

Остапчук О.Л.

Житомирський державний університет

імені Івана Франка

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ГЕНДЕРНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УЯВЛЕННЯХ МОЛОДІ

Очевидним є той факт, що стан політики гендерної інтеграції та рівень гендерної культури громадян певної держави є ознакою її цивілізованості. На важливості врахування гендерної складової у різних сферах суспільного життя наголошує плеяда сучасних вітчизняних науковців, серед яких, зокрема, у педагогіці – В.П. Кравець, Л.І. Міщик, О.С. Цокур, І.В. Іванова, І.С. Мунтян, Т.П. Голованова, Л.С. Кобелянська, Л. Булатова, Л.В. Яценко, С.Т. Вихор та інші.

Варто зазначити, що завдяки зусиллям активних, небайдужих гендерно чутливих представників нашої держави значного поширення набули різні форми просвітницької діяльності з питань гендерного розвитку: семінари; конференції; круглі столи; уроки гендерної рівності; конкурси науково-дослідницьких робіт із гендерної тематики; конкурси творчих робіт (малюнків, виробів); ярмарки гендерних проєктів; тренінги, що спрямовані як на формування гендерної самосвідомості, так і на уміння впроваджувати гендерний компонент у різні сфери суспільного життя (друге переважно стосується навчання різних категорій державних службовців); вистави інтерактивних театрів, у яких висвітлені суперечності гендерного розвитку; прес-конференції; громадські слухання; гендерно-тематичні відеолекторії; бібліографічні огляди та тематичні виставки; культурно-мистецькі акції, що мають на меті поширення гендерних знань та запобігання гендерному насильству тощо. Застосування традиційних та продукування інноваційних форм популяризації гендерних ідей залежить від значної кількості факторів, серед яких основними, на нашу думку, є цільова аудиторія, виконавці, ресурсні можливості.

На сучасному етапі становлення гендерної політики в Україні важливою і необхідною є співпраця установ та організацій, що займаються проблемами гендерного розвитку суспільства, оскільки саме консолідація зусиль забезпечить досягнення якісного результату. У результаті обміну досвідом Центру гендерної освіти Житомирського державного університету імені Івана Франка із Закарпатським обласним центром гендерної освіти, що діє при Ужгородському

національному університеті (ідея даного фотоконкурсу належить його керівництву), було проведено Житомирський обласний конкурс «Оголошуємо тендер на гендер».

Мета статті: висвітлити уявлення молоді про тенденції гендерного розвитку українського суспільства шляхом якісного аналізу фотокарток, поданих на Житомирський обласний конкурс фоторобіт «Оголошуємо тендер на гендер».

Конкурс фоторобіт «**Оголошуємо тендер на гендер**» присвячений поширенню ідеї гендерної рівності та протидії гендерному насильству. Даний захід проходив у межах Всеукраїнської акції «16 днів протидії гендерному насильству».

Організаторами конкурсу стали Центр гендерної освіти Житомирського державного університету імені Івана Франка та Управління у справах сім'ї, молоді та спорту Житомирської обласної державної адміністрації.

Завдання конкурсу: пропаганда егалітарних цінностей та паритетної взаємодії жінок і чоловіків; розвінчування деструктивних гендерних стереотипів; привернення уваги громадськості до проблеми гендерного насильства; поширення гендерних знань. Категорія учасників – учнівська та студентська молодь Житомирщини.

До участі у конкурсі приймалися фотокартки будь-якого розміру, що за тематикою відображали суперечності гендерного розвитку: проблеми гендерної рівності/нерівності, гендерного насильства, гендерного балансу/дисбалансу, паритетності тощо. Жодних обмежень щодо обробки фото не було (колаж, монтаж, вправи в графічних редакторах). Конкурсна фоторобота повинна була мати назву.

Щодо критеріїв оцінки фотороботи, то ними були наступні:

I – Зміст: відображення гендерної тематики.

II – Форма: оригінальність композиції, емоційність, художність.

III – Влучність назви.

IV – Загальне враження.

Ми розуміємо, що образ, загальне враження, окрім ідеї (а вона була надзвичайно важливою, бо відображення гендерної тематики – це один із головних критеріїв оцінки), досягається ще й зображально-виражальними засобами: світло, колір, оптичні засоби, вибір точки зйомки, моменту, ракурсу. Але ми виходили з того, що надмірне захоплення технологією і перевагами камер, світлофільтрів не завжди забезпечить фото із «присмаком» життя. Тому учасники конкурсу – це

переважно фотоаматори. З метою збалансування оцінювання змісту і форми, до складу журі були запрошені не лише фахівці, які займаються проблемами утвердження гендерної рівності, а й професійні фотографи.

Одним із критеріїв оцінки фотороботи була влучність назви, оскільки даний коментар проливав світло на ставлення та позицію автора до гендерної проблематики. Хоча є ймовірність, що навіть цілком точна назва буде лиш інтерпретацією фотографії, і то швидше обмежувальною. Ле Левін уважав, що фотографія стає прямим відображенням свідомості, логіки, моралі, етики і смаку глядача [1, с. 178]. Можна говорити, що ці складові обумовлюють інтерпретаційні можливості реципієнтів.

Переможці конкурсу визначалися шляхом підрахунку балів, які виставляв кожен член журі за 100-бальною системою. Ми вважаємо, що конкурс був представницьким, оскільки у ньому взяли участь учні та студенти п'ятнадцяти районів області, загалом було представлено 72 фотороботи. Серед учасників було 70% представників жіночої статі, 30% – чоловічої.

Фотороботи цікаві, різнопланові, своєрідні. У фотокартках знайшли відображення такі сфери суспільного життя: родина, сім'я; організація побуту; професійна діяльність, сфера зайнятості; дозвілля; навчання.

Фотографію вважають інструментом пізнання речей; вважаємо, що у нашому випадку фотографія – це засіб виховання, засіб формування гендерної культури молоді.

Окреслимо особливості фотографії як різновиду мистецтва, які корисні у зв'язку із висвітленням та подальшою інтерпретацією уявлень молоді про гендерний розвиток:

- Фотокартки визначають ставлення до сьогодення;
- Фотографії – це зафіксовані враження [1, с. 12];
- Фотокартки виконують роль свідчень [1, с. 13];
- Фотографії легше запам'ятати, ніж рухливі образи фільмів, бо це – не потік, а окремий зріз часу [1, с. 24];
- Фотознімки несуть інформацію;
- Фотографії зміцнюють моральну позицію.

Американська дослідниця Сьюзен Зонтаг, авторка збірки есе «Про фотографію» вважає, що фотографії не просто по-новому визначають матеріал звичайного сприйняття (людей, речей, подій – всього, що ми бачимо, хоча по-іншому й часто неуважно, своїм природним зором) і додають величезну кількість матеріалу, якого ми взагалі не бачили. По-новому визначено й саму реальність – як експонат для виставки, як запис для дослідження [1, с. 146]. Фотографія все частіше стає об'єктом або складовою наукових досліджень.

На основі аналізу конкурсних фотокарток можемо вказати на сучасні тенденції гендерного розвитку українського суспільства в уявленнях молоді:

- паритетна взаємодія як суспільна цінність, суспільний набуток;
- відповідальне батьківство як об'єктивна реальність;
- розширення репертуару гендерних ролей жінок та чоловіків;
- розвінчання деструктивних гендерних стереотипів.



Розширення репертуару гендерних ролей жінок: військовослужбовець (назва: «Знай наших!»); мудрий керівник; рибалка (назва: «Заздрять досвідчені рибалки – клює найкраще у вчительки Наталки»); футболіст (назва: «Забудь стереотипні ґрати. В футбол дівчата можуть ґрати!»). У випадку з чоловіками – культивується роль турботливого татуса

Рис.1 (див. Рис.1). Для чоловіків пропонується роль турботливого татуса («Я – найщасливіша із малят, бо мій татко – найкращий з тат!»), а також чоловіка, який уміє готувати їсти, мити посуд, шити, навіть прясти (з назвою-коментарем: «Буде лад в Україні, якщо чоловіки не цураються жіночої роботи»). У цьому контексті набуває розвитку ідея про взаємозамінність статей. Прикметною є закономірність: авторами фото, в яких жінка представлена у нетрадиційній ролі, є чоловіки; авторство ж фотокарток із зображенням чоловіків у нехарактерній ролі належить жінкам. Очевидно, молодь усвідомлює проблему обмеженості традиційного статево-рольового розподілу.

Фотознімки шокують тією мірою, якою показують щось нове [1, с. 26]. Саме у цьому контексті можливе розвінчання стереотипів. І. Кльоцина, В. Кравець,

О. Кікінежді, О. Кісь виділяють такі групи гендерних стереотипів: I – стереотипи маскулінності-фемінності; II – уявлення про розподіл сімейних і професійних ролей між чоловіками і жінками; III – стереотипи, пов'язані із відмінностями у змісті праці [2; 4]. Окреслена нами тенденція до розвінчання гендерних стереотипів корелює із розширенням репертуару гендерних ролей жінок та чоловіків, зображених на фотокартках. Зокрема, групи стереотипів, що передбачають закріплення сімейних і професійних ролей відповідно до статі, та стереотипи, пов'язані із відмінностями у змісті праці. На відміну від традиційних уявлень, де царина жінки – це лише приватна сфера (сім'я, дім, догляд за дітьми, обслуговуючий характер праці), а для чоловіка соціально схвалюваною є діяльність поза домом (професійні досягнення, активне громадське життя), на фотокартках пропонується відхід від усталених поглядів: жінка може бути успішним керівником, а чоловік може доглядати за дітьми.

Варто зазначити, що є ряд фотографій, які показують традиційні стереотипи так би мовити у дії: дивлячись на дівчат, які миють підлогу, юнак промовляє «Я допоміг би вам охоче, та це заняття є «жіноче» (назва «Мужчина» або «ролі традиційні»); дівчинка підмітає, хлопчик відпочиває (назва «Жіноча доля»); керівник-чоловік кричить на секретаря-жінку «Помовчи, жінко! Твоє місце – друкувати!»; сплячий на дивані чоловік (назва-коментар: «Традиційна чоловіча роль: Баю, мій милий, баю, а я тобі колискову про гендер заспіваю») та ін. Але, на нашу думку, ці фото зовсім не популяризують, а засуджують такий стан речей.

Спостерігається й усвідомлення молоддю проблеми сексизму в рекламі, а саме у фотороботі, де дівчина зі словами «Дівчата – не бонус до пляшки пива» замальовує плакат із рекламою пива, що супроводжується лозунгом «Дівчата, що грають за правилами не потрапляють в історію».

Паритетна взаємодія як суспільна цінність, як своєрідний бажаний ідеал висвітлена у значній кількості конкурсних фотокарток («Ми рівні, але різні»; «З перших днів життя рівні»; «Рівність у всьому»; «Ми рівні, тому що любимо один одного»; «Щасливі разом»). У фотороботах та назвах до них простежується розуміння інакшості, визнання потреби жінок та чоловіків бути різними, але при

цьому мати рівні права та можливості (див. Рис. 2). Говорячи про відмінності, увага акцентується на тому, що подібного все ж більше, а існуючі відмінності не такі різні, аби поляризувати, підкреслюючи протилежність статей.

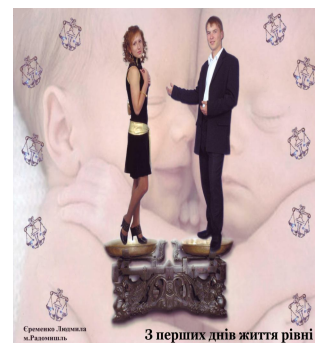


Рис.2



Рис.3

Є низка фотографій, на яких саме діти зі своєю безпосередністю зображують ідеальні міжособистісні стосунки: гармонійні, теплі, щирі (див. Рис. 3).

Фотокартки учнів підводять нас до думки про те, що ними дуже добре усвідомлюється роль школи у формуванні їхньої гендерної культури (див. Рис. 4). Яскравим свідченням цього є роботи із назвами: «Не забудемо ніколи цих уроків у школі, всі ми рівні є, і не лиш в дитячій колі»; «Поспішаємо радо на дзвінок, бо у нас новий урок (урок гендерної рівності)»; «А де хлопчача половина, грає в футбол?» (дівчата у цей час читають книги).

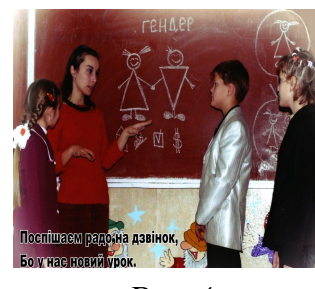


Рис.4

У деяких роботах гендерна проблематика висвітлюється крізь закодовані символи. Прикладом може бути фотокартка під назвою-дилемою «Данина традиції чи проєкція майбутнього?», на якій молодята ламають коровай як символ влади у родині (за народним повір'ям: кому дістанеться більший шматок – тому й головувати у сім'ї). Або ж робота під назвою «Міфологія ХХІ століття», на якій на фоні плакату до кінофільму «Кадети» зображено жіночий черевичок під тиском масивного чоловічого черевика як символ патріархального устрою суспільства, непохитності чоловічого авторитету, пригніченості «слабкої» половини. Фотокартка під назвою «Барбі – делейт» («Пластмасові стереотипи – у пластмасові корзини») також не позбавлена символічного значення: іграшка Барбі сприймається автором як символ теорії «природного призначення» жінки, саме тому викликає протест з боку студентки, яка, позбавляючись її, пропонує відійти від спрощених уявлень про роль і функції жінки у суспільстві. Зазначимо, що виробники-маркетологи ляльки Барбі намагалися повсякчас реагувати на запити суспільства, критику та настрої

споживачів, у результаті чого з'явилася «мультикультурна» Барбі, Барбі-ветеринар, космонавт, солдат, кандидат у президенти [5, с. 160]. Водночас, попри розширення соціальних ролей у закордонної ляльки, на вітчизняному ринку здебільшого представлений класичний варіант, що пропагує, за виразом Оксани Кісь, «образ жінки, спосіб життя якої нагадує нарцисичне існування гарної та дорогої ляльки. Вона вимагає для себе відповідного середовища та атрибутів, щоби врешті-решт виконати своє головне призначення – знайти свого власника-чоловіка» [3, с. 46].

Підбиваючи підсумки, зазначимо, що найважливіший результат даного фотоконкурсу полягає у його соціальній значущості для двох сторін: з одного боку учасників, які мали можливість представити, виразити своє бачення гендерних аспектів розвитку суспільства; з іншого – глядачів, які після відвідання виставки збагатили власний життєвий досвід цілою антологією гендерно-забарвлених образів. Молодь дуже чутлива до деструктивних функцій гендерних стереотипів; маємо надію, що саме вона стане активним суб'єктом реалізації ідеї рівних можливостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зонтаг Сьюзен. Про фотографію / Пер. з англ. – К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2002. – 189 с.
2. Кікінежді О.М., Кісь О.Б. Формування гендерної культури молоді: науково-методичні матеріали до тренінгової програми. Навчальний посібник. – Тернопіль: Навчальна книга. – Богдан, 2006. – 160с.
3. Кісь О. Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні. // «І». Незалежний культурологічний часопис. – 2003. – №27. – С. 37-58.
4. Кравець В.П. Гендерна педагогіка. Навчальний посібник. – Тернопіль: Джура, 2003. – 416 с.
5. Майкл Месер «Дівчата-Барбі» проти «Морських чудовиськ»: діти створюють гендер. // Гендерна педагогіка: Хрестоматія / Переклад з англ.. В. Гайденко, А. Предборської; за ред.. В. Гайденко. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2006. – 313 с. – С. 153-165.