримінації тут не існує.

Сьогодні громадська думка продовжує відтворювати найгірші стереотипи гендерного сприйняття управлінських функцій у соціумі, коли традиційні сфери життєдіяльності – сім’я, культура, охорона здоров’я тощо мають залишатися лише за жінками, а рештою, часом технологічно складнішими сферами (економікою, підприємництвом, політикою тощо), можуть успішно займатися тільки чоловіки. Декларована теза “немає відмінності” в тому, хто очолюватиме ту чи ту галузь виробництва, має фактично дискримінаційне впровадження її на практиці, оскільки у більшості

випадків на ключових керівних посадах населення воліє бачити чоловіків.

Попри наявність гендерних відмінностей у перешкодах на шляху кар’єрного зростання жінок і чоловіків існують й інші причини, які не залежать від статі, зокрема недостатній рівень професіоналізму в певній сфері. За даними дослідження, чоловікам більше, ніж жінкам, бракує достатнього рівня освіти й професіоналізму (досвіду та знань). На противагу цьому жінкам заважають здійснювати кар’єру сімейні обов’язки (перебування у декретній відпустці, наявність сім’ї та дітей). Також жінки частіше за чоловіків потерпають від упередженості керівництва щодо висунення їх на керівні посади (навіть якщо професійний рівень жінки-працівника рівний або вочевидь вищий, ніж у її колеги-чоловіка).

З іншого боку, дослідження висвітлює питання гендерного сприйняття політичних партій, зафіксувавши домінуючу байдужість населення до статі політичного лідера, співвідношення жінок та чоловіків у списках політичних об’єднань, а також публічної діяльності партій з встановлення гендерного паритету в Україні. До того ж, відсутня масова підтримка рішення досягнення гендерного паритету в законодавчій владі шляхом штучного визначення пропорцій чоловіків і жінок у складі політичних партій. Серед тих, хто цікавиться питанням гендерного балансу складів політичних партій, більшість становлять досвідчені й освічені люди. Утім, назагал для більшості населення наявність жінок у списках політичних партій не є вирішальним чинником для їх підтримки.

Результати дослідження свідчать, що українське суспільство поки далеке від егалітарного, що особливо позначається на сферах соціально-трудова і сімейних відносин. Чоловіка й досі переважна більшість опитаних визначають як голову сім’ї, який має повністю забезпечувати родину. При цьому вони визнаються кращими керівниками, більшості з яких притаманні такі якості: професіоналізм, політична культура, однаке, своєю чергою, ще й кар’єризм, брутальність та зарозумілість, імітація трудової діяльності.

У розподілі ролей у сім’ї чоловік визначається таким, котрий радше виконує функцію матеріального забезпечення та керівництва в родині, при цьому вважається, що він поряд із жінкою має брати участь у вихованні дітей, збереженні сімейного вогнища, роботі в домашньому господарстві. Але за такої досить ідеальної картини існують певні нюанси: чоловік у ролі вихователя дітей визнається меншістю населення порівняно з жінкою і тим варіантом, коли обоє батьків займаються цією справою (цей випадок визначається як найбільш прийнятний), відповідно до цього населення розподілилося майже порівну на тих, хто виступає за розподіл відпустки по догляду за дитиною між чоловіком та жінкою, й тих, хто заперечує це. Але в реальності мізерна кількість чоловіків бере таку відпустку. Ще однією відмінністю ролі чоловіків при розподілі сімейних обов’язків є те, що вони справді витрачають значно менше часу на хатню роботу, а отже, домашні справи лягають на плечі жінок.

Звісно, мало хто заперечує право жінки реалізувати себе в суспільній сфері, але сприяння її трудовій діяльності відсутнє. Зокрема, за умов виходу на роботу на жінку лягає подвійне (робота – дім), а подекуди й потрійне (робота – дім – діти) навантаження. Більшість жінок від-

працює по дві зміни на добу (на роботі й удома). Але для більшості це є необхідністю через потребу матеріального забезпечення сім'ї, що є основним мотивом дострокового (до настання дитиною 3-х років) виходу на роботу жінок, а також вагомим аргументом при розгляді питання щодо народження (ще однієї) дитини. Однак вихід на роботу не завжди сприяє відчутному поліпшенню матеріальних умов життя жінок та їхніх родин, оскільки вони працюють на менш оплачуваних посадах, ніж чоловіки. Причиною цього респонденти визначають зайнятість у таких економічних сферах, які є менш оплачуваними. За такого суспільного порядку громадяни неоднозначно сприймають введення паритетної відпустки по догляду за дитиною для обох батьків, що було б логічним з огляду на те, що, на думку респондентів, жінка меншою мірою здатна забезпечити родину, тож загалом таке завдання покладається на чоловіка.

Отже, в сучасному українському суспільстві, попри проголошену ґендерну рівність, існують стереотипи, що формують статево-рольові очікування, які, своєю чергою, заважають їй настанню. Зокрема, вони перешкоджають рівному доступу чоловіків та жінок до керівних посад – жінка вважається кращим виконавцем, ніж керівником, чоловіки – навпаки. Це можна зафіксувати через наявність у свідомості більш як 50% громадян поділу професій на чоловічі та жіночі. Перші, як правило, пов'язані з фізичною працею, роботою з різними механічними пристроями, керуванням транспортом; другі більше відповідають сфері послуг у секторі освіти, медицини та індустрії краси.

Не дуже схвальним є ставлення до жінок, які займаються підприємницькою діяльністю, особливо великим бізнесом, що, ясна річ, негативно відбивається на підприємницькій активності більшості населення України, а це, своєю чергою, негативно впливає на розвиток економіки. Загалом тенденція, хоча й неявна, є такою, що жінці все одно відводиться місце для самореалізації у сфері сім'ї, зокрема в народженні дітей, їх вихованні, загалом у веденні домашнього господарства. Відтак можна сказати, що в сучасному українському суспільстві наявні ґендерні стереотипи у сфері соціально-трудоких відносин і значним є їхній вплив на розподіл ролей у родині.

Окрім того, слід пам'ятати, що ґендерні стереотипи українського суспільства належать до явищ культурного порядку і сформувалися під впливом конкретних історичних, політичних та соціально-економічних умов. Маючи соціальну природу, ґендерний стереотип виступає певним результатом соціально-культурних норм та очікувань, виконуючи низку соціальних функцій. І у виконанні цих функцій відбивається детермінована залежність між чоловіками й жінками різного соціального статусу, різного віку й освітнього рівня, різних регіонів проживання і навіть різних типів поселень. Унаслідок безлічі таких взаємодій ґендерну картину сучасного українського суспільства не можна визначити як цілком однорідну й чітко структуровану, оскільки часом вона характеризується полярними ґендерними стереотипами, притаманними для жителів окремих регіонів або різних соціальних груп.



Розділ 4

КОНТЕНТ-АНАЛІЗ МАТЕРІАЛІВ У ДРУКОВАНИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПІД КУТОМ ҐЕНДЕРНИХ ВІДНОСИН



4.1. Технічні, методологічні та процедурні параметри контент-аналітичного дослідження

Основна мета проведеного контент-аналізу ЗМІ полягала в отриманні об'єктивної інформації щодо специфіки висвітлення в них гендерної проблеми та гендерних стереотипів. Генеральну сукупність дослідження становили загальноукраїнські та регіональні видання преси, обстежені вибірково, причому вибірка сукупність побудована з використанням імовірнісних процедур, що дає підстави говорити про репрезентативність отриманих результатів.

За метод збирання даних було використано аналіз документів, на різних етапах дослідження послідовно застосували кількісні та якісні методики, а також техніки традиційного та формалізованого аналізу документів. Аналіз даних здійснювали статистичними методами, що містили описову статистику, статистичний аналіз зв'язків та залежностей. Одиницями спостереження виступали інформаційні матеріали (статті) в номерах загальноукраїнських та регіональних видань преси, з контекстами, що ілюстрували гендер, гендерні проблеми та перспективи, гендерні практики та гендерні стереотипи. Категоріальна модель предмета аналізу відображала специфіку й основні характеристики об'єкта дослідження. Час, що його охоплювало дослідження, дорівнював 7 календарним місяцям, – від 1 січня 2006 року до 31 липня 2006 року. Інструментарій дослідження містив 93 ознаки.

У дослідженні використано випадковий імовірнісно-систематичний простий відбір одиниць спостереження: відбір одиниць аналізу з генеральної сукупності здійснювали в один етап, із використанням статистичного випадкового вибору одного об'єкта (числа періодичного видання) з основи вибірки (списку регіональних та загальноукраїнських видань друкованих ЗМІ), із подальшим залученням кроку (відбір кожного 4-го числа видання). Таким чином, вибірка сукупність була сформована з 25% інформаційних матеріалів, що вийшли друком із 1 січня 2006 року до 31 липня 2006 року, в п'яти областях України (Львівській, Київській, Одеській, Донецькій, Житомирській), АР Крим та м. Києві (див. табл. 4.1.1).

Таблиця 4.1.1. Характеристика вибіркової сукупності (N = 230)

| Кількість відібраних інформаційних матеріалів (N = 230) | Видання за регіоном розповсюдження | | | | | | | |
|---|------------------------------------|-------------------|------------------|-----------------|------------------|---------------------|---------|--------|
| | Регіональні видання | | | | | | | |
| | Загальноукраїнські видання | Львівська область | Київська область | Одеська область | Донецька область | Житомирська область | АР Крим | м Київ |
| 95 | 35 | 13 | 13 | 24 | 7 | 14 | 29 | |
| n = 95 | n=135 | | | | | | | |
| Частка у вибіркової сукупності, % | 41 | 15 | 6 | 6 | 10 | 3 | 6 | 13 |
| | | 59 | | | | | | |

4.2. Специфіка спрямованості гендерного дискурсу

Кожному інформаційному матеріалу, що потрапив до вибіркової сукупності, було присвоєно інформаційний ранг, який визначав місце його локалізації на шпальтах періодичного видання⁶². За результатами дослідження, контексти, що ілюструють гендер, гендерні проблеми та перспективи, гендерні практики та гендерні стереотипи у загальноукраїнських друкованих виданнях мають інформаційний ранг, що дорівнює 3, інформаційний ранг матеріалів регіональних видань дорівнює 2,9, матеріалів, ідентифікованих як "гендерні" в щотижневих друкованих виданнях – 2,9, у щоденних – 3. Така сталість інформаційних рангів матеріалів преси дає всі підстави стверджувати, що незалежно від ареалу розповсюдження періодичного видання та періодичності його виходу, редакційна політика "бронює" площу друку матеріалів, що містять гендерні контексти, з другої по шосту сторінку друкованого видання, тобто локалізує матеріали, об'єктами яких є чоловіки або жінки (їхні життєві історії, проблеми, особливості поведінки), як правило, всередині числа.

Беручи до уваги середні значення інформаційних рангів друкованих матеріалів, присвячених гендерній проблематиці за регіонами, можна дійти висновку щодо міри актуальності гендерного дискурсу в інформаційному просторі кожного регіону, що конструюється друкованими ЗМІ. Найактуалізованішим гендерний дискурс, зважаючи на середнє значення рангу інформаційного матеріалу та середнє значення сторінки, на який розміщено публікації гендерного характеру, є в Одеській області та АР Крим. Середні показники популярності друкованих матеріалів, присвячених гендерній проблематиці, характерні для Києва та Донецької області. Найнижчі, порівняно з іншими регіонами, середні показники популярності друкованих матеріалів, присвячених гендерній проблематиці, – у Львівській, Київській та Житомирській областях (див. рис. 4.2.1).

Рис. 4.2.1. Актуальність гендерної проблематики в регіональних друкованих ЗМІ (інформаційні ранги публікацій з гендерної тематики)



Критерієм відбору публікацій для контент-аналізу були згадки в назві інформаційного матеріалу (або в анотації до нього) про гендер (чоловічу та жіночу

⁶² Підрахунок рангів друкованих матеріалів здійснювали за формулою: Ранг друкованого матеріалу = середня загальна кількість сторінок періодичного видання / номер сторінки, на якій розміщено інформаційний матеріал.

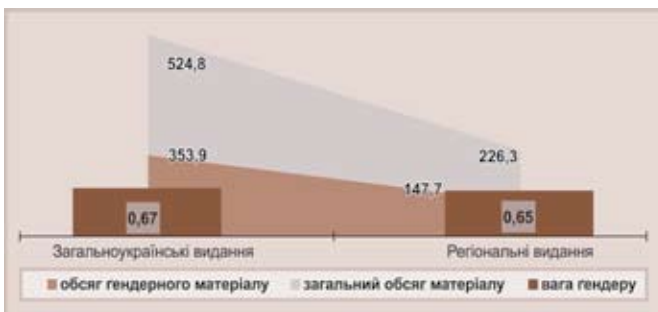
статі), гендерні проблеми та перспективи, гендерну поведінку. Таким чином, до вибіркової сукупності “потрапляли” інформаційні матеріали з різною мірою наявності в них гендерного дискурсу. Спираючись на результати аналітичного підрахунку умовного індексу “вага гендерного дискурсу”⁶³, у дослідженні встановлено закономірності щодо рівня щільності гендерного дискурсу в друкованих виданнях, різних за ареалом розповсюдження та іншими типологічними характеристиками.

Рис. 4.2.2. Вага гендерного дискурсу в регіональних виданнях



За результатами дослідження, щільнішим можна вважати гендерний дискурс в АР Крим, в Одеській області та м. Києві; середнім за щільністю – на шпальтах регіональних видань Донецької, Житомирської та Львівської областей; більш низькі показники гендерного дискурсу – в друкованих виданнях Київської області (див. рис. 4.2.2). За показником індексу “вага гендерного дискурсу” міра щільності гендерних дискурсів у загальноукраїнських та регіональних друкованих виданнях є однаковою, попри більші обсяги інформаційних повідомлень і гендерних контекстів у загальноукраїнських виданнях, порівняно з регіональними (див. рис. 4.2.3).

Рис. 4.2.3. Співвідношення ваги гендерного дискурсу у загальноукраїнських та регіональних друкованих виданнях



Більшість інформаційних матеріалів ідентифікована публікаторами як позитивна і збалансована, що свідчить про життєствердуювальний дух інформаційних матеріалів, у межах яких відбувається презентація гендерних проблем (див. табл. 4.2.1).

Разом із тим більшість інформаційних матеріалів із гендерними контекстами “вбудовані” в соціальну тематику (див. табл. 4.2.2), хоча вельми популярними є такі включення до розважальної, політичної та медичної тем.

63 Підрахунок ваги гендерного дискурсу здійснювали за формулою: (І вага гендерного дискурсу = обсяг гендерного матеріалу / загальний обсяг матеріалу).

Таблиця 4.2.1. Оцінка назви інформаційного матеріалу та анотації до нього, %

| Оцінювані позиції | Оцінка назви інформаційного матеріалу, % | Оцінка анотації до інформаційного матеріалу, % |
|-------------------|--|--|
| Позитивна | 40 | 41 |
| Негативна | 18 | 21 |
| Нейтральна | 18 | 13 |
| Збалансована | 23 | 25 |

Таблиця 4.2.2. Тематична спрямованість інформаційного матеріалу, %

| | |
|--------------|----|
| Медична | 14 |
| Політична | 17 |
| Економічна | 3 |
| Освітня | 9 |
| Релігійна | - |
| Управлінська | 5 |
| Соціальна | 72 |
| Кримінальна | 3 |
| Розважальна | 30 |

Примітка: у підсумку не маємо 100%, позаяк частину публікацій можна віднести до кількох названих тем.

Найчастіше при поданні інформаційних матеріалів увага на гендерних питаннях акцентується в головній меті повідомлення, і значно рідше – у тезах-аргументах, описі, оцінках та аналізі, що свідчить про сприйняття журналістами й редакторами питань гендерної рівності як важливої складової розвитку сучасного суспільства. Лише в окремих випадках помічено включення питань гендерного спрямування до інших структурних складових інформаційного матеріалу (див. табл. 4.2.3).

Таблиця 4.2.3. Локалізація гендерної тематики в структурі інформаційного матеріалу

| Структура інформаційного матеріалу | % |
|---|----|
| Головна мета повідомлення | 62 |
| Тези-аргументи | 13 |
| Уточнення основної тези-аргументу | 4 |
| Опис, оцінка, аналіз | 11 |
| Ілюстрація до головної тези | 2 |
| Ілюстрація до пояснення головної тези та ситуації | 1 |
| Загальний фон до мети повідомлення | 3 |
| Загальний фон до основної тези | 3 |
| Фон до фону | 1 |

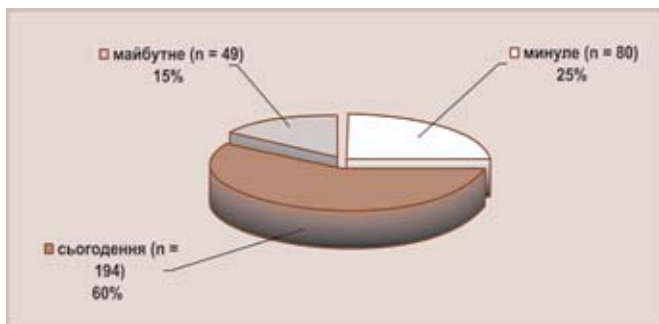
В інформаційних матеріалах образи жінок представлені більш об'ємно і комплексно порівняно з образами чоловіків, які змальовані значно акуратніше та стриманіше. В структурі друкованого тексту образ жінки як об'єкт публікації “опановує” всі можливі ніші. Натомість чоловіка, якщо він не є героєм матеріалу, локалізують переважно одноразово в структурних компонентах тексту, які визначаються автором на засадах балансу з іншими об'єктами та проблемними контекстами публікації (див. табл. 4.2.4).

Таблиця 4.2.4. Локалізація гендерних об'єктів у структурі інформаційного матеріалу

| Структура інформаційного матеріалу | Гендерні об'єкти публікації, % | |
|------------------------------------|--------------------------------|------------------------|
| | Образи чоловіків (n = 140) | Образи жінок (n = 214) |
| Головна мета повідомлення | 46 | 76 |
| Тези-аргументи | 23 | 14 |
| Опис, оцінка, аналіз | 14 | 6 |
| Ілюстрація до головної тези | 9 | 2 |
| Загальний фон до мети повідомлення | 2 | 1 |
| Загальний фон до основної тези | 4 | 0,5 |
| Фон до фону | 1 | 1 |

Якщо звернутися до часової компоненти висвітлення гендерно зорієнтованих інформаційних матеріалів, то увага більшості з них зосереджена на сьогоденні (див. рис. 4.2.4). Гендерні рефлексії в минуле чи майбутнє найбільш характерні для друкованих видань Львівської області, загальноукраїнських видань та щотижневиків.

Рис. 4.2.4. Час подій щодо гендерної проблематики



Характерно також, що інтенційна спрямованість⁶⁴ контексту публікацій майже ідентична інтенційній спрямованості гендерної проблематики, присутній у них. Використовуючи гендерні ярлики, автори здебільшого презентують та представляють когось або щось у привабливому світлі, а також здійснюють ґрунтований на фактах розгляд теми та ситуації, що передбачає виявлення позитивного ставлення до діючих осіб та подій інформаційного матеріалу. При акцентуванні уваги на образі чоловіка – героя інформаційного матеріалу автор інформаційного матеріалу здебільшого артикулює аналітичний розгляд його характеристик, образів, вчинків, подій, на відміну від абстрактного зображення чоловічого образу. До образів чоловіків-героїв інформаційних матеріалів, порівняно з відповідними образами жінок-героїв публікацій, журналісти взагалі ставляться обережніше, часто демонструючи невизначене ставлення: до теми, яка розглядається; до ситуації, що склалася; до її діючих осіб тощо, тобто так, ніби вони поступово наводять аргументи і факти з метою подальшого заспокоєння аудиторії (див. табл. 4.2.5).

⁶⁴ Інтенція (від лат. *intentio* – прагнення) – спрямованість свідомості, мислення на певний предмет. Інтенційна спрямованість інформаційного повідомлення безвідносно до змістового контексту публікації здатна визначити емоційну спрямованість матеріалу, спираючись на заклики автора матеріалу, його преференції та артикуляції до потенційного споживача тексту крізь призму його ставлення до об'єктів і ситуаційних передумов, окреслених у публікації.

Таблиця 4.2.5. Характер спрямованості інформаційних матеріалів

| Спрямованість інформаційних матеріалів | Характер спрямованості матеріалів | | | | | |
|--|--|--------------------------------|------------------------|---------------------|-----------------------------------|--------------------------------|
| | інформаційного повідомлення (загалом), % | щодо гендерної проблематики, % | з боку автора стосовно | | | |
| | | | чоловіка/ів взагалі, % | жінок/ок взагалі, % | об'єкта публікації чоловіка/ів, % | об'єкта публікації жінки/ок, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Аналіз | 29 | 22 | 35 | 26 | 27 | 18 |
| Аналіз зі знаком "+" | 36 | 32 | 19 | 37 | 20 | 36 |
| Аналіз зі знаком "-" | 11 | 13 | 12 | 12 | 13 | 14 |
| Безособове обвинувачення | 0,5 | 1 | 1 | 0,5 | 1 | 1 |
| Безособове викриття | 1 | 1 | 4 | 0,5 | 2 | 0,5 |
| Дискредитація | 2 | 3 | 8 | 2 | 8 | 3 |
| Кооперація | 7 | 6 | 6 | 7 | 5 | 6 |
| Критика | 9 | 10 | 7 | 7 | 13 | 7 |
| Самокритика | - | 1 | - | 2 | 2 | 2 |
| Обвинувачення | 2 | 3 | 6 | 3 | 4 | 2 |
| Спростування критики | - | 0,5 | 1 | 1 | 5 | 2 |
| Спростування обвинувачень | 1 | - | 1 | 2 | - | 1 |
| Виправдання | 0,5 | 3 | 3 | 3 | 6 | 2 |
| Оцінювання позитивне | 28 | 28 | 17 | 31 | 16 | 32 |
| Спонування | 9 | 11 | 12 | 13 | 12 | 10 |
| Попередження | 9 | 11 | 6 | 8 | 7 | 8 |
| Погроза | 1 | 0,5 | - | - | - | 0,5 |
| Презентація | 33 | 34 | 22 | 36 | 20 | 38 |
| Неявна самопрезентація | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 |
| Протистояння | 1 | 2 | 2 | 5 | - | 3 |
| Розмежування | 6 | 7 | 8 | 9 | 13 | 9 |
| Викриття | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| Обережність | 4 | 2 | 10 | 10 | 4 | 4 |
| Заспокоєння аудиторії | 11 | 7 | 10 | 15 | 4 | 6 |

Примітка: у підсумку понад 100%, оскільки деякі характеристики можна віднести до кількох наведених позицій.

Інтенційні наміри авторів інформаційних матеріалів до жінок є відносно спокійними, такими, що не вимагають, не спонукають, не попереджають і не дискредитують. Відмінність між інтенціями до абстрактної жінки або жіноцтва у публікаціях майже не відрізняється від артикуляції стосовно конкретної жінки – об'єкта публікації. Незначна різниця полягає у глибині аналізу ситуації, що склалася, із "реальною" жінкою та особами, що її оточують. Автори інформаційних матеріалів більш системно намагаються висвітлювати проблемний сенс гендерного контексту, коли йдеться про "живий" жіночий образ.

Гендерна проблематика повною мірою представлена у різних за жанром, характером періодичності, регіональної локалізації друкованих видань, незалежно від структурної композиції (див. рис. 4.2.5) і тематики інформаційних матеріалів (див. рис. 4.2.6). У більшості випад-

ків гендерні проблеми обговорюються відкрито (явно); в окремих випадках гендерні проблеми приховані в основному матеріалі (можна сказати, що вони представлені латентно). У більшості аналізованих інформаційних матеріалів простежується конкретизація гендерної проблематики, причому із вираженою специфікою образів чоловіків і жінок.

Рис. 4.2.5. Гендерна проблематика в структурі інформаційного матеріалу, %



Рис. 4.2.6. Гендерна проблематика в тематиці інформаційного матеріалу, %



Під час аналізу взаємовідносин між представниками чоловічої й жіночої статей журналісти намагаються: або репрезентувати взаємну виключність чоловіків і жінок (45%) (“у женщин больше соревновательности, чем у мужчин. Они никогда не уступят. Потому что женщина хочет быть первой и она хочет быть самой лучшей”); або наголошують існування більш-менш значних відмінностей між ними (36%) (“чи можна нам сподіватися, що жінки в політиці зменшать недолугість чоловіків у їхніх намаганнях зворохобити й довести до бійки Україну”); або ж доводять повну тотожність (“жінщина третього тисячелеття – это деятельная, образованная, прогрессивная личность, которая сделала значительный вклад в свою область деятельности”) та взаємозамінність чоловіків і жінок (18%) (“в Україні успішно діють українсько-шведські школи для татусів – так чоловіки готуються до батьківства і вчать краще розуміти своїх малюків та дружин”).

Таким чином, гендерна проблематика, гендерні контексти та гендерні об'єкти авторами інформаційних матеріалів позиціуються переважно як такі, що містять певну проблемну ситуацію. Складається враження, що на проблемах, пов'язаних із гендерною асиметрією та дискримінацією, явно чи латентно вибудовується фабула інформаційного матеріалу. Серед загалу аналізованих матеріалів взаємна виключність чоловіків і жінок найчастіше презентується на шпальтах столичних видань; їх відмінності – на шпальтах друкованих видань Львівської області; тотожність та взаємозамінність чоловіків і жінок – на сторінках друкованих видань АР Крим. Узагальнені судження авторів інформаційних матеріалів у четвертій частині публікацій базуються на твердженнях, що жінка має більший соціальний потенціал, ніж чоловік; а в кож-

ній шостій-сьомій публікації, навпаки, гендерні терези були на боці чоловічої статі.

Приблизно у третині публікацій наявні оцінні судження (явного чи латентного характеру), які презентують чоловіка – як людину взагалі, а жінку – як специфічну істоту. Такі судження здебільшого присутні в друкованих виданнях Донецької та Київської областей. На шпальтах видань Львівської області, навпаки, домінують заперечення таких суджень: “Сьогодні жінка, яка не хоче виходити заміж, може спокійно робити свою кар'єру. І те, що вона – жінка, жодним чином не стане на заваді. Навіть якщо говорити про політичні амбіції. Інша річ, коли жінка хоче поєднати родину із професійною реалізацією. Це завжди було проблемою як у нас, так і в них. Жінкам дуже важко давати раду із заможними чоловіками, бо в них сильно розвинені патріархатні стереотипи. Чоловік середніх статків спокійніше ставиться до кар'єрних успіхів своєї дружини. Жінці ж значно простіше рухатися вперед, коли вона сама. Хоча питання: кар'єра чи родина не має стояти перед жінкою. Якщо чоловік його вже так ставить, то насамперед жінці слід добре подумати, чи вартує залишатися з таким чоловіком”.

Зазвичай регіональні видання дотримуються більш патріархатних поглядів на природу та соціальну роль жінок, ніж загальноукраїнські, про що свідчить першою чергою те, що в регіональній пресі зосереджено близько 85% матеріалів, які безперечно підтримують сприйняття чоловіка як звичайної людини, а жінки – як деякої специфічної істоти. Подібні ствердні судження в публікаціях здебільшого розглядаються в таких напрямках: гендерні відносини в контексті влади (26%); проблеми соціально-трудових відносин (28%); проблеми сімейного та родинного життя (36%); гендерні аспекти сфер культури, освіти, науки і спорту (27%); сексуальна поведінка в гендерному контексті (27%); меншою мірою – гендерний імідж політичних організацій (5%).

Якщо автор інформаційного матеріалу підтримує думку про чоловіка як людину взагалі, а про жінку – як деяку специфічну істоту, в його оцінках жінки (як об'єкта публікації) переважають негативні судження. Окрім того, при позиціюванні твердження про чоловіка як людину взагалі, а жінку – як деяку специфічну істоту для репрезентації представника чоловічої статі публікатори всебічно використовують соціально-демографічні характеристики об'єкта публікації, зокрема: сімейний стан, освіту й матеріальне становище.

Явний або латентний характер суджень чи думок про меншовартість жінки та її специфічну природу пов'язаний, передусім, із присутністю в публікаціях суджень, які розглядають: **гендер як засаду соціальної стратифікації** (“хоча за однаковою роботу на однакових должностях мужчины и женщины в Украине получают одинаковые зарплаты, как правило, женщины не занимают тех постов, которые занимают мужчины”, “в нашей стране женщин ущемляют сначала невысокой зарплатой, затем скромной пенсией”); **наголошують на гендерних відмінностях у публічній** (“не секрет, что гендерна рівність у нашій країні, незважаючи на всі президентські укази і розпорядження, поняття вельми відносне. Жінка-керівник, жінка-міністр, жінка-депутат – це поки що екзотика”) **та приватній сферах** (“у нас існують патріархатні стереотипи, коли на жінку накладають обов'язкову роль берегині родинного

вогнища, роль тільки виховательки дітей. А чоловік заробляє гроші й до виховання дітей не має такого стосунку, як жінка"); **наголошують особливості щастя за гендерними ознаками** ("А вообще-то власть у меня уже есть: мою младшую дочь зовут Влада, и когда я беру ее на руки, то смело могу сказать, что держу власть в своих руках").

Загалом у 28% випадках аналізованих публікацій перевагу надано представникам однієї статі. Гендерна перевага в інформаційних матеріалах, що аналізувалися, переважно була надана жінкам (62%), і у 40% випадків судження стосувалися головної тези повідомлення та головних тез-аргументів.

Майже в кожній п'ятій публікації присутні наголоси на соціальних правилах поведінки, яких мають дотримуватися сучасні чоловіки ("Щоранку, добираючись на роботу двома видами транспорту, дивуюсь культурі наших чоловіків. Мало того, що місцем ніколи не поступаються, так ще і прагнуть бути першими, розштовхуючи при цьому всіх, хто стоїть поруч. Краще їм свою силу в потрібне русло спрямувати"), а в кожній третій – жінки ("Протягом перших трьох місяців 2006 року 26 жінок залишили своїх дітей у пологових будинках столиці. Їх не зупинили ані докори сумління, ані умовляння та осуд оточення, ані обіцянки державою восьми з половиною тисяч гривень").

Судження, що приписують жінкам певні норми дії, локалізовані в структурі інформаційного матеріалу здебільшого в межах головної мети повідомлення. Наявність суджень, що приписують норми поведінки для жінок, частіше корелює із позитивним ставленням автора до об'єкта публікації, проте при цьому жінка в поданому інформаційному матеріалі часто показана як людина, яка за певними параметрами та в певних ситуаціях поступається чоловікові.

У разі позиціонування норм поведінки чоловіків презентація їхніх дій більш-менш пропорційно представлена в структурі друкованого матеріалу: в головній меті повідомлення, тезах-аргументах, оцінці та аналізі, ілюстрації до головної тези. Соціальні приписи до поведінки представників чоловічої статі, артикульовані журналістами, удвічі частіше можна зустріти на сторінках регіональних видань, ніж загальноукраїнських. При цьому гендерні дискурси орієнтовані, як і у разі з поданням образу жінки, в напрямі висвітлення питань влади, соціально-трудої сфери, сімейного та родинного життя, сексуальної поведінки тощо.

Характерно також, що жінки в інформаційних матеріалах удвічі частіше, ніж чоловіки, представлені як сукупність психологічних якостей та моделей поведінки ("для жінки заміжжя й материнство – найголовніше"; "хозяйка дома, кукла Барби – вот стереотипные женские роли, сквозь призму которых прекрасная половина человечества воспринимается обществом"; "намного больше верности и самопожертвования по отношению к любимым футбольным командам, чем к подругам, проявляют британские мужчины"). При цьому нерідко наявні твердження щодо взаємовиключної природи чоловіків і жінок, а також значущих соціальних переваг чоловіків над жінками. Ідентифікація жінки, як сукупності психологічних якостей та моделей поведінки, найчастіше має образ, сконструйований із характеристик її тіла, зовнішнього вигляду, конкретизації сімейного стану та віку.

Порівняння матеріалів гендерного спрямування у регіональних та загальноукраїнських ЗМІ свідчить про наявність певної тенденції: у загальноукраїнських виданнях автори публікацій значно частіше, ніж у регіональних, захищають погляди і практики поведінки чоловіків, тоді як захист поглядів і практик жінок представлений рівною мірою у загальноукраїнських та регіональних виданнях. Привертає увагу спосіб подання ідей, спрямованих на захист жінок: по-перше, вони подаються переважно в контексті проблем сімейного та родинного життя, або ж проблем чи розвитку окремих суспільних царин: культури, освіти, науки і спорту. По-друге, судження, спрямовані на захист прав жінок, зазвичай супроводжуються твердженнями про наявність значного соціального потенціалу жінок, який не використовується повною мірою. "Фактично жінка в Україні – це другорядна особа. І ця другорядність часто виявляється у виборі професій, прийнятті на роботу, доступі до політики, до влади. Упродовж багатьох років у суспільстві домінує стереотип, що материнство – головне призначення жінки. Водночас чомусь абсолютно не беруть до уваги те, що матір своїй дитині повинна дати не лише їжу і здоровий сон, а й прекрасне виховання, забезпечити внутрішній розвиток маленької особистості. А для цього сама матір має бути внутрішньо багатою та вільною".

Таким чином:

- Відносна сталість інформаційних рангів, які посідають матеріали гендерного спрямування у друкованих виданнях ЗМІ, свідчить про проведення певної політики локалізації цих матеріалів, як правило, всередині числа (переважно з другої по шосту сторінку друкованого видання). Зважаючи на середнє значення рангу інформаційного матеріалу та середнє значення сторінки, на якій розміщено публікації гендерного характеру, гендерний дискурс (з числа досліджуваних областей) найбільш актуалізований в Одеській області та АР Крим, а найменш – у Львівській, Київській та Житомирській областях.
- Більшість інформаційних матеріалів із гендерними контекстами "вбудовані" в соціальну тематику публікацій, хоча доволі популярними є такі включення також до розважальної, політичної та медичної тем. Найчастіше при поданні інформаційних матеріалів увага на гендерних питаннях акцентується в головній меті повідомлення, і значно рідше – у тезах-аргументах, описі, оцінках та аналізі, що свідчить про сприйняття журналістами й редакторами питань гендерної рівності як важливої складової розвитку сучасного суспільства.
- Образи жінок у друкованих ЗМІ представлені більш комплексно порівняно з образами чоловіків, які змальовані значно стриманіше. Про це свідчить розміщення образу жінки і чоловіка в структурі друкованого тексту: образ жінки як об'єкта публікації "опановує" всі можливі ніші, тоді як характеристики чоловіка (якщо він не є героєм матеріалу) локалізуються переважно одноразово в структурних компонентах тексту.
- Увага більшості інформаційних матеріалів, що мають гендерний контекст, зосереджена на подіях і процесах сьогодення. Гендерні рефлексії в минуле чи майбутнє найбільш характерні для друкованих видань Львівської області, загальноукраїнських видань та щотижневиків.

- Особливості інтенційної спрямованості публікацій полягають у тому, що зображення образів чоловіків – героїв інформаційних матеріалів, порівняно з відповідними образами жінок, здійснюється обережніше, нерідко із нечітким ставленням до досліджуваної теми, наявної ситуації, діючих осіб тощо. Значною мірою це зумовлено тим, що в публікаціях значно частіше йдеться про абстрактний образ чоловіка, ніж про конкретну особу. Водночас зображення абстрактного образу жінки (або жіноцтва) в публікаціях майже не відрізняється від артикуляції стосовно конкретної жінки – об'єкта публікації. Незначна різниця полягає у прагненні журналістів висвітлити проблемний сенс гендерного контексту, коли йдеться про “живий” жіночий образ.
- Гендерна проблематика представлена у різних за жанром, характером періодичності, регіональної локалізації друкованих виданнях, незалежно від структурної композиції й тематики інформаційних матеріалів. Здебільшого гендерні проблеми обговорюються відкрито, хоча є публікації, в яких вони простежуються як латентні, приховані в основному матеріалі.
- У більшості матеріалів увиразнюється конкретизація гендерної проблематики із вираженою специфікою образів чоловіків і жінок. При цьому аналіз взаємовідносин між чоловіком і жінкою здійснюють переважно у трьох напрямках: репрезентація взаємної виключності чоловіків та жінок; наголошення більш-менш значних відмінностей між ними; доведення повної тотожності та взаємозамінності чоловіків і жінок. Серед загалу аналізованих матеріалів взаємна виключність чоловіків та жінок найчастіше презентується на шпальтах столичних видань; їхні відмінності – на шпальтах друкованих видань Львівської області; тотожність та взаємозамінність чоловіків та жінок – на сторінках друкованих видань АР Крим. Узагальнені судження авторів інформаційних матеріалів у четвертій частині публікацій базуються на твердженнях, що жінка має більший соціальний потенціал, ніж чоловік; а в кожній шостій-сьомій публікації, навпаки, гендерні терези були на боці чоловічої статі.
- Зазвичай регіональні видання дотримуються більш патріархатних поглядів на природу та соціальну роль жінок, ніж загальноукраїнські. Про це свідчить той факт, що в регіональній пресі зосереджено близько 85% матеріалів, які безперечно підтримують сприйняття чоловіка як звичайної людини, а жінки – як деякої специфічної “істоти”. Подібні судження в публікаціях здебільшого розглядаються в таких напрямках: гендерні відносини і влада (26%); проблеми соціально-трудових відносин (28%); проблеми сімейного та родинного життя (36%); гендерні аспекти сфер культури, освіти, науки і спорту (27%); сексуальна поведінка в гендерному контексті (27%); меншою мірою – гендерний імідж політичних організацій (5%).
- Міркування у публікаціях щодо меншовартості жінки та її специфічної природи найчастіше пов'язуються з наявністю в публікаціях суджень, які розглядають гендер у трьох напрямках: як засаду соціальної стратифікації; як вияв відмінностей у публічній та приватній царинах; як особливості щастя за гендерними ознаками. Привертає увагу спосіб подання ідей, спрямованих на захист жінок: по-перше, вони подаються переважно в контексті проблем сімейного та

родинного життя або ж проблем чи розвитку окремих суспільних сфер: культури, освіти, науки і спорту; по-друге, судження, спрямовані на захист прав жінок зазвичай супроводжуються твердженнями про наявність значного соціального потенціалу жінок, який не використовується повною мірою.

4.3. Особливості зображення гендерних образів та практик поведінки

З метою визначення особливостей зображення гендерних образів у друкованих матеріалах була зроблена спроба оцінити поширеність різних характеристик, використовуваних журналістами при описі своїх героїв. Як найбільш прийнятний метод у цьому разі був обраний метод інтен-аналізу⁶⁵ – метод виявлення й об'єктивування неявних форм словесних впливів, де під час аналізу матеріалів ЗМІ за одиницю спостереження беруть вислів (чи судження), що відображає особливості образів чоловіка і жінки в ЗМІ, а також основні характеристики гендерних практик поведінки. Одиницею аналізу в цьому разі слугує інтенція, тобто нагадування, що містить оцінку інформацію, яка виражається або експліцитно, або імпліцитно.

Зазвичай терміном “інтенція” у психології позначають суб'єктивну спрямованість на певний об'єкт, активність свідомості суб'єкта. Для інтенцій характерна двоскладова структура, вираз кожної інтенції передбачає позначення її об'єкта і ставлення до нього суб'єкта – журналіста. В даному разі об'єктом висловлювань є конкретні або абстрактні образи чоловіків і жінок; специфічним – яке ставлення до них висловлюється. Інша особливість інтенцій полягає в тому, що форми вираження характеристик цих образів досить різноманітні і можуть бути як прямими, відкритими, так і опосередкованими, неявними.

У дослідженні ми виходили з того, що кожному образу властива певна дихотомія (явна чи прихована) характеристик. Подальша процедура “згорання” тексту проводилася в два етапи. На першому етапі в аналізованому тексті виокремлювали досліджувані об'єкти, підґрунтям чого слугувала їх значимість (число згадувань). На другому етапі проводили експертну кодифікацію виявлених інтенцій, тобто визначення міри притаманності наведених характеристик наведеним образам. Для цього за бальною шкалою (від “-1 бала” – “зовсім непоширена характеристика” до “+1 бала” – “дуже поширена характеристика”) кожен гендерний об'єкт публікації, герой інформаційного матеріалу чоловічої або жіночої статі оцінювався за 6 парами ознак: “іраціональність/раціональність”, “емоційність/стриманість”, “аморальність/моральність”, “пасивність/активність”, “компетентність/некомпетентність”, “традиційність/сучасність”. На підставі суб'єктивного оцінювання об'єкта інформаційного матеріалу йому присвоювали значення за кожною із вищезазначених пар ознак, це дало можливість “згорнути” й уніфікувати змістовні навантаження інформаційного матеріалу, а також характеристики героїв інформаційних матеріалів, представивши тим самим їхній сукупний гендерний образ.

65 Социальное насилие и толерантность: реальность и медиа-образы. – http://library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=559&c_id=6631

Наочна репрезентація узагальнених гендерних образів чоловіків та жінок, що віддзеркалює уявлення друкованих ЗМІ про чоловіків і жінок за вищезазначеними ознаками, згодом була кодифікована в межах двовимірного простору, що утворюється двома осями – “X” та “Y”. При цьому на осі X відкладено значення за чинником оцінки (негативна інтенція – позитивна інтенція), а на осі Y – за частотою згадувань досліджуваного об’єкта (низька увага – висока увага). У результаті отримуємо наглядне уявлення “ментальних карт” відображення основних характеристик гендерних образів у друкованих матеріалах ЗМІ. Таким чином, вибрані ознаки було згруповано за трьома напрямками: 1) “моральність – активність”, 2) “традиційність – емоційність”, 3) “компетентність – раціональність”, задля створення більш комплексного гендерного образу обох статей, який би репрезентував узагальнені уявлення друкованих ЗМІ про сучасних чоловіків та жінок і давав змогу порівнювати їх між собою⁶⁶.

За узагальненими результатами обчислення міри динамічності життєвих практик об’єктів інформаційних матеріалів за переліченими ознаками, образи жінок представлені у ЗМІ як образи більш активних, моральних, сучасних та раціональних членів суспільства, ніж образи чоловіків. Водночас образи чоловіків, чий практичний досвід було презентовано в масиві публікацій, виявилися представленими як образи більш компетентних осіб, ніж образи жінок (див. табл. 4.3.1).

Таблиця 4.3.1. Гендерні образи чоловіків і жінок на шпальтах друкованих видань за ознаками “раціональність”, “емоційність”, “моральність”, “активність”, “компетентність”, “традиційність”, розраховані за методикою інтент-аналізу (за шкалою: від “-1 бала” – “зовсім непоширена характеристика” до “+1 бала” – “дуже поширена характеристика”)

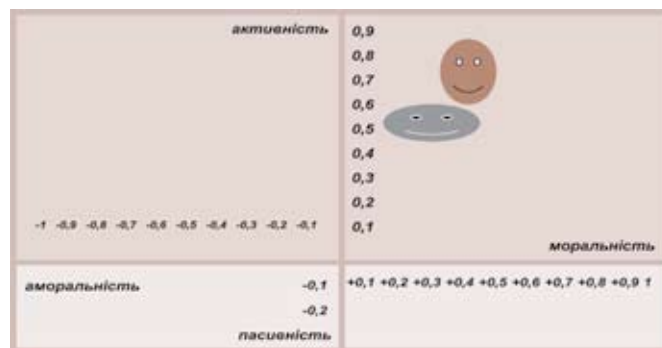
| Ознаки оцінювання гендерних образів | Шкала оцінювання від “-1” до “+1” | Середні значення за шкалою гендерних образів | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|--|-------------------------|
| | | Чоловічої статі (N = 230) | Жіночої статі (N = 230) |
| “моральність” (“вісь X”) | “аморальність – моральність” | +0,16 (“x”) | +0,3 (“x”) |
| “активність” (“вісь Y”) | “пасивність – активність” | +0,52 (“y”) | +0,62 (“y”) |
| “емоційність” (“вісь Y”) | “емоційність – стриманість” | +0,26 (“x”) | +0,26 (“x”) |
| “традиційність” (“вісь Y”) | “традиційність – сучасність” | +0,35 (“y”) | +0,39 (“y”) |
| “компетентність” (“вісь X”) | “некомпетентність – компетентність” | +0,4 (“x”) | +0,35 (“x”) |
| “раціональність” (“вісь Y”) | “ірраціональність – раціональність” | + 0,29 (“y”) | +0,48 (“y”) |

66 Процедура уніфікації змістовних навантажень інформаційних матеріалів та характеристик героїв інформаційних матеріалів, чоловіків та жінок, здійснена за аналогією процедур, що використовуються при побудові ментальних карт при вивченні персоналізованої специфіки політичного дискурсу (детальніше див.: Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса / Под ред. Т.Н.Ушаковой, Н.Д.Павловой. – СПб.: Алетейя, 2000. – 316 с.).

Розглянемо ці показники детальніше.

Активність – моральність. Порівняння величин середніх значень притаманності чоловікам і жінкам такої характеристики як “моральність” показує, що в друкованих ЗМІ образ жінки висвітлюється як більш високоморальний, ніж образ чоловіків (середні значення дорівнюють +0,16 для чоловіків і +0,3 – для жінок). Якщо звернутися до порівняння кількісних показників, то вимальовується така картина. У 72 публікаціях (31%) жіноча стаття була оцінена як “моральна стаття”, а в 17 – як “аморальна” (8%). Водночас у 35 публікаціях (15%) чоловіча стаття була оцінена як “моральна стаття”, а в 13 публікаціях (6%) – як “аморальна”. І хоча “середній” рівень моральності (дуже умовний показник) за обраною шкалою дорівнює значенню +0,5 (нагадаємо, що в цьому разі 0 означає повну відсутність характеристик дихотомії моральність/аморальність, +1 – максимальний рівень моральності, -1 максимальний рівень аморальності), а середнє значення міри моральності жінок є меншим за середнє, ЗМІ формують уявлення про жінок як представниць більш високоморальної статі порівняно з чоловіками.

Рис. 4.3.1. Рівень активності та моральності чоловіків і жінок за даними інтент-аналізу



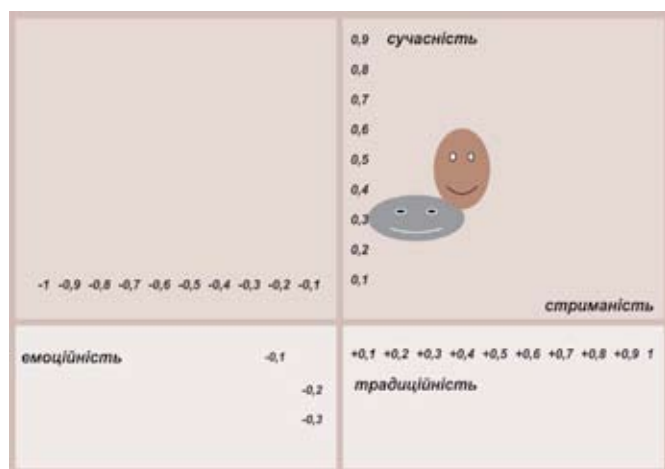
Соціальна активність і чоловіків (+0,52), і жінок (+0,62), за даними інтент-аналізу, є середньою: у 168 публікаціях (73%) чоловіки не були ідентифіковані журналістами ані як активні, ані як пасивні особи; частіше публікатори демонстрували активність жінок (у 131 публікації, або 57%), порівняно з активністю чоловіків (56 публікацій, або 24%). Таким чином, за двома вказаними характеристиками в друкованих ЗМІ чоловіки представлені як особи з невисоким рівнем моральності й середнім рівнем соціальної активності; жінки – як такі, що мають середній рівень моральності й активності (див. рис. 4.3.1). Характерно також, що в публікаціях регіональної преси жінки зображуються більш високоморальними особами, ніж у матеріалах загальноукраїнських видань, тоді як стосовно чоловіків такої залежності не виявлено.

Емоційність – традиційність. За уявленнями авторів інформаційних матеріалів, жінки є емоційними незалежно від того, які соціальні ролі вони виконують: соціально позитивні, негативні, нейтральні, збалансовані тощо. Проте емоційність чоловіків пов’язується у більшості публікацій винятково із соціальними ролями, що мають негативні або нейтральні характеристики. Якщо в зображуваних елементах поведінки журналісти використовують підхід до подання образу чоловіка з позицій традиційності (а не сучасності), то чоловік у такому інформаційному матеріалі домінує над жінкою. Якщо образ чоловіка змальовується нейтрально стосовно полюсів “традиційність” і “сучасність”, то в контексті публікації наголос робиться на більшому соціальному потенціалі жінок порівняно з чоловіками.

Значної різниці у представленні образів “традиційних” чоловіків і “традиційних” жінок в оточенні представників протилежної статі не спостерігається. Якщо образ чоловіка позиціюється в інформаційному матеріалі як “традиційний”, то образ жінки на його тлі конструюється в такій послідовності: 1) можливості жінки та її поведінка; 2) наміри, плани, бажання, права й обов’язки жінки; 3) ресурси і контакти жінки. Якщо як “традиційний” позиціюється образ жінки, то образ чоловіка зображується в такій послідовності: 1) наміри, плани і бажання чоловіків; 2) поведінка, права й обов’язки чоловіків; 3) ресурси чоловіків. Якщо в образі жінок традиційність превалює над сучасністю, оцінка автором жінки в друкованому матеріалі є більш позитивною; а коли в образі чоловічої статі традиційність перемагає за сучасність, вектор реалізації соціальних ролей жінки є, як правило, нейтральним.

За результатами дослідження інформаційних матеріалів чоловіки (+0,26) і жінки (+0,26) мають емоційну стриманість, нижчу за середню, і більшою мірою наближені до сучасної перспективи, ніж до традиційної – чоловіки (+0,35), жінки - (+0,39) (див. рис. 4.3.2).

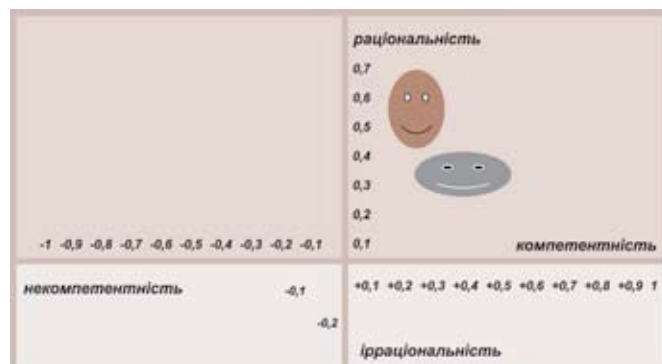
Рис. 4.3.2. Міра емоційності й традиційності чоловіків і жінок за даними інтен-аналізу



Компетентність – раціональність. Говорячи про притаманність образам жінок і чоловіків характеристик у розрізі пари ознак “компетентність – раціональність”, слід зауважити, що різною мірою компетентними чоловіки були названі у 50 публікаціях (22%), а жінки – у 100 публікаціях (43%). Проте порівняння середніх показників рівнів компетентності в гендерному вимірі свідчить, що на шпальтах друкованих ЗМІ рівень компетентності чоловіків оцінюється журналістами дещо вище (+0,4), ніж рівень компетентності жінок (+0,35). У разі оцінювання притаманності гендерним образам ознак раціональної поведінки жінки визначені як представниці статі, для якої характерна більш раціональна поведінка порівняно зі статтю чоловічою. Загалом у вимірі двох ознак “компетентність – раціональність” образи і чоловіків, і жінок зображуються журналістами переважно як образи компетентних і раціональних осіб. Щоправда, чоловіки виглядають більш компетентними (+0,4), ніж раціональними (+0,29), тоді як жінки, навпаки, – більш раціональними (+0,8), ніж компетентними (+0,35) (див. рис. 4.3.3). Питання некомпетентності жінок найчастіше обговорюються у щоденних виданнях ЗМІ Львівської області та м. Києва, причому чим більш некомпетентною

виглядає жінка на шпальтах періодичних видань, тим негативнішими, як правило, зображуються соціальні ролі, які вона виконує.

Рис. 4.3.3. Міра компетентності та раціональності чоловіків і жінок за даними інтен-аналізу



Сексуальність. Питання асексуальності чоловіків і жінок авторами інформаційних матеріалів обговорюються порівняно рідко (лише у 5 публікаціях (0,2%) з усього масиву публікацій); зазвичай ідеться про вияви їхньої сексуальності. Характерно, що автори публікацій рідше акцентують увагу на сексуальності чоловіків (31 публікація, або 13%), ніж на сексуальності жінок (52 публікації, або 23%) (див. рис. 4.3.4). Разом із тим середні оцінки демонстрації журналістами притаманності ознак сексуальної поведінки образами чоловіків і жінок у друкованих ЗМІ майже однакові: сексуальність чоловіків за шкалою “асексуальність – сексуальність” дорівнює “+0,45”, жіночої – “+0,52”.

Таким чином, на шпальтах вітчизняної преси відсутня явна, а також латентна поляризація ролевих практик чоловіків і жінок. За даними інтен-аналізу, в друкованих матеріалах ЗМІ образи жінок представлені порівняно з образами чоловіків у розрізі дещо більш активних, моральних, сучасних та раціональних членів суспільства. Водночас образи чоловіків, презентовані в ЗМІ, характеризуються вищим рівнем компетентності, ніж образи жінок.

4.4. Стереотипні уявлення про жінок і чоловіків

Під час конструювання інструментарію проведення контент-аналізу було висунуто гіпотезу щодо наявності в сучасному вітчизняному дискурсі друкованих ЗМІ таких стереотипних конструкцій образу сучасної української жінки: жінка-мати, жінка-герой, жінка-лідер, жінка-порадниця, жінка-зłodій, жінка-зірка, жінка-спортсменка, жінка-активістка, жінка-красуня, жінка-професіонал, жінка-експерт, жінка-домогосподарка, жінка-політик, жінка-модниця, жінка-працівниця. В процесі роботи до цього переліку стереотипних конструкцій було додано стереотипи жінки-воїна, жінки-маргіналки, жінки, що має проблеми зі здоров’ям, жінки-сексуальної подружки (стереотипна конструкція якої є більш спрощеною і водночас виразнішою, а також поширенішою за стереотипну конструкцію жінки-красуні).

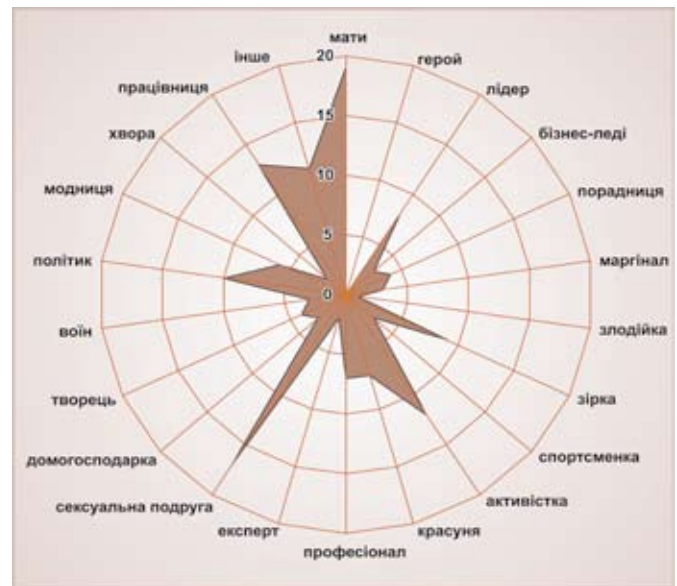
Гіпотези щодо змістовного наповнення стереотипних жіночих конструкцій були використані в дослідженні радше для пояснення і розгляду гендерної специфіки дискурсу, наявного в публікаціях друкованих ЗМІ, його якісних та структурних складових (яким чином відбувається реконструкція соціальних проблем та життєвих практик різних статей за допомогою залучення стереотипних конструкцій жіночих образів?), ніж для диференціації преференцій щодо актуалізації одних рольових жіночих перспектив і нівелювання інших.

Відібрані для вивчення стереотипні конструкції сприйняття сучасних українських жінок (21 стереотипна конструкція) увібрали в себе 84% публікацій (n = 194), незважаючи на стать головного об'єкта інформаційного матеріалу. З огляду на те, що жінка є головним об'єктом інформаційного повідомлення у 71% всього масиву одинок спостереження (n = 168), можна стверджувати, що стереотипні конструкції мислення щодо соціальної активності жінок широко використовуються вітчизняними публікаторами для зображення як специфіки образів жінок, так і специфіки гендерних аспектів сучасного життя.

Найпопулярнішими стереотипними конструкціями соціальних практик жінок у загальноукраїнських і регіональних друкованих ЗМІ, за результатами дослідження, є стереотипні образи та практики:

- **жінки-матері** (19%) – *“симпатична, кирпатенька молода жінка з великими круглими очима. Не так давно стала мамою. Час від часу викорчувала на подвір'я дитячий візочок із симпатичним кирпатеньким блакитнооком немовлям. Галинку свою любить якоюсь незвичайною Любов'ю. Не балує, ні. Дівча завжди чепурне. Крихітні суконьки, хоча й не нові, бо перешиті з маминих, випрасувані, підкрохмалені”;*
- **жінки-сексуальної подруги** (17%) – *“каждая уважающая себя женщина стремится быть для мужчин как можно более привлекательной. При этом некоторые преследуют вполне очевидную цель: заткнуть понравившегося представителя сильной половины человечества в постель, придумывая изощренные способы соблазнения”;*
- **жінки-працівниці** (13%) – *“скільки треба було працювати, щоб домогтися такого врожаю. Головне – все робити вчасно: і садити, і обрізати, і підживлювати. А полоття і обприскування взагалі нескінченні. Я хоч і ланковою була, виробляла таку ж норму, як інші. Коли збирали врожай, бувало, що й у дві години ночі додому поверталася. Так вийшло, що одного року мала аж тисячу трудоднів”, “Я вообще тип женщины-локомотива. К ним можно прикрепить десяток вагонов, и они все это будут тащить”;*
- **жінки-активістки** (12%) – *“даруйте за високі слова, але мені допомагає відчуття особливого жіночого покликання – допомогати найнужденнішому. На відміну від чоловіків, які у громадській діяльності прагнуть передусім публічності, своїм партійним обов'язком вважаю приїхати в маленьке містечко, зустрітися з відірваними від столичних вітрів однопартійцями, які важко і напружено працюють у бізнесі і на партійних теренах, підтримати їх, допомогти розв'язати проблеми і реалізувати проекти”;*
- **жінки-політика** (10%) – *“внешне тонкую и интеллигентную, но идущую в своих принципах до конца”, “чоловіча принциповість, помножена на жіночу надійність” (див. рис. 4.4.1).*

Рис. 4.4.1. Стереотипи жінки в друкованих ЗМІ, %



Результати дослідження дали змогу встановити наявність зв'язку між позиціонуванням соціальної поведінки жінок (із залученням уже названих стереотипних конструкцій) та наявністю в інформаційних матеріалах двох типів суджень. Одні з них наголошують існування гендерних відмінностей у суспільному житті, інші описують образ жінки через її психологічні особливості й моделі поведінки.

Стереотипні конструкції жінки як лідера, експерта, політика, домогосподарки, спортсменки, професіонала майже в усіх друкованих виданнях (80–100% публікацій) межують із судженнями, які наголошують існування гендерних проблем у публічній сфері сучасного українського суспільства, зорієнтовані на потребу реалізації принципу гендерної рівності в усіх сферах суспільного життя або, навпаки, демонструють специфічність жіночих практик у суспільному житті.

Окрім того, майже у кожному другому випадку аналіз стереотипних конструкцій образів жінки-експерта, жінки-лідера, жінки-політика, жінки-активістки та жінки-домогосподарки проводиться на тлі акцентування уваги на потребах захисту прав жінок, а також на потребах підтримки жінок у реалізації ними своїх можливостей соціальної активності в сучасному суспільстві:

“... жінка вирішує відповідальні домашні справи, самовіддано працює на підприємстві, іноді виконуючи аж ніяк не жіночу роботу. І дуже прикро, коли про потреби жінки згадують лише на свята, натомість швидко забувають у будні...”;

“Здається, що в усі часи жінки ламали життєві стереотипи, хоча про гендерну рівність не мали гадки. Вродливі, тендітні, витончені, ніжні – вони уміли не тільки бавити дитину, зачаровувати шляхетне товариство, жати у полі жито, а й командувати вояками, правити державою, підніматися до космічних зірок. І при цьому завжди перебувати на своєму місці...”;

“... женщины во всеуслышанье заявляли, что не хотят больше мириться с традиционной ролью, отведенной для них в патриархатном обществе. Не хотят ограничивать круг своих интересов пресловутыми «кухней – детьми – церковью». Женщины могут и должны

активно учасувать в жизни общества и государства – вот каким был изначальный смысл праздника 8 Марта”.

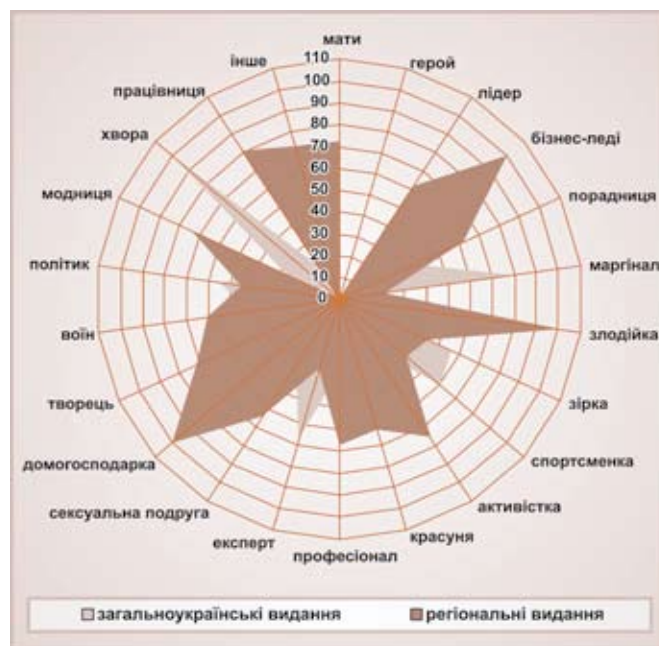
Найбільш традиційними і патріархатними у висвітленні стереотипних конструкцій щодо жінок виглядають інформаційні матеріали друкованих ЗМІ Житомирської області, оскільки в них найчастіше (порівняно із матеріалами інших друкованих ЗМІ) автори апелюють до образів жінки-матері та жінки-трудівниці. Характерно, що в аналізованих публікаціях ЗМІ Житомирської області фактично не було ідентифіковано жодного зображення образу жінки-професіонала (до речі, як і в публікаціях ЗМІ Київської області та АР Крим), тоді як ЗМІ Львівської та Донецької областей, а також м. Києва в інформаційних матеріалах представляють образ жінки-професіонала порівняно часто (див. табл. 4.4.1). Більш модерну стереотипну конструкцію образу жінки (жінка – сексуальна подруга, красуня, активістка, бізнес-леді) можна зустріти на шпальтах періодичних видань Одеської й Донецької областей та АР Крим.

Таблиця 4.4.1. Стереотипи образу жінки в регіональних друкованих виданнях

| Стереотип жінки | Регіональні друковані видання | | | | | | |
|--------------------|---|-------------------|------------------|-------------------|---------------------|------------------|---------------|
| | Львівська (N = 32) | Київська (N = 13) | Одеська (N = 12) | Донецька (N = 19) | Житомирська (N = 5) | АР Крим (N = 12) | Київ (N = 23) |
| | Наявність стереотипів в інформаційних матеріалах (кількість публікацій) | | | | | | |
| Мати | 6 | 5 | 3 | 2 | 3 | 1 | 6 |
| Герой | - | - | - | - | - | - | - |
| Лідер | 3 | 1 | 4 | - | - | - | 2 |
| Бізнес-леді | 2 | - | 2 | 1 | - | - | - |
| Порадниця | 1 | - | 1 | - | - | - | 3 |
| Маргінал | 1 | - | - | - | - | - | - |
| Злодійка | 1 | - | - | - | - | - | - |
| “Зірка” | 1 | - | 2 | 2 | - | - | 3 |
| Спортсменка | 1 | - | - | - | - | - | 1 |
| Активістка | 3 | 3 | 6 | 1 | - | 1 | 4 |
| Красуня | 1 | 1 | 3 | 2 | - | - | 1 |
| Професіонал | 3 | - | 1 | 3 | - | - | 3 |
| Експерт | - | - | - | - | - | - | 1 |
| Сексуальна подруга | 3 | 1 | 1 | 6 | - | 2 | 8 |
| Домогосподарка | 1 | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 |
| Творець | 2 | 1 | - | - | - | 1 | 1 |
| Воїн | 1 | - | 1 | - | - | - | 1 |
| Політик | 5 | 1 | - | 1 | - | - | 2 |
| Модниця | 4 | - | - | - | - | 3 | 1 |
| Хвора | - | - | - | - | - | - | - |
| Працівниця | 1 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 1 |
| Інше | 5 | 2 | - | 6 | 1 | 1 | 1 |

Стереотипний образ жінки-маргіналки, експерта, спортсменки та “зірки” активніше представлено у загальноукраїнських друкованих виданнях (див. рис. 4.4.2). На сторінках регіональних видань домінують стереотипні конструкції образу жінки-домогосподарки, жінки-працівниці, жінки-активістки, жінки-матері, жінки-модниці, жінки-творця.

Рис. 4.4.2. Стереотипи жінки у загальноукраїнських і регіональних друкованих виданнях, % публікацій



При цьому регіональні ЗМІ частіше, ніж загальноукраїнські, використовують у публікаціях стереотипні конструкції образів жінок, побудовані на основі специфіки їх соціальної поведінки. Характерно також, що автори інформаційних матеріалів намагаються презентувати певну соціальну, політичну чи економічну проблему крізь призму (або за допомогою) стереотипного образу жінки, використовуючи узагальнений образ жінки як наочні приклади, уточнення чи джерела отримання інформації. Скажімо, аналіз соціально-політичних проблем суспільства здійснюється з використанням стереотипу жінки-політика; медичних проблем здоров'я населення – з використанням образу хворої жінки; тенденції подій і розвитку культурного життя суспільства – із залученням стереотипу жінки-модниці. Таким чином можна пояснити домінування певних стереотипних конструкцій, зокрема образу жінки, що має проблеми зі здоров'ям, жінки-експерта, жінки-маргіналки та жінки-політика, переважно у загальноукраїнській пресі.

У межах тематичної спрямованості інформаційного матеріалу стереотипні конструкції образів жінок найчастіше використовують так: *медична сфера*: образ жінки-сексуальної подруги та жінки, що має проблеми зі здоров'ям; *політична сфера*: жінка-політик, *економічна сфера*: жінка-трудівниця; *сфера освіти та управління*: жінка-активістка; *соціальна сфера*: жінка-мати; *кримінальна сфера*: жінка-маргіналка; *розважальна сфера*: жінка – сексуальна подруга.

Досить часто в публікаціях автори звертаються до певного абстрактного образу жінки, співвідносячи його з певною країною, населеним пунктом, організацією чи установою, родиною. Наприклад, використання ЗМІ стереотипної конструкції образу жінки-сексуальної подруги здебільшого відбувається внаслідок впливу закордонних фільмів, в яких головний акцент робиться на зовнішньому вигляді жінки (див. табл. 4.4.2, стовпчик “інша країна”). Ось один із прикладів такого подання

образу: *“Лучший способ обольстить мужчину – это надеть туфли на высоких каблуках, тесные джинсы и обтягивающую футболку”.*

На особистісному та персоналізованому рівнях образ жінки-сексуальної подруги виявляється значно рідше; тут найповніше використовуються стереотипні уявлення про жінку-лідера, бізнес-леді, жінку-спортсменку, жінку-“зірку”, жінку-експерта. Не надто поширене зображення образів жінок у контексті конкретних регіонів, населених пунктів, соціальних інституцій, що свідчить про низький рівень уваги журналістів до поширення різних соціальних ролей жінок на цих рівнях.

Таблиця 4.4.2. Стереотип жінки у загальноукраїнських та регіональних друкованих виданнях

| Стереотип жінки | Локалізація стереотипних уявлень про жінку в інформаційних матеріалах | | | | | | |
|--------------------|---|-------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------|-----------------|----------------|
| | Інша країна (n = 64) | Україна (n = 116) | Регіон, область (n = 37) | Населений пункт (n = 29) | Інституція (n = 22) | Родина (n = 29) | Особа (n = 99) |
| Мати | 19 | 74 | 9 | 4 | 3 | 8 | 44 |
| Лідер | 36 | 51 | 9 | 6 | 3 | 4 | 58 |
| Бізнес-леді | 38 | 46 | - | - | - | 6 | 79 |
| Порадниця | 48 | 58 | 5 | - | 3 | 7 | 62 |
| Маргіналка | - | 70 | 22 | 6 | 4 | 6 | 20 |
| Злодійка | - | 116 | - | - | - | 29 | 99 |
| Зірка | 28 | 38 | 4 | 3 | 1 | 3 | 66 |
| Спортсменка | 38 | 46 | - | - | - | 6 | 79 |
| Активістка | 19 | 73 | 17 | 12 | 7 | 6 | 54 |
| Красуня | 29 | 63 | 9 | 7 | 2 | 5 | 46 |
| Професіонал | 34 | 78 | 7 | 8 | 4 | 6 | 52 |
| Експерт | 43 | 38 | - | - | - | - | 99 |
| Сексуальна подруга | 35 | 38 | 4 | 2 | - | 1 | 42 |
| Домогосподарка | 38 | 93 | 7 | 6 | - | 6 | 59 |
| Творець | 9 | 116 | 16 | 8 | 3 | 8 | 85 |
| Воїн | 13 | 23 | 15 | 6 | 9 | - | 40 |
| Політик | 26 | 81 | 2 | 3 | 4 | 6 | 59 |
| Модниця | 18 | 85 | - | - | 2 | - | 54 |
| Хвора | - | 87 | - | - | 6 | 7 | 25 |
| Працівниця | 17 | 75 | 9 | 9 | 3 | 4 | 50 |
| Інше | 23 | 85 | 9 | 7 | 1 | 4 | 37 |

Привертає увагу міра конструктивності інформаційних матеріалів щодо гендерної проблематики. Представлення стереотипних образів жінки відбувається на середньому рівні конструктивності, але все одно він є вищим порівняно із ситуаціями, коли героями публікацій виступають чоловіки. Загалом рівень конструктивності інформаційних матеріалів щодо гендерної проблематики вимірювався на підставі наявності оцінок, думок, конструктивних пропозицій з боку журналістів і тих, у кого вони беруть інтерв'ю. Це, як правило, узагальнювальні судження такого змісту й характеру:

“В Україні ще треба виховувати жінку-політика. Вона має бути м'якою, але не поступливою і невідступною в принципових питаннях”; гендерна політика “має стати однією з підвалин нашого суспільства. Та починати треба з себе: усвідомити власне духовне призначення, прагнути виявити благородне єство в усьому, чого торкаються розум і душа”;

“Гендерне питання, як на мене (М.Семесюк, художниця), нині особливо на часі. Хочеться, аби більше сильних, вольових і розумних жінок прийшли у владні структури, обійняли ключові пости. Адже наші сучасниці генетично запрограмовані так, що серцем сприймають світ. Мають високий потенціал мудрості і добра”;

“Чесно кажучи, вважаю (І.Мариніна, директор будинку побуту) найбільшим покликанням жінки – бути матір'ю, господинею, дружиною. Втім, досвідчена, грамотна жінка може бути і чудовим керівником, не гіршим за чоловіка та, як на мене, кожна мріє мати поруч сильного, розумного, доброго, одне слово – справжнього товариша, надійну опору в житті”;

“...стосовно гендерної політики, то я впевнена (Р.Іванцова, директор фірми), що коли б до влади прийшли жінки, давно у світі запанували б спокій, добробут і мир. Адже жінка – передусім Мати, а жодна Мати не хоче, щоб її дітям було погано”.

Більшість стереотипних конструкцій образів жінки-воїна, жінки-професіонала, жінки-активістки, жінки-“зірки”, жінки-лідера, жінки-матері, жінки-спортсменки, жінки – бізнес-леді, жінки-домогосподарки, жінки-красуні, жінки-порадниця, жінки-експерта, жінки-політика, жінки-модниці та жінки-працівниці автори інформаційних матеріалів розглядають крізь призму позитивних соціальних ролей. Як підтвердження наведемо кілька цитат з інформаційних матеріалів, присвячених жінці-воїну:

“Служба в армії легкою не буває. Цю прописну істину знає кожен, ... ратне діло за всіх часів та народів було привілеєм сильної половини людства, ... але життя тече немов річка, все змінюється і увітти сучасні Збройні сили без представниць слабкої і прекрасної статі стало просто неможливо. Сьогодні практично в кожній військовій частині працюють жінки, які виконують безліч всілякої роботи, а іноді саме на їхні ніжні плечі у повному обсязі лягають щоденні армійські труднощі”;

“... життя Тетяни Петрівни Паламарчук із армією пов'язане ось вже 18 років”;

“«Наша Тетяна і на полігоні завжди серед кращих, і під час виконання своїх професійних обов'язків у колективі є лідером», – кажуть про неї її нинішні колеги...”;

“...за невеликий відрізок часу ця жінка змогла завоювати високий авторитет і довіру, показала себе не тільки чуйним, а й сумлінним офіцером”.

Проте не всі образи жінок, позиціонування яких супроводжується використанням стереотипних гендерних уявлень, зображені авторами інформаційних матеріалів позитивно та збалансовано. Зокрема, у більшості випадків (65% публікацій) продукування стереотипу жінки-політика відбувається з домінуванням негативних і дискримінаційних тверджень, метафор та порівнянь:

“Жінка та політика – особи однієї статі. Обидві привабливі та підступні. Обидві багато обіцяють і не завжди виконують”;

“...«безтабуована» Ольга Герасим'юк...”;

“... «дикотанцююча» Руслана...”;

“... «саможертвна» Л.Григорович...”;

“...пані Оксана є доволі ініціативною жінкою, проте ця ініціатива не завжди доречна та в міру дозована...”;

“... в першу десятку комуністичного переліку таки затесалося двійко жінок...”;

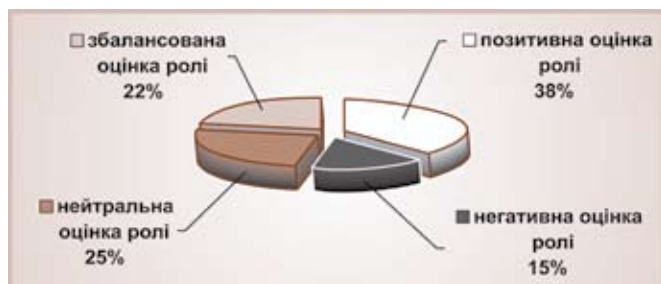
“... регіоналки «в законі»...”;

“Ю.Тимошенко провадить свою політику жорстко, зовсім не по-жіночому, проте знає, коли треба і «сльозу пустити»...”;

“...якби проводити конкурс «леді бюджет», Л.Супрун стовідсотково здобула б лаври переможниці ... Пані Супрун належить до тих жінок, які «хоч у вогонь, хоч у воду»”.

Найбільш негативно сприймаються і оцінюються журналістами соціальні ролі, пов'язані з образами жінок-злодіїв та жінок-маргіналок. Водночас зображення образу жінки-сексуальної подружки виглядає більш різноманітним (див. рис. 4.4.3).

Рис. 4.4.3. Оцінка ролі жінки в стереотипі жінка-сексуальна подруга



Одночасне зображення в інформаційних матеріалах образів чоловіків і жінок не призводить автоматично до нівелювання соціальних ролей одних чи інших. Так, зображення образів жінки-воїна, жінки-“зірки”, жінки – бізнес-леді, жінки-матері, жінки-домогосподарки, жінки-лідера, жінки-професіонала, жінки-трудівниці відбувається паралельно із зображенням конструктивного характеру соціальної активності та соціальних ролей чоловіків. При продукуванні образів жінки-модниці, жінки-політика, жінки-сексуальної подруги, жінки-активістки та жінки-порадниці зображення авторами публікацій соціальних ролей чоловіків нерідко мають деструктивний характер.

Гендерні протиставлення, актуалізовані з боку героїв інформаційних матеріалів, на шпальтах друкованих видань зустрічаються досить рідко, проте іноді вони мають вельми саркастичний характер: *“Де збираються жінки, чути голос Віки: – та усі чоловіки – брехуни, базіки! І найкращий приклад ось, подруги рум'яні: скільки їх мені клялось у палкім коханні? І Юхим, і Костянтин, І Дмитро, і Яків ... А одружився лише один, та і той ... ніякий!”* Іноді за такими висловлюваннями криється суттєвий за значущістю та змістом конфлікт між чоловіком і жінкою.

За наявності в інформаційному матеріалі суджень на кшталт: *“чи чоловік, чи жінка – не має суттєвого значення”*, найімовірніше йдеться про образи жінки-воїна, жінки-підприємця та жінки-хворої. При цьому авторами публікацій застосовується як порівняльний аналіз (наприклад, воїн-жінка і воїн-чоловік), так і певне поєднання абстрактних характеристик без жодної гендерної ідентифікації. У другому випадку мова йде про певні стереотипні уявлення та оцінні судження, які, в принципі, ведуть до нівелювання ролі кожної зі статей.

Подання та опис соціальної активності українських жінок у вітчизняній пресі майже завжди відбувається через репрезентацію їхньої статі, віку або сімейного стану, що дуже відрізняє образи жінок від подання образів чоловіків:

“Ольга Романівна Граждан – жінка за вдачею непосидюча. Хтось, можливо, у 62 роки і вважає, що все найкраще в житті вже скінчилося. Ї сидить собі тихо, але не вона...”;

“... мова, як ви вже здогадалися, піде про двох жінок постреволюційного періоду – Тимошенко й Семенюк. Обидві, хоч і недовго, працювали в одній команді...”;

“Ця унікальна жінка зробила стрімку кар'єру. За радянських часів вона входила до вищих ешелонів влади, була дружиною високопосадовця...”

“...хранитель львівських скарбів, ушлявлений музейник, Герой України намагається врятувати замки від приватизації, знайти в Україні рештки хоча б одного з гетьманів і створити хоч один музей сучасного мистецтва...” [Йдеться про чоловіка. – Авт.].

Образи жінок – об'єктів публікацій, що використовуються українськими журналістами часом як еталонні зразки, часто супроводжуються акцентованими твердженнями про можливість і результативність життєвих практик, здійснюваних самостійно (вперше в житті, залежно від ситуації, без сподівань на успіх, незважаючи на усталені норми, традиції й очікування з боку оточення). Такі стереотипні конструкції жіночої поведінки, представлені у ЗМІ, зазвичай підкріплюються зверненнями авторів інформаційних матеріалів до конкретних характеристик: активності, дбайливості, емоційності, енергійності, інтелектуальності, кмітливості, компетентності, наполегливості, ніжності, поступливості, привабливості, професіоналізму, рішучості, самостійності, творчості, чуйності тощо.

Таким чином:

- У більшості публікацій вітчизняних друкованих ЗМІ головним об'єктом інформаційного повідомлення є жінка (71% проаналізованих публікацій). Найпопулярнішими стереотипними конструкціями соціальних практик жінок, які зображуються як у загальноукраїнських, так і в регіональних друкованих ЗМІ, є стереотипні образи жінки-матері; жінки-сексуальної подруги; жінки-трудівниці; жінки-активістки та жінки-політика.
- Існує зв'язок між змістом стереотипних конструкцій образу жінки та їхніми стандартизованими тематичними нішами на шпальтах друкованих видань. Тематична спрямованість інформації зумовлює змістовні типи стереотипних гендерних конструкцій, що

використовуються публікаторами: медична сфера – образ жінки–сексуальної подружки та жінки, що має проблеми зі здоров'ям; політична сфера – жінка-політик, економічна сфера – жінка-трудівниця; сфера освіти та управління – жінка-активістка; соціальна сфера – жінка-мати; кримінальна сфера – жінка-маргіналка; розважальна сфера – жінка–сексуальна подружка тощо.

- Подання стереотипних образів жінки відбувається на середньому рівні конструктивності, але все одно він є вищим порівняно із ситуаціями, коли героями публікацій виступають чоловіки. Гендерні протиставлення, актуалізовані з боку героїв інформаційних матеріалів, на сторінках друкованих видань трапляються досить рідко, часом вони мають саркастичний характер, приховуючи справжню сутність конфлікту між чоловіком і жінкою.
- Одночасне зображення в інформаційних матеріалах образів чоловіків і жінок не призводить автоматично до нівелювання соціальних ролей одних чи інших. Так, зображення образів жінки-воїна, жінки-“зірки”, жінки – бізнес-леді, жінки-матері, жінки-домогосподарки, жінки-лідера, жінки-професіонала, жінки-трудівниці відбувається паралельно із зображенням конструктивного характеру соціальної активності та соціальних ролей чоловіків. При продукуванні образів жінки-модниці, жінки-політика, жінки–сексуальної подружки, жінки-активістки та жінки–порадниці зображення авторами публікацій соціальних ролей чоловіків нерідко мають деструктивний характер.
- Подання та опис соціальної активності українських жінок у вітчизняній пресі майже завжди відбувається через репрезентацію їхньої статі, віку або сімейного стану, що дуже відрізняє їх від подання образів чоловіків, які подаються переважно через критерії професійності й майстерності.
- Стереотипні конструкції та уявлення при описі чоловічих життєвих практик, на відміну від жіночих, журналісти використовують менш активно. Зважаючи на застосовану вище класифікацію стереотипних уявлень стосовно жінок, такі стереотипні конструкції щодо узагальнення чоловічих сучасних образів доволі часто мають місце на шпальтах друкованих видань – чоловіка-батька, бізнесмена, маргінала, зірки, спортсмена, красеня, професіонала, експерта, сексуального друга (партнера), творця, політика, хворого і працівника, натомість такі бажані як чоловіка-героя, лідера, активіста, воїна практично відсутні.

4.5. Специфіка характеристик жінок і чоловіків на шпальтах друкованих видань

Зв'язок між соціально-психологічними рисами жінки та змістовою специфікою стереотипних конструкцій образів жінок на шпальтах друкованих видань є доволі природним, комплексним і пропорційним, таким, що навіть підкреслює національні особливості жінки. Наприклад, при побудові образу жінки-красуні автори

інформаційних матеріалів використовують такі риси, як активність, краса, пасивність, привабливість, споглядальність, м'якість, емоційність, самовпевненість, розум, наполегливість, творчість, покірність, боязкість, енергійність, залежність, професійність, заповзятливість, порядність, рішучість, самостійність, багатство, сміливість, інтелектуальність, компетентність, ніжність, дбайливість, чуйність, кмітливість, упевненість.

Утім, при зображенні образу жінки-майстрині використовують характеристики з дещо іншого переліку: заповзятливість, споглядальність, творчість, м'якість, чуйність, поступливість, ніжність, самостійність, порядність, емоційність, професійність, наполегливість, честолюбство, терпимість, активність, краса, енергійність, дбайливість, інтелектуальність, компетентність, привабливість, рішучість, сміливість.

Загалом можна сказати, що образи жінок у друкованих виданнях ЗМІ є здебільшого багатограними, комплексними, не вимірюваними суто домінуючим змістом стереотипу, що склався саме стосовно цього образу. Часом навіть в одній публікації можна знайти низку характеристик, що описують конкретну жінку:

“Жінкою з божою іскрою в серці називають волиняни члена Народної спілки майстрів народного мистецтва України, заслуженого майстра народної творчості Марію Василівну Кравчук із села Тулічів Гурійського району...”;

“Мало кому відома раніше сільська вчителька ... не тільки відродила в своєму краї призабутий вид мистецтва соломотворення, а й заявила про себе на повен голос”;

“... мріє створити школу та музей соломникарства...”;

“... привітна, життєрадісна...”;

“... клопочеться домашньою господаркою...”;

“... радіє кожній квіточці, грибочку, ягідці, комасі, пташці, сніжинці...”;

“...в усьому, що її оточувало, знаходила образи своїх майбутніх робіт...”;

“... досягти творчого злету, знайти своє продовження в дітях і повторитися в онуках-правнуках...”;

Такі характерологічні особливості та соціальні характеристики, як упевненість, честолюбство, професійність, рішучість, розум, самостійність, сміливість, спритність, інтелектуальність, кмітливість, компетентність у сучасній пресі більшою мірою стосуються жінок, ніж чоловіків. Водночас традиційно притаманні жінкам характеристики – дбайливість, емоційність, енергійність, заповзятливість, врода, м'якість, наполегливість, ніжність, пасивність, покірність, поступливість, порядність, привабливість, терпимість, творчість, чуйність сьогодні залишаються в арсеналі рис, що притаманні більшою мірою жінкам, ніж чоловікам.

Проте в публікаціях простежується тенденція зображення журналістами образів чоловіків через опис рис характеру, які раніше вважалися характерними для жінок (зокрема, боязкість і залежність), поєднуючи їх із рисами агресивності й активності. Разом із тим залишається специфічним у висвітленні образів чоловіків на шпальтах ЗМІ те, що їхні провідні характеристики зорієнтовані на соціально-економічну сферу: багатство, змагальність,

логічність, самовпевненість, споглядальність (див. табл. 4.5.1).

Таблиця 4.5.1. Характеристики чоловіків і жінок у друкованих виданнях

| Характеристики гендерного образу | Об'єкти публікації, % | |
|----------------------------------|--------------------------|--------------------|
| | Чоловіки (n = 100) | Жінки (n = 198) |
| Агресивність | 6 | 6 |
| Активність | 51 | 52 |
| Боязкість | 7 | 5 |
| Багатство | 11 | 6 |
| Врода | 12 | 23 |
| Дбайливість | 18 | 20 |
| Емоційність | 12 | 18 |
| Енергійність | 23 | 29 |
| Залежність | 11 | 10 |
| Заповзятливість | 11 | 13 |
| Змагальність | 9 | 7 |
| Інтелектуальність | 9 | 17 |
| Кмітливість | 6 | 13 |
| Компетентність | 12 | 19 |
| Логічність | 3 | 1 |
| М'якість | 2 | 4 |
| Наполегливість | 9 | 15 |
| Ніжність | 5 | 10 |
| Пасивність | 4 | 5 |
| Покірність | 4 | 5 |
| Поступливість | 3 | 6 |
| Порядність | 8 | 12 |
| Привабливість | 8 | 16 |
| Професійність | 18 | 31 |
| Рішучість | 12 | 19 |
| Розум | 9 | 13 |
| Самовпевненість | 13 | 4 |
| Самостійність | 6 | 13 |
| Сміливість | 8 | 19 |
| Споглядальність | 6 | 4 |
| Спритність | 5 | 6 |
| Творчість | 6 | 12 |
| Терпимість | 3 | 10 |
| Упевненість | 11 | 18 |
| Честолобство | 6 | 10 |
| Чуйність | 10 | 13 |

Примітка: у підсумку не маємо 100%, позаяк можна було закодувати кілька варіантів відповіді на це запитання.

Дискурс щодо зміни характерологічних особливостей чоловіків та жінок за сучасних умов розгортається безпосередньо на шпальтах як загальноукраїнських, так і регіональних друкованих видань:

“В Києве под патронатом одного из благотворительных фондов собираются открыть приют для мужчин, подвергшихся унижениям со стороны собственных жен. ... Многие мужчины так же болезненно переживают оскорбления и унижения, как и женщины. Особенно в тех случаях, когда их унижают их же собственные половинки...”;

“Наши мужчины стали такими сентиментальными и влюбляются чаще женщин, ... женщины приобретают мужские черты, становятся активными, зарабатывают деньги, ... соответственно ... мужчины приобретают женские черты. Они становятся более нежными, нерешительными, семейными. Если в прошлом веке для девушки было самое главное – удачно выйти замуж, то теперь этот поведенческий стереотип предлагается мальчикам, ... современная женщина может самореализоваться и у нее повышены требования. Женщина хочет как минимум равного себе. А мужчины сейчас регрессируют, сильных остается все меньше”.

Водночас в інших публікаціях автори акцентують увагу на тому, що сучасні жінки здебільшого мріють про традиційні стосунки та маскуліні характерологічні особливості чоловіків-партнерів, хоча й ставляться з розумінням до оновлених і навіть видозмінених соціальних стосунків і практик поведінки:

“В женщине всю жизнь враждуют два основных инстинкта, условно назовем их «денежный» и «сексуальный». Суть первого: женщины, еще со времен наших предков, старались получить от мужчины как можно больше ресурсов. А наши инстинкты, к сожалению, с первобытных времен почти не изменились. Поэтому современные женщины тоже стараются найти богатого мужчину, который бы ее обеспечивал. И был при этом достаточно добрым и щедрым, чтобы захотеть поделиться этим богатством с ней.”

“... І свобода, і незалежність дуже важко даються жінкам. Адже за своєю суттю – це чоловічий тягар. І якщо жінка є сильною, то поряд з нею обов'язково слабкий чоловік. Бо мусить бути причина, стимул до того, який змушує жінку ставати на такий шлях. Жінка від народження є «слабкою» половиною чоловічого єства. Жінка хоче бути впевненою у чоловічій силі, хоче відчувати підтримку та опіку з чоловічого боку. На жаль, тепер не такий час. І жінки мусять бути мужніми. І у цьому, до речі, також їхній героїзм. Жінки – героїні сьогодення”.

Результати дослідження показують, що існують певні регіональні особливості акцентування журналістами уваги на специфічних рисах характеру чоловіків і жінок. Так, на шпальтах друкованих видань ЗМІ серед рис характеру, притаманних більшою мірою чоловікам, ніж жінкам, найчастіше зображуються:

- Львівська область – активність, рішучість, енергійність, компетентність;
- Донецька область – активність, енергійність і компетентність;
- Житомирська область – залежність, емоційність, боязкість, сміливість, поступливість, покірність;
- Київська область – активність й емоційність;
- АР Крим – активність й енергійність.

Разом із тим регіональні особливості зображення основних рис характеру, притаманних більшою мірою жінкам, ніж чоловікам, виявляються в такому:

- Львівська область – активність і професійність;
- Київська область – активність і чуйність;
- Одеська область – активність і професійність;
- Донецька область – активність й енергійність;
- Житомирська область – активність, енергійність, розум, упевненість, честолобство, чуйність;
- АР Крим – активність, врода;
- м. Київ – емоційність й активність.

Таким чином:

- Образи жінок у друкованих виданнях ЗМІ сьогодні є здебільшого багатограними, комплексними, які не обмежуються стислим переліком рис характеру, що приписуються тому чи іншому стереотипу. Такі соціально значущі психологічні характеристики, як упевненість, честюлюбство, професійність, рішучість, розум, самостійність, сміливість, спритність, інтелектуальність, кмітливості, компетентність тощо в сучасній пресі трапляються в аналізі ролі жінок так само часто, як і в аналізі ролі чоловіків.
- Водночас залишається актуальною тенденція до деперсоналізованого висвітлення жінки в друкованих ЗМІ, причому увага акцентується переважно на характеристиках, що вважаються традиційно притаманними більшою мірою жінкам, ніж чоловікам: дбайливості, емоційності, енергійності, заповзятливості, вроді, м'якості, наполегливості, ніжності, пасивності, покірності, поступливості, привабливості, терпимості, чуйності тощо.
- Чоловіків у інформаційних матеріалах ЗМІ також досить часто висвітлюють деперсоналізовано. Специфіка висвітлення їхньої ролі в суспільстві полягає в тому, що провідні характеристики чоловіків зорієнтовані на соціально-економічну сферу: багатство, змагальність, логічність, самовпевненість, споглядальність. Разом із тим у публікаціях загальноукраїнських і регіональних ЗМІ сьогодні простежується тенденція щодо висвітлення чоловіків як осіб, для яких характерна (як і для жінок) боязкість і залежність, хоча провідними характеристиками вважаються активність й енергійність.

ВИСНОВКИ до розділу 4

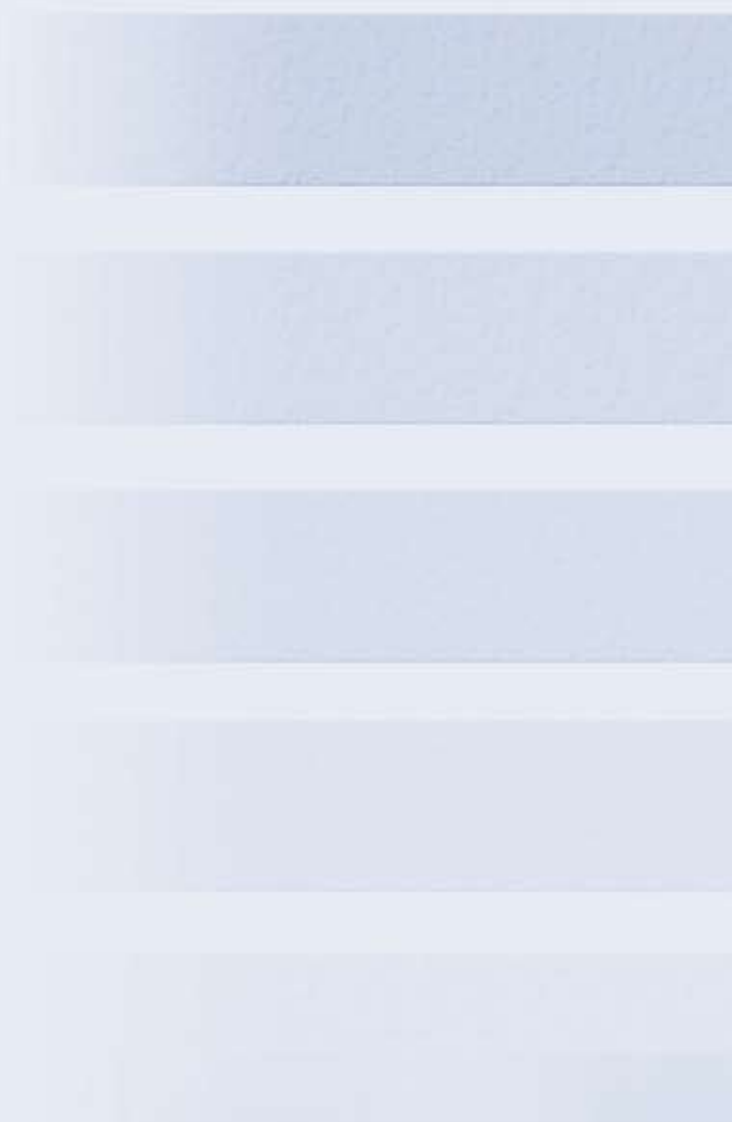
- Інформаційні матеріали друкованих видань вітчизняних ЗМІ, що висвітлюють питання гендерних відносин, характеризуються відносною сталістю їх розміщення: як правило, вони локалізуються всередині друкованого видання, переважно з другої по шосту сторінку. Більшість інформаційних матеріалів із гендерними контекстами "вбудовані" в соціальну тематику публікацій, хоча доволі популярними є такі включення до розважальної, політичної та медичної тем. Найчастіше при викладенні інформаційних матеріалів увага на гендерних питаннях акцентується в головній меті повідомлення і значно рідше – у тезах-аргументах, описі, оцінках та аналізі, що свідчить про сприйняття журналістами й редакторами питань гендерної рівності як важливої складової розвитку сучасного суспільства. Зважаючи на середнє значення рангу інформаційного матеріалу та середнє значення сторінки, на якій розміщено публікації гендерного характеру, гендерний дискурс (з числа досліджуваних областей) найбільш актуалізований в Одеській області та АР Крим, а найменше – у Львівській, Київській та Житомирській областях.
- Гендерна проблематика представлена у різних за жанром, характером періодичності й регіональної локалізації друкованих виданнях. У більшості випадків гендерні проблеми обговорюються відкрито, хоча є публікації, де вони простежуються як латентні, приховані в основному матеріалі. Увага більшості інформаційних матеріалів, що мають гендерний контекст, зосереджена на подіях і процесах сьогодення. Гендерні рефлексії в минуле чи майбутнє найбільш характерні для друкованих видань Львівської області, загальноукраїнських видань та щотижневиків.
- Особливості інтенційної спрямованості публікацій полягають у тому, що зображення образів чоловіків – героїв інформаційних матеріалів, порівняно з відповідними образами жінок, проводиться обережніше, нерідко з виявленням нечіткого ставлення до досліджуваної теми, наявної ситуації, діючих осіб тощо. Значною мірою це пов'язане з тим, що в публікаціях значно частіше йдеться про абстрактний образ чоловіка, ніж про конкретну особу. Водночас зображення абстрактного образу жінки (або жіноцтва) в публікаціях майже не відрізняється від артикуляцій стосовно до конкретної жінки – об'єкта публікації. Незначна різниця полягає у прагненні журналістів висвітлити проблемний сенс гендерного контексту, коли мова йде про "живий" жіночий образ.
- У більшості матеріалів простежується конкретизація гендерної проблематики, причому із вираженою специфікою образів чоловіків і жінок. При цьому аналіз взаємовідносин між чоловіком і жінкою здійснюється переважно у трьох напрямках: 1) репрезентація взаємної виключності чоловіків і жінок; 2) підкреслення існування більш-менш значних відмінностей між ними; 3) доведення повної тотожності та взаємозамінності чоловіків і жінок. Серед загального числа аналізованих матеріалів взаємна виключність чоловіків і жінок найчастіше презентується на шпальтах столичних видань; їхні відмінності – на шпальтах друкованих видань Львівської області; тотожність та взаємозамінність чоловіків і жінок – на сторінках друкованих видань АР Крим. Узагальнені судження авторів інформаційних матеріалів у чверті публікацій базуються на твердженнях, що жінка має більший соціальний потенціал, ніж чоловік; а в кожній шостій-сьомій публікації, навпаки, гендерні терези були на боці чоловічої статі.
- Зазвичай регіональні видання дотримуються більш патріархатних поглядів на природу та соціальну роль жінок, ніж загальноукраїнські. Про це свідчить той факт, що в регіональній пресі зосереджено близько 85% матеріалів, які безперечно підтримують сприйняття чоловіка як звичайної людини, а жінки – як деякої специфічної "істоти". Подібні судження в публікаціях здебільшого розглядаються в напрямках: гендерні відносини і влада (26%); проблеми соціально-трудових відносин (28%); проблеми сімейного та родинного життя (36%); гендерні аспекти сфер культури, освіти, науки і спорту (27%); сексуальна поведінка в гендерному контексті (27%); меншою мірою – гендерний імідж політичних організацій (5%).
- Міркування у публікаціях щодо меншовартості жінки та її специфічної природи найчастіше пов'язуються з наявністю в публікаціях суджень, які розглядають гендер у трьох напрямках: а) як засаду соціальної

стратифікації; б) як вияв відмінностей у публічній та приватній сферах; в) як вияв особливостей відчуття щастя за ґендерними ознаками. Привертає увагу спосіб подання ідей, спрямованих на захист жінок: по-перше, вони подаються переважно в контексті проблем сімейного та родинного життя або ж проблем чи розвитку окремих суспільних сфер: культури, освіти, науки і спорту; по-друге, судження, спрямовані на захист прав жінок, як правило, супроводжуються твердженнями про наявність значного соціального потенціалу жінок, який не використовується повною мірою.

- У більшості публікацій вітчизняних друкованих ЗМІ головним об'єктом інформаційного повідомлення є жінка (71% проаналізованих публікацій). Найпопулярнішими стереотипними конструкціями соціальних практик жінок, які зображуються як у загальноукраїнських, так і в регіональних друкованих ЗМІ, є стереотипні образи жінки-матері; жінки-сексуальної подружки; жінки-трудівниці; жінки-активістки та жінки-політика. Представлення стереотипних образів жінки відбувається на середньому рівні конструктивності, але все одно він є вищим порівняно із ситуаціями, коли героями публікацій виступають чоловіки. Ґендерні протиставлення, актуалізовані з боку героїв інформаційних матеріалів, на сторінках друкованих видань трапляються досить рідко, часом вони мають саркастичний характер, приховуючи наявні ситуаційні конфлікти між чоловіком і жінкою.
- Одночасне зображення в інформаційних матеріалах образів чоловіків і жінок не призводить автоматично до нівелювання соціальних ролей одних чи інших. Так, зображення образів жінки-воїна, жінки-“зірки”, жінки-бізнес-леді, жінки-матері, жінки-домогосподарки, жінки-лідера, жінки-професіонала, жінки-трудівниці відбувається паралельно із зображенням конструктивного характеру соціальної активності та соціальних ролей чоловіків. При продукуванні образів жінки-модниці, жінки-політика, жінки—сексуальної подружки, жінки-активістки та жінки-порадниці зображення авторами публікацій соціальних ролей чоловіків нерідко мають деструктивний характер.
- Специфіка поширення ґендерних стереотипів в інформаційному просторі друкованих ЗМІ полягає в тому, що вони продовжують відтворювати ієрархію ґендерної нерівності, яка існує в українському суспільстві. Передусім це виявляється в домінуванні деперсоналізованого (абстрактного) висвітлення

чоловіків, тоді як жінок представляють переважно персоналізовано. Водночас персоналізоване подання жінки презентується через категорії статі, віку чи сімейного стану, тоді як персоналізована презентація чоловіка супроводжується, першою чергою, представленням його імені, професії та професійних характеристик. Окрім того, провідні характеристики чоловіків, що зустрічаються в публікаціях, зорієнтовані насамперед на соціально-економічну сферу: багатство, змагальність, логічність, самовпевненість, споглядальність. Разом із тим у публікаціях загальноукраїнських і регіональних ЗМІ сьогодні простежується тенденція висвітлення чоловіків як осіб, для яких характерна (як і для жінок) боязкість і залежність, хоча провідними характеристиками вважаються активність й енергійність.

- Образи жінок у друкованих виданнях ЗМІ сьогодні є здебільшого багатограними, комплексними, які не обмежуються стислим переліком рис характеру, що приписуються тому чи тому стереотипу. Такі соціально значущі психологічні характеристики, як упевненість, честолюбство, професійність, рішучість, розум, самостійність, сміливість, спритність, інтелектуальність, кмітливність, компетентність тощо в сучасній пресі зустрічаються при висвітленні ролі жінок так само часто, як і при висвітленні ролі чоловіків.
- Серед найбільш активно поширюваних ґендерних стереотипних уявлень у друкованих ЗМІ образи жінки-політика та жінки-сексуальної подружки є найскладнішими, зважаючи на домінування ситуативного характеру їхнього оцінювання з боку журналістів. Жіночі образи, які позиціюються крізь призму цих стереотипних конструкцій, найбільшою мірою страждають від сексизму та принизливого ставлення до них з боку журналістської спільноти. Проте слід наголосити зародження іншого напрямку ґендерного дискурсу, спрямованого на нівелювання негативних думок та оцінок, зокрема стосовно жінок-політиків.
- Активізація дискурсу щодо подолання нібито бажаної ґендерної дихотомії між чоловічою та жіночою статтю, втрата чоловічою статтю таких характерних рис як активність, змагальність, рішучість, сміливість та інших суто маскулітних рис, дає підстави говорити про наявність на шпальтах друкованих ЗМІ завуальованих ґендерних стереотипів, які не дають змоги чоловікові бути емоційним, вимагають від нього багатовекторної успішності й максимальної сексуальної активності.



Розділ 5

**АНАЛІЗ БАЗ ДАНИХ
СОЦІОЛОГІЧНОГО МОНІТОРИНГУ
ІНСТИТУТУ СОЦІОЛОГІЇ
НАН УКРАЇНИ 2002–2006 РОКІВ
ПІД ҐЕНДЕРНИМ КУТОМ ЗОРУ**



Вивчення гендерних стереотипів та ставлення громадськості до гендерних проблем було виконане в емпіричному аналізі даних за 2002–2006 роки моніторингу Інституту соціології НАНУ. Було оцінено відмінності в загальних уявленнях стосовно основних сфер життя та динаміку змін цих уявлень. Опитування проводили за методом самозаповнення анкет у такі терміни⁶⁷:

- ✓ Лютий–березень 2002 року – 1799 осіб;
- ✓ Лютий 2004 року – 1800 осіб;
- ✓ Березень 2005 року – 1800 осіб;
- ✓ Квітень 2006 року – 1800 осіб.

Відбір та аналіз інформації проводили під гендерним кутом щодо соціальних змін у різних сферах українського суспільства за показниками, які використовують у традиції моніторингу для всебічного окреслення наявних у громадській думці соціальних уявлень стосовно провідних сфер життєдіяльності та ставлення громадян до актуальних проблем сьогодення. Гендерні відмінності в уявленнях та ставленнях громадян України оцінювали за такими ключовими показниками:

- *Економіка*:
 - узагальнена оцінка поточної економічної ситуації в Україні;
 - ставлення до розвитку приватного підприємництва (бізнесу);
 - ставлення до купівлі-продажу землі;
 - уявлення про належну участь держави в управлінні економікою;
 - особиста згода працювати у приватного підприємця
 - бажання відкрити власну справу
- *Політика*:
 - міра цікавості щодо політики загалом;
 - ставлення до політичних сил, спрямованих на шлях соціалізму або капіталізму;
 - найближчі за спрямуванням політичні течії;
 - членство в громадських або політичних організаціях;
 - оцінка можливості/неможливості вільного висловлення в Україні політичних поглядів;
 - оцінка наявності політичних лідерів, які могли б ефективно керувати країною;
 - оцінка здатності обраного в окрузі депутата висловлювати інтереси виборців;
 - оцінка діяльності Президента на його посаді;
 - уявлення про належну роль Президента в Україні загалом;
 - оцінка політичної ситуації в Україні в цілому;
 - особисті преференції щодо шляху розвитку України;
 - ставлення до приєднання України до союзу Росії й Білорусі;
 - ставлення щодо вступу України до Європейського Союзу;
 - ставлення щодо вступу України до НАТО;
 - ставлення до співпраці України з Міжнародним Валютним фондом;
- *Правова свідомість і соціальний протест*:
 - частота звернення громадян до міліції, суду,

- прокурора, адвоката, місцевих держадміністрацій;
- уявлення про можливості обстоювання своїх прав та інтересів у разі їх утиску з боку уряду, місцевої влади;
- уявлення про можливість протестних виступів населення в містах/селах України на захист своїх прав;
- наміри щодо участі в можливих протестних виступах;
- узагальнено-протестні наміри;
- ставлення до відміни смертної кари
- *Суспільна мораль, конфлікти й довіра*:
 - уявлення про хисткість, невизначеність ситуації щодо можливості слідувати усталеним переконанням;
 - уявлення про конфліктність людей взагалі;
 - уявлення про необхідність суворого виховання;
 - уявлення про дієвість сильного керівництва;
 - уявлення про причини неуспішного життя людей;
 - уявлення про потрібність жінок у політиці, на керівних посадах;
 - уявлення про умови дотримання чесності та довіру людям;
 - уявлення про обмеженість бажання людей допомагати іншим;
 - перелік конфліктів, що сталися за місяць;
 - рівні довіри у безпосередньому оточенні та різним соціальним інституціям;
- *Соціальне самопочуття й суспільні настрої*:
 - оцінки соціального становища в суспільстві та задоволеність ним, належність до середнього класу, задоволеність тим, як складається життя;
 - інтернальність – екстернальність;
 - соціальне самопочуття (за двадцятьма життєво важливими чинниками);
 - ситуаційні негативи та соціальний оптимізм, повсякденний настрій
- *Здоров'я і соціальна підтримка*:
 - самооцінки стану здоров'я, наявність хронічних захворювань, застудні захворювання, паління та вживання спиртних напоїв;
 - отримана соціальна допомога та готовність надання допомоги іншим
- *Вільний час, дозвілля*:
 - різновиди відпочинку у відпустках та культурно-дозвіллевій практиці
- *Місцеві умови*:
 - задоволеність проживанням у населеному пункті, роботою органів місцевої влади, роботою комунальних служб, благоустроєм та санітарним станом будинку, подвір'я;
 - частота випадків хуліганства і грабінництва;
 - бажання виїхати та причини виїзду зі свого населеного пункту
- *Екологічна ситуація*:
 - уявлення про благополучність/неблагополучність екологічної ситуації поселення
- *Житло*:
 - тип житлового помешкання, кількість осіб в одній кімнаті, наявність вигод, звичайна температура в помешканні

67 Паніна Н. Українське суспільство 1992–2006: соціологічний моніторинг. – К.: ІС НАНУ, 2006. – 94 с.

- *Матеріальний статус сім'ї:*
 - узагальнені оцінки матеріального рівня та матеріального стану сім'ї;
 - розмір заробітної плати (пенсії, стипендії) за останній місяць;
 - наявність у користуванні сім'ї цінного побутового майна;
 - матеріальний стан сім'ї за останні 2–3 місяці
- *Робота і зайнятість:*
 - різновиди зайнятості та статус зайнятості;
 - можливості знайти роботу в населеному пункті;
 - задоволеність роботою
- *Освіта:*
 - задоволеність освітою та відповідність рівня освіти характеру роботи;
 - уміння користуватися комп'ютером;
 - користування Інтернетом
- *Транспорт і зв'язок:*
 - користування послугами зв'язку;
 - користування транспортом
- *Соціальні зміни:*
 - характер змін в умовах життя

Отримані результати дослідження узагальнено за наявними базами даних 2002–2006 років.

5.1. Гендерні аспекти уявлень громадян стосовно розвитку економіки України

Оцінюючи економічну ситуацію в цілому (за шкалою від 0 – дуже погана до 10 – дуже добра, табл. 5.1), громадяни дають невисокі оцінки. Від 2002 до 2005 року ці оцінки поступово незначно покращуються: середній бал зростає від 2,2 до 3,4, у 2006-му році знижується до 2,9 бала. Різниця в оцінках чоловіків та жінок стабільно простежується лише в сумарному балі: чоловіки стабільно незначно (на 0,1-0,2 бала) краще оцінюють ситуацію, ніж жінки. Відмінність з'являється у 2005 та 2006 роках. У 2005 році жінки бачать ситуацію дещо ліпшою: частіше, ніж чоловіки, дають посередні оцінки економіці: оцінку "5" дали 20% опитаних жінок і 17% чоловіків, що зумовило різницю в сумарному балі: 3,36 та 3,40 у чоловіків і жінок відповідно. У 2006 році гендерна різниця свідчить про зміни в уявленнях на протилежні, тобто жінки гірше оцінюють економічну ситуацію, ніж чоловіки: бал "0 – дуже погана" обрали 18% та 13%, а бал "2" – 14% та 18% жінок і чоловіків відповідно, що в сумі склало різницю в середніх балах: 2,82 та 2,94 у жінок та чоловіків відповідно. Ці незначні відмінності можна пояснити емоційно позитивним ставленням жінок до подій 2004 року (опитування проводили на початку 2005 року, отже, оцінки жінок дещо вищі) та їхнім розчаруванням, що позначилося на зниженні оцінок у 2006 році.

Питання стосовно участі держави в управлінні економікою (табл. 5.2) дістає відносно стабільний розподіл відповідей опитаних у 2002–2006 роках:

за мінімізацію участі держави – 5–6%, за поєднання державного управління і ринкових методів – близько половини, за повернення планової економіки – близько 30% опитаних; не визначилися 15–17%. Відповіді чоловіків і жінок розподілилися так: чоловіки порівняно частіше, ніж жінки, обстоюють поєднання методів управління; у 2003 році 49% проти 45%, а в 2006 – 55% проти 46% опитаних чоловіків та жінок відповідно; відповідь "важко сказати" стабільно частіше обирають жінки, ніж чоловіки: у 2002 році 14% та 21%, у 2004 році – 13% та 19%, у 2006 році – 11% та 18% чоловіків та жінок відповідно. Бачимо, що чоловіки рішучіші в своєму виборі певних позицій, ніж жінки, що відповідає стереотипним уявленням про різницю в чоловічому та жіночому характері. Крім того, чоловіки більшою мірою бачать позитиви поєднання ринкових і централізовано-державних механізмів управління.

У ставленні чоловіків і жінок до дозволу купівлі-продажу землі серйозної різниці немає; у 2006 році відповіді розподілилися так: 61–60% респондентів обох статей проти такого продажу, а 23–21% підтримують дозвіл.

У ставленні громадян України до розвитку приватного підприємництва (табл. 5.3) у 2002–2006 роках помітні такі зміни: в цілому воно поступово незначно поліпшується; чоловіки порівняно частіше схвально ставляться до бізнесу, ніж жінки. У 2002 році позицію "переважно схвалюю" обрали 34% та 32%, а "цілком схвалюю" – 19% та 12% чоловіків і жінок відповідно; у 2006 році позицію переважного схвалення обрали 39% та 36%, а цілковитого схвалення – 22% та 17% чоловіків і жінок відповідно. Позицію "важко сказати" обрали 18% чоловіків, а частка жінок, що вагається з відповіддю, помітно більша – понад чверть. У різній мірі прихильності чоловіків та жінок до розвитку приватного бізнесу віддзеркалюється, ймовірно, те, що чоловіки самі є більш активними організаторами власної справи, ніж жінки. Це підтверджують дані моніторингу, а саме відповіді громадян на запитання: "Чи згодні Ви особисто працювати у приватного підприємця?" (табл. 5.4) та "Чи хотіли б Ви відкрити власну справу?" (табл. 5.5).

Динаміка змін стосовно згоди працювати у приватного підприємця у 2002–2006 роках (табл. 5.6) невелика, загалом негативна: частка респондентів, згодних працювати у приватного бізнесмена, зменшується: від 42% у 2002–2003 роках до 40%–37% у 2004–2006 роках. Відповіді чоловіків свідчать про їхню порівняно більшу, ніж у жінок, прихильність до праці в приватному бізнесі: у 2002 році таких 47% серед чоловіків і на 10% менше серед жінок (37%), у 2004–2006 роках серед чоловіків 44–39%, а серед жінок 37%, 33% та 35% у кожен рік опитування відповідно. Бачимо, що припущення стосовно порівняно більшої прихильності чоловіків до приватного бізнесу підтверджується.

У відповідях громадян України на запитання щодо прагнення відкрити власну справу (табл. 5.7) у 2004–2006 роках помітна така динаміка: частка тих, хто відповів "так", від 21% (2004 рік) зросла до 27–29% у 2005–2006 роках. Гендерний розподіл відповідей свідчить про активніші позиції чоловіків: у 2004 році позиції "радше так" і "так" обрали 46% та 38%, у 2005 – 49% та 40%, а у 2006 році – 52% та 40% чоловіків і жінок відповідно. Бачимо, що порівняно більш позитивні настрої чоловіків стосовно

приватного бізнесу ще раз підтверджуються гендерним розподілом відповідей на це запитання.

Отже, уявлення чоловіків і жінок України стосовно економічної ситуації загалом, а також участі держави в управлінні економікою, розвитку приватного підприємництва та їхні орієнтації на роботу у підприємстві або відкриття власної справи демонструють більшу схильність чоловіків давати визначені оцінки та неохочість жінок до чітких позицій; переважну орієнтацію опитаних на поєднання ринкових та державних важелів управління економікою. Чоловіки і жінки однак одночасно переважно негативно ставляться до дозволу продажу землі. Готовність чоловіків до участі (роботи та організації) в приватному бізнесі порівняно більша, ніж у жінок.

5.2. Уявлення громадян у сфері політики (гендерні особливості)

У 2002–2006 роках міра зацікавленості політикою у громадян України зазнала певних змін (табл. 5.6). У 2002 році зовсім не цікавилися політикою близько п'ятої частини громадян, певною мірою цікавилися 69%, а дуже цікавилися – 12%; розподіл відповідей у 2003–2004 роках змінився незначно; у 2005–2006 роках частка незацікавлених зменшилася до 11–16%, частково зацікавлених залишилася незмінною (67%), а частка дуже зацікавлених зросла до 21–18%. Гендерна різниця у відповідях стабільна й у всі роки становить 4–6%; чоловіки порівняно частіше виявляють значну зацікавленість політикою, ніж жінки. Ймовірно, це пов'язано із традиційно активнішою участю чоловіків у політичному житті, порівняно більшою зайнятістю жінок родинними та домашніми справами.

Аналіз відповідей громадян на запитання стосовно їхньої підтримки соціалістичного або капіталістичного шляху розвитку України демонструє відносну часову стабільність виборів прибічників обох шляхів: підтримують прихильників соціалізму 27%, капіталізму – 10–12% у 2002–2006 роках. Коливається лише частка тих, хто обрав позицію “підтримую тих і тих, аби не конфліктували”: у 2002 році таких було 16%, у 2003 – 23%, у 2004 – 20%, у 2005 – 26%, а у 2006 – 22%. Відмінності у відповідях чоловіків і жінок на це запитання незначні, лише частка жінок із числа тих, хто не визначився з відповіддю, стабільно більша за відповідну частку чоловіків на 3–4%.

Прихильність громадян до різних течій у політичному спектрі впродовж 2002–2006 років зазнала незначних змін: від 15% до 8% зменшилася частка прихильників комуністичного руху, від 10% до 16% зросла частка прибічників соціалістичних течій; частка симпатиків соціал-демократичних сил коливається в межах 17%–10%–15% у 2002, 2004 та 2006 роках відповідно; частка тих, хто обрав зелені рухи, ліберальні партії, християнсько-демократичні рухи, незначна і коливається в межах 0–5%. Частка тих, хто позитивно ставиться до національно-демократичного руху, становить 7–10%, до націоналістичного – від 1 до 4%. Позицію “ніяка взагалі” обирають 7–10%, остаточно не визначилися 15–14%, не розуміються на цих течіях близько 16–17% громадян.

Розбіжностей в орієнтаціях у спектрі політичних течій між чоловіками та жінками немає; лише позиція “не розуміюся на цих течіях” висвітлює стабільну в усі роки опитання більшу (на 6–9%) частку необізнаних жінок, яка становить 19–23%.

Членство громадян у різних громадських або політичних організаціях у 2002–2006 роках не свідчить про активність громадського життя; частка тих, хто не належить до жодної організації, з року в рік майже незмінна і становить близько 83–84%; гендерної різниці в громадській активності щодо членства в організаціях немає.

Оцінки можливості громадян сьогоднішньої України вільно висловлювати свої погляди у 2002–2006 роках (табл. 5.7) зазнали помітних змін. У 2002–2005 роках частка тих, хто не бачить такої можливості, залишалася стабільною: так вважає кожен п'ятий; у 2006 році ця частка значно зменшилася і становить 14%. Частка тих, хто бачить можливості для вільного висловлення політичних поглядів, у 2002–2004 роках коливалася: 56%–49%–55% відповідно, у 2005 році становила 59%, 2006 зросла до 66%. Різниця в уявленнях про можливості висловлення політичних поглядів у чоловіків та жінок невелика. У 2002 році більшість тих, хто бачить такі можливості, становили жінки (57% проти 53%), у 2006, навпаки, більшістю є чоловіки (69% проти 64%); в інші роки відмінностей не виявлено. Будемо вважати ці різниці несуттєвими.

Оцінки наявності політичних лідерів, здатних ефективно керувати країною, у 2002–2006 роках віддзеркалили політичні зміни в Україні. Якщо у 2002–2004 роках частка тих, хто не бачив у країні таких лідерів, коливалася (33%–40%–35% відповідно), то в 2005 році частка таких зменшилася вдвічі (18%), а до 2006 року помітно зросла до чверті опитаних. Частка тих, хто не визначився, залишалася стабільною (близько третини). Відповідно змінювалася кількість тих громадян, хто помітив таких політичних лідерів: у 2002–2004 роках частка таких коливалася (30%–24%–29% відповідно), у 2005 збільшилася до половини, а 2006 року зменшилася до 43%. У відповідях на це запитання бачимо сподівання населення на ефективну роботу Президента, ще наявні на початку 2005 року. У 2006 році таких сподівань помітно поменшало. Гендерної різниці в уявленнях громадян стосовно наявності в країні лідера, здатного ефективно керувати країною, немає.

Помітною є також динаміка 2002–2006 років у ставленнях населення до здатності місцевого депутата округу обстоювати інтереси виборців (табл. 5.8). Частка тих, хто відповів “так”, незначна і зростає від 9% до 13%; незначно побільшало також тих, хто не впевнений у здатності депутата округу обстоювати права електорату: від 38% до 43%. Помітно зменшилася частка тих, хто вважає депутата округу нездатним на обстоювання прав людей: від 37% (2002–2004 роки) до 26%. Серед останніх у деякі роки опитування наявна гендерна різниця: частка чоловіків серед них більша. У 2002 році серед чоловіків вона становила 40% (жінки – 34%), у 2005 році – 36% (жінки – 31%), у 2006 році – 29% (жінки – 23%) опитаних. Бачимо, що чоловіки виявляють більше рішучості в негативних оцінках стосовно здатності депутата округу обстоювати їхні інтереси.

Назагал політичну обстановку в Україні населення переважно оцінює як напружену: у 2002–2004 роках такої думки дотримувалися 55%–53%–56%, у 2005 році – 58%, у 2006 році вже 64% громадян. Характеризують її як спокійну у 2005 році 21%, у 2006 році 12%. Частка тих, хто вважає її вибухонебезпечною, від 2002 до 2005 року зменшилася від 16% до 8%, у 2006 році дещо зросла до 13%. *Різниця у відповідях між чоловіками та жінками не відмічено.*

Розподіл відповідей громадян на пряме запитання щодо ставлення до ідеї приєднання України до Росії й Білорусі (табл. 5.9) віддзеркалює східнослов'янські симпатії населення: переважно позитивно ставляться до такої ідеї у 2002–2006 роках близько 60% громадян. Частка тих, хто негативно сприймає таку ідею, від 2002 до 2003 року знижується від 15% до 10%, а далі поступово зростає і у 2005–2006 роках становить 28–25%. У відповідях на це запитання чоловіків і жінок виявлено певні розбіжності: *чоловіки порівняно рішучіші у негативних ставленнях до ідеї східнослов'янського союзу (27% проти 20% у 2002 році; 27% проти 23% у 2006 році серед чоловіків та жінок відповідно), а жінки частіше висловлюють прихильність до такого союзу (58% проти 64% у 2006 році серед чоловіків та жінок відповідно).*

Динаміка ставлення населення щодо вступу України до Європейського Союзу (табл. 5.10) віддзеркалює у 2002–2006 роках незначні коливання числа прихильників ЄС (від 45%–48%–48%–47%–43% в усі роки). Роподіл відповідей чоловіків і жінок на це запитання ще раз підтверджує порівняно більшу прихильність чоловіків до європейського шляху розвитку країни: 49% проти 41% у 2002 році, 53% проти 43% у 2005 році та 46% проти 41% у 2006 році серед чоловіків та жінок відповідно.

Ставлення громадян щодо вступу України до НАТО у 2002–2006 роках зазнають таких змін: у 2002–2004 роках негативно ставилися до цього близько 38% громадян, далі ця частка зростає до половини населення у 2005 році та до 65% у 2006 році. У 2002–2004 роках частка чоловіків, які висловлювалися проти вступу до НАТО, перевищувала частку жінок на 6–3%; далі, у 2005–2006 роках, ці частки майже зрівнялися.

Таким чином:

1. Зацікавленість громадян України політикою у роки дослідження коливалася і поступово зросла до 17–21% в останні роки; порівняно більше цікавляться політикою чоловіки. Близько чверті громадян підтримують соціалістичний шлях розвитку України, прихильників капіталістичного шляху удвічі менше. Частка симпатиків комуністичних рухів зменшується, натомість дещо зростає частка прихильників соціалістичних рухів (у 2006 році вона становить 16%). Значної різниці в політичних симпатіях чоловіків та жінок немає, лише серед тих, хто не визначився або не обізнаний, порівняно більша частка жінок. З відповідей на запитання стосовно членства в громадських та політичних організаціях зрозуміло, що громадської активності не виявляють ані чоловіки, ані жінки.
2. Зросла частка тих громадян, які бачать можливості для висловлення власних поглядів; у 2006 році серед таких більшість із невеликою перевагою становлять чоловіки. Оцінюючи наявність в країні політичних лідерів, здатних ефективно управляти країною, близько третини громадян у 2002–2004 роках відмітили їхню наявність, у 2005 – половина, у 2006 – 43%. Оцінки

здатності депутата округу обстоювати інтереси свого електорату дещо покращилися; чоловіки виявляють більший негативізм в оцінках, ніж жінки.

3. Політична ситуація в Україні оцінена громадянами як “напружена”; частка тих, хто обирає такий варіант відповіді, зросла і становить 64%; ґендерної різниці в позиціях населення за цим аспектом немає.
4. Громадяни дотримуються переважно східноєвропейських зовнішньополітичних орієнтацій, які з роками зростають (до 61% прихильників), більшу рішучість у прихильності до союзу України з Росією та Білоруссю висловлюють жінки. Значна частка населення (48–43%) висловлюється за вступ України до ЄС, серед частки прибічників ЄС більшість становлять чоловіки. Перспектива вступу України до НАТО викликає переважно негативні реакції населення; частка тих, хто вороже ставиться до НАТО, зростає від 38% до 65%.
5. Порівняно активніша позиція чоловіків стосовно політичної сфери виглядає не активною, дієвою громадською позицією, а радше споглядально-аналітичною (адже реальну участь у діяльності громадських і політичних організацій бере незначна частка громадян), тоді як позиція жінок видається консервативнішою і байдужішою до політичного життя загалом.

5.3. Правова свідомість та протестні наміри чоловіків і жінок України

Дані моніторингу щодо частоти звернень громадян по допомогу (за останні 12 місяців) упродовж 2002, 2005 та 2006 років до міліції, суду, прокуратури, адвоката та до місцевої держадміністрації свідчать, що звернення до зазначених інстанцій, а тим паче – отримання допомоги не є звичною практикою українського суспільства. Не зверталися до міліції, адвоката та судових інстанцій 92–96% громадян у всі роки; зверталися і отримали допомогу не більше 3%. Не зверталися до місцевих держадміністрацій 81–84% громадян; зверталися й отримали допомогу не більше 6%. *У відповідях чоловіків та жінок щодо звернення до офіційних установ по допомогу суттєвої різниці немає.*

Узагальнені уявлення стосовно власної спроможності на дії в обстоюванні своїх інтересів у разі, якщо уряд ухвалить рішення, яке утискає їх, такі: більше половини громадян у 2002–2006 роках відповіли, що не змогли би нічого зробити. Відмітимо, що в цих уявленнях не простежується позитивної динаміки: частка неспроможних щось зробити на свій захист помітно коливається: у 2002 році вона становила 57%, у 2003–2004 роках – близько 70%, у 2005 – 57%, у 2006 році – 63% громадян. Частка тих, хто вважає, що зміг би щось зробити, якби уряд ухвалив рішення, що утискає права та інтереси, становить у різні роки від 5% до 9% опитаних. В уявленнях чоловіків та жінок про свої протестні можливості є певні відмінності: *частка чоловіків, які вважають себе нездатними щось зробити на самозахист, стабільно в усі роки дещо менша, ніж частка жінок (різниця 5–7%), що демонструє загальноновизнану більшу рішучість чоловіків щодо висловлення протесту.*

Уявлення громадян стосовно власної спроможності до протистояння рішенням місцевої влади (табл. 5.11) дещо менш негативні. Частина тих, хто певен у відсутності змоги протиставити якісь дії місцевій владі в разі утиску своїх прав, в різні роки коливається в межах 46–55%, а частка тих, хто вважає себе здатним діяти, змінюється в межах 12–17%. Як і у відповідях стосовно можливості протистояти рішенням уряду, у самооцінках чоловіків власної здатності до самозахисту виявляється порівняно більша рішучість; різниця у відповідях чоловіків та жінок в деякі роки сягає 10%.

Ці оцінки свідчать про несформованість чітких схем дії щодо самозахисту у громадській свідомості в разі утиску прав та інтересів з боку як місцевої, так і центральної влади; жінки менш рішучі, ніж чоловіки.

Оцінки ймовірності масових виступів населення на захист своїх прав у місті/селі проживання респондента (табл. 5.12) дають змогу простежити зміни в соціальних ситуаціях та уявленнях громадян. У 2002 році вважали ймовірними такі виступи 35% населення, у 2003–2004 роках – 21–22%, у 2005 році – 35%, у 2006 році – 26%. Порівнюючи динаміку оцінок громадян із динамікою реальних масових протестних виступів в Україні, бачимо, що зростання частки тих, хто вважає виступи ймовірними, відмічається не перед виступами, а після них, “навздогін”. Іншими словами, лише побачивши такі виступи на власні очі (ймовірно, по телебаченню), населення пересвідчується у зростанні протестного потенціалу в країні. Різниця в оцінках ймовірності, які дали чоловіки та жінки, немає.

Власні наміри щодо участі в можливих мітингах протесту (табл. 5.13) висловлює у більшості років моніторингу близько третини громадян; лише у 2004 році ця цифра знизилася до 28% (за півроку до бурхливих подій помаранчевої революції). Чоловіки порівняно частіше, ніж жінки, виявляють рішучі наміри стосовно участі в акціях протесту: різниця в різні роки становить 5–8%. Бачимо, що висловлення намірів до участі в протестних акціях не точно віддзеркалюють можливу реальну участь у них опитаного; ймовірно, в оцінках відбувається “інтеграція” його уявної рішучості та уявлення про реальну можливість масових виступів, адже динаміка оцінок ймовірності виступів кореспондує з динамікою намірів щодо участі в них (табл. 5.13).

Узагальнено-протестні наміри громадян України проаналізуємо згідно з відповідями на запитання стосовно того, чи краще терпіти матеріальні труднощі заради миру та спокою в країні, чи ліпше виходити на вулицю з протестом (табл. 5.14). Частина тих, хто вважає мир та злагоду вартими, щоб терпіти матеріальні негаразди, у 2002 та 2004–2006 роках коливається навколо 35%; лише у 2003 році ця частка знижується до 30%. Водночас частка тих, хто вважає, що потрібно активно протестувати проти погіршення умов життя, коливається навколо 45%, а найбільшого значення (47%) досягає у 2003 році. Бачимо, що “аномалія” протестних намірів 2003 року дається взнаки й у відповідях і на це запитання, кореспондує з оцінками ймовірності виступів (табл. 5.12) та намірів щодо участі в конкретних виступах (табл. 5.13). Хоча виступи у 2003 році здавалися громадянам менш ймовірними, і вони дещо меншою мірою збиралися брати в них участь, однак частка прихильників загального ставлення до таких виступів як

необхідних дещо зростає. У цілому розподіл відповідей громадян на це запитання у 2002–2006 роках не демонструє певних тенденцій щодо підвищення або зниження загальнопротестного потенціалу українського соціуму. *Розбіжності між відповідями чоловіків та жінок підтверджують стереотипові уявлення про порівняно більшу рішучість чоловіків у протестних діях та порівняно виразніше прагнення жінок до миру й злагоди (різниця у частках становить 5–9%).*

Динаміка відповідей населення на запитання стосовно доцільності скасування смертної кари в Україні свідчить про певні зміни в уявленнях громадян у 2002–2006 роках. Якщо у 2002–2003 роках прибічників скасування смертної кари налічувалося 14–11%, а тих, хто несхвально ставився до скасування, 67–69%, то у 2006 частка прихильників скасування сягнула п'ятої частини населення, а тих, хто вороже ставиться до скасування, поменшало до 55%. *Гендерна різниця у відповідях з'являється лише у 2002 та 2005–2006 роках серед тих, хто не схвалює скасування: серед них меншою є частка жінок (різниця становить 4–9%); відповідна різниця помітна у відповідях тих, хто не визначився з позицією.*

Таким чином:

1. Звернення громадян до судових установ, міліції, адвоката або до держадміністрацій не є поширеним у практиці наших співвітчизників. *Звертаються до цих установ по допомогу лише одиниці, а отримують її у виняткових випадках; гендерної різниці у таких зверненнях не спостерігається.*
2. Більшість громадян переконані, що не могли б нічого зробити, якби уряд ухвалив рішення, що утискають їхні права та інтереси. Частина тих, хто вважає себе спроможним у цих випадках діяти проти уряду, не перевищує в усі роки опитування десятої частини від всіх опитаних. Частина тих, хто вважає себе здатним відстоювати свої інтереси всупереч рішенням місцевої влади, не є більшою за шосту частину. *Більшість у групах “здатних на протест” становлять чоловіки.*
3. Уявлення громадян про ймовірність протестних виступів змінюються залежно від ситуації в країні; разом із цим міняються й протестні наміри. Тенденція змін така: зі зменшенням ймовірності виступів дещо зменшується частка ситуативно-протестних громадян і зростає частка узагальнено-протестних. *Частина чоловіків у групах опитаних із протестними намірами переважає частку жінок.*
4. Поступово зменшується частка громадян, які переконані в недоцільності скасування смертної кари в Україні, натомість зростає до однієї п'ятої частка тих, хто вважає скасування смертного вироку справедливим. Різниця у відповідях чоловіків та жінок виникає ситуативно, у 2002, 2005 та 2006 роках: *серед тих, хто несхвально ставиться до скасування смертної кари, порівняно менша (на 4–9%) частка жінок.*

5.4. Ґендерні особливості в уявленнях громадян стосовно суспільної моралі, конфліктів і довіри

Особливості уявлень громадян про суспільну мораль вивчали на підставі їхніх відповідей на запитання щодо якостей соціального середовища та людей загалом; було запропоновано перелік тверджень, з яким міг погодитися або не погодитися респондент (2004, 2005, 2006 роки).

Із твердженням “зараз все так хитко, може відбутися все, що завгодно” погодилися 72–74% громадян, не згодні 19–17%, ґендерної різниці у відповідях немає.

Із твердженням “З теперішнього безпорядку і невизначеності важко зрозуміти, у що вірити” згодні у 2005 році 69%, не згодні 23%, у 2006 році частка згодних зросла і становить 76%, не згодні 16% громадян. Різниця в уявленнях жінок та чоловіків виявляється в тому, що жінки частіше висловлюють згоду з тим, що в нинішній ситуації невизначеності не знаєш, у що вірити (79% жінок проти 73% чоловіків).

Із твердженням “Усе так швидко зараз змінюється, що не зрозумієш, яким законам слідувати” у 2005 році згодні 68% громадян (66% чоловіків та 70% жінок), у 2006 році – 76%; ґендерна різниця у відповідях несуттєва.

Із твердженням “Багато з того, у що вірили наші батьки, руйнується на очах” у 2005–2006 роках погодилися 79–82% громадян; ґендерна різниця у відповідях незначна.

Із твердженням “Проблема в тому, що більшість людей взагалі ні у що не вірить” у 2005–2006 роках згодні 76–77% громадян, значної різниці у відповідях чоловіків та жінок немає.

Твердження “Мені здається, що інші краще за мене знають, що вірно, а що – ні” викликало більше заперечень, ніж згоди: у 2005 році частка незгодних із цим становила 48% (56% чоловіків, 42% жінок), а згодних – 34% (26% чоловіків, 40% жінок); у 2006 році частка незгодних з цією думкою дещо зросла – до 53% (57% чоловіків, 49% жінок), а незгодних – зменшилася до 30% (27% чоловіків, 32% жінок).

Думка “Більшості людей можна довіряти” у 2004 році позитивно була сприйнята 46% громадян (49% чоловіків та 43% жінок), не погодилися з нею 40% (36% чоловіків і 43% жінок); у 2005 погодилися 48%; у 2006 ця частка дещо зростає до 51%; відповідно зменшується частка незгодних до 30% (ґендерна різниця незначна).

Уявлення щодо вічної конфліктності людської природи притаманне у 2004 році 64% громадян (68% чоловіків, 62% жінок), а невластиве це уявлення майже чверті населення; у 2005–2006 роках частка згодних із тим, що люди войовничі від природи, знижується до 58% (63% чоловіків і 55% жінок); частка незгодних із цією думкою зростає незначно (частки незгодних чоловіків та жінок майже збігаються).

Думку щодо того, що зараз для виховання найбільше потрібні суворість та вимогливість батьків, підтримують

у 2004 році 75% громадян, проти – 18%; у 2005–2006 частка тих, хто підтримує цю думку, помітно зменшується (до 67%), а частка незгодних зростає до чверті громадян; різниці в уявленнях чоловіків та жінок немає.

Твердження “Кілька сильних керівників можуть зробити для нашої країни більше, ніж усі закони та дискусії” у 2005 році підтримали 60% громадян, а у 2006 – 66% проти – 19%; ґендерної різниці у відповідях немає.

Визначення браку наполегливості як причини того, що життя людини не склалося, підтримали у 2004 році 48% (51% чоловіків та 46% жінок), не погодилися 37% громадян; пізніше частка згодних з цією думкою поступово зростає і в 2006 році становить 55%, а частка незгодних відповідно зменшується до 29%. Різниці між відповідями чоловіків та жінок немає.

Уявлення стосовно того, що більшість людей здатна збрехати, щоб просунути по службі, притаманне у 2005–2006 роках 77–77% громадян; не згодні з цим 11–12%; суттєвої розбіжності у поглядах чоловіків та жінок немає.

Твердження “Більшість людей чесні, бо бояться бути впійманими на брехні” викликали у 2005–2006 роках більш рівномірний розділ відповідей на тих, хто згоден (46–45%) і тих, хто не погодився з цим (35–37% громадян), ґендерної відмінності у відповідях немає.

Переконавання, що нікому не можна довіряти, – поділяють у 2005–2006 роках 50–48%, а не поділяють 35–37%; різниця у відповідях чоловіків та жінок незначна.

Уявлення про те, що люди в душі не люблять себе обтяжувати допомогою іншим, близьке у 2005–2006 роках 56–58% громадян, невластиве 28–26%, ґендерні розбіжності в уявленнях незначні.

Твердження “У політиці краще обійтися без жінок” у 2004–2006 роках стабільно викликає переважні заперечення у 70–72% громадян, серед яких жінки в усі роки переважають чоловіків на 13–16%.

Думка “Жінки не мають обіймати керівних посад” не дістає підтримки у переважній більшості респондентів у 2004–2006 роках (76–72%), серед яких більшість – жінки (різниця у частках сягає 10%).

Загалом уявлення про *неусталену моральну атмосферу* сьогоденного суспільства здебільшого поділяють і чоловіки, і жінки; більшості видається *необхідним суворий контроль у вихованні дітей та вбачається позитивною перспективою управління державою “сильними керівниками”*. Понад половину населення вважає, що *самі краще знають, у що їм вірити*, близько третини думають, що інші краще це знають. Водночас *більш як третина громадян вважає правильним довіряти людям*; чверть вважає людей схильними надавати допомогу іншим. *Переважна більшість населення вважає жінок необхідними учасниками політичного життя та здатними обіймати керівні посади; жінки частіше, ніж чоловіки, висловлюють таку впевненість*.

Окреслимо частоту та різновиди особистих конфліктів громадян упродовж останнього місяця (перед опитуваннями 2002–2006 років); у різні роки частка

тих громадян, у яких сталися повсякденні конфлікти, коливається навколо половини. За частотою найперші місця посідають конфлікти на вулиці й у транспорті, – частка тих, хто відзначив їх, коливається від 10–8% (2002–2003 роки) до 13–12% (2005–2006 роки), а також конфлікти з дружиною/чоловіком – частка респондентів, які їх пережили, становить приблизно 10–12% в різні роки. Від цих видів конфліктів однаково потерпають і чоловіки, і жінки. На другому місці за частотою конфлікти з дітьми (7–9%), у магазині та побутових установах (6–10%), а також із чиновниками державних установ, колегами та з керівництвом на роботі (частота 6–9% в усі роки опитування); конфлікти з керівниками порівняно частіше трапляються з чоловіками; різниця добігає 4–5%. Наступне місце за частотою посідають суперечки з батьками, іншими родичами, друзями; далі за різновидами й частотою – незгоди з правоохоронцями, людьми інших політичних переконань, людьми, що ображають національну гідність інших. За всіма різновидами конфліктів (крім конфліктів із керівниками на роботі), у відповідях чоловіків і жінок не відмічено особливостей. Не пережили конфліктів у різні роки 47–51% громадян.

Опишемо міру довіри, яку викликають у населення представники безпосереднього оточення, а також різні соціальні інституції.

Найбільшу довіру громадяни відчувають до сім'ї та родичів, середній бал довіри (діапазон якого від 1 – зовсім не довіряю до 5 – цілком довіряю) в різні роки становить 4,4–4,5 бала, що відповідає середній позиції між “переважно довіряю” і “цілком довіряю”; чоловіки і жінки висловлюють однакову міру довіри до сім'ї.

Міра довіри співвітчизникам у громадян помітно нижча, ніж до сім'ї і становить у 2004–2006 роках 3,2–3,4 бала; гендерної різниці у відповідях немає.

Сусідам у 2005–2006 роках населення майже “переважно довіряє”: середній бал 3,3; колегам також – середній бал 3,3–3,5; на тому ж рівні довіра населення до церкви і духовенства – середній бал у 2002–2006 роках коливався в межах 3,2–3,5.

Деяко нижчий рівень довіри астрологам, він не сягає рівня “важко сказати, довіряю чи ні”; середній бал 2,3–2,4.

Рівень довіри громадян до ЗМІ у 2002–2006 роках майже сягає позиції “важко сказати”; середній бал 2,9–3; довіра міліції, прокуратурі, судам приблизно сягає рівню довіри астрологам – середній бал 2,2–2,4.

Відповідно до перебігу політичних подій рівень довіри населення Президентів у 2002–2004 роках (Л.Кучма) був трохи нижчим, ніж рівень довіри астрологам – середній бал 2,2–2,3; у 2005 році (В.Ющенко) деяко підвищився до 3,4 бала, а у 2006 році знизився до 2,7 бала.

Коливання рівня довіри до ВР в ці роки кореспондує з рівнями довіри Президентам: у 2002–2004 роках 2,1–2,2 бала, у 2005 році 2,9 бала, а у 2006 році – 2,5 бала; такий же “абрис” графіка довіри уряду: середній бал 2,2–2,3 (2002–2004 роки), 3,1 (2005 рік), 2,5 (2006 рік). Максимум рівня довіри місцевим органам влади також припадає на 2005 рік (2,7 бала), в інші роки середній бал 2,3–2,5. Цей “пік довіри” відбився також на ставленні населення до політичних партій; у 2002–2003 роках середній бал довіри партіями становив 2,1.

У 2004 році – 2,2, у 2005 – 2,5, у 2006 – 2,4 бала.

Рівень довіри благодійним фондам становить у 2004–2006 роках 2,4 бала, що відповідає посередній позиції між “переважно не довіряю” та “важко сказати”.

Гендерної різниці у рівнях довіри як близьким, так і соціальним інституціям немає.

Таким чином:

1. Нарікаючи на *плинність і неусталеність ціннісних позицій сьогодення, чоловіки і жінки відмічають, що їм важко визначитися, у що вірити; жінки відчують складності в цьому децю частіше*. Громадяни переважно самостійно визначають, що правильно, а що ні; лише чверть або третина їх вважають, що інші знають це краще за них; жінки посідають “залежну від переконань інших” позицію помітно частіше, ніж чоловіки.
2. Вважаючи людську природу конфліктною в цілому (чоловіки більшою мірою), опитані переважно думають, що людям можна довіряти (чоловіки більшою мірою), водночас половина населення вважає, що нікому не довіряти – найбезпечніше. Серед респондентів переважає думка, що для виховання необхідна суворість і вимогливість.
3. Понад половину громадян упевнені, що кілька сильних керівників можуть зробити для країни більше, ніж усі закони та дискусії, а близько половини вважають, що тим людям, життя котрих не склалося, забракло сили та волі. Більшість респондентів думають, що кожен здатен збрехати заради кар'єри, а близько половини переконані, що люди чесні лише через страх бути впійманими на брехні.
4. Дві третини громадян вважають, що жінки є дієвішими і в політиці, і на керівних посадах (більшість із них – жінки).
5. Попри висловлене переконання щодо конфліктності людини від природи, лише половина з усіх респондентів відзначає конкретні конфлікти, що сталися у них упродовж місяця, а частка тих, хто назвав конкретні різновиди конфліктів (у транспорті, з керівництвом, з чоловіком/дружиною) в усі роки опитування зрідка ледве перевищує 10%; іншими словами, глобальна конфліктність людської природи не позначається в житті повсякденною і повсюдною конфліктністю.
6. На тлі значної довіри, яку громадяни відчувають до власної родини, а також попри висловлену половиною опитаних думку, що більшості людей можна довіряти, довіри до різних соціальних інституцій населення не відчуває.

5.5. Особливості соціального самопочуття і суспільних настроїв чоловіків і жінок

У самооцінках громадян України їхнього самопочуття та настроїв у період 2002–2006 років помітні такі тенденції. Динаміка самооцінок свого соціального стану населення така: відмічаючи себе на одному з десяти суспільних щаблів, респонденти впродовж 2002–2006

років поступово дедалі рідше обирають найнижчі щаблі драбини, розміщуючи себе ближче до середніх рівнів. Відповідно зростає середній бал – середній щабель, де розташовуються опитані за самооцінками: у 2002 році – 2,7 бала, у 2004 – 2,9 бала, у 2005–2006 роках – 3,2 бала. Жінки стабільно дещо нижче (на одну десяту бала) оцінюють своє становище в суспільстві, ніж чоловіки.

Динаміка оцінок задоволеності громадян своїм становищем у суспільстві кореспондує із динамікою розташування на різних щаблях суспільства. Від 2002 року частка зовсім незадоволених своїм становищем зменшувалася від 63% до 47% у 2005 році й дорівнювала 49% у 2006 році. Відповідно частка задоволених поступово зростала від 12% (2002 рік) до 20% (2006 рік). Гендерні відмінності у відповідях невеликі (2%), але чоловіки стабільно частіше відзначають свою задоволеність, ніж жінки.

Чоловіки і жінки майже однотайно зараховують/не зараховують себе до середнього класу (2006 рік): вважають себе середнім класом 39% громадян, не вважають – 46%.

Зважаючи, від чого залежить те, як складається їхнє життя (табл. 5.15), громадяни у 2002–2006 роках поступово менше посилаються на владу зовнішніх обставин: у 2002 році – 52%, у 2003 – 47%, у 2004 – 49%, у 2005 – 46%, у 2006 році – 48%, однак частки тих, хто вбачає причини того, як іде життя, переважно в собі або здебільшого в собі, залишаються незмінними; частка тих, хто обирає позицію “більшою мірою від мене, ніж від обставин” коливається на рівні 10–12%, а тих, хто бачить передусім себе першопричиною – близько 9–11%. Натомість повільно зростає частка тих, хто бачить причини однаковою мірою в обставинах і в собі: від 25% (2002 рік) до 32% (2006 рік). Більшою мірою схильні посылатися на обставини жінки (різниця становить 5–7%).

Оцінюючи міру задоволеності своїм життям взагалі, громадяни від 2002 року поступово дедалі рідше обирають позицію “зовсім не задоволений”: від 22% (2002 рік) до 12% (2005–2006 роки); відповідно поступово зростає частка “радше задоволених” від 16% (2002 рік) до 27% (2006 рік). Отже, збільшився середній бал оцінок задоволеності (діапазон 1–5) від 2,4 до 2,8 бала, що поки не зовсім сягає рівня “важко сказати, задоволений чи ні”. Жінки в усі роки опитування стабільно частіше відзначають свою незадоволеність, ніж чоловіки (різниця 3–5%).

Інтегральний індекс соціального самопочуття (ІІСС) складається з оцінок достатності в життєдіяльності людини кожного із 20 життєво важливих умов і чинників⁶⁸, за якими обчислюється середній бал за формулою зваженого середнього. Сумарні індекси наведено в таблиці 5.16 (ІІСС має інтервал від 20 до 60 балів).

Динаміка оцінок громадянами достатності перелічених умов і чинників свідчить про повільне поступове поліпшення соціального самопочуття населення; середні бали за більшістю показників повільно зростають.

За самооцінками, жінкам частіше, ніж чоловікам, бракує такого: вміння жити за нових умов, здоров'я, необхідного одягу, впевненості у своїх силах, медичної

допомоги, модного одягу, необхідних меблів, сучасних політичних знань, рішучості в досягненні своїх цілей, можливості повноцінно проводити відпустку, можливості придбання найнеобхідніших продуктів, ініціативи та самостійності у розв'язанні життєвих проблем, можливості харчуватися відповідно до своїх смаків.

Відповідно чоловікам частіше вистачає наведених у цьому переліку позитивів, крім того, вистачає належної роботи, можливості підробляти, повноцінного дозвілля, можливості працювати із повною віддачею.

Отже, сумарний індекс соціального самопочуття у чоловіків дещо вищий, ніж у жінок, в усі роки опитування: у 2002 році 32,4 та 29,3, у 2003 – 33,6 та 30,0, у 2004 – 35,5 та 31,1, у 2005 – 34,7 та 31,3, у 2006 році – 36,1 та 32,9 бала у чоловіків і жінок відповідно. Відмітимо: соціальне самопочуття населення попри поступове поліпшення не сягає навіть посереднього рівня.

Динаміка відповідей громадян на запитання стосовно прикрих життєвих ситуацій, у які їм доводилося потрапляти впродовж останнього року (таблиця 5.17), також свідчить про поступове покращання життя населення. Частка тих, хто обрав позицію “жодних тяжких ситуацій не переживав” з 2002 року поступово зростає від 28% до 37% (2006 рік). Частка чоловіків, які не потрапляли до негараздів, стабільно більша за частку жінок на 4–8%.

Змінюється також перелік найбільш тяжких ситуацій громадян. Ситуація, яку переживало у 2002 році близько третини населення – велика матеріальна скрута – поступово втрачає кричущу актуальність, і 2006 року її пережило менше п'ятої частини громадян; зменшується частка тих, хто був вимушено безробітним (від 14% до 8%). На одне з перших за актуальністю місць вийшла ситуація втрати соціального оптимізму, яку і у 2002, і у 2006 році пережило близько п'ятої частини населення. Не втрачають своєї актуальності такі ситуації, як тяжка хвороба, операція (13–16%), тяжка хвороба або смерть близьких (17–20%), зневіра в людях через підлість (16–20%), безпорадність перед владою (17–13%), втрата віри у власні сили (12–10%). Серед тих, хто переживав скруту, негаразди зі здоров'ям, втрату віри у власні сили, більшість становлять жінки.

Динаміка соціального оптимізму, що його відчувало населення України у 2002–2006 роках, простежується згідно із відповідями на запитання: “Як Ви вважаєте, в найближчий рік наше життя більш або менш налагодиться чи жодного поліпшення не станеться?”. Згідно із самооцінками громадян, у 2002–2004 роках сподівання на налагодження життя поступово зростали, частка тих, хто їх висловлював, збільшилася від 13% до 18%. У 2005 році, на “хвилі сподівань” українського суспільства, ця частка сягнула 40%, у 2006 році знизилася до 22%. Гендерні різниці у відповідях населення незначні.

Описуючи свої настрої, громадяни у 2005–2006 роках відзначали переважно нормальний, рівний стан (49–47%), а також напруженість та роздратування (27–30%); значно рідше було обрано позиції “чудовий настрій” (5–4%) та “відчуваю страх, тугу” (близько 6%). Чоловіки у 2006 році порівняно частіше відмічають рівний настрій (частка таких перевищує половину), ніж жінки (частка їх становить 44%).

68 Головаха Е.И., Панина Н.В. Интегральный индекс социального самочувствия (ИИСС): конструирование и применение социологического теста в массовых опросах. – К.: Ин-т социологии НАНУ, 1997. – 64 с.

Таким чином, соціальне самопочуття громадян України у період 2002–2006 років повільно поліпшується. Це дається взнаки в соціальному щаблі, на якому розміщує себе людина, у задоволеності своїм соціальним статусом, у задоволеності життям взагалі, частоті важких життєвих ситуацій людей та у середньому показнику – інтегральному індексі соціального самопочуття населення. Зауважимо водночас, що рівень його й досі залишається нижчим за середній. Самопочуття чоловіків майже за всіма показниками є вищим, ніж самопочуття жінок. 2005 рік визначається порівняно вищими оцінками, ніж 2006, – громадяни пережили “хвилю сподівань” під час актуальних політичних подій.

5.6. Здоров'я та соціальна підтримка за самооцінками чоловіків і жінок України

Розподіл відповідей громадян стосовно їхнього стану здоров'я у 2002–2005 роках (табл. 5.18) свідчить про стабільно задовільний його рівень: оцінку “дуже погане” дають своїму здоров'ю 4–5%, оцінку “погане” – 21–26%, “задовільне” – від 50% (2002 рік) до 58 (2004–2005 роки), “добре” – від 14% (2003 рік) до 18 (2006 рік), оцінку “відмінне” – 2% громадян. Чоловіки стабільно в усі роки оцінюють свій стан здоров'я дещо вище, ніж жінки: оцінку “погане” жінки обирають на 7–12% частіше, ніж чоловіки, а оцінку “добре” частіше на 7–8% обирають чоловіки, ніж жінки. Різниця в середньому балі (діапазон 1–5) самооцінок здоров'я чоловіків і жінок така: чоловіки оцінюють його у 3,0–3,1 бала, а жінки у 2,7–2,8 бала.

Розподіл оцінок хронічних недуг населення у 2002–2006 роках (табл. 5.19) свідчить про незначне поліпшення самопочуття громадян: якщо у 2002–2003 роках половина респондентів відповіли, що не мають хронічних захворювань, то у 2005–2006 роках ця частка дещо зростає до 55%; частка тих, хто відмічає у себе одне хронічне захворювання, від майже третини у 2002–2004 роках зменшилася до 27% у 2006 році. Частка тих, хто визнає у себе кілька хронічних недуг, коливається в межах 16–18%. *Наявність у себе хронічних захворювань частіше за свідчують жінки, ніж чоловіки: не мають їх стабільно на 12–16% більше чоловіків, ніж жінок.*

Оцінювання випадків застуд у 2002–2006 роках також засвідчує незначну позитивну динаміку стану здоров'я населення: якщо у 2002 році майже половина громадян хворіла на застуди двічі й більше, то у 2006 таких 41%. *Жінки частіше, ніж чоловіки, хворіють на застуди: серед тих, хто хворів двічі і більше, жінок стабільно на 10–14% більше, ніж чоловіків.*

Поширеність звички тютюнопаління у 2002–2006 роках залишається стабільною: палять 34–35% населення України, не палять 66–65%. *В усі роки опитування частка жінок, які не палять, приблизно удвічі перевищує частку чоловіків, які не мають цієї звички.*

Вживання спиртних напоїв у 2002–2006 роках (табл. 5.20), за самооцінками населення, утримується на стабільному рівні: ніколи не вживають алкоголю 18–20%, кілька разів на рік – до третини, частка тих, хто вживає спиртне інколи, 1–2 рази на місяць, дещо зменшилася від 32% (2002 рік) до 28% (2006 рік); кількість тих, хто 2–3

рази на тиждень вживає алкоголь, коливається в межах 12–14%, п'є щоденно близько 1% громадян. *Згідно з відповідями громадян, жінки рідше вживають алкоголь, ніж чоловіки: в усі роки позицію “ніколи не вживаю” обирали 26–28% жінок і лише 9–11% чоловіків. Зауважимо, що і міцність алкоголю, який вживають жінки й чоловіки, різна, адже чоловічі напої (горілка, коньяк) помітно міцніші.*

Соціальна допомога, яку отримали громадяни у 2005–2006 роках, така: одноразові грошові виплати отримали 9–7%, щомісячні пільги — 7–14%, пільги — 8%, послуги соціальних працівників — 2%, співчуття й допомогу оточення — 12–10%, путівку або госпіталізацію — 2%, потребували, але не дістали підтримки 24–23%, не потребували допомоги у 2005 році третина, у 2006 році — 40% громадян. *Серед тих, кому не потрібна була допомога, чоловіки становлять більшість: у 2005 році таких 39% серед чоловіків та 28% серед жінок, у 2006 році — 48% серед чоловіків і 34% серед жінок.*

Міра готовності надавати іншим (хворим, бідним) допомогу у 2005–2006 роках така: не згодні її надавати у 2005 році 12–14%, у 2006 — понад 17% громадян; згодні за повну оплату 5–8%, за часткову оплату — 10–15%, і близько третини опитаних згодні допомогти хворим або бідним без оплати. Гендерної різниці у відповідях немає.

Таким чином, *в самооцінках стану здоров'я населення від 2002 до 2006 року помітна незначна позитивна динаміка. Чоловіки почувуються помітно краще, ніж жінки, отже, менше потребують соціальної підтримки; водночас частіше відмічають у себе шкідливі звички до тютюну та алкоголю. Готовність надавати підтримку іншим і чоловіки, і жінки виявляють однаковою мірою.*

5.7. Гендерні особливості вільного часу й дозвілля громадян

Згідно з відповідями населення стосовно способу проведення відпустки або канікул у 2002–2006 роках, основні різновиди відпочинку такі: заняття домашніми справами – частка таких становить 34–29% у різні роки, гостювання у знайомих/родичів – 6–9% опитаних провели так відпустку, за містом на дачі відпочивали 5–7% респондентів, відпочили за путівкою або без неї в курортному місці від 8% у 2002 році до 13% у 2006 році. Займалися додатковою роботою 4–7% громадян, зовсім не мали відпустки 38% у 2002 році і 35% у 2006 році. *Різниця у способах проведення відпусток між жінками і чоловіками немає.*

Культурно-дозвіллі практиці населення України у 2002–2006 роках такі (табл. 5.21–5.22). З 2002 до 2006 року зростає частка тих, хто займається ранковою гімнастикою, бігом, оздоровчими прогулянками, заняттями у спортзалах, майданчиках, басейні; зростає також частка тих, хто відпочиває на природі – від 8% до 13%. Частка тих, хто відпочиває в гостях, коливається: у 2002 році вона дорівнювала 35%, у 2003 – 39%, у 2004 – 53%, а у 2005–2006 знижується до 39% громадян. Коливається й помалу зростає частка тих, хто сам приймає гостей: від 32% у 2002 році ця частка збільшується до 39% у 2006-му. Помітне

місце серед дозвілєвих практик посідає читання художньої літератури: цього способу проведення часу дотримується близько чверті громадян, з 2002 до 2006 року до цієї позначки наближається і перевищує її частка тих, хто слухає музику. Коливається навколо чверті в різні роки також частка тих, хто своє дозвілля присвячує заняттям та іграм з дітьми.

Частка населення, яке витрачає дозвілля на відвідування непродуктових магазинів, з 2002 до 2006 року упевнено зростає від п'ятої до третини опитаних. Стрімко, втричі в ці роки, зростає частка тих, хто проводить вільний час біля комп'ютера; у 2006 році вона становила 16%.

Найпоширенішими – залишаються такі способи проведення часу, як перегляд телепередач (77% у 2002, 87% у 2006 роках), читання газет (61–67%) та прослуховування радіо; частка останніх коливається від 44% (2002) — 39% (2004) до 50% у 2006-му.

Коливається в межах 13–18% частка тих, хто відвідує храми або молитовні будинки.

Ті, хто у вільний час підробляє (7–9%), відвідує бібліотеки (5–6%), вивчає літературу за спеціальністю (8–10%), становлять невеликі, але відносно стабільні частки респондентів.

Просто відпочинок, без жодних справ мали 34% опитаних у 2002 році, далі ця частка зростає і у 2006 році сягає 42%.

Жінки помітно перевершують чоловіків у таких дозвілєвих заняттях, як читання художньої літератури, рукоділля, спілкування з дітьми, відвідування непродуктових магазинів. Чоловіки помітно частіше слухають музику, сидять біля комп'ютера, полюють або ловлять рибу, грають у настільні ігри.

Таким чином, способи проведення відпусток у чоловіків та жінок сучасної України майже однакові; поширена практика не мати відпустки або займатися під час неї домашніми справами. У розмаїтті способів проведення вільного часу основні місця посідають відпочинок біля телевізора, читання газет, слухання радіо, відвідування гостей або спілкування з гостями вдома. В цих основних різновидах проведення вільного часу майже однаково у жінок та чоловіків. Помітне місце серед занять на дозвіллі посідають спілкування з дітьми, читання художньої літератури; ці практики порівняно частіше притаманні жінкам.

5.8. Місцеві умови проживання очима чоловіків і жінок України

Оцінки населенням міри задоволеності проживанням у своєму населеному пункті у 2002–2006 роках (табл. 5.23) свідчать про невелике, але неухильне поліпшення місцевих умов проживання: середній бал задоволеності (діапазон від 1 до 5) зріс у роки опитування від 2,7 бала до 3 балів; зауважимо: ця оцінка відповідає позиції “важко сказати, задоволений чи ні”. Жінки виявляють незначну відмінність у відповідях у бік незадоволеності.

Міра задоволеності населенням роботою органів

місцевої влади у роки опитування практично незмінна: позицію “переважно незадоволений” обирають 47–50% громадян, “переважно задоволений” – 13–16%. У відповідях громадян ґендерних відмінностей немає.

Динаміка оцінок роботи житлово-комунальної служби у 2002–2005 роках відсутня, а у 2006 році позитивна: частка тих, хто обрав позицію “переважно задоволений” у 2002–2005 роках коливається в межах 9–11%, а у 2006 році різко зростає до 32%. Значної різниці у відповідях чоловіків та жінок немає.

Міра задоволеності населенням благоустроєм та санітарним станом будинку та подвір'я у роки опитування незмінна: частка незадоволених станом будинку незначно коливається навколо половини (станом подвір'я – 44–48%), а частка задоволених – близько третини громадян.

Динаміка випадків дрібних злочинів у населених пунктах у 2002–2006 роках, згідно з оцінками громадян, позитивна: частка тих, хто практично не помітив випадків хуліганства й грабіжництва, зростає від 16% до 25%; значущої ґендерної різниці у відповідях немає.

Згідно з відповідями населення, частка тих, хто хотів би виїхати зі свого населеного пункту у 2002–2006 роках, майже незмінна і становить близько п'ятої, а частка тих, хто нікуди не хотів би виїхати, дещо зросла – від 55% (2002 рік) до 63% (2006 рік). Суттєвої різниці між відповідями чоловіків та жінок немає.

Відповіді на запитання стосовно причин міграційних настроїв у 2004–2006 роках переконують, що основні мотиви – шкідливі екологічні умови в поселенні (17–15%) та бажання знайти нове місце роботи (23–18%); на другому місці мотивації переїзду ближче до родичів або друзів (8–6%) та позиція “просто хочу змінити місце проживання” (8–7%). Мотивація переїзду “бажання знайти роботу” помітно переважає у чоловіків.

Таким чином, міра задоволення проживанням у своєму населеному пункті у населення в роки опитування дещо зросла, але залишається на низькому рівні; поліпшилася також ситуація із дрібною злочинністю, і попри те, що задоволеність благоустроєм будинків і вулиць залишається низькою, міграційні настрої громадян повільно спадають, а основною мотивацією їх є екологічний стан довкілля та прагнення знайти роботу. Остання мотивація більше притаманна чоловікам, ніж жінкам.

5.9. Екологічна ситуація за оцінками громадян України

Розподіл відповідей громадян на запитання стосовно екологічної ситуації в поселенні, де вони мешкають (табл. 5.24) засвідчує певні зміни в уявленнях про ситуацію у 2002–2006 роках. У 2002 році переважна більшість опитаних (59%) вважали екологічну ситуацію вкрай неблагополучною (19%) або неблагополучною (40%). Сьогодні ці частки поступово зменшуються до 11% та 35% відповідно. Помітно зросла (від 19% до 30%) частка тих, хто вважає ситуацію відносно або цілком благополучною. Чоловіки схильні давати більш позитивні оцінки ситуації в довкіллі, особливо це помітно у відповідях 2003 та 2005 років опитування.

5.10. Житлові умови громадян України: оцінки чоловіків і жінок

У 2002–2006 роках типи помешкань населення переважно такі: окрема квартира, наявність якої відмічають 52–58% громадян, індивідуальний будинок (у 39–34% опитаних), частина будинку (близько 3%) та комунальна квартира (3%), наймане у громадян житло (2%) та гуртожиток (близько 1% громадян). *Гендерної різниці у відповідях немає.*

Відповіді населення на запитання, чи приватизоване їхнє житло, дають змогу простежити поступове зростання з 2002 до 2006 року частки тих, хто його приватизував, від 69 (2002 рік) до 75% опитаних (2006 рік), і відповідне зменшення частки тих, хто не зробив цього, від третини до 19%. *Значимих розбіжностей у відповідях чоловіків та жінок не зафіксовано.*

У відповідях населення на запитання, скільки осіб мешкає з ними в одній кімнаті, у 2002–2006 роках помітна тенденція до зменшення кількості тих, хто живе в одній кімнаті: у 2002 році середня кількість тих, хто живе разом у кімнаті, становила в середньому 1,9 осіб, а в 2006 – 1,7 осіб. *Жінки порівняно частіше, ніж чоловіки, мешкають самі: у 2002 році частка таких жінок становила 37%, а чоловіків – 31%, у 2006 – 45% та 37% жінок і чоловіків відповідно.*

Згідно з відповідями громадян на запитання стосовно вигод, наявних в їхньому житті, з 2002 до 2006 року в умовах життя сталися такі зміни: частка забезпечених вдома холодною водою поступово зростає від 77% (2002 рік) до 81% (2004 рік) та 84% (2006 рік); частка забезпечених гарячою водою коливається: від 44% (2002 рік) вона зменшується до 40–39% (2004–2005 роки) та 49% (2006 рік). Кількість тих, хто має централізовану каналізацію, дещо зросла: від 66% до 71% за роки опитування; частка тих, хто має центральне опалення, коливається в межах 60–62% опитаних; збільшилася частка тих, хто має домашній телефон, від 49% (2002 рік) до 61% (2006 рік); зросла від 88% (2002 рік) до 95% (2005–2006 роки) частка тих, хто відмічає наявність у себе вдома газової або електроплити. Зауважимо, що зниження кількості тих, хто має гарячу воду, у 2003–2005 роках можна пояснити масовими відключеннями постачання в деяких районах, пов'язаними з невчасною оплатою або з іншими причинами. *Відмінності у відповідях чоловіків та жінок виникають лише в окремі роки за деякими позиціями; будемо вважати їх несуттєвими.* Температурні умови в житлових приміщеннях громадян у роки опитування також назвали певних змін: у 2002 році кожен п'ятий відзначав, що вдома постійно холодно, доводиться мерзнути, далі ця частка зменшується і в 2006 році становить 9%; від третини до чверті зменшується кількість тих, у кого вдома прохолодно, але не настільки, щоб це заважало жити; водночас частка тих, хто відзначає нормальну температуру, зростає від 45% до 64% опитаних. Простежується різниця в оцінках температурних умов чоловіків і жінок: частка жінок, які відзначають, що температура нормальна, стабільно на 3–7% менша, ніж частка чоловіків. *Будемо вважати, що частина жінок потребує дещо теплішого температурного режиму, ніж чоловіки.*

Вочевидно, що житлові умови населення дещо

поліпшилися, хоча важко вважати нормальними умови тієї половини населення, яке не має вдома гарячої води, й близько половини тих, хто мешкає удвох в одній кімнаті, частки (9%) тих, хто мешкає в кімнаті утрьох, а тим паче – тої десятої, у кого в квартирі нестерпний холод.

5.11. Матеріальний статус сім'ї за самооцінками українських чоловіків і жінок

Розподіл оцінок громадянами матеріального рівня життя сім'ї (табл. 5.25) у 2002–2006 роках (10-бальна шкала: 0 – злиденна, 10 – багата) демонструє переважання серед наших співвітчизників бідних сімей та сімей середнього рівня: до бідних сімей (від 0 до 3 балів) відносять себе 46–48% громадян, до середніх – від 53% (2002 рік) до 45% (2006 рік), до заможних та багатих – незначна частка, яка збільшується від 1% до 4%. Середній бал самооцінок у роки опитування незначно зростає від 3,5 до 3,7 бала; це означає, що зростання матеріального статусу відбувається в діапазоні “бідності” від середини до верхньої її межі. *Жінки оцінюють сімейний матеріальний рівень назагал нижче, ніж чоловіки, наприклад у 2006 році середній бал оцінок чоловіків становив 3,8, жінок – 3,5 бала.*

Середні розміри заробітної платні респондентів з 2002-го до 2006 року зростають від 207,9 грн до 503 грн; наголосимо, що важко оцінити за цим показником матеріальний рівень громадян через постійну інфляцію. *Наявні суттєві відмінності у відповідях чоловіків і жінок: у 2002 році середня зарплата чоловіків становила 258,2 грн, жінок – 169,2 грн, а у 2006 році – 697,7 та 468,7 гривень у чоловіків та жінок відповідно.*

У відповідях громадян стосовно цінного майна (табл. 5.26) помітні такі зміни: у роки опитування помітно зросли частки тих, хто відмічає наявність садової ділянки (від 37% до 42%), кольорового телевізора (від 74% до 90%), стерео- та відеоапаратури (від 30% до 28%), холодильника (від 89% до 93%), пральної машини (від 68% до 77%), модного одягу (від 11% до 16%), комп'ютера (від 5% до 19%). Майже не змінилися або незначно зросли частки тих, хто має дачу (11–13%), легкову машину (19–22%), нові меблі (16–18%), бібліотеку (20–22%), магнітофон, радіопрогравач, приймач (56–56%), спортивне, туристичне знаряддя (4–5%), моторний човен, катер (близько 1%). Зменшилася частка тих, хто має швейну машину (від 47% до 41%), ймовірно, через те, що проблем з купівлею щоденного одягу у населення поменшало, отже, зменшилася необхідність шити його вдома (це була поширена практика за радянських часів, коли купівля одягу, який подобається, становила проблему). *Відмінності у відповідях чоловіків та жінок полягають у тому, що чоловіки частіше мають легкову машину, кольоровий телевізор, стерео- та відеоапаратуру, магнітофон, радіоприймач, програвач, а від 2004 до 2006 року – пральну машину, комп'ютер.*

У визначеннях населенням загального матеріального становища сім'ї помітні такі тенденції: поступово зменшується у 2002–2006 роках частка тих, кому вистачає лише на продукти (від 50% до 37%), зростає частка тих, кому вистачає загалом на прожиття (від 24% до 37%), незначно зросла частка тих, кому вистачає на все необхідне, але

не на заощадження (від 12% до 16%). Чоловіки помітно вище оцінюють матеріальне становище сім'ї, ніж жінки: у 2006 році серед тих, кому вистачає лише на харчі, 30% чоловіків і 43% жінок, а серед тих, кому вистачає загалом на прожиття, 45% та 32% чоловіків і жінок відповідно.

Таким чином, на тлі поступового поліпшення матеріального рівня життя, яке все ще не перевищує верхньої межі "бідності", зростання середніх зарплат та цінного майна помітна серйозна гендерна різниця в оцінках. Чоловіки отримують вищу заробітну платню і мають вищий матеріальний статус.

5.12. Робота і зайнятість громадян України: гендерний аспект

Розподіл відповідей громадян на запитання щодо різновиду їхньої зайнятості з 2002 до 2006 року свідчить про стабільність спектра зайнятості населення: кваліфікованих робітників 15–16%; спеціалістів технічного профілю з вищою або середньою освітою – 6–5%; спеціалістів у галузі науки, культури, охорони здоров'я – 5–6%; службовців з числа допоміжного персоналу – 6–7%, різноробів або підсобних робітників – 4–6%, учнів, студентів, аспірантів – 4–5%, малих бізнесменів – 3–4%, працівників сільгосппідприємств – 2–3%, непрацюючих пенсіонерів – 27–30%; домогосподарок – 5–6%, не мають постійного місця роботи 5–7%, не працюють і не мають джерел доходу 3–4%, зареєстровані безробітні – 2–2% опитаних. Різниця у відповідях чоловіків та жінок віддзеркалює такі розбіжності у їхній зайнятості: частка чоловіків – кваліфікованих робітників стабільно перевищує частку жінок удвічі, або й утричі; частка жінок – службовців (допоміжного персоналу) більш як удвічі більша за частку чоловіків; частка жінок – непрацюючих пенсіонерів перевищує частку чоловіків на 11–12%; домогосподарки – майже винятково жінки.

Динаміка змін зайнятості населення у приватному та державному секторі демонструє невелике зменшення частки працюючих у державному секторі від 30% (2002 рік) до 25% (2006 рік) і збільшення в ці роки частки працюючих у приватному секторі від майже п'ятої частини до більш як чверті. Відповіді чоловіків та жінок свідчать про порівняно більшу зайнятість чоловіків у приватному секторі, причому різниця зростає і становить від 10 до 15%, тобто частка жінок, які працюють у приватному секторі, залишається майже стабільною: 15–18%, а частка чоловіків постійно зростає. Жінки порівняно частіше, ніж чоловіки, відповідають, що не працюють; ці частки коливаються в межах 36–39% та 53–57% чоловіків і жінок відповідно.

Відповіді населення у 2003–2006 роках стосовно статусу зайнятості на роботі свідчать, що частки роботодавців (1–3%), самозайнятих (6%) та найманих працівників (40–44%) залишаються на стабільному рівні. Серед найманих працівників чоловіків на 10–12% більше, ніж жінок.

Згідно з відповідями населення, у 2002 та у 2005–2006 роках у містах і селах, де мешкають респонденти, важко було знайти роботу за їхньою кваліфікацією і з достатнім заробітком двом третинам, а легко – лише 3–5% громадян. За кваліфікацією і без достатнього заробітку у 2002

році легко було знайти роботу 14%, а у 2005–2006 роках – більш як кожному п'ятому респонденту. Із достатньою платнею не за кваліфікацією у 2002 році легко було знайти роботу 3%, а у 2005–2006 роках 6–8% громадян, а важко – 67% (2002 рік) та 64–62% (2005–2006 роки). Будь-яку роботу у 2006 році легко було знайти 14%, у 2005 – більш як чверті, а у 2006 році майже третині громадян. Упродовж років опитування можливості працевлаштування дещо поліпшилися, однак більше це стосується будь-якої роботи, ніж роботи за кваліфікацією та з достатнім для респондентів заробітком. Згідно з відповідями чоловіків і жінок, чоловікам порівняно легше знайти роботу (різниця сягає 12%), ніж жінкам. Жінки порівняно частіше не знають, чи легко знайти роботу в їхньому населеному пункті.

Оцінки задоволеності населенням роботою в цілому у 2003–2006 роках такі: частка повністю незадоволених коливається в межах 7–4%, радше незадоволених – 13–15%, радше задоволених – 17–20%, повністю задоволених – близько 3% громадян. Серед чоловіків частка задоволених порівняно більша, ніж серед жінок, на 5–7%.

Підсумуємо: на тлі слабкого покращення можливостей працевлаштування в Україні помітно, що частка працюючих серед чоловіків більше, ніж серед жінок, на 18–20%, чоловіки порівняно легше знаходять роботу і частіше бувають нею задоволені.

5.13. Деякі аспекти освіти чоловіків і жінок в Україні

Оцінки задоволеності населенням рівнем освіти⁶⁹ у 2002–2006 роках такі: частка повністю незадоволених та радше незадоволених своєю освітою коливається у межах 39–40%; частка радше задоволених зростає від 23% (2002 рік) до 28% та 27% (2004 та 2006 роки); частка повністю задоволених – від 6% та 5% (2002 та 2004 роки) зростає до 10% (2006 рік). Бачимо, що задоволеність освітою дещо зростає в роки опитування. Гендерної різниці у відповідях немає.

Розподіл відповідей громадян на запитання стосовно відповідності теперішньої роботи респондента його освітньо-професійному рівню у 2002–2006 роках свідчить, що частка тих, хто вважає свою роботу відповідною освітньому рівню, коливається в межах 30–26%, а тих, хто не вважає її відповідною – в межах 30–38%. Аналіз відповідей чоловіків і жінок не виявив гендерних відмінностей в їхніх уявленнях.

Відповіді населення стосовно вміння користуватися комп'ютером свідчать про помітне зростання частки комп'ютерно грамотних: частка тих, хто не вміє ним користуватися, з 2002 року від 80% постійно зменшується і 2006 року становить 65%, натомість частка тих, хто іноді користується ним, зростає від 13% до чверті, а тих, хто постійно використовує його в роботі, від 4% збільшується до 9%. Гендерна різниця у відповідях демонструє порівняно частішу комп'ютерну неграмотність жінок та порівняно вищу обізнаність чоловіків.

69 Плініна Н. Українське суспільство 1992–2006: соціологічний моніторинг. – К.: ІС НАНУ, 2006. – С. 78.

Розподіл відповідей населення стосовно користування Інтернетом свідчить про таку динаміку: частка тих, хто не має потреби і не користується Інтернетом, постійно зменшується – від 81% (2002 рік) до 74% (2006 рік), коливається в межах 9%–13% частка тих, хто має потребу, але не має можливостей користуватися ним; зростає від 1% до 7% частка тих, хто користується ним удома, коливається в межах 3–4% частка тих, хто користується ним на роботі, і зростає від 1% до 5% частка тих, хто має доступ до Інтернету в Інтернет-кафе або клубі. *Серед тих, хто не має потреби і не користується Інтернетом, переважає частка жінок, а серед тих, хто користується ним удома (2006 рік) – частка чоловіків.*

Таким чином, *на тлі однакових рівнів задоволеності чоловіків та жінок освітою чоловіки порівняно більше обізнані з комп'ютером і частіше користуються Інтернетом.*

5.14. Користування транспортом і зв'язком

Розподіл відповідей населення стосовно користування послугами зв'язку у 2002–2006 роках демонструє певні коливання щодо отримання газет: якщо у 2002–2003 роках частка тих, хто їх отримувач, була близько половини, то у 2004 році зросла до 56%, а у 2005 знизилася до 45%; у 2006 році ця частка становить 51% громадян. Частка тих, хто отримує журнали, коливається в межах 7–10%, стільки ж опитаних переказують/отримують гроші, а частки тих, хто пересилає або отримує посилки чи бандеролі, користується факсом, E-mail невеликі й не перевищують 3–5%. *Частка тих, хто пересилає і отримує листи і листівки, зменшується за роки опитування від чверті майже вдвічі; серед них стабільно переважають жінки.* Звичайним телефоном користуються 64–69% громадян. *Частка тих, хто користується мобільним телефоном, за роки опитування (2002–2006) різко зросла від 6% до 48%; серед них переважна більшість – чоловіки; різниця між частками чоловіків і жінок становить 5–7%.*

Користування населенням видами транспорту виявляє такі зміни. На тлі стабільного користування літаком (менше 1%), поїздом (6%), електричками (10–13%), міжміським автобусом (9–12%), метро (9–11%) дещо зменшується користування міським автобусом (від 39% до 33%), трамваєм (від 26% до 17%), тролейбусом (від 37% до 31%); натомість зростає рівень використання маршрутних таксі (від 37% до 57%). В окремі роки (2002, 2004 роки) можна помітити, що чоловіки частіше користуються міським автобусом і маршрутками.

Таким чином, *у використанні засобів зв'язку чоловіками і жінками помітне більш активне листування жінок і більша частота використання мобільного телефону з боку чоловіків. Чоловіки також дещо частіше користуються маршрутками, ніж жінки.*

5.15. Соціальні зміни в умовах життя громадян України

Оцінюючи характер змін у своїх умовах життя, громадяни у 2002–2005 роках дедалі рідше відзначають

погіршення матеріальних умов сім'ї: якщо у 2002 році погіршення помітили 49% опитаних, то у 2005 році – 31%, а частка тих, хто відмітив поліпшення, зросла в цей період від 12% до 20%. У 2006 році ситуація дещо змінилася на гірше: погіршення відзначили 39%, а покращення 14% громадян. Згідно з відповідями чоловіків та жінок, жінки у 2003–2004 роках частіше помічали погіршення, ніж чоловіки.

Оцінки змін у медичному обслуговуванні у 2002–2005 роках такі: зменшується частка тих, хто помітив погіршення – від 44% до 25%, а частка тих, хто відмічає покращення, залишається незмінною: 4–5%. У 2006 році частка тих, хто помітив погіршення в медичному обслуговуванні, зростає до 30%. Бачимо, що процес погіршення його уповільнювався від 2002 до 2005 року, а 2006 року дещо пришвидшився. *Жінки в деякі роки (2003, 2006 роки) частіше, ніж чоловіки, помічають погіршення.*

Зміни в умовах відпочинку під час відпустки населення такі: частка тих, хто вбачає зміни на гірше, зменшилася від 41% (2002 рік) до 19–23% (2005–2006 роки), а частка тих, хто бачить поліпшення, залишається в межах 6–7%. Жінки дещо частіше помічають погіршення в окремі роки.

Характер змін в умовах відпочинку та дозвілля після роботи також назагал окреслюється як уповільнення погіршення: зменшується частка тих, хто його відмічає, від 38% (2002 рік) до 15–18% (2005–2006 роки), а частка тих, хто вбачає покращення, стабільна 7–10%. *Суттєвої гендерної різниці у відповідях немає.*

Оцінки змін у можливостях отримання достовірної інформації про те, що діється в країні та світі, такі: частка тих, хто бачить погіршення, коливається в межах 16–11%, а частка тих, хто бачить поліпшення, зростає від близько чверті (2002–2004 роки) до 36% (2005 рік), а в 2006 році дещо зменшується до 28%. Відмітимо сталі покращення у доступі до інформації громадян у 2002–2004 роках і помітне погіршення у 2006 році. *Чоловіки у 2006 році дещо частіше помічали поліпшення в отриманні достовірних повідомлень.*

Зміни в умовах виховання дітей населення такі: частка тих, хто відзначив погіршення, від 29% (2002 рік) зменшилася до 13–15%, а частка тих, хто вважає, що умови виховання дітей покращилися, коливається в межах 10–13%. Бачимо, що умови виховання дітей стабілізувалися. *Гендерної різниці у відповідях немає.*

Оцінки змін у можливостях брати участь в культурному житті свідчать про певну стабілізацію: зменшилася від 26% (2002 рік) до 12–15% (2005–2006 роки) частка тих, хто вважає, що його можливості брати участь в культурному житті погіршилися, частка тих, хто відмітив покращення, залишається майже сталою – 10–11%. *Гендерної різниці у відповідях немає.*

Динаміка змін в екологічній ситуації у 2002–2006 роках така: частка тих, хто вважає, що стан довкілля погіршився, від 54% зменшилася до 32% (2005 рік), а далі зросла до 42%, частка тих, хто вбачає покращення, залишається незначною: 2–4%. Відмітимо зниження швидкості погіршення стану довкілля за оцінками населення. *Жінки частіше помічали погіршення стану довкілля, особливо у 2002–2004 роках.*

Оцінюючи зміни своєї захищеності від свавілля влади

й чиновників, населення у 2005 році помітно рідше вбачає погіршення ситуації, ніж у 2002 році: частка тих, хто певен, що ситуація гіршає, від 43% (2002 рік) зменшилася більш як удвічі – до 21% (2005 рік), а в 2006 році зросла до 29%. Частка тих, хто вважає, що ситуація поліпшилася, у 2002–2004 роках була незначною – 2–4%, у 2005 році зросла до 13%, у 2006 році зменшилася до попереднього рівня – 5%. Динаміка оцінок змін захищеності від свавілля влади підтверджує оптимістичні настрої початку 2005 року. *Різниця у відповідях чоловіків і жінок виявляється лише у 2003 році, коли жінки частіше відзначали погіршення ситуації.*

Характер змін у сфері зайнятості у 2002–2006 роках оцінений так: частка тих, хто вважає, що забезпеченість роботою погіршилася, з 2002 до 2005 року відчутно зменшилася – від 55% до 25%, а в 2006 році зросла до 33%. У період 2002–2005 років дещо (від 4% до 9%) зросла частка тих, хто помітив покращення; у 2006 році ця частка становить 71%. *У 2002–2003 роках жінки порівняно частіше помічали погіршення забезпечення роботою, ніж чоловіки.*

Розподіл відповідей населення на запитання стосовно змін в особистій безпеці (на вулиці, в громадських місцях) у 2002–2006 роках свідчить про поступове уповільнення погіршення ситуації: якщо у 2002 році частка тих, хто вбачав погіршення, перевищувала половину населення, то у 2005–2006 роках ця частка становила 24–29% респондентів; частка тих, хто помітив покращення, становить в ці роки 4–7% громадян. *Чоловіки порівняно частіше відзначали стабільність ситуації у 2003 та 2006 роках.*

Таким чином, динаміку соціальних змін в оцінках громадянами України можна схарактеризувати так: *непевне поліпшення отримання достовірної інформації про події в країні і світі; уповільнення процесу погіршення матеріальних умов сімей, медичного обслуговування, умов відпочинку під час відпустки, екологічної ситуації, захищеності від свавілля влади, гарантій зайнятості, особистої безпеки; як стабілізацію можливості брати участь в культурному житті, умов виховання дітей, дозвілля після роботи.*

ВИСНОВКИ до розділу 5

- В уявленнях населення стосовно функціонування економіки виявлено тенденції щодо слабого поліпшення економічної ситуації загалом; переважає думка, що економікою має управляти не лише ринок, а й держава; негативне ставлення до купівлі-продажу землі; повільне поліпшення ставлення до приватного сектору економіки. Чоловіки частіше виявляють наміри працювати в приватному секторі і як наймані працівники, і як організатори власної справи, ніж жінки.
- Зростає зацікавленість населення політикою, причому чоловіки цікавляться нею частіше, ніж жінки. У поглядях громадян на політичну ситуацію помітні східноєвропейські зовнішньополітичні орієнтації та симпатії до соціалістичних поглядів. Політична ситуація оцінена громадянами як напружена. В оцінках наявності політичних лідерів, здатних ефективно управляти країною, віддзеркалюються сподівання у 2005 році на кращу роботу “помаранчевої влади” й подальше розчарування в ній. Порівняно активніша і рішучіша позиція чоловіків у ставленні до політики виявляє не власну дієву громадську позицію, а радше оцінно-спостережувальну цікавість. Ставлення жінок до політики видається консервативнішим і байдужішим.
- Уявлення населення стосовно правової сфери зводяться до: надзвичайного звернення до судових інстанцій і держадміністрацій по допомогу та ще рідшого отримання допомоги; переважання переконань в неможливості щось зробити, якщо влада буде утискати права та інтереси (частка тих, хто вважає себе в змозі обстоювати їх, не перевищує однієї шостої, причому більшість серед них – чоловіки); поступово поширюється переконання стосовно справедливості скасування смертного вироку. Уявлення громадян про ймовірність протестів перебувають у складній залежності від їхніх протестних намірів: зі зменшенням оцінок імовірності зменшуються ситуативно-протестні наміри і зростають узагальнено-протестні. Серед громадян із протестними намірами переважають чоловіки.
- Сучасним громадянам України важко визначитися, у що вірити; більші ускладнення в цьому плані відчувають жінки. Однак головує звичка самостійно визначати, що правильно, а що ні; жінки посідають позицію “залежності” частіше. Попри переконання в конфліктності людської природи, люди не відзначають підвищеної ситуативної конфліктності у повсякденні. Уявлення про можливість довіри до більшості людей поєднуються з думкою про небезпечність довіри, здатність збрехати заради кар’єри та переконання, що чесність – похідна від страху бути викритим. Висока довіра до родини поєднується у населення з недовірою до майже всіх соціальних інституцій.
- Попри те, що соціальне самопочуття громадян поступово поліпшується, рівень його досі нижчий за середній; самопочуття жінок порівняно гірше, ніж у чоловіків.
- Самооцінки стану здоров’я населення виявляють незначну позитивну динаміку. Чоловіки почуваються помітно краще, ніж жінки, отже, менше потребують соціальної підтримки; водночас частіше відзначають у себе шкідливу звичку до тютюну та алкоголю. Готовність надавати підтримку іншим і чоловіки, і жінки виявляють однаковою мірою.
- Практика проведення відпусток населенням передбачає зайняття домашніми справами, а також відсутність відпустки взагалі. Проведення вільного часу – в основному біля телевізора, читання газет, слухання радіо, спілкування з гостями. У цих основних практиках гендерної різниці немає. Серед занять помітне місце посідає спілкування та заняття з дітьми; цей спосіб проведення дозвілля більше притаманний жінкам; крім того, жінки більше читають художню літературу, відвідують непродуктові магазини. Чоловіки частіше слухають музику, займаються комп’ютером, полюють або рибалять, грають у настільні ігри.
- Задоволеність проживанням у своєму населеному пункті у наших співвітчизників дещо зросла, хоча й залишається на низькому рівні, як і задоволеність благоустроєм будинків і вулиць. Міграційні настрої

Таблиця 5.3. Динаміка ставлення жінок і чоловіків до розвитку приватного підприємництва, %

| Варіанти відповідей | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|---|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|
| | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом |
| Зовсім не схвалюю | 10,2 | 13,9 | 12,3 | 8,7 | 9,3 | 9,1 | 9,8 | 11,1 | 10,6 | 6,5 | 9,2 | 8 | 8,1 | 8,1 | 8,1 |
| Переважно не схвалюю | 11 | 10,3 | 10,6 | 10,1 | 12 | 11,2 | 10,3 | 14,6 | 12,7 | 8,3 | 12,8 | 10,8 | 12,8 | 12 | 12,4 |
| Важко сказати однозначно, схвалюю чи ні | 25,4 | 31,6 | 28,9 | 26,2 | 32,1 | 29,5 | 29,1 | 29,8 | 29,5 | 26,9 | 31,4 | 29,4 | 18,4 | 26,9 | 23 |
| Переважно схвалюю | 34,3 | 32,1 | 33,1 | 37 | 35,8 | 36,3 | 33,9 | 34,1 | 34 | 39,1 | 32,2 | 35,3 | 38,5 | 36,4 | 37,3 |
| Цілком схвалюю | 19,1 | 12 | 15,1 | 18 | 10,7 | 13,9 | 16,8 | 10,3 | 13,2 | 19,2 | 14,5 | 16,6 | 22,1 | 16,6 | 19,1 |
| Разом | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Середнє | 3,4 | 3,2 | 3,3 | 3,45 | 3,3 | 3,3 | 3,37 | 3,17 | 3,3 | 3,6 | 3,3 | 3,4 | 3,53 | 3,41 | 3,5 |

Таблиця 5.4. Гендерні аспекти особистої згоди працювати у приватного підприємця, %

| Варіанти відповідей | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|-----------------------------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|
| | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом |
| Зовсім незгоден | 21 | 25,5 | 23,5 | 17,7 | 22,4 | 20,3 | 19,2 | 22,6 | 21,1 | 30,7 | 40,5 | 36,1 | 31,1 | 38 | 34,9 |
| Радше незгоден | 11,9 | 14,5 | 13,4 | 17,2 | 17,3 | 17,3 | 18,4 | 20,1 | 19,4 | 13,2 | 12 | 12,5 | 12,4 | 13,9 | 13,2 |
| Важко сказати, згоден чи ні | 20 | 21,4 | 20,8 | 20,1 | 19,6 | 19,8 | 18,7 | 20,7 | 19,8 | 14,8 | 14,9 | 14,9 | 17,5 | 13,1 | 15,1 |
| Радше згоден | 29,5 | 27,1 | 28,2 | 32,1 | 32,7 | 32,4 | 32,2 | 27,6 | 29,6 | 19,2 | 17,3 | 18,2 | 16,7 | 18 | 17,4 |
| Цілком згоден | 17,7 | 11,4 | 14,2 | 12,9 | 8,1 | 10,2 | 11,5 | 9,1 | 10,1 | 22,1 | 15,3 | 18,3 | 22,3 | 17,1 | 19,4 |
| Разом | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Середнє | 3,1 | 2,8 | 3 | 3,1 | 2,9 | 3 | 3 | 280,4 | 2,9 | 2,9 | 2,5 | 2,7 | 2,9 | 2,6 | 2,7 |

Таблиця 5.5. Гендерні аспекти бажання відкрити власну справу, %

| Варіанти відповідей | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|---------------------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|
| | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом |
| Ні | 24,6 | 30,7 | 28 | 26,2 | 36,1 | 31,7 | 25,6 | 35,1 | 30,8 |
| Радше ні | 12,1 | 15,2 | 13,8 | 9 | 10,1 | 9,6 | 9,7 | 10,4 | 10,1 |
| Важко сказати | 17 | 16,5 | 16,7 | 15,5 | 14,3 | 14,8 | 12,7 | 14,2 | 13,5 |
| Радше так | 21,7 | 20 | 20,7 | 17,5 | 15,7 | 16,5 | 18,2 | 15,4 | 16,7 |
| Так | 24,5 | 17,7 | 20,7 | 31,7 | 23,9 | 27,3 | 33,9 | 24,9 | 29 |
| Не відповіли | | | | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Середній бал | 3,1 | 2,8 | 2,9 | 3,2 | 2,8 | 3 | 3,3 | 2,8 | 3 |

Таблиця 5.6. Гендерні аспекти цікавості щодо політики загалом, %

| Варіанти відповідей | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|-----------------------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|
| | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом |
| Зовсім не цікавить | 15,1 | 22,5 | 19,2 | 12,7 | 22,2 | 18,1 | 16,9 | 24 | 20,9 | 7,8 | 14,1 | 11,3 | 12,5 | 17,9 | 15,5 |
| Певною мірою цікавить | 69,6 | 68 | 68,7 | 73,5 | 67,9 | 70,3 | 69,5 | 66,8 | 68 | 68 | 67,4 | 67,7 | 66,8 | 67,3 | 67,1 |
| Дуже цікавить | 15,3 | 9,5 | 12 | 13,7 | 9,9 | 11,6 | 13,6 | 9,2 | 11,1 | 24,2 | 18,6 | 21,1 | 20,7 | 14,8 | 17,5 |
| Разом | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Середній бал | 2 | 1,9 | 1,9 | 2 | 1,9 | 1,9 | 2 | 1,9 | 1,9 | 2,2 | 2 | 2,1 | 2,1 | 2 | 2 |

Таблиця 5.12. Динаміка уявлень громадян про можливість протестних виступів населення в містах/селах України на захист своїх прав, %

| Варіанти відповідей | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|---------------------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|
| | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом |
| Малоймовірно | 45,2 | 40,7 | 42,7 | 57,8 | 56 | 56,8 | 56,4 | 56,7 | 56,5 | 45,2 | 40,7 | 42,7 | 54,1 | 55,2 | 54,7 |
| Важко сказати | 19,9 | 23,8 | 22,1 | 21,8 | 23 | 22,5 | 20,6 | 21,8 | 21,2 | 19,9 | 23,8 | 22,1 | 19,2 | 19,4 | 19,3 |
| Досить імовірно | 34,8 | 35,5 | 35,2 | 20,4 | 21 | 20,7 | 23,1 | 21,6 | 22,2 | 34,8 | 35,5 | 35,2 | 26,8 | 25,5 | 26,1 |
| Разом | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Таблиця 5.13. Наміри громадян щодо участі в можливих протестних виступах, %

| Варіанти відповідей | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|---------------------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|
| | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом |
| Радше ні | 45,2 | 40,7 | 42,7 | 57,8 | 56 | 56,8 | 56,4 | 56,7 | 56,5 | 45,2 | 40,7 | 42,7 | 54,1 | 55,2 | 54,7 |
| Важко сказати | 19,9 | 23,8 | 22,1 | 21,8 | 23 | 22,5 | 20,6 | 21,8 | 21,2 | 19,9 | 23,8 | 22,1 | 19,2 | 19,4 | 19,3 |
| Радше так | 34,8 | 35,5 | 35,2 | 20,4 | 21 | 20,7 | 23,1 | 21,6 | 22,2 | 34,8 | 35,5 | 35,2 | 26,8 | 25,5 | 26,1 |
| Разом | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Таблиця 5.14. Узагальнено-протестні наміри громадян України, %

| Оцінювані позиції | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|--|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|
| | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом |
| Потрібно за будь-яку ціну зберегти порядок, мир та спокій | 30,5 | 39 | 35,2 | 25,3 | 32,2 | 29,2 | 30,8 | 37,6 | 34,6 | 30,5 | 39 | 35,2 | 31,5 | 38,1 | 35,1 |
| Важко сказати | 18,7 | 19,8 | 19,3 | 25,3 | 22,5 | 23,8 | 22,6 | 23,1 | 22,9 | 18,7 | 19,8 | 19,3 | 21,4 | 23,6 | 22,6 |
| Потрібно активно протестувати проти постійного погіршення умов життя | 50,8 | 41,2 | 45,5 | 49,3 | 45,2 | 47 | 46,6 | 39,4 | 42,6 | 50,8 | 41,2 | 45,5 | 47,1 | 38,4 | 42,3 |
| Разом | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Таблиця 5.15. Розподіл відповідей респондентів на запитання: "Як Ви вважаєте, від чого здебільшого залежить те, як складається Ваше життя?", %

| Оцінювані позиції | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|--|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|
| | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом |
| Здебільшого від зовнішніх обставин | 20,7 | 26,7 | 24 | 16,7 | 21,8 | 19,6 | 15,8 | 22,2 | 19,4 | 15,8 | 20,9 | 18,6 | 18,1 | 19,6 | 18,9 |
| Деякою мірою від мене, але більше від зовнішніх обставин | 27,5 | 28,7 | 28,1 | 28,2 | 27,5 | 27,8 | 28 | 30,4 | 29,4 | 28 | 26,7 | 27,3 | 26,4 | 32,1 | 29,5 |
| Однаковою мірою від мене і від зовнішніх обставин | 25,8 | 25,5 | 25,6 | 29,4 | 30,1 | 29,8 | 30,8 | 27,3 | 28,9 | 30,1 | 29,6 | 29,8 | 32,6 | 31,2 | 31,8 |
| Більшою мірою від мене, ніж від зовнішніх обставин | 14 | 8,1 | 10,7 | 12,3 | 11 | 11,6 | 13,4 | 11,2 | 12,1 | 13,3 | 12,5 | 12,9 | 12,7 | 8,5 | 10,4 |
| Здебільшого від мене | 12,1 | 11 | 11,5 | 13,4 | 9,5 | 11,2 | 12 | 8,9 | 10,3 | 12,8 | 10,3 | 11,4 | 10,3 | 8,5 | 9,3 |
| Разом | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Середній бал | 2,7 | 2,5 | 2,6 | 2,8 | 2,6 | 2,7 | 2,8 | 2,5 | 2,7 | 2,8 | 2,6 | 2,7 | 2,7 | 2,5 | 2,6 |

Таблиця 5.16. Індекс соціального самопочуття населення України

| | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|--------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|
| | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом |
| ІСС-20 | 32,4 | 29,3 | 30,7 | 33,6 | 30,0 | 31,6 | 35,5 | 31,1 | 33,0 | 34,7 | 31,3 | 32,8 | 36,1 | 32,9 | 34,4 |

Таблиця 5.17. Розподіл відповідей респондентів на запитання: “Відзначте, будь ласка, в яких із наведених далі ситуаціях Вам довелося принаймні раз перебувати впродовж останніх 12 місяців?”, %

| Варіанти відповідей | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р |
| Зазнати тяжкої хвороби, операції | 12,1 | 15,1 | 13,7 | 9,5 | 14 | 12 | 11,1 | 16,2 | 13,9 | 14 | 17,9 | 16,2 | 11,3 | 16,5 | 14,2 |
| Пережити тяжку хворобу або смерть близьких | 15,1 | 18,1 | 16,8 | 14 | 19,4 | 17,1 | 16,5 | 21 | 19 | 16,4 | 23,1 | 20,1 | 14,9 | 18,2 | 16,7 |
| Перебувати у стані, близькому до самогубства | 2,9 | 2,4 | 2,6 | 1,8 | 2,7 | 2,3 | 2,6 | 2 | 2,3 | 2,3 | 1,6 | 1,9 | 1,7 | 1,2 | 1,4 |
| Втратити роботу, бути вимушено безробітним | 12,8 | 8,1 | 10,2 | 15 | 12,3 | 13,5 | 12 | 9,5 | 10,6 | 12,4 | 10,2 | 11,2 | 9 | 6,9 | 7,8 |
| Потерпіти від якого-небудь злочину | 8,1 | 5,6 | 6,7 | 9,1 | 7,5 | 8,2 | 7,7 | 7,1 | 7,3 | 8,5 | 7,9 | 8,2 | 6,1 | 5,5 | 5,8 |
| Опинитися у великій матеріальній скруті, коли немає за що купити навіть необхідні продукти | 30,6 | 36,4 | 33,8 | 29,2 | 37,6 | 33,9 | 24,2 | 30,1 | 27,5 | 20,8 | 27,8 | 24,7 | 15,5 | 22,2 | 19,2 |
| Відчувати свою безпорадність перед свавіллям влади | 19,5 | 16,2 | 17,6 | 20,2 | 17,8 | 18,8 | 16,4 | 14,1 | 15,1 | 17,8 | 15,3 | 16,4 | 12 | 13,9 | 13,1 |
| Втратити великі суми грошей через невдалі комерційно-фінансові операції | 2,5 | 2,1 | 2,3 | 3 | 2,2 | 2,6 | 2,8 | 2,7 | 2,7 | 2,6 | 2 | 2,3 | 1 | 1,6 | 1,3 |
| Звертатися за допомогою до суду, прокуратури, адвоката | 3,3 | 4,2 | 3,8 | 5,2 | 4,8 | 4,9 | 4,2 | 3,7 | 3,9 | 5,4 | 5,8 | 5,6 | 3,6 | 3,8 | 3,7 |
| Втратити соціальний оптимізм, надію на те, що стан у країні зміниться на краще | 18,2 | 22,5 | 20,6 | 20,4 | 22,8 | 21,7 | 15,1 | 17,5 | 16,4 | 17,8 | 16,5 | 17,1 | 19,5 | 20,3 | 19,9 |
| Зневіритися в людях, стикаючись із підлістю, зрадництвом | 16,0 | 18,8 | 17,5 | 19,2 | 21 | 20,2 | 16,1 | 15,9 | 16 | 14 | 17,3 | 15,8 | 14,6 | 17,5 | 16,2 |
| Втратити віру у свої сили такою мірою, що буквально нічого не хотілося робити | 9,6 | 14 | 12 | 9,4 | 14,4 | 12,2 | 7,8 | 12,8 | 10,6 | 9,1 | 13,7 | 11,7 | 6,3 | 12,7 | 9,8 |
| Серйозно конфліктувати з оточенням | 3,9 | 3 | 3,4 | 5,2 | 3,4 | 4,2 | 4,4 | 3,8 | 4,1 | 5 | 4,3 | 4,6 | 6,3 | 4,9 | 5,5 |
| Переживати інші тяжкі ситуації | 1,3 | 1,8 | 1,6 | 1,9 | 2,3 | 2,1 | 2,3 | 3,1 | 2,7 | 1,6 | 1,2 | 1,4 | 1,6 | 2,6 | 2,2 |
| Ніяких тяжких ситуацій за останні 12 місяців я не переживав | 30,8 | 26,4 | 28,4 | 28,8 | 21,4 | 24,7 | 33,8 | 28,4 | 30,8 | 38 | 30,3 | 33,7 | 41,2 | 33,5 | 36,9 |

Таблиця 5.18. Розподіл відповідей респондентів на запитання: “Як Ви оцінюєте стан свого здоров’я загалом?”, %

| Варіанти відповідей | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р |
| Дуже поганий | 3,6 | 6,8 | 5,4 | 3,4 | 6,2 | 4,9 | 3,2 | 5,5 | 4,4 | 3,8 | 4,3 | 4,1 | 2,3 | 6,3 | 4,5 |
| Поганий | 20 | 30 | 25,6 | 16,8 | 28,8 | 23,5 | 17,5 | 24,8 | 21,6 | 14,7 | 25,8 | 20,8 | 15,4 | 27,2 | 21,8 |
| Задовільний | 52,7 | 47,2 | 49,6 | 60,4 | 53,2 | 56,4 | 58 | 57,6 | 57,8 | 58,9 | 56,6 | 57,6 | 57,2 | 50 | 53,3 |
| Добрий | 20,6 | 15,3 | 17,7 | 17,6 | 10,9 | 13,8 | 18,8 | 10,9 | 14,4 | 20,2 | 12 | 15,6 | 21,1 | 15,6 | 18,1 |
| Відмінний | 3 | 0,8 | 1,8 | 1,8 | 0,9 | 1,3 | 2,5 | 1,2 | 1,8 | 2,5 | 1,3 | 1,8 | 3,9 | 0,9 | 2,3 |
| Разом | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Середній бал | 3 | 2,7 | 2,8 | 3 | 2,7 | 2,8 | 3 | 2,8 | 2,9 | 3 | 2,8 | 2,9 | 3,1 | 2,8 | 2,9 |

Таблиця 5.19. Розподіл відповідей респондентів на запитання: “Чи маєте Ви хронічні захворювання?”, %

| Варіанти відповідей | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р |
| Ні, не маю | 56,5 | 44,8 | 50 | 59 | 43,9 | 50,6 | 59,4 | 46,3 | 52,1 | 61,2 | 49,3 | 54,6 | 63 | 48,2 | 54,9 |
| Так, одне | 30,5 | 31,7 | 31,2 | 29,5 | 34,1 | 32,1 | 28,1 | 34,6 | 31,7 | 25,5 | 29,4 | 27,7 | 26,1 | 28,3 | 27,3 |
| Так, кілька | 13 | 23,5 | 18,9 | 11,5 | 22 | 17,4 | 12,5 | 19,2 | 16,2 | 13,3 | 21,3 | 17,8 | 10,9 | 23,6 | 17,8 |
| Разом | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Таблиця 5.20. Розподіл відповідей респондентів на запитання: “Чи вживаєте Ви спиртні напої?”, %

| Варіанти відповідей | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р |
| Ні, ніколи | 8,7 | 26,5 | 18,6 | 9,2 | 26,9 | 19,1 | 10,7 | 25,8 | 19,2 | 10,3 | 27,9 | 20,1 | 9,7 | 27,6 | 19,5 |
| Кілька разів на рік | 19,1 | 38,2 | 29,7 | 18,9 | 40,2 | 30,8 | 19,7 | 41,7 | 32 | 22 | 42,5 | 33,4 | 23,7 | 39,9 | 32,6 |
| Інколи, 1-2 рази на місяць | 37,2 | 28,2 | 32,1 | 33,4 | 23,8 | 28 | 31,1 | 25,5 | 28 | 34,1 | 22,7 | 27,8 | 32,3 | 23,5 | 27,5 |
| 3-4 рази на місяць | 22 | 5,5 | 12,8 | 23 | 7,1 | 14,1 | 24,5 | 5,4 | 13,8 | 20,3 | 4,6 | 11,6 | 21,8 | 7,1 | 13,7 |
| 2-3 рази на тиждень | 10,7 | 1,7 | 5,7 | 12,3 | 1,8 | 6,4 | 12,0 | 1,4 | 6,1 | 11,4 | 2,0 | 6,2 | 11,1 | 1,7 | 5,9 |
| Щоденно | 2,3 | | 1 | 3,2 | 0,1 | 1,4 | 1,9 | 0,2 | 0,9 | 1,9 | 0,4 | 1,1 | 1,4 | 0,2 | 0,7 |
| Разом | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Таблиця 5.21. Розподіл відповідей респондентів на запитання: “Якими з наведених занять Ви займалися принаймні раз упродовж останніх 7-ми днів?”, %

| Варіанти відповідей | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р |
| Ранкова гімнастика і фізкультура | 12,3 | 10,5 | 11,3 | 15,9 | 12,5 | 14 | 11,7 | 11,4 | 11,6 | 17,2 | 16,1 | 16,6 | 18,6 | 15,8 | 17,1 |
| Біг, оздоровчі прогулянки | 5,2 | 3,1 | 4 | 6,1 | 4,1 | 4,9 | | 3,1 | 3,5 | 5,6 | 4,2 | 4,8 | 6 | 6,3 | 6,2 |
| Відвідування басейну, заняття в спортивній залі, на стадіоні, спортивних майданчиках | 4,2 | 1,9 | 2,9 | 3,5 | 1,3 | 2,3 | 2,6 | 2,3 | 2,4 | 4,9 | 1,7 | 3,1 | 3,9 | 2,7 | 3,3 |
| Відпочинок на природі | 9,6 | 7,4 | 8,3 | 10,2 | 8,6 | 9,3 | 11,6 | 7,8 | 9,5 | 8,1 | 5,3 | 6,6 | 15,5 | 11,5 | 13,3 |
| Експерсійна подорож | 1,3 | 1,1 | 1,2 | 0,8 | 0,9 | 0,8 | 0,8 | 0,2 | 0,4 | 1,5 | 1,1 | 1,3 | 1,6 | 1,4 | 1,5 |
| Відвідування спортивних видовищ | 2,4 | 1,1 | 1,7 | 1,8 | 1,3 | 1,5 | 3,5 | 0,9 | 2,1 | 5,5 | 1,4 | 3,2 | 4,8 | 1,6 | 3,1 |
| Відвідування кінотеатру | 2,1 | 1,9 | 2 | 2 | 1,7 | 1,8 | 3 | 2,4 | 2,7 | 3,8 | 3,2 | 3,4 | 4,2 | 4,4 | 4,3 |
| Відвідування театрів, концертів, музеїв, художніх виставок | 2,6 | 4,7 | 3,9 | 1,6 | 2,1 | 1,9 | 1,6 | 2,6 | 2,2 | 2 | 3,6 | 2,9 | 2,5 | 3,3 | 2,9 |
| Перебування в гостях | 34,1 | 36,1 | 35,2 | 38,4 | 39,1 | 38,8 | 50,1 | 54,5 | 52,6 | 38,7 | 39,4 | 39,1 | 37,3 | 40,1 | 38,8 |
| Прийом гостей | 30,6 | 32,4 | 31,6 | 34,6 | 37,6 | 36,3 | 34,8 | 36,1 | 35,6 | 37,1 | 38,5 | 37,9 | 37,3 | 40,2 | 38,9 |
| Відвідування ресторану, нічного клубу | 4,8 | 4,3 | 4,5 | 4,9 | 4 | 4,4 | 5,2 | 4,5 | 4,8 | 10,4 | 6,6 | 8,3 | 13,5 | 8,4 | 10,7 |
| Написання листів | -- | -- | -- | | | | -- | -- | -- | 6,3 | 14,8 | 11 | 5,8 | 10,1 | 8,2 |
| Праця за сумісництвом, додатковий приробіток | 9,3 | 5 | 6,9 | 10,9 | 7,3 | 8,9 | 8,7 | 6,9 | 7,7 | 10,4 | 6,2 | 8,1 | 10,9 | 7 | 8,8 |
| Громадська робота | 3,1 | 5,1 | 4,2 | 4,2 | 5,4 | 4,8 | 3,3 | 4,5 | 3,9 | 3,9 | 3,4 | 3,6 | 4,3 | 4,6 | 4,4 |
| Відвідування бібліотек | 5,4 | 6,1 | 5,8 | 5,7 | 5,9 | 5,8 | 2,6 | 6,7 | 4,9 | 5,3 | 5,7 | 5,5 | 3,7 | 6,2 | 5,1 |
| Читання художньої літератури | 21,9 | 26,5 | 24,5 | 24,1 | 32,6 | 28,9 | 23,2 | 29,5 | 26,7 | 23,2 | 30,2 | 27,1 | 20,9 | 26,8 | 24,1 |
| Відвідування курсів, гуртків, студій | 1,4 | 2 | 1,7 | 1 | 0,9 | 0,9 | 1,3 | 1,8 | 1,6 | 1,4 | 1,2 | 1,3 | 1 | 1,9 | 1,5 |
| Художня творчість | 2,4 | 2,1 | 2,2 | 2,8 | 3,1 | 2,9 | 2,8 | 1,9 | 2,3 | 3,8 | 1,8 | 2,7 | 3,1 | 3 | 3,1 |
| Прикладна творчість | 2,8 | 10 | 6,8 | 4 | 10,7 | 7,8 | 2,8 | 10,1 | 6,9 | 2,3 | 10,9 | 7,1 | 2,8 | 7,8 | 5,6 |
| Прослуховування музики | 25,4 | 19,9 | 22,3 | 29,8 | 25 | 27,1 | 27,6 | 24 | 25,6 | 30,2 | 23,2 | 26,3 | 31 | 25,1 | 27,7 |
| Відвідування церкви | 8,4 | 17,5 | 13,5 | 13,7 | 21,5 | 18,1 | 8,3 | 18,8 | 14,2 | 12,7 | 19,9 | 16,7 | 12,0 | 20,8 | 16,8 |
| Заняття з дітьми (уроки, ігри, прогулянки) | 22,9 | 32,3 | 28,2 | 22 | 32,3 | 27,8 | 18,5 | 28,4 | 24,1 | 20,2 | 30,6 | 26 | 22,4 | 32,4 | 27,8 |
| Настільні ігри (шахи, шашки, доміно, карти) | 21,7 | 5,5 | 12,6 | 19,6 | 10 | 14,2 | 14,9 | 4,7 | 9,2 | 15,5 | 5,8 | 10,1 | 13,8 | 5,5 | 9,2 |
| Заняття з комп'ютером | 7 | 3,9 | 5,3 | 9,7 | 5,9 | 7,6 | 9,3 | 6 | 7,4 | 14,7 | 7,8 | 10,8 | 19,7 | 12,2 | 15,6 |
| Відвідування непродуктових магазинів та ринків | 20 | 21,3 | 20,7 | 23,6 | 26,2 | 25,1 | 19,3 | 25,3 | 22,7 | 25,7 | 28 | 27 | 29,9 | 36,7 | 33,6 |

Таблиця 5.22. Розподіл відповідей респондентів на запитання: “Якими з наведених занять Ви займалися принаймні раз упродовж останніх 7-ми днів?”, %

| Варіанти відповідей | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р | Ч | Ж | Р |
| Перегляд телепередач | 77,6 | 75,7 | 76,6 | 81,8 | 79,9 | 80,7 | 83,5 | 83,1 | 83,3 | 86,3 | 86,4 | 86,4 | 88 | 86,9 | 87,4 |
| Прослуховування радіопередач | 45,7 | 41,8 | 43,5 | 43,9 | 42,2 | 42,9 | 36,8 | 40,3 | 38,8 | 48,2 | 46,1 | 47,1 | 52,2 | 49 | 50,4 |
| Читання газет | 61,3 | 61,2 | 61,2 | 63,2 | 59,4 | 61,1 | 59,4 | 57,4 | 58,3 | 69,3 | 66,5 | 67,7 | 66 | 67 | 66,6 |
| Рибальство, мисливство, збирання грибів | 10,8 | 2,2 | 6 | 11,1 | 1,8 | 5,9 | 7,9 | 0,8 | 3,9 | 7,5 | 1,6 | 4,2 | 8,6 | 1,3 | 4,6 |
| Раціоналізаторство, конструювання | 2,3 | 0,4 | 1,2 | 1,9 | 0,3 | 1 | 1,8 | 0,3 | 0,9 | 2,5 | 0,1 | 1,2 | 2,2 | 0,7 | 1,4 |
| Вивчення літератури за спеціальністю | 8,8 | 6,8 | 7,7 | 10,1 | 9,4 | 9,7 | 7,9 | 9,2 | 8,7 | 9,3 | 8,2 | 8,7 | 8 | 9,7 | 8,9 |
| Перегляд фільмів по відеомігнітофону, відеореєстрів | 13,1 | 7,8 | 10,1 | 13,8 | 10,3 | 11,8 | 13,7 | 10,1 | 11,7 | 14,3 | 9,3 | 11,5 | 17,1 | 10,6 | 13,6 |
| Відвідування клубів, дискотек, вечорів відпочинку | 6 | 2,7 | 4,2 | 5,9 | 4,7 | 5,2 | 5,8 | 4,3 | 4,9 | 5,1 | 2,3 | 3,6 | 6,6 | 4,4 | 5,4 |
| Колекціонування, фотографування, кінозйомки | 1,6 | 1,8 | 1,7 | 3,4 | 2,8 | 3,1 | 1,6 | 3,2 | 2,5 | 2,6 | 3,5 | 3,1 | 3,7 | 2,9 | 3,3 |
| Участь у художній самодіяльності | 0,6 | 0,8 | 0,7 | 0,5 | 0,7 | 0,6 | 0,6 | 1,6 | 1,2 | 1,4 | 0,8 | 1,1 | 0,6 | 1,3 | 1 |
| Просто відпочинок, без жодних справ | 35,1 | 33,9 | 34,4 | 38,7 | 38,5 | 38,6 | 44,8 | 38 | 41 | 41 | 37,7 | 39,2 | 44 | 40,8 | 42,2 |
| Інше | 1,6 | 2,9 | 2,3 | 2,8 | 1,9 | 2,3 | 1,8 | 2 | 1,9 | 1 | 1,6 | 1,3 | 1,6 | 1,3 | 1,4 |

Таблиця 5.23. Розподіл відповідей респондентів на запитання: “Якою мірою Ви задоволені життям у Вашому населеному пункті?”, %

| Варіанти відповідей | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|----------------------------------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|
| | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом |
| Зовсім незадоволений | 14,8 | 18,2 | 16,7 | 12,8 | 16,9 | 15,1 | 10 | 14,6 | 12,6 | 9,5 | 12,1 | 10,9 | 8,8 | 10,1 | 9,6 |
| Радше незадоволений | 27,7 | 26,6 | 27,1 | 28,6 | 28,9 | 28,8 | 26 | 27,2 | 26,7 | 25,2 | 23,8 | 24,5 | 24,8 | 26,4 | 25,7 |
| Важко сказати, задоволений чи ні | 29,1 | 29,1 | 29,1 | 29,2 | 30,2 | 29,8 | 27,3 | 29,5 | 28,5 | 28,4 | 31,8 | 30,3 | 26,2 | 28,2 | 27,3 |
| Радше задоволений | 25,8 | 23,5 | 24,5 | 26,4 | 22,8 | 24,4 | 33,1 | 26,2 | 29,2 | 31,5 | 28,2 | 29,6 | 35,4 | 31,4 | 33,2 |
| Цілком задоволений | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,9 | 1,2 | 2 | 3,7 | 2,5 | 3 | 5,4 | 4,1 | 4,7 | 4,8 | 3,9 | 4,3 |
| Разом | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Середній бал | 2,7 | 2,7 | 2,7 | 2,8 | 2,6 | 2,7 | 2,9 | 2,7 | 2,8 | 3 | 2,9 | 2,9 | 3 | 2,9 | 3 |

Таблиця 5.24. Розподіл відповідей респондентів на запитання: “Як Ви оцінюєте екологічну ситуацію поселення, в якому живете?”, %

| Варіанти відповідей | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|------------------------------------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|
| | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом |
| Вкрай неблагополучна | 19,5 | 19,3 | 19,4 | 11,3 | 14,2 | 12,9 | 10,9 | 10,8 | 10,8 | 10,3 | 12,3 | 11,4 | 10,2 | 12,2 | 11,3 |
| Неблагополучна | 38,2 | 41,2 | 39,9 | 31,4 | 34,9 | 33,3 | 35,9 | 37,6 | 36,9 | 29,9 | 34,1 | 32,3 | 33,7 | 36,6 | 35,2 |
| Важко сказати, благополучна, чи ні | 21,9 | 22,4 | 22,2 | 25,1 | 25,5 | 25,3 | 24,9 | 23,6 | 24,2 | 25,8 | 23,9 | 24,7 | 23,8 | 22,9 | 23,3 |
| Відносно благополучно | 18,7 | 16,1 | 17,3 | 30 | 24 | 26,7 | 25,6 | 25,9 | 25,8 | 29,3 | 25,3 | 27,1 | 30 | 26,8 | 28,2 |
| Цілком благополучна | 1,6 | 1,1 | 1,3 | 2,3 | 1,4 | 1,8 | 2,8 | 2 | 2,3 | 4,6 | 4,4 | 4,5 | 2,3 | 1,5 | 1,9 |
| Разом | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Середній бал | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,8 | 2,6 | 2,7 | 2,7 | 2,7 | 2,7 | 2,9 | 2,8 | 2,8 | 2,8 | 2,7 | 2,7 |

Таблиця 5.25. Динаміка матеріального рівня життя сім'ї, %

| Оцінювані позиції | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|-------------------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|
| | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом |
| 0 – злиденний | 1,5 | 3 | 2,4 | 2,2 | 3,5 | 2,9 | 1,4 | 2,5 | 2 | 2,5 | 5,2 | 4 | 2,3 | 4,4 | 3,5 |
| 1 – злиденний | 2,2 | 3,9 | 3,1 | 3,3 | 6,1 | 4,9 | 2,7 | 3,9 | 3,4 | 5,2 | 7,8 | 6,6 | 4,2 | 5,5 | 4,9 |
| 2 – бідний | 17,8 | 18,3 | 18 | 13,9 | 16,4 | 15,3 | 11,3 | 18 | 15,1 | 11,1 | 13,4 | 12,4 | 10 | 13,1 | 11,7 |
| 3 – бідний | 21,8 | 23,7 | 22,9 | 21,1 | 24 | 22,8 | 19,8 | 21,6 | 20,8 | 30,6 | 30,1 | 30,3 | 29,4 | 31,8 | 30,7 |
| 4 – середній | 29,1 | 24,9 | 26,8 | 30,7 | 27,3 | 28,8 | 34,6 | 25,3 | 29,4 | 22,1 | 17,9 | 19,8 | 21,9 | 18,6 | 20,1 |
| 5 – середній | 23,2 | 21,1 | 22 | 23,8 | 18,8 | 21 | 23,4 | 22,2 | 22,7 | 19,4 | 18,2 | 18,8 | 22,6 | 17,4 | 19,7 |
| 6 – середній | 3,4 | 3,9 | 3,7 | 3,7 | 3,3 | 3,5 | 5,2 | 5,5 | 5,4 | 5,4 | 4 | 4,6 | 5,4 | 5,2 | 5,3 |
| 7 – заможний | 0,8 | 1 | 0,9 | 1,1 | 0,5 | 0,8 | 1,1 | 0,8 | 0,9 | 2,1 | 1,8 | 2 | 2,3 | 3 | 2,7 |
| 8 – заможний | 0,3 | | 0,1 | | 0,1 | 0,1 | 0,4 | 0,2 | 0,3 | 0,9 | 1,2 | 1,1 | 1,1 | 0,6 | 0,8 |
| 9 – багатий | | | | | | | | | | 0,1 | | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| 10 – багатий | | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | | 0,1 | 0,1 | 0,5 | 0,3 | 0,4 | 0,5 | 0,2 | 0,3 |
| Разом | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Середній бал | 3,6 | 3,5 | 3,5 | 3,7 | 3,4 | 3,5 | 3,8 | 3,6 | 3,7 | 3,7 | 3,4 | 3,5 | 3,8 | 3,5 | 3,6 |

Таблиця 5.26. Розподіл відповідей респондентів з приводу того, що з наведеного далі має їхня сім'я, %

| Оцінювані позиції | 2002 | | | 2003 | | | 2004 | | | 2005 | | | 2006 | | |
|-------------------------------------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|
| | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом | Чоловіки | Жінки | Разом |
| Дачна будівля | 10,8 | 10,4 | 10,6 | 11,1 | 10,3 | 10,7 | 11,5 | 9,8 | 10,6 | 13,7 | 11,8 | 12,6 | 15,4 | 10,3 | 12,6 |
| Садова ділянка | 36,4 | 38,2 | 37,4 | 33,9 | 33,2 | 33,5 | 31,5 | 27,8 | 29,4 | 37,8 | 35,5 | 36,6 | 43,9 | 40,7 | 42,1 |
| Легкова машина | 22 | 16,3 | 18,8 | 22,4 | 16,3 | 19 | 23,5 | 16,3 | 19,4 | 24,7 | 17,1 | 20,4 | 24,8 | 19,3 | 21,8 |
| Кольоровий телевізор | 78,7 | 70 | 73,8 | 82,9 | 77,2 | 79,7 | 85,9 | 81,7 | 83,6 | 88,7 | 84,9 | 86,6 | 91,9 | 87,8 | 89,7 |
| Нові, добротні меблі | - | - | - | 17,6 | 14,3 | 15,7 | 19,9 | 16,8 | 18,2 | 19,2 | 13,6 | 16,1 | 19,2 | 16,8 | 17,9 |
| Бібліотека (понад 100 книжок) | 23,5 | 17,9 | 20,4 | 25,2 | 22 | 23,4 | 20,9 | 19,3 | 20 | 21,8 | 18,7 | 20,1 | 25,1 | 19,9 | 22,2 |
| Сtereo- і відеоапаратура | 25,8 | 15,2 | 19,9 | 24 | 16,6 | 19,8 | 25,9 | 18,7 | 21,8 | 29,6 | 18,2 | 23,2 | 33,5 | 23,8 | 28,2 |
| Магнітофон, радіоприймач, програвач | 62,6 | 51,4 | 56,4 | 60,1 | 53,1 | 56,1 | 59,5 | 50,9 | 54,7 | 58,6 | 49,1 | 53,3 | 60,3 | 51,6 | 55,6 |
| Спортивне, туристичне знаряддя | 5,8 | 2,9 | 4,2 | 5,9 | 3 | 4,3 | 4,7 | 3,1 | 3,8 | 6,0 | 3 | 4,3 | 6,9 | 3,5 | 5,1 |
| Холодильник | 89,6 | 88 | 88,7 | 92,3 | 89,8 | 90,9 | 91,3 | 90,7 | 90,9 | 92,9 | 90,6 | 91,6 | 94,3 | 92,2 | 93,2 |
| Пральна машина | 70,2 | 66,1 | 67,9 | 70,2 | 70,6 | 70,4 | 70,6 | 66,6 | 68,4 | 74,3 | 69,8 | 71,8 | 80 | 74,5 | 77 |
| Швейна машина | 45,9 | 47 | 46,5 | 43,5 | 48,1 | 46,1 | 40,9 | 39 | 39,8 | 39 | 41,3 | 40,3 | 38,7 | 42,4 | 40,7 |
| Модний одяг | 13,6 | 9,1 | 11,1 | 12,5 | 8,9 | 10,5 | 11,7 | 10,2 | 10,9 | 12,9 | 12,1 | 12,4 | 17 | 15,6 | 16,2 |
| Комп'ютер | 6,7 | 3,2 | 4,7 | 7,2 | 4,9 | 5,9 | 10,1 | 8,1 | 9 | 14,3 | 9,9 | 11,8 | 23, | 14,7 | 18,5 |
| Мисливське, рибальське знаряддя | 16,6 | 5,6 | 10,5 | 15,8 | 6,8 | 10,8 | 12,9 | 6,6 | 9,3 | 12,4 | 5,9 | 8,8 | 13,3 | 5,3 | 8,9 |
| Моторний човен, катер | 1,6 | 0,5 | 1 | 0,1 | 0,4 | 0,3 | 0,5 | 0,4 | 0,4 | 0,6 | 0,4 | 0,5 | 0,9 | 0,5 | 0,7 |

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Проведене дослідження засвідчило, що проблема гендерної нерівності залишається актуальною для українського суспільства, причому характерним є зростання усвідомлення цього явища і чоловіками, і жінками. І надалі недооцінюється роль жінки в суспільно-політичному та громадському житті, причому заниження вагомості цієї проблеми характерне навіть для експертів з гендерних питань. І якщо порівняно краще принцип гендерної рівності дотримується у сфері освіти і науки, то найгірше – у сфері сімейно-побутових відносин, де, як і раніше, питання гендерного паритету не вирішуються на користь жінки.

Особливості розвитку державної гендерної політики в Україні: експертні оцінки

З одного боку, в суспільстві спостерігаються певні зрушення щодо втілення принципу рівності жінок і чоловіків у всіх сферах життя. Про це свідчать ухвалені нормативні акти, посади уповноважених/координаторів з питань забезпечення рівних прав чоловіків і жінок, запроваджені масові заходи гендерного спрямування. Проте, за високих оцінок рівня розвитку вітчизняного законодавства з питань забезпечення рівних прав та можливостей чоловіків і жінок розвиток інших складових державної гендерної політики в українському суспільстві оцінюється надзвичайно низько. І найнижче – розвиток практики захисту від гендерної дискримінації через судові справи та подання скарг уповноваженим особам, бюджетне фінансування, рівень інформаційно-пропагандистської роботи з населенням.

З іншого боку, прийняття прогресивних нормативно-правових актів з питань гендерної рівності часто залишається поза увагою більшої частини населення, що означає низьку готовність використовувати досягнення щодо впровадження принципів гендерної рівності на практиці. Так, із числа установ, де працюють експерти з гендерних питань, залучені до участі в дослідженні, лише у кожній другій установі працівники були належним чином поінформовані про Указ Президента України, згідно з яким в органах виконавчої влади та місцевого самоврядування на одного із заступників керівника покладаються обов'язки уповноваженого з питань забезпечення рівних прав чоловіків і жінок.

Інституціональний механізм забезпечення гендерної рівності залишається недостатньо ефективним, оскільки не задовольняє реальних потреб населення у багатьох сферах суспільного життя. Згідно з оцінками експертів парламентський контроль за дотриманням рівних прав жінок і чоловіків здійснюється "деякою мірою", механізм забезпечення гендерної рівності "іноді функціонує", а серед складових національного механізму впровадження гендерної політики як найрозвиненіші оцінюються: по-перше, організація навчання державних службовців з питань реалізації рівних прав та можливостей жінок і чоловіків; по-друге, залучення НУО і громадськості до розв'язання проблем гендерної дискримінації. Разом із тим сьогодні не дістає масової підтримки в суспільстві ідея створення окремого Міністерства України з рівних прав та можливостей громадян.

Загалом дослідження зафіксувало невисокий рівень довіри населення до різних інституцій, покликаних опікуватися питаннями гендерної рівності. З одного боку, це зумовлене низьким рівнем поінформованості населення щодо своїх законних прав звертатися до компетентних органів у випадках дискримінації за ознакою статі. Згідно з експертними оцінками, спільноту українських громадян умовно можна поділити на дві рівні частини: одна частина обізнана частково, а друга не обізнана зовсім щодо своїх законних прав звертатися до компетентних органів у випадках дискримінації за ознакою статі. З іншого боку, навіть експерти з гендерних питань не бачать особливої актуальності у створенні ефективного державного механізму забезпечення гендерної рівності і вважають більш нагальними процеси виховання й пропаганди серед населення України відповідної гендерної культури, поширення просвітницької діяльності у цій сфері тощо.

Певною мірою на такі погляди впливає робота з гендерних питань, що її здійснюють в різних установах та організаціях, яка покликана мати різноплановий характер. Проте сьогодні найпопулярнішими є заходи просвітницького характеру з гендерної проблематики (лекції, перегляд кінофільмів тощо), а найменш популярними – дії щодо гендерного балансу в кадровій політиці установ/організацій (наприклад, просування жінок на керівні посади, якщо якості кандидатів-жінок та кандидатів-чоловіків рівні). Найчастіше ініціаторами організації діяльності гендерного спрямування виступають безпосередньо уповноважені особи з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, або керівники організації, вищої за рангом.

У більшості установ та організацій відсутнє системне навчання працівників з питань реалізації рівних прав та можливостей чоловіків і жінок. Певні зрушення відбуваються в державних установах, де відповідні навчальні програми уже працюють або заплановані на майбутнє. Найгіршою ситуацією залишається в бізнес-структурах та організаціях-роботодавцях, де проблемами гендерної рівності особливо ніхто не переймається і відповідні навчальні програми з питань гендерної рівності для працівників відсутні.

Як недостатня оцінюється і пропаганда засобами масової інформації тематики гендерної рівності. Зокрема, експерти визначили характерні ознаки порушення гендерного балансу в телевізійних програмах, які, передусім даються взнаки в гендерно дискримінаційних висловлюваннях щодо обох статей та рекламних роликах, де жінки висвітлюються як особи, менш компетентні у знаннях та справах, ніж чоловіки. Найактуальнішою темою, яку слід висвітлювати у спеціальних програмах телебачення, експерти вважають фізичне та психологічне насильство у сім'ї. На другому місці – проблема проституції й торгівлі людьми; на третьому – гендерна дискримінація при найманні на роботу.

Серед різних організацій та установ, які працюють у сфері забезпечення рівних прав чоловіків і жінок, як найбільш активні оцінюються жіночі центри муніципального підпорядкування та науково-дослідні

установи. За оцінками експертів, органи виконавчої влади та профспілки лише час від часу долучаються до конкретних процедур забезпечення рівних прав та можливостей чоловіків і жінок, а правоохоронні органи та роботодавці – практично ніколи. Відповідно і контроль за дотриманням гендерного балансу під час розв'язання кадрових питань здебільшого здійснюється в тих установах/організаціях, де визначено координаторів або відповідальних працівників з гендерних питань.

Громадська думка щодо гендерних стереотипів і гендерних проблем

Опитування громадської думки щодо гендерних стереотипів і гендерних проблем підтверджує поширеність явища гендерної нерівності в українському суспільстві, яка полягає в непропорційній представленості обох статей у різних царинах життя, різній оплаті праці жінок і чоловіків, існуванні сталих гендерних стереотипів із яскравим патріархатним забарвленням, виявах насильства й дискримінації за статевою ознакою тощо. Усе це суттєво обмежує як доступ представників однієї статі до матеріальних ресурсів, так і їхні можливості повноцінно реалізувати себе в різних сферах суспільного життя.

Чоловіки продовжують обіймати переважну більшість керівних державних та адміністративних посад, отримувати більшу заробітну плату, посилюючись на відсутність дискримінаційних утисків стосовно жінок. Унаслідок поширеного в суспільстві стереотипу “політика – не жіноча справа” жінкам набагато важче, ніж чоловікам, стати депутатами чи посісти відповідальні керівні посади. І хоча жінки куди частіше за чоловіків заявляють про складнощі стосовно обіймання посад, чоловіки й надалі стверджують, що кар'єрне просування не залежить від статі.

Громадська думка фіксує доволі чіткий розподіл владних повноважень жінок і чоловіків в українському суспільстві, який виявляється в тому, що чоловіки мають більше владних повноважень у сферах роботи і соціально-політичного життя, а жінки – у сфері сімейних відносин. Лише третина українського населення схильна стверджувати, що влада між чоловіками і жінками у різних сферах суспільного життя розподілена рівномірно, проте серед чоловіків така думка поширена значно більше, ніж серед жінок. Чим вищий рівень керівної посади, тим більша частка населення віддає перевагу в призначенні на неї чоловіка, а не жінки. Так, на посаді Президента України схильні бачити “тільки чоловіка” 47%; Прем'єр-міністра України – 42%; Голови Верховної Ради України – 44% громадян. Відповідно, частки тих, хто воліє бачити на вказаних посадах представників жіночої статі, становлять 19%; 16%; 9%. Мірою зменшення “політичної ваги” посади збільшується частка громадян, які вважають за можливе довірити її представникам обох статей.

Більшість населення України також вважає, що чоловіки мають ширший доступ до державних коштів і майна, ніж жінки. Причому чим вищий рівень освіти громадян, тим більше вони переконані в наявності дисбалансу в доступі жінок і чоловіків до матеріальних ресурсів, тим більшою серед них є частка тих, хто вважає, що більшістю матеріальних цінностей володіють чоловіки. Водночас стосовно доступу до сімейного бюджету більшість громадян стверджує, що жодної дискримінації за статтю тут не існує.

Сьогодні у середньому кожен другий громадянин України переконаний в існуванні гендерної нерівності в країні, причому такої думки дотримуються і чоловіки, і жінки, щоправда дещо різною мірою (55% і 43% відповідно). Куди менша частка громадян (36%) вважає, що гендерної нерівності в країні не існує. На переконання громадян стосовно поширення гендерної нерівності, окрім їхньої статі, суттєво впливає регіон проживання, тип населеного пункту і рівень освіти. У розрізі кожної із названих категорій найоптимістичніше (щодо відсутності утисків представників чоловічої або жіночої статі) налаштовані жителі АР Крим, сільські жителі, особи із неповною середньою освітою. Зазвичай для чоловіків частіше характерні позитивні оцінки, ніж для жінок.

Більшість громадян України (62%) переконані, що утискаються права й можливості представників жіночої статі; лише 6% громадян стверджують про наявність дискримінаційних утисків щодо чоловіків. При цьому фактично кожен п'ятий громадянин вказує на наявність утисків прав і можливостей представників обох статей – і чоловіків, і жінок. Громадська думка характеризується певними гендерними особливостями, які, першою чергою, полягають у тому, що чоловіки меншою мірою схильні визнавати наявність дискримінаційних утисків щодо жінок, ніж самі жінки.

У громадській думці й надалі відтворюються найгірші стереотипи гендерного сприйняття управлінських функцій у соціумі, коли традиційні сфери життєдіяльності – сім'я, культура, охорона здоров'я тощо мають залишатися тільки за жінками, а рештою, часом технологічно складнішими сферами (економікою, підприємництвом, політикою тощо), можуть успішно займатися лише чоловіки. Декларована теза “немає відмінності” в тому, хто очолюватиме ту чи ту галузь виробництва, має фактично дискримінаційне впровадження її на практиці, оскільки зазвичай на ключових керівних посадах населення очікує бачити чоловіків.

Попри наявність гендерних відмінностей у перешкодах на шляху кар'єрного зростання жінок і чоловіків, існують й інші причини, які не залежить від статі, зокрема недостатній рівень професіоналізму в конкретній сфері. За даними дослідження, чоловікам більше, ніж жінкам, бракує достатнього рівня освіти та професіоналізму (досвіду та знань). На противагу цьому, жінкам заважають здійснювати кар'єру сімейні обов'язки (перебування в декретній відпустці, наявність сім'ї та дітей). Також жінки частіше за чоловіків потерпають унаслідок упередженості керівництва щодо висунення їх на керівні посади (навіть якщо професійний рівень жінки-працівника рівний або вочевидь вищий, ніж у її колеги-чоловіка).

З іншого боку, дослідження висвітлює питання гендерного сприйняття політичних партій, зафіксувавши переважну байдужість населення до статі політичного лідера, співвідношення жінок і чоловіків у списках політичних об'єднань, а також публічної діяльності партій з досягнення гендерного паритету в Україні. До того ж відсутня підтримка з боку громадської думки розв'язання гендерного паритету в законодавчій владі шляхом штучного визначення пропорцій чоловіків і жінок у складі політичних партій. Серед тих, хто цікавиться гендерним балансом складів політичних партій, більшість становлять досвідчені й освічені люди. Але загалом для підтримки політичних партій населенням наявність жінок у їхніх списках не є визначальною.

Якщо говорити про ставлення населення до створення й діяльності жіночих і чоловічих громадських організацій, то слід зазначити, що створення і діяльність жіночих громадських організацій дістає більший відгук в українському суспільстві, аніж створення й діяльність чоловічих організацій. Причиною цього передусім є імідж жіночого руху та поширеність інфраструктури жіночих організацій в Україні, тоді як для чоловічих організацій характерна їх поява в країні лише останнім часом, унаслідок чого в суспільстві поки не сформувалася чітка картина діяльності цих організацій.

У масовій свідомості залишаються вельми поширеними гендерні стереотипи, зокрема щодо існування низки суто "чоловічих" і суто "жіночих" професійних та особистісних якостей. Більш притаманними жінкам (порівняно з чоловіками) визнаються такі якості, як доброта, доброзичливість, культура спілкування, освіченість, дисциплінованість, зацікавленість у розв'язанні проблем місцевого рівня. Чоловікам частіше відводять такі якості, як кар'єризм, високий професіоналізм, брутальність та зарозумілість, політична культура, імітація трудової діяльності. Таким чином, представників обох статей наділяють більш фемінними чи маскулінними рисами залежно від того, про кого йдеться – про жінок або чоловіків.

В уявленнях населення, незалежно від статеві належності, віку, освіти, типу поселення існує диференціація професій на «жіночі», що здебільшого належать до сфери послуг, та «чоловічі», характерною особливістю яких є робота з різними механізмами й потреба застосування сили. Чоловіки менш прихильно, ніж жінки, ставляться до жінок, які займаються власним бізнесом, причому чим менший за розміром бізнес, тим прихильніше вони ставляться до роботи в ньому жінок.

Основними причинами нижчого рівня оплати праці жінок, ніж чоловіків, за даними опитування громадської думки, є: 1) переважання жінок на роботах у тих сферах діяльності, де загалом нижчий рівень оплати праці; 2) обмеженість часу для кар'єри жінок через наявність у них сім'ї; 3) надання вищих посад керівниками-чоловіками саме чоловікам. Останню обставину жінки зазначають удвічі частіше за чоловіків, що свідчить про сприйняття чоловіками природності такого стану речей. Такий вид зайнятості, як підробітки, не є поширеним серед населення, і має переважно тимчасовий, а не постійний характер. Найчастіше до цієї діяльності залучаються чоловіки, молодші 40 років, які мають неповну вищу освіту. Жінки, як правило, займаються додатковими підробітками у віці 18–20 років, коли ще не мають власної сім'ї та дітей. Гендерні відмінності у зайнятості на додаткових роботах опосередковано свідчать про поширення стереотипу, згідно з яким чоловік має забезпечувати сімейний матеріальний добробут.

Настрої й уявлення чоловіків щодо гендерної рівності, виражені через низку сформульованих тверджень, свідчать про їх значно глибший стереотипний характер, ніж у жінок. Особливо це стосується таких тверджень, як: "Жінки не мають сидіти за кермом автомобіля"; "Більшість вчителів у школах мають бути жінками"; "Потрібно створити систему квотування жіночих місць на керівних посадах різного рівня". Для змін у масовій свідомості таких поширених стереотипів потрібна тривала, копітка й системна інформаційно-просвітницька робота в суспільстві, спрямована на

утвердження в ньому принципів рівних прав і рівних можливостей.

За даними дослідження, керівники – жінки і чоловіки вирізняються різними типами керівництва. Керівникам-жінкам, на думку опитаних, найбільшою мірою притаманний більш м'який стиль управління: ситуативний тип поведінки (тип керівництва – хамелеон) (51%) та ліберально-демократичний (46%). Керівникам-чоловікам найбільш притаманні жорсткіші стилі управління, а саме: авторитарний (57%), диктаторський (43%). Аналіз відповідей громадян щодо гендерної специфіки стилів керівництва підтверджує радше традиційні погляди, за якими жіночий стиль формується тим, що жінки обирають керівництво, зорієнтоване на відносини керівництва, бо вони за природою більш емоційно зорієнтовані, а чоловіки обирають керівництво, зорієнтоване на завдання керівництва, бо їм притаманні наполегливість і цілеспрямованість. Так, респонденти зазначили, що особливостями в керівництві чоловіків і жінок є те, що чоловіки більш «ефективні», ніж жінки, у прийнятті рішень у критичних ситуаціях та чіткою формулюванні цілей і завдань. А жінки найкраще справляються з такими завданнями, як вирішення особистих та сімейних проблем підлеглих і підтримка сприятливого психологічного клімату в колективі.

Результати дослідження свідчать, що українське суспільство поки досить далеке від егалітарного, що особливо позначається на сферах соціально-трудових і сімейних відносин. У розподілі ролей у сім'ї чоловіка визначають як такого, котрий радше виконує функцію матеріального забезпечення та керівництва в родині, при цьому вважається, що він поряд із жінкою має брати участь у вихованні дітей, збереженні сімейного вогнища, роботі в домашньому господарстві. Але за такої вельми ідеальної картини існують певні нюанси: чоловік у ролі вихователя дітей визнається меншістю населення порівняно з жінкою і тим варіантом, коли обоє батьків займаються цією справою (цей випадок визначається як найбільш прийнятний), відповідно до цього населення розподілилося майже порівну на тих, хто виступає за розподіл відпустки по догляду за дитиною між чоловіком та жінкою, й тих, хто проти цього. Але в реальності дуже мала кількість чоловіків бере таку відпустку. Ще однією відмінністю ролі чоловіків при розподілі сімейних обов'язків є те, що вони справді витрачають значно менше часу на хатню роботу, відтак домашні справи лягають на плечі жінок.

Мало хто заперечує право жінки реалізувати себе в суспільній сфері, але сприяння її трудовій діяльності відсутнє. Зокрема, за умов виходу на роботу на жінку лягає подвійне (робота – дім), а подекуди й потрійне (робота – дім – діти) навантаження. Більшість жінок відпрацьовує по дві зміни на добу (на роботі й удома). Але для більшості це є необхідністю через потребу матеріального забезпечення сім'ї, що є основним мотивом дострокового (до досягнення дитиною 3-х років) виходу на роботу жінок, а також вагомим аргументом при розгляді питання про народження (ще однієї) дитини.

Однак вихід на роботу не завжди сприяє значному поліпшенню матеріальних умов життя жінок та їхніх родин, бо вони працюють на менш оплачуваних посадах, ніж чоловіки. Причиною цього респонденти називають

зайнятість у таких економічних сферах, які є взагалі менш оплачуваними. За такого суспільного порядку громадяни неоднозначно сприймають введення паритетної відпустки по догляду за дитиною для обох батьків, що вбачається логічним з огляду на те, що, на думку респондентів, жінка меншою мірою здатна забезпечити родину, тож загалом таке завдання покладається на чоловіка.

Значною мірою на гендерних відмінностях у сприйнятті тих чи інших аспектів суспільного життя позначається сформована система цінностей, а результати дослідження свідчать, що системи цінностей жінок та чоловіків відрізняються. Для жінок найголовнішим є створення сім'ї та щастя власних дітей, а для чоловіків – матеріальне забезпечення сім'ї та наявність постійної роботи. Також велике значення жінки приділяють таким емоційним речам, як відвертість у взаєминах; спокій і затишок у сім'ї; кохання. Однак значення для обох статей має тільки власне здоров'я. Отже, система цінностей жінок переважно має чуттєво-емоційний характер, а система цінностей чоловіків – матеріально-прогностичний характер.

Система цінностей має тенденцію до змін, що відбуваються залежно від віку, освіти, сімейного стану, місця, в якому проживає людина, тощо. Для громадян, які перебувають у шлюбі, важливе значення відіграє сім'я; для тих, хто розлучився, важливими стають чинники, пов'язані з роботою та особистим розвитком людини. Велике значення сім'я має для респондентів із Західної України (Львівської області), що, можливо, пов'язане із соціокультурними чинниками розвитку цього регіону, зокрема з більшою релігійністю мешканців Заходу України. Із віком більшого значення набуває власне здоров'я; зі збільшенням рівня освіти людина більше починає перейматися постійною, цікавою та творчою роботою. Люди, які проживають у великих містах, більше уваги приділяють професійному зростанню.

Головні риси партнера по шлюбу в уявленнях українського населення – це доброта й чуйність, відповідальність, мудрість, спокійність і врівноваженість, розважливості, але від жінок з боку чоловіків також очікується лагідність і терпеливість, а від чоловіків з боку жінок – щедрість. Респонденти із вищим рівнем освіти до цього переліку також додають цілеспрямованість. Із віком респонденти дедалі менше потребують від свого партнера по шлюбу почуття гумору та щедрості. Але залежно від зміни сімейного статусу змінюється й бачення важливих характеристик партнерів. Доброта і чуйність є дуже важливими для вдів та вдівців, але вже не такими важливими для розлучених, для котрих важливішою характеристикою партнера по шлюбу є розважливості. Отже, від віку та рівня освіти людини, від того, чи вона одружена, часом залежить сприйняття нею того, якими головними рисами має бути наділений її партнер по шлюбу: дружина або чоловік.

У повсякденному житті жінки частіше за чоловіків потрапляють у ситуації дискримінаційного характеру: цю думку поділяють представники обох статей. Найчастіше йдеться про надмірне навантаження жінки при розподілі сімейних обов'язків. Але більшість дискримінаційних випадків, на які наражається жінка, трапляються на роботі, зокрема: неможливість обіймати керівні посади, отримання меншої оплати за однаково виконану із

чоловіками роботу тощо. Причому ці ситуації найчастіше відомі людям старшого віку. Інші ситуації, з якими зустрічалися респонденти, не залежать від статі, але залежать від інших характеристик людини. Респонденти із вищим рівнем освіти частіше говорять про гендерну дискримінацію кар'єрного зростання людини.

Насильство у сприйнятті українських громадян передовсім асоціюється з побиттям (фізичним насильством), сексуальною наругою, сексуальним рабством і торгівлею людьми. Якщо такі порушення прав людини відносять до виявів насильства 68–78% українських громадян, то морально-етичні приниження, погрози, словесні образи, ігнорування інтересів – значно менше: 21–41%. Гендерні відмінності в тлумаченні тих чи тих дій як виявів насильства досить незначні (різниця на межі 6%) і полягають вони в тому, що жінки частіше за чоловіків оцінюють сексуальні домагання, морально-етичні приниження та знущання як форми насильства. Значно більше відмінності у сприйнятті насильства виявляються між жителями міст і сіл, причому відмінності між міськими і сільськими чоловіками суттєво менші (12–19%), ніж між міськими й сільськими жінками (10–25%).

Більшість громадян України нічого не знає про існування центрів, куди можна звернутися за допомогою в разі насильства чи дискримінації, причому чоловіки менше поінформовані за жінок (62% проти 54% відповідно). Та навіть якщо чоловік чи жінка знає про існування спеціалізованих центрів, які можуть надати допомогу в разі виявів насильства чи дискримінації, це не гарантує того, що потерпілий/потерпіла звернеться до них за допомогою. Готовність дорослого населення України звертатися за допомогою у випадку пережитого насильства до спеціалізованих центрів загалом невисока: не більше 28%. Утім, жінки більше схильні звертатися за допомогою до спеціалізованих центрів: із тих, хто вже звертався до них за допомогою, жінок утричі більше, ніж чоловіків. Основна гендерна відмінність у реакції на насильство полягає в тому, що чоловіки більше за жінок схильні вирішувати проблеми самостійно, без допомоги інших осіб чи установ. Жінки частіше за чоловіків звертаються за допомогою у випадку пережитого насильства чи дискримінації до рідних.

Гендерні особливості насильства в Україні виявляються у таких двох напрямках: 1) жінки загалом частіше за чоловіків переживають насильство щодо себе (30% і 24% відповідно); 2) існують гендерні відмінності в тому, якого саме виду насильства більше зазнають жінки, а якого – чоловіки. Найпоширенішими видами насильства, якого зазнають громадяни України за ознакою статі, є: 1) насильство в сім'ї з боку партнера по шлюбу; 2) насильство на роботі з боку керівника; 3) насильство на вулиці. Хоча кожного із цих видів насильства зазнали 7–8% громадян, в кожному разі існують певні гендерні відмінності.

У сім'ях жінки у 4 рази частіше за чоловіків потерпають від насильства з боку партнера по шлюбу, страждаючи від побиття, словесних образ, знущань, морально-етичних принижень, погроз та сексуальних домагань. Характерно, що насильство в сім'ях щодо жінок не залежить від їхнього віку і трапляється з приблизно однаковою частотою в усіх вікових групах від 21 до 75 років. Основною причиною того, що сексуальне

насильство часто залишається прихованим, є *страх або сором перед оточенням*, причому в цьому чоловіки і жінки однакові. Іншою причиною називають *страх помсти з боку нападників/кривдників*, який дещо більш вагомий для жінок, ніж для чоловіків (25% і 19% відповідно).

Від насильства на роботі з боку керівника однаковою мірою потерпають і чоловіки, і жінки, проте є гендерні відмінності у формах його вияву. Найчастіше і чоловікам, і жінкам погрожують звільненням, пониженням по службі чи іншими санкціями. Але крім того жінки додатково потерпають від знущань, сексуальних домагань, сексуальної наруги, натяків на можливість зв'язку сексуального характеру.

Від насильства на вулиці в кількісних показниках дещо більше потерпають чоловіки, ніж жінки, і насильство щодо чоловіків виявляється переважно у формі побиття, словесних образ та морально-етичних принижень. Водночас серед жінок, які пережили насильство щодо себе на вулиці, 48% зазнали сексуальних домагань, а 23% – сексуальної наруги. Чоловіки удвічі частіше за жінок зазнають такої форми насильства, як експлуатація праці, хоча і витрачають вдвічі менше часу за жінок на неоплачувану домашню роботу. Це свідчить про те, що жінки не вважають домашню роботу експлуатацією праці, а "справжньою" роботою в суспільстві вважається лише оплачувана робота.

Отже, в сучасному українському суспільстві, попри проголошення на законодавчому рівні впровадження принципів гендерної рівності, існують стереотипи, що формують статево-рольові очікування, які, своєю чергою, заважають її досягненню.

Особливості сучасного гендерного дискурсу в засобах масової інформації

Хочемо ми того, чи ні, але відображення засобами масової інформації ситуації в суспільстві щодо гендерних відносин значною мірою впливає на всіх членів суспільства, формуючи в них специфіку ставлення до конкретних проблем та особливості світобачення. Проведений контент-аналіз інформаційних матеріалів у друкованих ЗМІ засвідчив, що висвітлення питання гендерних відносин сьогодні характеризується відносною сталістю розміщення їх у друкованих виданнях. Як правило, вони локалізуються всередині друкованого видання, переважно з другої по шосту сторінку. Більшість інформаційних матеріалів із гендерними контекстами мають вигляд "вбудованих" у соціальну тематику публікацій, хоча доволі популярними є такі включення також до розважальної, політичної та медичної тем. Іншою особливістю гендерного дискурсу в засобах масової інформації є те, що гендерна проблематика зосереджена на подіях і процесах сьогодення, і представлена у різних за жанром, характером періодичності та регіональної локалізації друкованих виданнях. Переважно ці проблеми обговорюються відкрито, хоча часом зустрічаються матеріали, в яких гендерні аспекти приховані за основним викладом матеріалу.

У більшості матеріалів простежується конкретизація гендерної проблеми, причому із вираженою специфікою образів чоловіків і жінок. При цьому аналіз взаємовідносин між чоловіком і жінкою здійснюється переважно у трьох напрямках: 1) репрезентація взаємної виключності чоловіків та жінок; 2) підкреслення існування більш-менш значних відмінностей між ними;

3) доведення повної тотожності та взаємозамінності чоловіків і жінок. Особливості інтенційної спрямованості публікацій полягають у тому, що зображення образів чоловіків – героїв інформаційних матеріалів, порівняно з відповідними образами жінок, проводиться більш обережно, нерідко із виявленням нечіткого ставлення до досліджуваної теми, наявної ситуації, діючих осіб тощо. Значною мірою це пов'язано з тим, що в публікаціях значно частіше йдеться про абстрактний образ чоловіка, ніж про конкретну особу. Утім, зображення абстрактного образу жінки (або жіноцтва) в публікаціях майже не відрізняється від артикуляції стосовно конкретної жінки – об'єкта публікації. Незначна різниця полягає у прагненні журналістів висвітлити проблемний сенс гендерного контексту, коли мова йде про "живий" жіночий образ.

Міркування в публікаціях щодо меншовартості жінки та її специфічної природи найчастіше пов'язуються з наявністю у публікаціях суджень, які розглядають гендер у трьох напрямках: а) як засаду соціальної стратифікації; б) як вияв відмінностей у публічній та приватній сферах; в) як вияв особливостей відчуття щастя за гендерними ознаками. Привертає увагу спосіб подання ідей, спрямованих на захист жінок: по-перше, вони подаються переважно в контексті проблем сімейного та родинного життя або ж проблем чи розвитку окремих суспільних сфер: культури, освіти, науки і спорту; по-друге, судження, спрямовані на захист прав жінок, як правило, супроводжуються твердженнями про наявність значного соціального потенціалу жінок, який не використовується повною мірою.

У більшості публікацій вітчизняних друкованих ЗМІ головним об'єктом інформаційного повідомлення є жінка (71% проаналізованих публікацій). Найпопулярнішими стереотипними конструкціями соціальних практик жінок, які зображуються як у загальноукраїнських, так і в регіональних друкованих ЗМІ, є стереотипні образи жінки-матері; жінки-сексуальної подружки; жінки-трудівниці; жінки-активістки та жінки-політика. Представлення стереотипних образів жінки відбувається на середньому рівні конструктивності, та все одно він є вищим порівняно із ситуаціями, коли героями публікацій виступають чоловіки. Гендерні протиставлення, актуалізовані з боку героїв інформаційних матеріалів, на шпальтах друкованих видань трапляються досить рідко, часом вони мають саркастичний характер, приховуючи наявні ситуаційні конфлікти між чоловіком і жінкою.

Сьогодні регіональні вітчизняні видання дотримуються більш патріархатних поглядів на природу та соціальну роль жінок, ніж загальноукраїнські. Про це свідчить той факт, що в регіональній пресі зосереджено близько 85% матеріалів, які безперечно підтримують сприйняття чоловіка як звичайної людини, а жінки – як деякої специфічної "істоти". Подібні судження в публікаціях здебільшого розглядаються в напрямках: гендерні відносини і влада (26%); проблеми соціально-трудова відносин (28%); проблеми сімейного та родинного життя (36%); гендерні аспекти сфер культури, освіти, науки і спорту (27%); сексуальна поведінка в гендерному контексті (27%); меншою мірою – гендерний імідж політичних організацій (5%).

Одночасне зображення в інформаційних матеріалах образів чоловіків і жінок не призводить автоматично до нівелювання соціальних ролей одних чи інших. Так,

зображення образів жінки-воїна, жінки-“зірки”, жінки-бізнес-леді, жінки-матері, жінки-домогосподарки, жінки-лідера, жінки-професіонала, жінки-трудівниці відбувається паралельно із зображенням конструктивного характеру соціальної активності та соціальних ролей чоловіків. При продукуванні образів жінки-модниці, жінки-політика, жінки-сексуальної подруги, жінки-активістки та жінки-порадниці зображення авторами публікацій соціальних ролей чоловіків нерідко мають деструктивний характер.

Специфіка поширення гендерних стереотипів в інформаційному просторі друкованих ЗМІ полягає в тому, що вони й надалі відтворюють ієрархію гендерної нерівності, яка існує в українському суспільстві. Передусім це виявляється в домінуванні деперсоналізованого (абстрактного) висвітлення чоловіків, тоді як жінок подають переважно персоналізовано. Водночас персоналізоване подання жінки презентується через категорії статі, віку чи сімейного стану, тоді як персоналізована презентація чоловіка супроводжується, першою чергою, представленням його імені, професії та професійних характеристик. Окрім того, провідні характеристики чоловіків, що трапляються в публікаціях, насамперед зорієнтовані на соціально-економічну сферу: багатство, змагальність, логічність, самовпевненість, споглядальність. Образи жінок у друкованих ЗМІ сьогодні є здебільшого багатограними, комплексними, не обмежуються стислим переліком рис характеру, що приписуються тому чи іншому стереотипу. Такі соціально значущі психологічні характеристики, як упевненість, честюлюбство, професійність, рішучість, розум, самостійність, сміливість, спритність, інтелектуальність, кмітливість, компетентність тощо в сучасній пресі зустрічаються при висвітленні ролі жінок так само часто, як і при висвітленні ролі чоловіків.

Динаміка оцінок громадянами України розвитку різних сфер суспільного життя під гендерним кутом зору (2002–2006 роки)

Вивчення під гендерним кутом зору ставлення громадян до розвитку різних сфер суспільного життя, виконане на базі емпіричних даних Інституту соціології НАНУ за 2002–2006 роки, висвітлює відмінності в загальних уявленнях чоловіків і жінок стосовно основних життєво важливих чинників (економіки, політики, правової свідомості, суспільної моралі, соціального самопочуття та настроїв, здоров'я, дозвілля, екології, місцевих умов, житлових умов, матеріального статусу, роботи та зайнятості, освіти, транспорту і зв'язку, соціальних змін). Його результати увиразнили тенденції слабого поліпшення економічної ситуації в країні. Переважає думка, що економікою має управляти не лише ринок, а й держава; у масовій свідомості залишається негативним ставлення до купівлі-продажу землі; простежується повільне поліпшення ставлення до приватного сектору економіки. Чоловіки частіше виявляють наміри працювати в приватному секторі і як наймані працівники, і як організатори власної справи, ніж жінки.

У сфері політичного життя суспільства простежується зростання зацікавленості населення політикою, причому чоловіки цікавляться нею частіше, ніж жінки. У поглядах громадян на політичну ситуацію помітні східноєвропейські зовнішньополітичні орієнтації

та симпатії до соціалістичних поглядів. Загальна політична ситуація стабільно оцінюється громадянами як напружена. В оцінках наявності політичних лідерів, здатних ефективно управляти країною, віддзеркалюються сподівання у 2005 році на кращу роботу “помаранчевої влади” та подальше розчарування в ній. Порівняно активніша і рішучіша позиція чоловіків у ставленні до політики виявляє не власну дієву громадську позицію, а радше оцінно-спостережувальну цікавість. Ставлення жінок до політики видається консервативнішим і байдужішим.

Уявлення населення стосовно правової сфери зводяться до: надзвичайного звернення до судових інстанцій та держадміністрацій по допомогу та ще рідшого отримання допомоги; переважання переконань в неможливості щось зробити, якщо влада буде утискати права та інтереси (частка тих, хто вважає себе здатним обстоювати їх, не перевищує однієї шостої, причому більшість серед них – чоловіки); поступово поширюється переконання стосовно справедливості скасування смертного вироку. Уявлення громадян про ймовірність протестів перебувають в складній залежності від їхніх протестних намірів: зі зменшенням оцінок імовірності зменшуються ситуативно-протестні наміри і зростають узагальнено-протестні. Серед громадян із протестними намірами переважають чоловіки.

Сучасним українцям важко визначитися, у що вірити; більші ускладнення в цьому відчують жінки. Однак домінує звичка самостійно визначати, що правильно, а що ні; жінки обирають позицію “залежності” частіше. Попри переконання в конфліктності людської природи, громадяни не відзначають підвищеної ситуативної конфліктності у повсякденні. Уявлення про можливість довіри до більшості людей поєднується з думкою про небезпечність довіри, здатність збрехати заради кар'єри та переконання, що чесність – похідна від страху бути викритим. Висока довіра до родини поєднується у населення з недовірою до майже всіх соціальних інституцій.

Попри те, що соціальне самопочуття громадян поступово поліпшується, рівень його досі нижчий за середній; самопочуття жінок порівняно гірше, ніж у чоловіків. Самооцінки стану здоров'я населення демонструють незначну позитивну динаміку. Чоловіки почуваються помітно краще, ніж жінки, отже, менше потребують соціальної підтримки; водночас частіше відмічають у себе шкідливу звичку до тютюну та алкоголю. Готовність надавати підтримку іншим і чоловіки, і жінки висловлюють однаковою мірою.

Практика проведення відпусток населення передбачає зайняття домашніми справами, а також відсутність відпустки взагалі. Проведення вільного часу – здебільшого біля телевізора, читання газет, слухання радіо, спілкування з гостями. В цих основних практиках гендерної різниці немає. Серед занять помітне місце посідає спілкування та заняття з дітьми; цей спосіб проведення дозвілля більшою мірою притаманний жінкам; крім того, жінки більше читають художню літературу, відвідують непродуктові магазини. Чоловіки частіше слухають музику, займаються комп'ютером, полюють або рибалять, грають у настільні ігри.

Задоволеність проживанням у своєму населеному пункті у наших співвітчизників дещо зросла, хоча й залишається на низькому рівні, як і задоволеність благоустроєм будинків та вулиць. Міграційні настрої

спадають, а основною мотивацією їх є екологічний стан довкілля та бажання знайти роботу, що частіше виявляється серед чоловіків. Сьогоднішня екологічна ситуація оцінюється населенням порівняно краще, ніж у 2002 році, однак третина громадян вважає її неблагополучною. Чоловіки схильні до більш позитивних оцінок, ніж жінки.

Житлові умови населення дещо поліпшилися, хоча половина не має вдома гарячої води; така ж частина громадян мешкає в кімнаті удвох, а 9% – у трьох і більше, а кожен десятий мерзне вдома (жінки – порівняно частіше). На тлі поступового поліпшення матеріального рівня життя, яке, втім, не перевищує верхньої межі “бідності”, зростання середніх зарплат та цінного майна помітна серйозна гендерна різниця в оцінках. Чоловіки частіше працюють у приватному секторі, отримують вищу заробітну платню і мають вищий матеріальний статус. Слабке поліпшення можливостей працевлаштування в Україні поєднується зі значними відмінностями можливостей чоловіків та жінок. Частка працюючих серед чоловіків більше, ніж серед жінок, на 18–20%, до того ж чоловіки порівняно легше знаходять роботу і частіше бувають нею задоволені, ніж жінки.

Задоволеність населення рівнем освіти дещо зростає. Зростає також комп’ютерна грамотність і доступ до Ін-

тернету, що більшою мірою притаманне чоловікам. У користуванні зв’язком помітні такі гендерні відмінності: жінки активніше листуються, а чоловіки частіше користуються мобільним зв’язком.

Соціальні зміни в оцінках громадянами України характеризуємо як поступове покращення можливості висловлювати свої погляди, отримувати достовірну інформацію про події в країні та світі; як уповільнення процесу погіршення матеріальних умов сімей, ситуацій у медичному обслуговуванні, умов відпочинку під час відпустки, екологічної ситуації, захищеності від свавілля влади, гарантій зайнятості, особистої безпеки; як стабілізацію можливості брати участь в культурному житті, умов виховання дітей, дозвілля після роботи.

У відповідях чоловіків відстежуються визначеніші погляди стосовно багатьох сфер життя, більша зацікавленість у політиці й готовність до протесту в разі необхідності, краще соціальне самопочуття та здоров’я, упевненіша позиція на ринку праці, вища задоволеність роботою, вищий матеріальний рівень, активність у користуванні сучасною технікою. Жінки порівняно консервативніші, частіше невпевнені в собі і залежні від думки інших, мають гірше самопочуття та здоров’я, меншу реалізованість у професійному сенсі, нижчий матеріальний рівень.

РЕКОМЕНДАЦІЇ

Виходячи із результатів дослідження “Гендерні стереотипи і гендерні проблеми в українському суспільстві”, пропонуємо такі рекомендації:

- Розвивати й удосконалювати національне законодавство та практику забезпечення гендерного паритету на основі гендерно-правової експертизи та наукового (гендерного) аналізу, розробивши концептуальні рамки й методології, які б дали змогу оцінювати стан справ у законодавчій сфері з точки зору оптимального відображення в ній рівності статей та інтегрування її в усі галузі права.
- Регулярно проводити порівняльний аналіз українського законодавства з міжнародним досвідом гендерної правотворчості та правозастосування з урахуванням національних особливостей з метою гармонізації національного права з міжнародним щодо гендерного його аспекту.
- Спрямувати діяльність державних, громадських і бізнесових структур суспільства на врахування гендерних аспектів у своїй діяльності та поліпшення гендерної ситуації в Україні, запровадивши системну роботу з їхніми керівниками з метою підвищення розуміння ними зв'язку між гендерними питаннями, політикою та розвитком у суспільстві.
- Розробити і запровадити в суспільстві для всіх верств населення системну тривалу інформаційно-просвітницьку кампанію з питань гендерної рівності, акцентувавши увагу як на роз'ясненні поняття “гендер”, так і на гендерному розумінні рівності жінок і чоловіків, яке передбачає: а) рівність у правах і свободах; б) рівність в обов'язках; в) рівність у відповідальності; г) рівність у можливостях та шансах.
- Активізувати висвітлення у засобах масової інформації результатів виконання Указів Президента України, згідно з якими в органах виконавчої влади і місцевого самоврядування на одного із заступників покладаються обов'язки уповноваженого (координатора) з питань забезпечення рівних прав жінок і чоловіків.
- Підтримувати поширення у ЗМІ матеріалів щодо законних прав населення звертатися до компетентних органів у випадках дискримінації за ознакою статі. Формувати громадське ставлення до можливостей судового вирішення питань з порушення гендерних прав у будь-якій сфері життя, розповідаючи у засобах масової інформації про факти відповідних судових рішень і випадки дієвості гендерного законодавства.
- Запровадити системне збирання та накопичення повного обсягу відомостей, які висвітлюють на відповідних територіях, на всіх рівнях і в усіх сферах життя природу та наслідки нерівноправності жінок і чоловіків (ведення гендерної статистики, запровадження системного гендерного аналізу).
- Ураховувати гендерний підхід при формуванні та здійсненні демографічної, соціальної й економічної політики держави, галузевих планів і програм з метою запобігання подальшій депопуляції населення та дотримання гендерного паритету в доступі до матеріальних ресурсів.
- Розробити систему заходів зі збереження та впорядкування мережі дошкільних закладів освіти і поліпшення якості обслуговування дітей у них, які сприяли б жінкам і чоловікам поєднувати виконання батьківських обов'язків з трудовою і громадською діяльністю.
- Розробити систему заходів з підвищення рівня гендерної свідомості керівників різних типів соціальних інституцій (включно з бізнес-структурами, організаціями-роботодавцями та ЗМІ) з метою вироблення гнучких схем міжструктурних і міжрівневих взаємодій, спрямованих на забезпечення рівності жінок і чоловіків як при розв'язанні поточних завдань, так і при розробленні стратегічних і тактичних планів. Стимулювати керівників цих установ до впровадження ними гендерного балансу в кадровій політиці та інших видів роботи з гендерних питань.
- Розробити систему заходів, спрямованих на підвищення гендерної компетенції органів виконавчої влади з питань впровадження гендерно-базового підходу в усіх сферах життя, а також на посилення відповідальності державних структур за проведення гендерно-базового аналізу в межах своєї компетенції.
- Розробити систему індикаторів (показників) гендерної рівноваги в суспільстві й технології моніторингу їх змін у напрямі гендерного прогресу в суспільстві.
- Запровадити системність досліджень матеріалів ЗМІ щодо наявності в них ознак порушення гендерного балансу, які можуть виявлятися в гендерно дискримінаційних висловлюваннях щодо обох статей, рекламних роликах, де жінка висвітлюється як менш компетентна особа, ніж чоловік, тощо.
- Забезпечити державне фінансування механізму впровадження гендерної політики, який включатиме витрати на навчання працівників з питань реалізації рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, проведення гендерного аналізу поточної ситуації в суспільстві.

ДОДАТКИ

Таблиця 1

Кількість шлюбів та розлучень, зареєстрованих в Україні (1985–2005 роки)

| Роки | Загальна кількість шлюбів (тис.) | Шлюбів на 1000 жителів | Загальна кількість розлучень (тис.) | Розлучень на 1000 жителів |
|------|----------------------------------|------------------------|-------------------------------------|---------------------------|
| 1985 | 489,9 | 9,6 | 183,4 | 3,6 |
| 1990 | 482,8 | 9,3 | 192,8 | 3,7 |
| 1995 | 431,7 | 8,4 | 198,3 | 3,8 |
| 2000 | 274,5 | 5,6 | 197,3 | 4,0 |
| 2001 | 309,6 | 6,4 | 181,3 | 3,7 |
| 2002 | 317,2 | 6,6 | 183,5 | 3,8 |
| 2003 | 371,0 | 7,8 | 177,2 | 3,7 |
| 2004 | 278,2 | 5,9 | 173,2 | 3,6 |
| 2005 | 332,1 | 7,1 | 183,5 | 3,9 |

Джерело: Державний Комітет статистики України. Статистичний щорічник України за 2004 рік. – К.: Консультант, 2005. – С. 375, а також дані Державного комітету статистики України, 2006 р. (неопубл.).

Таблиця 2

Розподіл осіб, які вступили до шлюбу, зареєстрованого в Україні, за дошлюбним станом, (1985–2004 роки), (тис. осіб)

| Роки | Жінки | | | | Чоловіки | | | |
|------|--------|------------------------------|-------|-----------|----------|------------------------------|--------|-----------|
| | Усього | У тому числі: | | | Усього | У тому числі: | | |
| | | Ніколи не перебували у шлюбі | Вдови | Розлучені | | Ніколи не перебували у шлюбі | Вдівці | Розлучені |
| 1985 | 489,9 | 378,5 | 19,2 | 92,2 | 489,9 | 374,4 | 16,0 | 99,5 |
| 1990 | 482,8 | 372,8 | 17,7 | 92,0 | 482,8 | 364,6 | 14,3 | 103,7 |
| 1995 | 431,7 | 328,1 | 13,7 | 90,0 | 431,7 | 322,1 | 11,0 | 98,6 |
| 2000 | 274,5 | 204,3 | 10,2 | 60,0 | 274,5 | 201,1 | 7,9 | 65,5 |
| 2001 | 309,6 | 232,0 | 10,9 | 66,7 | 309,6 | 228,6 | 8,2 | 72,8 |
| 2002 | 317,2 | 240,1 | 10,7 | 66,4 | 317,2 | 236,4 | 7,7 | 73,2 |
| 2003 | 371,0 | 283,5 | 11,8 | 75,7 | 371,0 | 278,7 | 8,5 | 83,7 |
| 2004 | 278,2 | 210,7 | 9,5 | 58,0 | 278,2 | 207,1 | 7,1 | 64,0 |

Джерело: Державний комітет статистики України. Статистичний щорічник України за 2004 рік. – К.: Консультант, 2005. – С. 375.

Таблиця 3

Розподіл домогосподарств (%) залежно від віку та статі особи, яка очолює домогосподарство (голови домогосподарства)

| Вікові категорії | Усі домогосподарства | | У тому числі проживають | | | |
|---------------------------------|----------------------|---------|-------------------------|---------|------------------------|---------|
| | 2005 р. | 2006 р. | у міських поселеннях | | у сільській місцевості | |
| | | | 2005 р. | 2006 р. | 2005 р. | 2006 р. |
| Жінка віком 18-29 років | 4,7 | 4,0 | 6,0 | 4,9 | 1,7 | 2,1 |
| Жінка віком 30-54 років | 18,8 | 20,4 | 20,7 | 22,9 | 14,7 | 14,8 |
| Жінка віком 55 років і більше | 25,2 | 26,3 | 22,8 | 24,7 | 30,3 | 29,6 |
| Чоловік віком 18-29 років | 5,1 | 3,7 | 6,0 | 4,2 | 3,1 | 2,6 |
| Чоловік віком 30-59 років | 31,5 | 31,5 | 31,5 | 31,1 | 31,8 | 32,5 |
| Чоловік віком 60 років і більше | 14,7 | 14,1 | 13,0 | 12,2 | 18,4 | 18,4 |

Джерело: Дані Державного комітету статистики України, 2006 (неопубл.).

Таблиця 4

Загальні коефіцієнти шлюбності та розлучуваності, а також розподіл домогосподарств, у складі яких є діти, котрі не мають одного чи обох батьків, за регіонами України у 2006 році

| Регіони України | Загальний коефіцієнт шлюбності (на 1000 осіб) | Загальний коефіцієнт розлучуваності (на 1000 осіб) | Домогосподарства, у складі яких є діти, котрі не мають одного чи обох батьків | | Розподіл домогосподарств за кількістю дітей у їхньому складі | | |
|---------------------------|---|--|---|--------|--|------------|------------|
| | | | Кількість (тис.) | %* | Одна дитина | Дві дитини | Три дитини |
| Україна | 7,1 | 3,9 | 1371,2 | 20,9 | 73,2 | 20,4 | 6,4 |
| Автономна Республіка Крим | 6,9 | 4,0 | 75,9 | 28,1 | 66,3 | 26,4 | 7,3 |
| Вінницька | 6,8 | 3,8 | 42,1 | 18,1 | 63,9 | 23,6 | 12,5 |
| Волинська | 7,3 | 3,0 | 15,5 | 9,3 | 68,8 | 17,0 | 14,2 |
| Дніпропетровська | 7,4 | 4,6 | 138,6 | 29,8 | 68,3 | 22,4 | 9,3 |
| Донецька | 6,7 | 4,2 | 177,7 | 29,1 | 80,1 | 14,2 | 5,7 |
| Житомирська | 7,0 | 3,8 | 29,3 | 15,5 | 63,8 | 25,7 | 10,5 |
| Закарпатська | 7,3 | 2,3 | 7,5 | 3,9 | 62,5 | 37,5 | ... |
| Запорізька | 7,0 | 4,3 | 54,5 | 21,5 | 80,5 | 17,9 | 1,6 |
| Івано-Франківська | 7,3 | 3,2 | 37,9 | 17,6 | 60,6 | 32,1 | 7,3 |
| Київська | 7,6 | 4,0 | 51,5 | 21,1 | 66,3 | 20,5 | 13,2 |
| Кіровоградська | 6,4 | 4,2 | 22,0 | 15,2 | 64,8 | 35,2 | ... |
| Луганська | 6,8 | 4,4 | 78,7 | 23,4 | 79,2 | 18,0 | 2,8 |
| Львівська | 6,9 | 2,7 | 54,7 | 14,7 | 82,1 | 11,5 | 6,4 |
| Миколаївська | 6,9 | 4,4 | 46,7 | 25,9 | 72,2 | 24,5 | 3,3 |
| Одеська | 7,0 | 3,9 | 58,2 | 17,2 | 67,2 | 27,8 | 5,0 |
| Полтавська | 6,8 | 4,3 | 55,4 | 26,5 | 69,6 | 30,4 | ... |
| Рівненська | 7,3 | 3,0 | 9,1 | 5,0 | 48,3 | 40,0 | 11,7 |
| Сумська | 6,3 | 4,0 | 24,5 | 15,5 | 80,9 | 19,1 | 0,0 |
| Тернопільська | 7,3 | 3,3 | 20,6 | 12,0 | 58,7 | 32,2 | 9,1 |
| Харківська | 6,9 | 4,1 | 85,5 | 24,0 | 80,5 | 14,0 | 5,5 |
| Херсонська | 6,7 | 4,2 | 35,5 | 22,8 | 56,4 | 32,5 | 11,1 |
| Хмельницька | 7,1 | 4,0 | 37,3 | 18,8 | 64,4 | 16,7 | 18,9 |
| Черкаська | 6,7 | 4,3 | 53,7 | 28,1 | 85,5 | 14,5 | ... |
| Чернівецька | 7,7 | 3,8 | 25,9 | 16,3 | 82,0 | 15,0 | 2,9 |
| Чернігівська | 6,0 | 3,5 | 40,2 | 24,4 | 86,0 | 11,1 | 2,9 |
| м. Київ | 8,3 | 3,9 | 71,8 | 20,1 | 71,2 | 19,6 | 9,2 |
| м. Севастополь | 9,0 | 5,2 | 19,9** | 40,1** | 94,3** | ... | 5,7** |

* – % до загальної кількості домогосподарств із дітьми.

** – зважаючи на невеликий обсяг вибірки домогосподарств дані не можна вважати достатньо надійними.

Джерело: Дані Державного комітету статистики України, 2007 (неопубл.).

Таблиця 5
Очікувана тривалість життя в разі народження в Україні, років

| Період, для якого обчислено показник | Усе населення | У тому числі | |
|--|---------------|--------------|----------|
| | | жінки | чоловіки |
| Міські поселення та сільська місцевість | | | |
| 1999-2000 | 67,91 | 73,55 | 62,44 |
| 2000-2001 | 68,33 | 74,08 | 62,77 |
| 2001-2002 | 68,32 | 74,13 | 62,70 |
| 2002-2003 | 68,24 | 74,06 | 62,64 |
| 2003-2004* | 68,22 | 74,05 | 62,60 |
| 2004-2005* | 67,96 | 73,97 | 62,23 |
| Міські поселення | | | |
| 1999-2000 | 68,18 | 73,58 | 62,86 |
| 2000-2001 | 68,60 | 74,10 | 63,21 |
| 2001-2002 | 68,60 | 74,21 | 63,08 |
| 2002-2003 | 68,53 | 74,16 | 62,94 |
| 2003-2004* | 68,57 | 74,19 | 63,00 |
| 2004-2005* | 68,47 | 74,18 | 62,81 |
| Сільська місцевість | | | |
| 1999-2000 | 67,22 | 73,36 | 61,51 |
| 2000-2001 | 67,59 | 73,88 | 61,81 |
| 2001-2002 | 67,64 | 73,89 | 61,93 |
| 2002-2003 | 67,62 | 73,81 | 62,01 |
| 2003-2004* | 67,44 | 73,76 | 61,78 |
| 2004-2005* | 66,89 | 73,51 | 61,07 |

Джерело: Державний комітет статистики України. Соціальні індикатори рівня життя населення. – К., 2004. – С. 27.

* Дані Державного комітету статистики України 2006 року, (неопубл.).

ЛІТЕРАТУРА

Розділ 1

1. Закон України "Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків". – http://www.pension.kiev.ua/Ukr/Law_Base/NonFormatted/z-2866.html
2. Указ Президента України "Про вдосконалення роботи центральних і місцевих органів виконавчої влади щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків" від 26 липня 2005 року № 1135.
3. Ануфрієва Р. Самотність людей похилого віку як соціальна проблема // Українське суспільство 1992–2006. Соціологічний моніторинг / За ред. В.Ворони, М.Шульги. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2006. – С. 317–323.
4. Балакірева О. Гендерний аналіз ціннісних орієнтацій в українському суспільстві // Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 5–7 грудня 2002 р.) – К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді; Український ін-т соціальних досліджень, 2002. – С. 22–24.
5. Бойко О.В. Насильство в сім'ї: соціологічний аналіз явища : Автореф. дис. ... канд. соціол. наук. – Харків, 2003.
6. Герасименко Г.В. Гендерні аспекти соціально-економічної політики в Україні : Автореф. дис. ... канд. екон. наук. – К., 2004.
7. Герасименко Г.В. Гендерні особливості рівня життя українського населення // Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 5–7 грудня 2002 р.) – К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді; Український ін-т соціальних досліджень, 2002. – С. 52–54.
8. Вілкова О.Ю. Конструктивні й деструктивні функції гендерних стереотипів : – Автореф. дис. ... канд. соціол. наук. – К., 2005.
9. Соціальне становище сільської жінки в Україні. – К.: Академпрес, 1998
10. Лавріненко Н.В. Гендерний аспект соціально-економічного статусу // Українське суспільство 2003. Соціологічний моніторинг / За ред. В.Ворони, М.Шульги. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2003. – С. 97–105.
11. Лавріненко Н.В. Гендерні відносини на селі // Українське суспільство 1992–2006. Соціологічний моніторинг / За ред. В.Ворони, М.Шульги. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2006. – С.86–91.
12. Лавріненко Н.В. Гендерні відносини в родині // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: "К.А.С.", 2004. – С. 354–384.
13. Луценко О.А. Стать і гендер у контексті дихотомії "природа – культура" // Гендерні стратегії сталого розвитку України / За наук. ред. Л.С.Лобанової. – К.: Фенікс, 2004. – С. 12–21.
14. Луценко О.А. Гендерна освіта й педагогіка // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: "К.А.С.", 2004. – С. 476–503.
15. Лобанова Л.С. Жінки і чоловіки в системі демографічної реальності: стратегії подолання кризи // Гендерні стратегії сталого розвитку України / За наук. ред. Л.С.Лобанової. – К.: Фенікс, 2004. – С. 58–69.
16. Лобанова Л.С. Гендерний аналіз сфери науково-технологічної діяльності // Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 5–7 грудня 2002 р.). – К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді; Український ін-т соціальних досліджень, 2002. – С. 120–123.
17. Оксамитна С. Динаміка сімейного стану та складу сім'ї // Українське суспільство 1994–2004. Моніторинг соціальних змін / За ред. В.Ворони, М.Шульги. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2004. – С.73–80.
18. Оксамитна С.М. Гендерні ролі та стереотипи // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: "К.А.С.", 2004. – С. 157–181.
19. Скорик М.М. Місце гендерних стереотипів у соціально-нормативній сфері українського суспільства // Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 5–7 грудня 2002 р.). – К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді; Український ін-т соціальних досліджень, 2002. – С. 172–175.
20. Смоляр Л.О. Становлення гендерної освіти в Україні // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: "К.А.С.", 2004. – С. 504–519.
21. Стрельник О.О. Гендерна нерівність та соціальний статус жінки в сучасному українському суспільстві : Автореф. дис. ... канд. соціол. наук. – Харків, 2003.
22. Стрельник О. Поняття соціального потенціалу в інтерпретації проблеми гендерної нерівності (за матеріалами соціологічних досліджень) // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2006. – № 4. – С. 147–160.
23. Суковата В. Гендер і релігія // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: "К.А.С.", 2004. – С. 385–425.
24. Яременко О.О. Об'єктивна необхідність врахування гендерних складових при формуванні реалізації соціальної політики // Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 5–7 грудня 2002 р.). – К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді; Український ін-т соціальних досліджень, 2002. – С. 206–211.
25. Левченко К.Б. Гендерна політика в Україні: визначення, формування, управління. – Харків: Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ, 2003.
26. Левченко К.Б. Концептуальні питання гендерної політики // Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 5–7 грудня 2002 р.). – К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді; Український ін-т соціальних досліджень, 2002. – С. 118–120.

27. Мельник Т.М. Гендер як наука та навчальна дисципліна // Основи теорії гендеру Навчальний посібник. – К.: “К.А.С.”, 2004. – С. 10–29.
28. Мельник Т.М. Гендер у політиці // Основи теорії гендеру Навчальний посібник. – К.: “К.А.С.”, 2004. – С. 219–265.
29. Мельник Т.М. Правові аспекти гендеру // Основи теорії гендеру Навчальний посібник. – К.: “К.А.С.”, 2004. – С. 283–326.
30. Дягілев В.М. Історичні аспекти гендерної політики в Україні (соціально-правовий статус жінки в українській історії) // Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 5–7 грудня 2002 р.). – К.: Державний ін-т проблем сім’ї та молоді; Український ін-т соціальних досліджень, 2002. – С. 75–78.
4. Левченко К.Б. Гендерна політика в Україні. – Харків: Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ, 2003. – 344 с.
5. Матеріали сайту: <http://donmolod.gov.ua/social/woman.htm>
6. Матеріали сайту: <http://www.hgi.org.ua?ch=MEN2>
7. Кісь О. Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні // <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/kis.htm>
8. Соціально-економічні причини насильства в сім’ї в Україні: аналіз проблем та шляхи запобігання. – К.: Державний інститут проблем сім’ї та молоді, 2004.
9. Гендерна рівність: посібник з ведення колективних переговорів / Міжнародне бюро праці; Проект технічної співпраці “Україна: сприяння реалізації основних принципів та прав у світі праці” / Пер. з англ. Л.Савчук, С.Литвин; ред: Ю.Привалов, Н.Заруко, С.Савчук – К.: ПЦ “Фоліант”, 2004.

Розділ 2

1. Гендерний паритет в умовах розбудови сучасного українського суспільства. – 2-е вид., допов., уточ. – К.: Український інститут соціальних досліджень, 2003. – 129 с.
2. Закон України “Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків”. – http://www.pension.kiev.ua/Ukr/Law_Base/NonFormatted/z-2866.html
3. Матеріали сайту: http://en.wikipedia.org/wiki/Glass_ceiling
4. Беверидж Ф., Нот С., Стівен К. Стратегія рівності і процес формування політики: засоби, що ведуть до мети // Гендер і державна політика. – К.: Основи, 2004. – С. 277–312.
5. Грошев И.В. Рекламные технологии гендера // Общественные науки и современность. – 2000. – № 4.

Розділ 3

1. Стратегії змін для досягнення гендерної рівності у місцевому самоврядуванні в Україні. – К.: Стилос, 2003. – 84 с.
2. Амджадін Л., Гончарук О., Кравченко О. Судова система та суди в Україні в оцінках громадськості (комплексне соціологічне дослідження) / За наук. ред. Ю.Привалова, Ю.Саєнка. – К.: Прецедент, 2005. – 234 с.
3. Матеріали сайту: <http://www.cvk.gov.ua>

10. ILO: Preventing work-related violence (Geneva), p. 5 [МОП: запобігання насиллю на робочому місці].
11. Шкурлат М., Сулов Р. Домашнє насильство. Як захистити себе. – К., 2002. – 75 с.

Розділ 4

1. Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса / Под ред. Т.Ушаковой, Н.Д. Павловой. – СПб.: Алетейя, 2000. – 316 с.

Розділ 5

1. Паніна Н. Українське суспільство 1992–2006: соціологічний моніторинг. – К.: ІС НАНУ, 2006. – 94 с.
2. Україна–2002. Моніторинг соціальних змін. – К.: ІС НАНУ, 2002. – 668 с.
3. Українське суспільство–2003. Соціологічний моніторинг. – К.: ІС НАНУ, 2003. – 684 с.
4. Українське суспільство 1994–2004. Моніторинг соціальних змін. – К.: ІС НАНУ, 2004. – 705 с.
5. Українське суспільство 1994–2005. Динаміка соціальних змін. – К.: ІС НАНУ, 2005. – 653 с.
6. Головаха Е.И., Панина Н.В. Интегральный индекс социального самочувствия (ИИСС): конструирование и применение социологического теста в массовых опросах. – К.: Ин-т социологии НАНУ, 1997. – 64 с.

Програма розвитку ООН є глобальною мережею Організації Об'єднаних Націй в галузі розвитку, яка виступає за позитивні зміни та надає країнам доступ до джерел знань, досвіду та ресурсів задля допомоги людям в усьому світі будувати краще життя. Ми співпрацюємо з 166 країнами світу, допомагаючи їм знаходити власні шляхи розв'язання глобальних та національних проблем в галузі розвитку. Покращуючи свої власні можливості, вони мають змогу використовувати досвід та знання співробітників ПРООН та широкого кола наших партнерів.

Світові лідери зобов'язалися виконати Цілі Тисячоліття в галузі розвитку, включно із такою всеохоплюючою ціллю як скорочення бідності вдвічі до 2015 року. Мережа ПРООН координує та допомагає країнам об'єднувати глобальні та національні зусилля, які спрямовуються задля досягнення означених Цілей. Ми зосереджуємося на допомозі країнам спільно виробити та поділитися рішеннями щодо проблем в таких сферах діяльності:

- Демократичне врядування
- Подолання бідності
- Запобігання кризи та її подолання
- Енергія та навколишнє середовище
- ВІЛ/СНІД

ПРООН допомагає країнам, що розвиваються, отримувати та використовувати технічну допомогу ефективно. У всіх видах діяльності ПРООН виступає на захист прав людини та створення рівних соціальних можливостей для жінок та чоловіків.



Україна

Програма розвитку ООН в Україні
Кловський узвіз, 1, Київ, 01021
Тел.: +38 (044) 253 9363
Факс: +38 (044) 253 2607
www.undp.org.ua