



Проект фінансується
Європейським Союзом



Міністерство освіти і науки
України, Міністерство
соціальної політики



Проект виконується
Сумським державним
університетом

ФОРМУВАННЯ У МОЛОДІ ГЕНДЕРНО-ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКИХ ВНЗ)

Навчальний посібник – збірник кращих практик



УДК 378.4.017:172:316.663.2-055.2(072)
ББК 66.75(4Укр)Я7
Ф 79

Ф 79 Формування у молоді гендерно-відповідальної поведінки (на прикладі українських ВНЗ) : навчальний посібник /за заг. ред. Н. Світайло. – Суми : Видавництво РА «Хорошие люди», 2013. – 209 с.

У навчальному посібнику «Формування у молоді гендерно-відповідальної поведінки (на прикладі українських ВНЗ)» подані матеріали, що висвітлюють підходи до визначення гендерно-відповідальної поведінки та особливостей її прояву у сучасному ВНЗ. Окрема увага приділяється аналізу можливостей та напрямів роботи ВНЗ з формування гендерно-чутливого середовища та гендерно-відповідальної поведінки. Висвітлюються досвід роботи окремих ВНЗ України у цьому напрямку.

Цей посібник адресований представникам адміністрації вищих навчальних закладів, які працюють на різних рівнях прийняття рішень та роботи з молоддю, а також широкому викладацькому загалу, зокрема, науковцям, які вивчають гендерні аспекти суспільного життя. Матеріали будуть корисними студентам, журналістам та всім, хто цікавиться зазначеною проблематикою.

Здійснено Сумським державним університетом у рамках проекту «Рівні можливості для здобуття професії молодими матерями-студентками у вищих навчальних закладах» за фінансової підтримки Європейського Союзу.

Офіційні партнери проекту – Міністерство освіти і науки України та Міністерство соціальної політики України.

Під час використання матеріалів посилання обов'язкове.

УДК 378.4.017:172:316.663.2-055.2(072)
ББК 66.75(4Укр)Я7
© Колектив авторів, 2013
© РА «Хорошие люди», 2013

Зміст

Вступ	6
Частина 1. Гендерно відповідальна поведінка та можливості її формування у ВНЗ	
Світайло Н. Д. Гендерно-відповідальна поведінка: підходи до визначення та аналізу ...	9
Купенко О. В. Формування відповідальної поведінки з урахуванням динаміки ціннісних установок	14
Світайло Н. Д. Шляхи та умови формування гендерно відповідальної поведінки	18
Частина 2. Гендерні центри та осередки ВНЗ України	22
Частина 3. Досвід вищих навчальних закладів у формуванні гендерно відповідальної поведінки	
Кікінежди О. М. Діяльність Центру гендерних студій як приклад інноваційних соціально-педагогічних технологій (з досвіду Науково-дослідного центру з проблем гендерної освіти та виховання молоді НАПН України - ТНПУ ім. В.Гнатюка)	40
Говорун Т. В. Гендерний ракурс проблеми економічної культури студентської молоді ..	49
Фесенко Г. Г., Фесенко Т. Г. Формування гендерної компетентності студентства: проектно-орієнтовані стратегії Харківського національного університету міського господарства імені О.М.Бекетова	55
Голованова Т. П. Технології соціально-педагогічної роботи з формування гендерно-чутливого середовища вищого навчального закладу	58
Кравець В. П. Сексуальна підготовка молоді до шлюбу та сім'ї: гендерний вимір	63
Ісаєва Т. А. На шляху до гендерночутливого освітнього простору: діяльність Всеукраїнської мережі центрів гендерної освіти у ВНЗ	69
Концепція гендерночутливого вищого навчального закладу (Перша редакція)	71
Іванова Т. В. Методологічні та методичні засади формування концепції гендерно орієнтованої освіти	75
Ворчакова І. Є. З досвіду роботи дебатно-дискусійного клубу «Гендерна перспектива» МНУ ім. В.О. Сухомлинського	78
Любивий В. А. Гендерні можливості розвитку суспільства крізь призму пошуку ефективних форм молодіжної активності (технологія комунікативних дебатів)	80
Костенко А. М. Діяльність Центру підтримки сім'ї Сумського державного університету в напрямку формування гендерно відповідальної поведінки	87
Єрко Г. Гендерна соціалізація студентської молоді (на прикладі Луцького педагогічного коледжу)	92

Остапчук О. Л., Котова-Олійник С. В., Тарасенко Н. Л. Діяльність Центру гендерної освіти Житомирського державного університету ім. Ів. Франка з формування у молоді гендерно-відповідальної поведінки	97
Смірнова Т.В. Гендерні аспекти художньої культури як основи гендерної освіти та виховання	102
Стребкова Ю. В. Інформаційні технології для гендерної освіти	106
Омельченко С. О. Діяльність ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет» у контексті впровадження ідей гендерної рівності	110
Коніщева Н. Й. Гендерний центр Донбаського державного педагогічного університету: досвід першої річниці діяльності	113
Дьоміна Ю. В. На шляху до впровадження ідей гендерної рівності. Організація позааудиторної волонтерської діяльності студентів – один із пріоритетних напрямів роботи Центру гендерної освіти Комунального закладу «Харківська гуманітарно-педагогічна академія»	115
Бойко І. І. Гендерні стереотипи вчителів як фактор соціалізації учнів загальноосвітньої школи	119
Ісаєва Т. А. Музей жіночої та гендерної історії як центр гендерної просвіти та інформування	124
Луценко О. А. Досвід роботи Лабораторії гендерних досліджень Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка.....	126
Яценко Л. В. Ціннісні пріоритети старшокласників щодо майбутньої сім'ї: гендерний аспект	132
Шульга І. Гендерні наголоси у здоров'язберезувальній діяльності майбутнього педагога початкової школи	136
Жук О. М. Формування гендерно-чутливого середовища в умовах технічного ВНЗ	141
Колісник Л. О. Роль психологічної служби ВНЗ у формуванні гендерно-чутливого середовища	145
Сіткар В. І. Про психологію жінки та чоловіка в спорті: з досвіду роботи НДЦ гендерних досліджень ТНПУ ім. В.Гнатюка	148
Байдюк Н. В. Застосування інтерактивних технологій у процесі підготовки майбутніх фахівців соціальної сфери до гармонізації гендерних взаємин у молодіжному середовищі.....	152
Ротар Н. Ю., Цікул І. В. Механізми подолання гендерних стереотипів у процесі викладання курсу «Політичні еліти та лідерство»	159

Колодій С. М. Школа підготовки молоді до шлюбу – перший заклад підготовки молоді до подружнього життя у Закарпатській області	167
Колодій С. М. Спортивно-гендерне орієнтування – допомагає сприймати нове та вчить бачити непомітне.....	170
Швачко С.О. Гендерні проблеми: лінгвістичний модус.....	173
Медвідь О. М., Прокопенко А. Гендерний фактор у політичному дискурсі.....	177
Савельєва Ю.М. Застосування програм зі збереження здоров'я у формуванні гендерно-відповідальної поведінки у молоді	180
Додатки	185
Зміст	209

відносинах, моральних норм рівності, взаємоповаги, врахування як спільного, так і відмітного, що властиве жінці й чоловікові, а також формування вільної особистості з гендерним світоглядом і навичками гендерно орієнтованої поведінки [2, с. 30].

Важливою умовою гармонізації відносин між статями є гендерно-узгоджене спілкування, що базується на таких цінностях, як любов, взаємоповага, співчуття, співпереживання, доброзичливість. У такому спілкуванні повинна переважати позиція співробітництва, що ґрунтується на позитивній оцінці партнера, на визнанні його ціннісних установок, переваг та недоліків. Спілкування, побудоване таким чином, покликане пом'якшувати суперечності та конфліктність між чоловіками та жінками, спрямоване на подолання комунікативних бар'єрів, викликаних гендерними стереотипами та різними стилями поведінки статей.

У подальшій перспективі роботи центру гендерної освіти ЧНУ імені Б. Хмельницького:

- проведення круглого столу «Організація співпраці державних і громадських структур з попередження насильства в сім'ї» за участі фахівців управління у справах сім'ї, молоді та спорту Черкаської обласної державної адміністрації, Черкаського обласного молодіжного ресурсного центру, громадських організацій;
- створення університетської Мережі чоловіків-лідерів проти насильства;
- проведення у стінах університету акції «Пройдись в її взутті» за участі викладачів та студентів університету.

Список літератури

1. Клуб устойчивого развития : в помощь лидеру / А.И.А. Величко; под. общ. ред. Г. В. Веремейчик. – Минск : Минсктиппроект, 2006. – 114 с.
2. Мельник Т. 50/50: Сучасне гендерне мислення: словник / Т. Мельник, Л. Кобелянська. – К. : К.І.С., 2005. – 280 с.
3. Наказ Міністерства освіти та науки України «Про впровадження принципів гендерної рівності в освіту» від 10.09.2009 № 839 : офіц. текст [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.mon.gov.ua/newstmp/2009_1/16_09/nakaz_mon_839.doc
4. Панфилова А. П. Инновационные педагогические технологии: Активное обучение: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / А. П. Панфилова. М. : Академия, 2009. – 192 с.

Механізми подолання гендерних стереотипів в процесі викладання курсу «Політичні еліти та лідерство»

Ротар Н. Ю., Цікул І. В., Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича

На перетині публічного і приватного життя формується гендерна та сексуальна ідентичність, виникають стандартизовані еталони мужності та жіночності. Дискурси наукового, правового або медійного характеру завжди вказують на суспільні й політичні структури, що покладені в основу «публічного» та «приватного». Таким чином, вони є платформою для процесів стандартизації публічного і приватного життя, які потрібно символічно упорядкувати та розмежувати, що допоможе розумно привертати увагу до цих сфер і вказувати, де вони доречні, а де – ні. Проте, відповідь на запитання, чи може науковий дискурс про публічне і приватне життя пояснити нам принцип дії гегемоніальних структур влади і панування слід шукати там, де перетинаються політична наука і гендерні дослідження. Тема публічності та приватності є особливо актуальною в контексті політичної науки. Гендерні дослідження розробляють і популяризують стереотипи, пов'язані зі статевими відмінностями, вводять їх у соціальні та політичні

відносини, а також створюють дихотомії. Розглядаючи публічну і приватну сферу крізь призму гендерних досліджень, ми спробуємо розкрити основні аспекти сучасної критики цих сфер у теоретичному і політичному контексті на прикладі викладання курсу «Політичні еліти та лідерство».

Співвідношення приватності й публічності – це головна структурна особливість феміністського підходу до аналізу суспільства, в якому є багато інноваційних і вагомих аргументів. К. Патеман зауважує, що дослідження категорій публічного і приватного – «це, кінець кінцем, і є суть феміністського руху».⁴ Відоме гасло – «приватне/особисте – завжди політичне» – можна віднести як до жіночого руху, так і до теорії фемінізму. Дане гасло з соціального руху потрапило в політику, а з політики – до політичної науки.

Розмежування публічності та приватності, закладене в концепціях ліберальної теорії і в традиціях соціальних ролей, здається природним і претендує на універсальність, оскільки – це нерівні владні відносини між чоловіками та жінками. Публічний простір (політичне життя) існує завдяки «приватному», яке є передумовою до репродукції і домашнього побуту. Перше зафіксоване в теорії і на практиці під кодом «чоловічої», а друге – під кодом «жіночої» сфер діяльності. Доречно зауважити, що ці ідеї і до цього часу знаходять свій інституційний вимір у соціальній сфері: незважаючи на формальне рівноправ'я, у професійній політиці домінують чоловіки, крім того, кількість жінок на керівних посадах значно поступається «сильній» статі.

Феміністська критика публічного і приватного життя окреслює межі між цими сферами, відкидає історично сформовані гендерні ролі, називаючи цей «історичний розкол статі» натуралізованими конструктами, а за допомогою пізнавально-теоретичного аспекту гасло «приватне – справа політики» актуалізує абсолютно нові теми: з позиції суспільства і політики цікавим видається факт символічного і реального суспільного устрою, який організований «не на користь жінок». Цей устрій постійно генерує стереотипи статевих ролей, які виявляються також і в боротьбі за особисте та суспільне життя.

У контексті підходу Б. Зауер вважає ідею «публічності», яка була сформульована в 90-ті рр. ХХ ст. і до сьогодні є такою, що не втратила своєї актуальності: «Публічність неможливо концептуально представити у вигляді якого-небудь місця, на зразок парламенту, вулиці або такого інституту, як редакція газети. У такому разі «приватні місця» були б за визначенням вилучені. Публічність – це місце, де обговорюють та критикують систему влади і панування. Публічність припускає «структуру можливостей» політичних дій. Такі можливості відкриваються на робочому місці, в сім'ї, в особистому житті».⁵ Феміністська критика суспільного і приватного життя справила сильний вплив на політологію. Як тільки відбувається зсув смислового змісту і співвідношення даного антагоністичного тандему (чоловік – жінка), зміщується також і поняття політичних категорій. Д. Нолен вважає, що «предмет дослідження політології – це співіснування людей як громадян. Головне питання політології – як урегулювати це співіснування (у нормативному і загальнообов'язковому порядку) з інституційної (polity), процедурної (politics), мовної, матеріальної (policy) й емпіричної перспектив».⁶

Таке визначення предмета політології належить до суспільної, інституційної і/або державної сфери. Розуміння політики, як і сфери дослідження політології (держава з її інститутами, принцип їх дії), сформульовані досить чітко. Д. Нолен веде мову про «громадянина» – феміністичний скепсис тут абсолютно доречний, адже ідейно-історичні конструкти ідеального громадянина й справді мають на увазі саме громадянина, однак аж ніяк не «громадянку». Якщо будь-хто хоче виступити проти «істин, розділених за

⁴ Pateman C. Feminist Critiques of the Public/Private Dichotomy, in: Benn S./Gaus G.: Public and Private in Social Life. – London, 1983. – P. 281

⁵ Sauer B. Die Asche des Souveräns: Staat und Demokratie in der Geschlechterdebatte / B. Sauer. - Frankfurt a. Main, 2001. – P. 200

⁶ Nohlen D. (Hg.). Kleines Lexikon der Politik / D. Nohlen. – München, 2001– P. 385

статевою ознакою», перш за все необхідно звернутися до феміністського формулювання політичної категорії. Феміністська політологія розкриває вузьке та андроцентричне поняття політики, що ґрунтується на базовій дихотомії сучасної політики, тобто на розділенні особистого і суспільного життя, а подіям із «приватного» життя приписує політичне значення.

За останні десятиліття розширення категорії *політичного* у феміністській теорії виходить за рамки критики ознак патріархальних традицій у політиці. Виникає потреба не лише досліджувати гендерні відмінності чоловіків і жінок: у боротьбі за рівноправ'я статей, а також у політизації метаструктур, усередині яких формується кожна особистість. Це поєднує теоретичне обґрунтування розбіжностей між жінками і критику фемінізму з боку самих же жінок.

У процесі викладання курсу «Політичні еліти та лідерство» теоретичний виклад матеріалу ми підкріплюємо прикладами публічної презентації та самопрезентації політиків. У цьому контексті доречно зауважити, що в сучасному світі сфера особистого життя «виноситься» в площину політики (яку ми розуміємо як *публічність*), таким чином, розширюючи межі *політичного*. Відповідно, будь-який аспект особистого життя політика може перетворитися на подію політичного значення. При цьому не можна забувати, що будь-яке звернення до ідентичності – будь-то чоловік або жінка – завжди приводить до зміцнення цих категорій, підкреслюючи нерівність і (уявні) природні відмінності.

Популярна медіакультура – це важлива сфера для публічної презентації політики, свого роду сплав медійної реальності з політичною і соціальною реальністю. Більшість громадян сприймають політичних лідерів крізь призму ЗМІ, що вимагає адаптації їх політичних дій і поведінки до особливостей та закономірностей медійної системи. Преса, телебачення й Інтернет сьогодні формують соціальний простір, який люди сприймають як «політику». Отже, політичний успіх залежить не стільки від змісту політичних послів лідерів, скільки від того, як їх презентують та інтерпретують. Тут важливим є саме інсценування політики, а політична репрезентація лідера має відповідати вимогам гендерного виміру комунікативної культури, яку вважають головною характеристикою суспільства мас-медіа.

Імідж політичних акторів і їх (само-) презентація, що відповідає вимогам ЗМІ (особливо під час передвиборної кампанії), є вкрай важливими. У боротьбі за увагу безіменного та «мінливого виборця» (за допомогою політичної реклами) політики застосовують частіше емоційні, ніж когнітивні методи привернення уваги. Це особливо помітно на тлі змін у напрямку індивідуалізації, коли звільнення від традиційних соціальних зобов'язань і порушення ритму повсякденного життя супроводжуються втратою упевненості, дезорієнтацією, а також тенденцією до зникнення директивних норм, на місце яких приходять різні стилі й умови життя. Це призводить до того, що кількість постійних виборців у партій зменшується, а кількість непостійних – збільшується. Політичне суперництво стає більш відкритим, напруження боротьби на політичній арені зростає, відповідно зростає значення політичної реклами: політика перетворюється на суцільну «теле- і радіорекламу», що базується на стратегіях привабливого позиціонування політичних діячів. Наприклад, під час передвиборної боротьби «провідний кандидат символізує «честь і совість» будь-якої партії. Концентрація на одній особистості – головна відмітна риса, за допомогою якої партія зможе досягти того, щоб виборці її впізнавали». Необхідно зауважити, що переважна більшість політичних партій не дуже відрізняється змістом політичних програм: у наші дні передвиборна кампанія – це «передвиборні гонки окремих політиків». Виборці орієнтуються насамперед на особистість лідера, а не на погляди й переконання. «Професіоналізація політичної комунікації» означає, що кандидата презентують у вигляді «короткої формули», символу політичного проекту, цінності або ідеї, стилізують, надаючи йому форму «бренда». У таких умовах – на тлі персоналізованої презентації – зміст

блідне. Політик більше не передає послання, тепер він сам – послання, яке часто конкретизується через гендерне самопозиціонування.

Комунікативний перформанс політиків, їхня поведінка і те, як їх презентують у ЗМІ, стає все важливішим. Через ЗМІ ідентичність політика конструюють як «ідентичність особистості з характером», що втілює не лише певну партію або ідеологію, а й певний стиль життя. Таким чином, дані «іміджеві конструкції» апелюють до уяви, до цінностей і уявлень, які «циркулюють» в суспільстві. Все це спрямовано на бажання, мрії страхи і фантазії потенційних виборців, до яких «звертаються» не через аргументи й дискурсивні мотивації, а через образи, символи та наочні приклади.

У період сучасних політичних кампаній різні телеканали і засоби комунікації використовують для того, щоб розмістити інформацію (наприклад, історії з життя) про головних кандидатів або відомих політиків (у газетах, журналах, на ТБ і на веб-сайтах). При цьому в центрі уваги реципієнтів виявляється також і «сфера приватного» громадських діячів. Політиків презентують не як компетентних фахівців, набагато важливіше, якими вони є у «приватному» просторі. Публіці це презентують таким чином: вони дозволяють пересічним громадянам заглянути у своє життя «по той бік політики». Вони намагаються «бути ближчими» до своїх потенційних виборців, діляться з ними своїми бажаннями, проблемами, уявленнями, гендерними переживаннями, важливими подіями в їхньому житті (наприклад, весілля або народження дитини), показують своє житло, свій гардероб або домашніх тварин, розповідають про те, як вони проводять дозвілля. У цьому сенсі політики виступають у ролі «зразків для наслідування» – як площина проєкції бажань і прагнень виборців. Вони подають приклад, рекламуючи певний стиль життя, до якого люди нібито повинні прагнути. Важливим аспектом персоналізованої політики є уміння подати себе оригінально, відособлено, і, в той же час підкреслити свою «людяність», проявити емоції й «поговорити» відверто на особисті теми. ЗМІ стимулюють політиків розкрити своє особисте «Я». Таким чином, їм вдається завоювати симпатію тих потенційних виборців, які в принципі байдужі до політики в її традиційному розумінні.

У рекламі політика тісно пов'язана з моральністю, культурою та побутом. В епоху ЗМІ завданням політиків у процесі своєї самопрезентації виступає орієнтація на суспільні очікування. Реклама презентує політику і сферу особистого життя як єдине ціле. Зрештою, потенційні виборці бачать емоції, побут політиків й ідентифікують їх з собою. Разом із цим (паралельно) їм передають визначені політичні «послання». Тому, відповідно, успішна «візуалізація» політики (особливо – політична реклама) повинна або відповідати реальному життю, відчуттям, або «спокушати» людей, зануривши їх у світ мрій та бажань про краще життя. Сформувані такі емоційні уявлення краще за все через образну комунікацію, актуальним прикладом якої є інсценування особистого життя експрезидента Франції Ніколя Саркозі (зокрема, його відкриті стосунки зі співачкою Карлою Бруні).

Приклади медійної презентації і самопрезентації політиків ФРН та Австрії є найбільш наочними для демонстрації гендерних аспектів політичного лідерства. Для цього ми обрали тих політиків, за допомогою яких можна найяскравіше проілюструвати гендерні моделі і «типи» політичної (само-) презентації. Особливої уваги в цьому контексті заслуговує перша жінка на посту федерального канцлера Німеччини – Ангела Меркель. Щ стосується Австрії, то тут ми звертаємося до аналізу медійних образів колишнього міністра фінансів Карла-Хайнца Грассера і представника Партії зелених Єви Главішніг. Насамперед нам цікаві ролі, які відводяться чоловікам і жінкам. Лісбет ван Цоонен вважає, що «культурній моделі (образу) політика як такого відповідають швидше за все уявлення про мужність, ніж про жіночність, що, звичайно, ускладнює жінкам ефективність презентації».⁷ Карен Рос і Аннабелле Среберні-Мохаммаді дійшли висновку, що така «культурна модель політичної персони в зовнішності чоловіка» і уявлення про

⁷ Van Zoonen L. Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge / L. Van Zoonen. – Lanham, 2005. - 75

«політику як про типово чоловічу сферу діяльності» впливають на спосіб передачі повідомлень про політику.⁸ Автори припускають, що імідж і політичні виступи, які транслюють ЗМІ, закріплюють статус кво (мужності як норми), а політиків-жінок підносять як «нове явище» або як «інших»: політика-чоловіка сприймають як політика, а політика-жінку, в першу чергу, як жінку, дружину, матір.

На політичні інсценування впливають іміджеві конструкції (зі специфічними відмінностями за статевою ознакою), а також форма, тип і спосіб презентації. Проте ця «орієнтація» на традиційні образи мужності й жіночності дозволяє політикам «обіграти» дані кліше: деякі політичні актори використовують дані кліше в певному контексті, іноді – в перетвореній і видозміненій формі, використовуючи ЗМІ як «сцену для презентації своїх іміджевих конструкцій».

Ангела Меркель — «спадкоємиця» Хельмута Коля, «мати» нації, міс Німеччина. «Східна дівчинка Хельмута Коля», «тихоня з Бонна», яку ще в дев'яностих роках вважали «сірою мишкою», несподівано для багатьох на самому початку своєї політичної кар'єри отримала парламентський мандат на прямих виборах у виборчому окрузі землі Мекленбург – Передня Померанія, де ХДС, як правило, набирає не особливо багато голосів. Цей тріумф приписують її оригінальності, самодостатності та здатності викликати у людей довіру: «Виросши у сільській місцевості, вона розуміє мову простих людей. Під час передвиборної кампанії їй вдається переконати їх, що вона розділяє їхні проблеми і турботи та розуміє, чого від неї очікують у цей нестабільний час. У гумових чоботях Меркель виглядає абсолютно природно – до того ж таке взуття доречно в сільському виборчому окрузі».⁹

Журналісти часто апелюють до того, що дитинство та юність канцлера ФРН пройшли в атмосфері сільської місцевості. Меркель поводиться природно, зазначив у одному з інтерв'ю Хельмут Коль, коментуючи «її щирість і природну свіжість».¹⁰ Крім того, їй часто дорікали недосвідченістю, через що багато хто сприймав її несерйозно. Раніше секрет успіху Меркель – стримані вислови і скромність – призводив до того, що її компетентність постійно недооцінювали. Меркель з дитинства була обачною – риса вдачі, яку вона зберегла і до сьогодні. Вона виконує роль – як у школі, так і в колі друзів. Роль простодушної, наївної людини. Ці награні якості можна відмітити на її обличчі й сьогодні.

Меркель справляє враження простодушної і нехитрої, іноді навіть дещо нетямущої людини – коли вона по-дитячому показує своє здивування. «Істинної Ангели Меркель» ніби й не існує, – писав журналіст Петер Дауюд – вона кожного разу існує в новій ролі. Інші автори описують політичний стиль Ангели Меркель як «природничо-науковий метод вирішення проблем»: «Політика – це теоретичний, прогнозований експеримент. Логічна модель природодослідника – це експеримент. Якщо не виходить одним способом, то вийде яким-небудь іншим. Жінці-фізику нескладно передумати і піти на компроміс, коли співвідношення сил, що змінилося, можна спрогнозувати».¹¹ У спробах психологічно обґрунтувати особливості її поведінки журналісти посилаються не лише на дитинство Ангели Меркель, але і на те, що вона працювала фізиком (соціалізація).

Здебільшого про особисте життя Ангели Меркель відомо досить мало. Біографи та журналісти розповідають, що вона народилася «на заході», в Гамбурзі, але зростала на сході: у Вальдхофе біля Темпліна і в Бранденбурзі, оскільки звідти родом її батько. Після народження Меркель рано почала говорити, але ще довгий час залишалася дещо незграбною і нерозторопною. До того ж їй довелося боротися зі страхом висоти: підніматись на висоту і стрибати вона взагалі не могла. Одного разу для того, щоб

⁸ Ross K., Sreberny-Mohammadi A. Woman in the house: media representation of British politicians // Gender, Politics and Communication [Annabelle Sreberny, Liesbet Van Zoonen]. – Creskill, 2000. – S. 93

⁹ Stock W. Angela Merkel: Eine politische Biographie / W. Stock. – Muenchen, 2005. – S. 61

¹⁰ Stock W. Angela Merkel: Eine politische Biographie / W. Stock. – Muenchen, 2005. – S. 62

¹¹ Dausend P. Angela Merkel gibt es gar nicht [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www.morgenpost.de/printarchiv/politik/article255643/Angela-Merkel-gibt-es-gar-nicht.html>

стрибнути в басейн із триметрової вежі на уроці фізкультури їй знадобилося сорок п'ять хвилин.¹²

Канцлера ФРН вважають непримітною, соціально-адаптованою жінкою, а крім того – хорошим оратором. Про її шкільне життя відомо лише те, що вона підробляла барменом на студентській дискотеці (готувала коктейлі), брала участь у політично-філософських гуртках і, на відміну від свого першого чоловіка Ульріха Меркель, чие прізвище вона зберегла й після розлучення, із задоволенням ходила на прогулянки.

Політична кар'єра Меркель розпочалася з того моменту, як після падіння Берлінської стіни вона вступила до «Демократичного прориву». У 1998 р. «ця розведена та бездітна протестантка зі Східної Німеччини» стає генеральним секретарем ХДС, а в 2000 р. (через те, що не була замішана в афері з пожертвуваннями ХДС) її обрали головою партії (за неї проголосувало 95,9 %).

У 1998 р. Меркель виходить заміж за берлінського професора хімії Йоахима Зауера, відзначивши цю подію у вузькому колі близьких і друзів – без розголосу в ЗМІ. Її «абсолютно непримітне особисте життя» доповнюють її компетентність і той спокій та врівноваженість, що випромінює пані Меркель. Під час публічних зустрічей своєї дружини другий чоловік Ангели Меркель спокійно і стримано грає роль «First Husband». Разом з «першою леді» він уперше брав участь у складанні політичної програми.

Ангела Меркель відома тим, що приховує від суспільної уваги своє особисте життя. На відміну від багатьох відомих політиків вона, як лев, бореться за приватне. Жоден фотограф, кореспондент не був у неї вдома: ні у Берліні, ні в Шорфхайді. Вона також проти того, щоб її фотографували в машині – це «надто особисте». Її другий чоловік (професор хімії Йоахим Зауер) для преси також табу. Розкрити приватний бік життя пані Меркель, її особисте життя як канцлера, глибше зрозуміти її внутрішній світ не вдалося навіть Евелін Роль, досвідченому біографові Меркель. Декілька висловів на адресу чоловіка канцлера, випадкові фотографії, зроблені під час відпустки, на яких вони закриваються від фотографів парасолькою. Чоловік пані Меркель, як і раніше, залишається справою «особистою». Існує лише декілька інтерв'ю, в яких «спливають факти з її особистого життя та лише декілька фотографій, які доступні громадськості. В цьому відношенні глава ХДС відрізняється від багатьох політиків, уникаючи медійного інсценування приватного. На питання газети «Bild», чи задоволена вона тим, як тримається в її присутності її чоловік як «First Husband», Меркель відповіла, що передусім вона пишається його досягненнями в галузі науки. У цьому ж інтерв'ю канцлер підкреслила, що задоволена тим, що їй вдається вдало суміщати політику і «звичайне життя». Наприклад, сніданок, який вона готує своєму чоловікові «як правило, один і той самий». Адже у неї не так уже й багато часу на це. Проте вона завжди може розраховувати на розуміння свого чоловіка.¹³ На вихідні вона любить виїжджати з чоловіком на природу, а кращий спосіб релаксації для неї – це піші прогулянки і робота в саду. Дізнатися про її життя більше – складно: «Якщо я і оберігаю моє особисте життя, це не означає, що я хочу щось приховати від людей, просто я залишаю собі трішки простору для спонтанності та свободи».

Чим менше сама Ангела Меркель розповідає про своє особисте життя, тим більше суспільство звертає увагу на інші речі: на її манеру триматися на людях, стиль одягу – намагаючись перенести ці аспекти в площину політики та її компетентності. Жодна інша жінка-політик не користується такою увагою до своєї зовнішності. Ні зачіска, ні взуття, ні одяг або косметика, ніщо не залишається без коментарів. На початку її політичної кар'єри увага преси була прикута не стільки до кола обов'язків Меркель, скільки до її зовнішнього вигляду й одягу, про який відгукувалися далеко не втішно Журналісти часто говорили про відсутність у Ангели Меркель навіть щонайменшого уявлення про моду – цей ярлик, який навряд чи коли-небудь навішували на політика-

¹² Roll E. Die Erste - Angela Merkels Weg zur Macht / E. Roll. – Reinbek, 2006. – 21

¹³ Bundeskanzlerin.de

чоловіка, допоміг цій жінці-політику знайти нові шляхи іронічної самопрезентації. Меркель уже давно грає із цією темою, яка стала для неї свого роду фірмовим знаком.

З часом Меркель знайшла свій власний стиль, почала носити «спортивні костюми або брюки з блейзерами». Таким чином, її стиль підкреслює її «природність» і не викликає ніяких здивувань. Зачіска Ангели Меркель довго була для ЗМІ «темою номер один». Доречно зауважити, що зачіску Хельмута Коля ніхто ніколи не обговорював. А у випадку з Меркель – навпаки, це тема мало не національного масштабу. У всіх газетах, на всіх вечірках невпинно жартують про перукаря Ангели Меркель. Іноді доходить до серйозних дебатів про те, чия це зачіска – принца Залізне серце або Жанни д'Арк. У 2000 році сатиричний журнал «Titanic» розмістив укрив невідому фотографію Меркель на обкладинці журналу з написом «А чи має право щось подібне стати канцлером»? Меркель напевно і до цього дня «не вважають блискучою фігурою на політичній сцені, хоча вона і носить строкатий одяг і користується косметикою».

Меркель іде на поступки віянням моди і нормам краси лише в крайньому разі. Насамперед вона хоче виділитися своїми досягненнями, і, крім того, не готова ризикувати своєю оригінальністю. В інтерв'ю журналу «SPIEGEL» Меркель висловила думку, що у результаті завжди важливіше, наскільки людина компетентна: «Вибірці уприймають рішення не на користь того, хто красивіший, а привабливіший, як особистість».¹⁴

Приклад того, як презентують сферу приватного життя Ангели Меркель у ЗМІ, ілюструє відмінності в тому, як описують політиків чоловіків і жінок. Характеристика успішних переговорів Меркель із приводу реформ у ЄС в газеті *Frankfurter Allgemeine Zeitung* – «Ангела – ангел вищого класу». Навряд чи щось подібне можна було б сказати на адресу політика-чоловіка. Хоча в рекламних проспектах традиційні гендерні ролі розмиті з 1990-х років, у сфері політики вони існують досі. Жінок усе ще оцінюють за іншими критеріями (не так, як чоловіків). Зовнішність, манера одягатися і сімейне життя все ще є «політичними компонентами».

Дихотомічні конструкції впливають на поляризацію статі. На питання, чи має значення її стать у передвиборній кампанії 2005 р., кандидат на пост канцлера Меркель хоч і відповіла, що неможливо приховати те, що вона – жінка, проте не збиралась і надалі надавати значення цьому фактові. Хоч іноді вона дійсно поводить досить емоційно: свого часу згадували випадок, коли на посаді міністра екології вона розплакалася в кабінеті міністрів в Бонні через те, що колеги ігнорували тему озонової оболонки землі. Вона прокоментувала це таким чином: «Ну і що? Може, мені варто було б закричати, як це роблять багато чоловіків в подібних ситуаціях... У результаті за допомогою цього маленького інциденту я змогла сформулювати необхідну мені більшість у кабінеті міністрів».¹⁵

Те, як ЗМІ презентують колишнього міністра фінансів Австрії Карла-Хайнца Грассера, ніяк не можна порівняти з тим, що говорять про Ангелу Меркель. Громадськість аж до найдрібніших деталей знає про його особисте життя, включаючи стосунки і одруження з Фіоною Сваровськи, спільну участь у телевізійному шоу «Сперечаємося, що ...?», погрози викрасти його дружину, те, що вони планують народити дитину, народження доньки Тари Гертруд II, проблеми з житлом. Перші фотографії Фіони з немовлям Тарою опублікував журнал «Vanity Fair Italy». Складно пригадати такого політика, чиє особисте життя привернуло б стільки уваги, як стосунки цієї пари.

Таким чином, Грассер задовольняє потребу австрійців у гламурі. Спочатку Грассер звинуватив журнал *News* у тому, що вони незаконно опублікували фотографії, на яких він (будучи одруженим на іншій жінці) зображений з Фіоною Сваровськи у недвозначних позах у паризькому аеропорту. Але через деякий час, уже публічно

¹⁴ Angela-Merkel.de

¹⁵ Stock W. Angela Merkel: Eine politische Biographie / W. Stock. – Muenchen, 2005. – S. 84

описував «чудові таланти» його майбутньої дружини і заявляв, що не проміняв би «цю жінку ні на яку іншу».¹⁶

Коли німецька газета Bild опублікувала фотографії, де пара відпочиває на пляжі одного з островів Італії під час відпустки (підписавши їх «А тут міністр фінансів насолоджується своїм найбільшим скарбом»), Грассер зажадав «поважати його особисте життя», «на яке має право навіть політик». На це редакція Bild заперечила, що «пан Грассер і пані Сваровські поводяться явно «публічно» – тому такі фотографії становлять певний інтерес для суспільства.¹⁷ Варто зауважити, що одруження на «спадкоємиці кришталю» у жовтні 2005 р. позитивно відбилося на його рейтингу.

Будучи представником нарцистського типу політиків, Грассер вирішив відкрити громадськості сферу приватного задовго до відносин із пані Сваровські. На своєму особистому інтернет-сайті (який різко критикували через те, що він був створений за рахунок австрійського союзу промисловців і вимагав високих витрат) він розмістив свої дитячі фотографії, а також фотографії, де він займається спортом і забирається на купол віденського собору святого Стефана за допомогою альпіністського спорядження. Кар'єру Грассера (провінційний політик Австрійської партії свободи (АПС) з Каринтії, акціонер концерну Magna, що належить австро-канадцю Франку Штронаху, безпартійний, наймолодший міністр фінансів Другої Австрійської Республіки, член коаліції АНП - АПС з 2000 року) постійно супроводжувала самопрезентація в ЗМІ. З 2000 р. Грассер – президент енерго-інвестиційної компанії Meinel International Power. Перебуваючи на цій посаді, він потрапляє в скрутне становище через свою сумнівну роль у ході розслідування скандалу, пов'язаного з Wawag. Лотар Лаукс та Астрід Шютц вважають, що «самопрезентація особливо необхідна, коли суспільство дізнається про дії політика, які ніяк не відповідають його колишньому позитивному іміджу».

Член Партії зелених Єва Главішніг є зовсім іншим типом політика – за роки своєї кар'єри (юрист, член асоціації з охорони навколишнього середовища «Global 2000», член ряду політичних об'єднань у Відні, виконуюча обов'язки федерального спікера, заступниця голови клубу і Третій президент Австрійської Національної Ради) також неодноразово виставляла події зі свого особистого життя на розгляд широкої громадськості. Пані Главішніг (яка відповідає образу привабливої успішної сильної жінки, як пропагують ЗМІ, демонструє те, що можна ефективно суміщати професійний успіх, сімейне життя і виховання дитини) вже назвали «зеленою принцесою» або «політичною красунею» (у контексті її весілля з телеведучим Фолкером Пієсцем, на якому вона з'явилася у сукні з оголеним животом). Главішніг використовує «медіасцену» для того, щоб описати вишукані подробиці з свого особистого життя, які позитивно впливають на її публічний стиль. Наприклад, про свою вагітність вона повідомила, виступаючи в ток-шоу радіостанції «ОЕ3».

Главішніг свідомо і навмисно використовує ЗМІ та події особистого життя, розуміючи, що про жінок і чоловіків в політиці говорять по-різному. Вона переконалася в цьому, провівши експеримент: вона розмістила в інтернеті курйозну фотографію, підписавши її «Єва, її варто показати». Тим самим вона демонструє, що не соромиться того, що вона успішна жінка.

Аналіз медійних самопрезентацій політиків показує, що новий культ особистості в політиці «не в змозі запропонувати жінкам такі ж атрибути, як і чоловікам. У ЗМІ жінок (як таких) і політиків-жінок (зокрема) «стереотипізують» та описують за допомогою традиційних ознак і атрибутів. Це може виявлятися в тому, що (якщо вони добиваються таких же результатів, як і чоловіки) акцентують увагу на їх «неповторності» та «унікальності».

Факти зі сфери особистого життя політиків і використання стереотипів дає жінкам можливість умисно та цілеспрямовано грати вигідні ролі: наприклад, роль матері

¹⁶ Kurier.at

¹⁷ Vanityfair.de

створює образ гуманності й етичної поведінки, які так затребувані в політиці. Політики часто «грають» на цих стереотипах і свідомо використовують їх для створення свого «позитивного» іміджу – це можна виразно прослідкувати на прикладі політика-жінки австрійської фракції Зелених Єви Главішніг. Бездітній Ангелі Меркель також приписують материнські риси. На Інтернет-сайті її прихильців можна прочитати: «підніmemo келихи» за самого кращого федерального канцлера всіх часів, за нову матір німецької нації, «ангела-хранителя Німеччини» [...] «мама Ангела!». З іншого боку, така презентація лише укріплює і підтримує традиційну гендерну ієрархію. Підвищена увага ЗМІ до сімейного стану і сімейного життя політиків-жінок відображає все ще присутнє в суспільстві «двоєке відношення»: кажучи про компетенцію, здібності жінок, люди намагаються привести у відповідність їх професійну роль з роллю в приватному житті. Можливості застосування таких критеріїв до опису чоловіків-політиків уявити собі досить складно. Зрозуміло, що політиків-жінок характеризують, в першу чергу, з позиції їх статевої приналежності. Це розповсюджується також і на приватне. Навіть Ангелі Меркель довелося пояснювати, чому в неї немає дітей:

В результаті дослідження повідомлень про політиків-жінок в друкованих ЗМІ (яке провели в Данії) вдалося виявити цілий ряд жіночих образів-стереотипів (мати, вчителька, залізна леді, відьма, спокусниця), які, найчастіше, асоціюють з характерним зовнішнім виглядом. Ні приватне, ні публічне життя жінок не сприймають нейтрально. Таким чином, обидві сфери життя є чинниками, що «консервують» гендерну асиметрію. Політика – як драматургія реагує на це. Однак «грати» на таких стереотипах можна лише, в міру.

Нам залишається лише підсумувати, що публічність і приватність – це багатогранні феномени, які можна аналізувати з самих різних позицій. Мета даної розвідки – презентувати «суспільне» і «особисте» як символічні наріжні камені патріархального і гетеронормативного дискурсу, описати конструктивні механізми, які все ще впливають на структуру суспільства і соціальні відносини. Особистісні установки виявляються у зовнішньому вигляді і в поведінці людей, в медійних і політичних дискурсах, в наукових і теоретичних моделях. Вони змінюють (найчастіше непомітно) сприйняття як окремих суб'єктів, так і цілих інститутів. У наш час, якщо ми говоримо про політику і особу, про суспільне і приватне, про теорію і практику, потрібно враховувати реальні владні відносини, генезу категорій і виявляти витоки нерівності та дискримінації замість того, щоб займатися обговоренням поверхневих тим.

Школа підготовки молоді до шлюбу – перший заклад підготовки молоді до подружнього життя у Закарпатській області.

*Колодій С. М., провідний спеціаліст
Центру гендерної освіти при ДВНЗ
«Ужгородський національний
університет» gender_center@ukr.net*

Однією з передумов створення при Закарпатському центрі гендерної освіти Школи підготовки молоді до шлюбу стали результати соціологічного опитування проведеного Центром серед молоді Закарпатської області. Результати дослідження показали, що для 87% опитаних у Закарпатській області молодих дівчат та хлопців готовність до шлюбу передбачала виключно бажання закоханих бути разом. Молоді люди, які взяли участь в опитуванні, переконували, що вдалий шлюб залежить тільки від глибини почуттів у парі, а не від організаційних, комунікаційних, соціальних, фінансових та інших здібностей і вмій партнерів. Крім того на той час у Закарпатській області не функціонувало жодної