

Гендерна рівність – пропагувати не можна мовчати. Гендерний аналіз проєктів, підтриманих Українським культурним фондом у 2019 році

https://uaculture.org/texts/genderna-rivnist-propaguvaty-ne-mozhna-movchaty/?fbclid=IwAR3_JWUVBvdw8Rk7MJPjTHqf4FUieZrAUT1Z7uWTMA9p5cC2flLot1XY9Dc



Текст Христини Семерин

З 432 проєктів, підтриманих Українським культурним фондом 2019 року, 275 координували жінки і лише 157 – чоловіки. Чи свідчать ці цифри про просування у питанні гендерної рівності, або ж про реальну перевагу на користь жіноцтва? Наприклад, у сфері середньої освіти кількість задіяних жінок значно вища, ніж чоловіків. Проте, це є радше ознакою низьких зарплат і меншої престижності професії, ніж соціального успіху. Тож у сьогоднішній статті аналізуємо гендерну структуру й тенденції, що характеризували проєктний 2019 рік.

За найсвіжішими даними Eurostat, у 2018 році в галузі культури (включаючи креативні індустрії) працювали 3,8%, тобто 8,7 мільйонів громадян ЄС. Найвищі показники мали Естонія (5,6%) та Ісландія (5,5%). З них сумарна частка жінок була меншою, ніж задіяних чоловіків – 46%, хоча в окремих країнах, кількість жінок була вищою (наприклад, у тій же Естонії 59%).

2019 року Україна піднялася в рейтингу за індексом гендерної рівності з 65-го (2018) на 59-те місце. Належні кроки для забезпечення гендерної рівності в усіх сферах є вимогою ратифікованих державою Конвенції ООН про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок (CEDAW), Пекінської декларації, Угоди про асоціацію з ЄС та прийнятої Державної програми забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на період до 2020.

За даними дослідження ЮНЕСКО «Культура для розвитку», у сфері культури і креативних індустрій (далі – ККІ) в Україні станом на 2016 спостерігався паритет: 48% жінок і 52% чоловіків. З 2016 року підтримка розвитку креативних індустрій задекларована в Національній стратегії розвитку української культури. Здавалось би, присутність жінок у культурному просторі України достатня. На відміну від економіки, бізнесу й політики – традиційних сфер, де зберігає міцні позиції гендерний розрив, – культурний сектор має бути гендерно «лояльніший».

Утім, згідно з результатами першого на теренах країн Східного партнерства дослідження стану і просування рівних можливостей для жінок та чоловіків у ККІ (січень-березень 2018), у галузі проявляються типові тенденції. Жінки більшою мірою працюють у «культурній» сфері з нижчою зарплатнею (явище «скляної стелі»), а чоловіки – переважно в «бізнесових» підгалузях, краще оплачуваних і пов'язаних із технологіями. Наприклад, жінки переважають у галузях клієнтської підтримки, натомість, чоловіків більше (аж до 100%) в основних командах розробників програмного забезпечення. Відповідно, розрив в оплатах тих і тих – колосальний. Крім того, саме чоловіки найчастіше посідають керівні позиції у креативному секторі.

Для початку

Поверхневий перегляд проєктів, підтриманих УКФ у 2019 році, показує, що гендерна рівність не була пріоритетною для більшості проєктантів. Навіть позірно: наприклад, кидається в очі цілковита відсутність фемінітивів у назвах, де є лише «бандуристи», «кобзарика», «українці», «венеціанець», «видатні українці» тощо. З 432 підтриманих проєктів фемінітиви в описах використовують лише 5,6% (24): це міжнародні фестивалі, проєкти з інклюзивності, освіти та соціальної доступності культурних ресурсів, якими переважно керують жінки (65,2% жінок проти 34,8% чоловіків). Ще в сімох проєктних заявках фемінітиви застосовують дуже непослідовно, на кшталт «режисерка працювала журналістом». Іноді гендерно чутливу лексику вжито лише на сайтах реалізованих проєктів (таких п'ять), що в цілому може свідчити про дві тенденції:

- Суспільство розуміє і поволі визнає потребу означати жінок відповідними мовними засобами.
- Суспільство досі живе совково-патріархальними звичками використовувати в офіційних документах винятково «серйозні» (на чийсь думку) маскулінативи.

На жаль, решта проєктів, попри участь значної кількості жінок, навіть не натякає на вживання гендерно збалансованої мови. Природно, є ще інший, радикальний варіант вирішення – гендерно нейтральна мова, але її тим паче в Україні майже не використовують.

Неоднозначним аспектом більшості пропозицій треба назвати закоріненість у традиційні дискурси і шляхи промоції культури: видання книги, проведення фестивалю, постановка вистави (хоча театральний напрямок чи не найбільше інноваційний у корпусі всіх проєктів), зйомка фільму, створення сайту, зацифрування матеріальних ресурсів. Значно менше людей намагаються віднайти інноваційні способи створення і/чи репрезентації культурного продукту. Попри те, що названі культурні ініціативи є фундаментальними, динамічний і глобалізований світ потребує відповідних нових, динамічних, інтердисциплінарних практик.

Функційний аспект: «жіночі» і «чоловічі» ролі

Аналіз діяльності жінок і чоловіків у проєкті – це простий механізм, що дозволяє оцінити якість залученості: хто розробляє ідею, керує, а хто координує, обслуговує, по суті, має допоміжну роль. Доведеться визнати: серед «обслуговувального» персоналу жінок більше, ніж серед керівників проєктів. Ця теза в цілому відповідає результатам згаданих у статті досліджень про існування «скляної стелі», неспівмірність частки жінок і чоловіків на посадах вищого і нижчого рівнів тощо.

У тих проєктах (за винятком аудіовізуальної сфери), де чітко зазначено керівництво, виявилось 59% жінок-керівниць і 41% чоловіків-керівників. Лише в 3,6% проєктів керівні функції рівномірно розподілені між чоловіками і жінками. Водночас, попри формальну перевагу жіноцтва, їхня реальна участь нерідко відрізняється. Іноді в заявці зазначена жінка-керівниця, але припис у дужках свідчить, що в її обов'язки входять тільки виконання плану, документообіг, координаторська чи адміністративна робота, а проєктом (принаймні художньою частиною) безпосередньо керує чоловік. В окремих заявках спостерегли цей факт без відповідних уточнень, вже оцінюючи план дій. У цілому допоміжні обслуговувальні функції (координування, асистування, адміністративна робота тощо) принаймні втричі частіше (11,6% всіх проєктів) виконували винятково жінки, ніж чоловіки (3,5%).

Аналіз бюджетів грантових угод показав, що керівники-чоловіки частіше, ніж жінки, подаються на вищі бюджети. Зокрема, мінімальна сума для проєктів, керованих жінками, склала 50 тис. грн («Арт-простір “Мартинівський скарб”»), а чоловіками – 135 тис. грн (конкурс для дітей «Мрії про Україну 2019»). При цьому жінки керують усіма проєктами з бюджетом меншим, ніж 100 тисяч грн (таких сім), а серед проєктів, керованих чоловіками, таких нема. У той час максимальний бюджет керованого жінками проєкту становить 2,7 млн грн («II Національна бієнале молодого сучасного мистецтва»), а керованого чоловіком – 9,9 млн грн (рекламна кампанія «Мистецтво хоче знайомитись»). Дані деталізовано на діаграмі нижче.



З'ясувалося, що чоловіки мають монополію на «технічну» діяльність (яку, проте, треба розглядати дуже широко). Якщо команда проєкту переважно складається із жінок, на виконання технічних функцій все ж запрошують хоча б одного чоловіка. Всі розробники сайтів, онлайн-платформ, програмного забезпечення, програмування – чоловіки. Специфічно «чоловічими» заняттями у проєктах виявилися: техпідтримка, розробка 3Д моделей, дизайн різних гатунків, звукорежисура, операторська зйомка, робота з ПК, дослідження історії Київської Русі, «технічний супровід», робота з оцифрування, технічний монтаж кріплень, виставок, освітлення тощо. Крім того, чоловіки сильно домінують в архітектурі, їх більше в експертних і консультативних комісіях, мистецьких групах, резиденціях і делегаціях.

Натомість, жінки задіяні більшою мірою, ніж чоловіки, у бібліотечній, архівній, музейній та освітній сфері. Зокрема, також у таких галузях, як: робота з дітьми, видання книжок (кулінарія, дослідження культури), робота з архівними матеріалами, упорядкування видань, літературне редагування текстів, літературні, освітні й бібліотечні проекти, вдосконалення музейних просторів та експозицій, збір інформації, організація кейтерингу. Жінки частіше, ніж чоловіки ведуть комунікацію проєктів, а також юридичний супровід.

Бухгалтерський супровід грантових заявок здійснюють майже винятково жінки. На 432 проекти знайшлося лише семеро чоловіків-бухгалтерів (тобто 1,6% чоловіків проти 98,4% жінок). Промовистий факт – надто часто жінка-бухгалтерка є єдиною жінкою в команді чоловіків, які розробляють проєкт (що ніяк не можна вважати індикатором рівності). При цьому задекларовані в бюджетах суми на оплату праці бухгалтерок страхотливо низькі: в межах від 1 000 грн до 4 000 грн. Тільки в одному проєкті («Каталог виставки “Явлення. Пам’ятки Братського монастиря”») бухгалтерка мала отримати 7 500 грн зарплатні.

Певний баланс жіночої і чоловічої участі треба відзначити в секторах урбаністики, перформативних мистецтв, дизайну, фестивалів сучасного мистецтва на кшталт Конгресу культури «Перехід 1989», програми резиденцій галереї «Артсвіт» або промокампанії Одеського міжнародного кінофестивалю та підтримка ділової програми «Film Industry Office ОМКФ». Помічено, що така тенденція характеризує (хоч і не завжди) інноваційні, інтердисциплінарні проєкти з акцентом на сучасній культурі, інклюзивності й різноманітті. Проте, в цілому проєктам, підтриманим УКФ 2019 року, відчутно бракує гендерного паритету в розподілі обов’язків, який залишається доволі стереотипним.

Тематичний фокус у культурних і креативних індустріях

Тематика представлених проєктів дуже широка, що є позитивним фактором. Однак, помічено значне фокусування авторів/-ок на чоловічих постатях культури. Це в певному сенсі проблема, адже популяризація чоловіків у науці, культурі й мистецтві без уваги до жінок справджує повсякденне уявлення про те, що саме чоловіки творять соціальний поступ, і маргіналізує жіночу участь. З-поміж тих проєктів, які конкретно присвячені певній постаті (у найширшому розумінні), 76,1% стосуються чоловіків і лише 23,9% – жінок. По суті, жіночі досягнення в культурі, історії, науці й інших сферах значною мірою проігноровано. Бракує ініціатив, що розвивали б жіночі історії, жіночий культурний досвід та досягнення, популяризували постаті великих українок – зокрема з урахуванням інноваційних, сучасних підходів. У цілому в тематиці переважають розробки за творами митців-чоловіків, а не жінок. Це співвідношення становить 76,7% проєктів за творами чоловіків і 23,3% за творами жінок. Жіночі силуетки презентують винятково сфери художньої літератури (як Ольга Кобилянська й Олена Крижанівська), наукових досліджень (як Аліса Ложкіна і Вікторія Бурлака), живопису (як Соня Делоне), дизайну (як Вікторія Якуша) й ужиткового мистецтва (як Божена Чагарова). Натомість, серед чоловіків є легендарні й міфологічні постаті, князі, письменники, композитори, диригенти, режисери, гетьмани і представники козацтва, політичні діячі УНР, УПА, казкарі, художники, драматурги, історики, архітектори, перекладачі, музиканти, – перелік відчутно ширший і за видами діяльності, і хронологічно.

Звернемо увагу на деякі теми, висвітлення яких вартувало б трансформації. Наприклад, національна історія і традиції – часте тло для культурних ініціатив, що зрозуміло і важливо. Проте, підтримані 2019 року коштами УКФ проекти часто розробляють її в контексті іронічного поняття «традиційних цінностей». Крім того, що в команді організаторів фестивалю історичної реконструкції (доба Київської Русі) «Погоринські міста. Гоща» єдина жінка – бухгалтерка, сам захід (принаймні у заявці) не представлений як гендерно збалансований. Автори зазначають, що на фестивалі можна буде «зробити фото в образі воїна з мечем та щитом (буде ще фотозона для жінок та дітей)». У грантових документах розміщено малюнок реконструкції чоловічого одягу без уваги до того, що +- половину населення того часу (як і зараз) становили жінки.

Автори проекту «Ці дивовижні українці», апелюючи до всього народу, зосереджуються на козацькому, тобто виразно чоловічому архетипові національної ментальності. Заставка сайту – постать козака, і йдеться тут про «козацьке почуття гумору», «паспорт справжнього українця» й ін. речі.

Текст інтерактивної дитячої книжки-пугівника «Таємниці Київської Софії» насичений іменами чоловіків, хоча створений жінками. Про важливих жінок згадано лише під заголовком «Київські князівни – дружини королів», де їхні шлюби видаються єдиним досягненням. Натомість, у проекті «Відроджуємо Реймське Євангеліє XI ст. і Віденський Октоїх XIII ст.», також очолюваному жінкою, княжна Анна Реймська згадана як національний символ.

Жінки менше залучені (згідно з дослідженнями) у сферу архітектури з огляду на її статус «чоловічої» професії. Наприклад, усі архітектори проекту «Відеомапінг макету Львова “Смерть і відродження міста”» – чоловіки. Проте, є зразки блискучих проектів, де жіночий внесок в архітектуру вагомий. Багато жінок-архітекторок взяли участь у фестивалі з міждисциплінарного урбанізму «Сеанс міського сканування' 19», організованому, проте, жіночою командою. Організаторка іншого проекту, «Адаптивне повторне використання як ресурс для розвитку культурних та креативних індустрій на Східній Україні», керує приватною «Харківською школою архітектури».

Увагу рівності чоловіка і жінки присвятили автори видання «Конституція України в коміксах», яке розпочинається зі слів: «Мама каже, що не повніє, бо в неї така Конституція!». Головні герої/-ні книги – максимально стереотипні: тато програміст, мама розумна і красива, бабуся вчителька української мови, а дідусь професор. Поки бабуся пригощає дітей пиріжками, їхній дідусь хизується новими книгами. У діалозі про військову службу діти з'ясовують, що «кожен чоловік повинен служити у війську» (на картинці української армії – винятково чоловіки), а жінки можуть лише за бажанням. І ось чому:

«... Жінка і чоловік насправді різні — жінки можуть родити дітей, чоловіки зазвичай захищають і забезпечують, тому чоловіки переважно сильніші й витриваліші. Тож чоловіків до армії призивають обов'язково, а жінок — за бажанням. Для того, щоб чоловіки та жінки мали рівні можливості, закони мають жінок додатково підтримувати. Наприклад, на виробництві жінкам дозволяють піднімати меншу вагу, щоб не зашкодити здоров'ю — такі переваги їм надані саме для того, щоб забезпечити рівність. Рівність — це не тотожність. Це справедливість».

Про користь і шкоду подібних тверджень говорити зайве, бо подібна політика «рівності» дискримінує не тільки жінок, а й самих чоловіків. Насправді, замість поліпшувати умови праці,

розробляти адекватну соціальну політику, держава уникає зайвих клопотів із допомогою порожніх тез про захист жіночого здоров'я (а здоров'я чоловіків, очевидно, нічого не вартує?).

Надто очевидний поділ на жінок і чоловік у контексті війни на Донбасі презентують автор(к)и видання поетичної збірки «про любов і війну» «Там, де вдома». З якоїсь причини залучені до книги поети – це чоловіки, які воювали в зоні АТО, а поетки – це жінки-волонтерки, що «чекали з війни чоловіків, підтримували та дбали про тих, хто присвятив себе служінню іншим». Так укотре проігноровано факт, що статус учасниць бойових дій в ООС/АТО вже отримали майже 10 000 українок.

У розробленому жінками освітньому курсі «Школа буковинської тайстри» буквально заявлено, що він передбачений для «учениць». При цьому навіть один із проєктів УКФ «Віртуальний музей Михайла Біласа» присвячений постаті чоловіка-майстра із ткацтва гобеленів. Тобто прив'язування ткацтва, як і будь-якої іншої професії до «чоловічих» чи «жіночих» видів занять є дивним і непереконливим. Відтак, коли чоловік чи жінка працюють у невластивій для своєї статі сфері (який анахронізм!), це дивує стереотипно налаштоване суспільство. Як висловилася ведуча проєкту «Світ заплочі», у програмі буде вишивка від майстринь і навіть «по секрету» від майстрів.

Гарний кейс, що заперечує таку тезу, – проєкт «НА.МИ.СТ.О: (НАука. МИстецтво. СТудії. Освіта)», організований винятково жінками. Ця багатогранна освітня програма реставрації і технічної експертизи візуальної культурної спадщини передбачає роботу жінок у сферах хімії і фізики, виконання повного спектру «техніко-технологічних досліджень».

Нерідко центральними персонажами для висвітлення суспільно важливої теми є чоловіки, зокрема коли для цього нема якоїсь об'єктивної підстави. Так, дитяча фантастична книжка авторки-жінки «Ква-королі світів» описує пригоди чоловічих героїв, хоча йдеться про популяризацію здорового харчування та екології – які від статі, вочевидь, не залежать. В інтерактивному коміксі «Тасмниці Хмельвіля» з'являється Хмельмен, переосмислений герой-«батько» міста Хмельницького гетьман Богдан Хмельницький. У цьому, попри всі позитиви творення урбаністичного міту, проявляється та сама патріархатна тенденція. Подібний маскулінний герой («супермен») Блайндмен є в однойменному коміксі для незрячих людей.

Помічасмо, що візуальні репрезентації проєктів трохи зловживають об'єктивацією жінок. Йдеться не про факти сексизму, але про використання жінок для ілюстрацій, коли зображення чоловіків з'являються в подібних умовах значно рідше. У виданні результатів проєкту «Моніторинг розвитку дизайну в Україні» є декілька ілюстрацій. Цікавий факт: якщо йдеться про жінок-дизайнерок, у книзі вміщено їхні світлини, якщо ж про чоловіків чи змішані групи – автор(к)и публікують тільки фото робіт конкретної студії чи митця. Подібне спостереження стосується рекламної кампанії «Мистецтво хоче знайомитись», де, видається, переважають мистецькі твори з зображенням жінок. Водночас, коли йдеться про галузі ККІ, сексистські явища постають індикаторами суспільного інтересу до такого культурного продукту. Креативні індустрії значною мірою залежать від заданих принципів та орієнтирів суспільного життя, що вимагає від нас встановлення нових, адекватних сучасності принципів і засад шляхом глибокої роботи з суспільством та всіма стейкхолдерами.

Креативні професіонали з індустрій, пов'язаних з іншими секторами економіки (в основному B2B) — наприклад, у маркетингу, рекламі, радіо, телебаченні, тощо – нерідко змушені обирати між

потребами ринку та створенням нових культурних особливостей і трендів. Вони часто роблять вибір на користь першого, слідуючи домінантним гендерним стереотипам (і таким чином зміцнюючи їх), прагнучи досягти маркетингових цілей і відкидаючи більш диференційований підхід («*Стан та просування рівних можливостей для жінок та чоловіків у культурних та креативних індустріях*», с. 9).

Тематичний фокус в кіно

Окремо аналізуємо аудіовізуальний сектор, який традиційно не лише в Україні, а й у світі залишається гендерно диспропорційним. 2019 року у програмі «Підсилення потужності українського аудіовізуального сектору» УКФ підтримав аудіовізуальні проєкти в лотах промоції, підтримки на етапах препродакшену, продакшену і постпродакшену, а також в освітній сфері. Зі 116 фільмів, щодо яких можна знайти інформацію про режисуру, 65,5% (будуть) створені режисерами-чоловіками і 34,5% – режисерками.

Прикметно, що в арсеналі жінок-режисерок 47,5% стрічок зняті про чоловіків. Це історії реальних людей, вигаданих персонажів, а також панорами актуальних подій (наприклад, війни на Донбасі), які жінки схильні висвітлювати з позиції чоловіків-персонажів. Натомість, власне жіночим нарративам присвячено лише п'яту частину – 22,5% фільмів режисерок. Це дві стрічки про гурт Dakh Daughters, одна про групу Femen та одна про художницю Союю Делоне, а також серіал про жінок-поліцейських «Поліціантки», фільм «про жіночий нарратив» «Вера», психологічні драми «Кістки» про жінку, яка розшукує кістки солдатів, «Свято збору урожаю» про жіночу травму та «Ти не знаєш мене» про жінку, яка в дочеряє дівчину-підлітку. Крім того, режисерки часто звертаються до тем війни, психології підлітків, проблеми ВПО.

За аналогією чоловіки-режисери переважно є творцями фільмів про чоловіків – таких 64,5%. Їхня тематика – це «серйозна» історія та сучасність: Друга світова війна, національно-визвольна боротьба, російська агресія у Грузії та на Сході України, анексія Криму і досвід атовців-чоловіків, постаті на кшталт Степана Бандери, стереотипні чоловічі образи. Лише 6,6% аудіовізуальних проєктів чоловіків-режисерів розповідають про жінок: це притча «Толока» про жінку в оточенні чоловіків-козаків, телефільм «Україна. Майдан. Перезавантаження» про капелу бандуристок «Гердан» з мотто «жіночі голоси як архетип Матері-України», телепроєкт «Землячки» про «збирання образу сучасної українки» і досягнення жінок на місцях, дитячий короткометражний фільм «Цирк» із героїнею-школяркою. Тема феміциду (боротьба з відьомством) лягла в основу короткометражного фільму «Нетерпимість» режисера-чоловіка. Стереотипний розподіл ролей помітно в документальному фільмі «І про нас будуть говорити»: герой-чоловік займається бізнесом і «блокчейнами», воює на Сході, а героїня-жінка в той час займається розвитком дитячої творчості. Стрічка за бестселером письменниці-жінки «Кава з кардамоном» є прикладом дієвих стереотипів у сфері кіно. Любовна історія про нерівні стосунки хоч і знята режисером-чоловіком, але зі вказівкою «для жіночої аудиторії», що вкотре відсилає до специфічного «жіночого» жанру, іншого, ніж «кіно для чоловіків». Наведені цифри візуалізовано на діаграмі нижче.

Зупинимося на деяких кейсах, що є ілюстративними для проблем аудіовізуального сектору. Фільм «Квітка» про українсько-американську співачку Квітку Цісік буде знятий режисером-чоловіком за сценарієм чоловіка і з консультаціями фахівців-чоловіків. У результатах грантового проєкту на фільм

«Оксана Павленко і Василь Седляр. Епістолярний роман» чомусь зазначено розшифрування епістолярію чоловіка і не згадано про жінку. Однак, обоє з них були художни(ця)ками-бойчукістами, а назва фільму вказує на двох, а не одного героя. Подібні факти спонукають до думки, чи варто знімати байопіки без належної уваги до гендерного питання?

Документальний проєкт про храми України «Пугівник прочанина» створюють чоловіки з участю диктора-священника, хоча аудиторія жінок більше зацікавлена в такій інформації. Адже за даними дослідження Центру Разумкова «Релігія і церква в українському суспільстві», рівень релігійності жінок у 2019 році залишався вищим, ніж чоловіків: 72% серед жінок і 58% – серед чоловіків.

Стереотипно-сексистський підхід – невмирущу тенденцію кіно яскраво демонструє фільм «У справу втручається Остап Гуляй». Тут варто звернутися до системи головних герої(нь)в: «звичайний київський хлопець» Остап, як свідчить синопсис, стає свідком вбивства однієї жінки («єпатажної поетеси Юліті») і, втікаючи з міста, «намагається приборкати норавливу журналістку Соломію». Висловлюючись трохи професійніше, фільм пропонує нам героя-«крутого хлопця» й образи убитої та спокушеної жінок – жінок, очевидно, об’єктивованих, як того вимагає жанр.

Аудіовізуальні проєкти, спрямовані на встановлення гендерного балансу, на жаль, іноді виглядають непослідовними. У заявці фільму «Кінцевий Бенефіціар» зацентовано: «Фільм показуватиме, що великий бізнес – це не лише справа чоловіків, а що й жінки можуть та мають право обійняти високі посади і керувати колективом, бізнесом, процесом не гірше, а подекуди й краще за чоловіків». Все б нічого, але, насправді, за зовні позитивним фактом криється той самий звір – маргіналізація жінок.

У проєкті створення пілотної серії «Поліціантки» наголошено, що, крім серіалу, творці/-чині проведуть соціальну кампанію про життя українських жінок-поліцейських. Однак, аудиторію проєкту зводять винятково до жінок, тоді в чому ж соціальна цінність? Адже змінювати рольові стереотипи і «піднімати питання гендерної рівності» можливо лише з участю всього суспільства.



Тобто у цілому 81,5% фільмів присвячені головним героям-чоловікам, включаючи дитячі фільми, де, відповідно, героями є хлопчики, та анімаційні, де головні персонажі мають чоловічу модальність (не важливо, хто вони: «Крокодильчик П्लух», Черепашка, чи два Перці – «один сміливий, другий

сильний»). Тільки 18,5% стрічок мають жіночу перспективу, що переконує у потребі покращувати стан гендерної рівності в українській ККІ та аудіовізуальному секторі зокрема.

Ціннісний аспект: кейси для наслідування

Відомо, що соціальні цінності – зокрема гендерного паритету – артикулює, пропагує й закріплює в суспільній свідомості культура. Проте, аналіз проєктів за 2019 рік показує, що їх ціннісний аспект здебільшого вміщений у тематичному вимірі: наприклад, якщо йдеться про проєкт культурної спадщини, то головна його цінність – збереження культурного продукту й підвищення історичної обізнаности людей. По суті, гендерна рівність заявлена хіба що в тематичних проєктах, так чи інакше, пов'язаних із правами і свободами людини, доступністю культурних об'єктів, з акцентом на сучасних практиках. З усіх 432 проєктів ми відібрали лише 4,2% тих, де помітно певний прогрес. Адже менші чи більші прояви уваги до гендерного питання буквально «пробивають стіну» соціального нерозуміння, що у сфері культури має особливо важливе значення.

Серед найбільш зорієнтованих на принцип гендерної рівності є проєкт зі, здається, найдовшою назвою «Посилення інституційної спроможности місцевого самоврядування в частині забезпечення надання ефективних культурних послуг, застосування інноваційних та креативних індустрій, створення принципово нових лідерів до культурного розвитку громад» (керівниця жінка). Його зміст – розробка методичних рекомендацій для підготовки і реалізації гендерно орієнтованих проєктів місцевого культурного розвитку для громад. Важливість подібних освітніх ініціатив у контексті гендерно збалансованого культурного поступу держави важко переоцінити.

Певний внесок у розвиток теми зробили організатор(к)и кількох минулорічних фестивалів. «ІІ Національна бієнале молодого сучасного мистецтва» (керівниця жінка) пропагує принцип прав і свобод людини, що мусить включати поняття рівності. Рівномірною залученістю жінок та чоловіків, емансипаційною тематикою характеризувався фестиваль «Чорна хмара – Київська бієнале 2019» (керівник чоловік). V Міжнародний інклюзивний театральний фестиваль «АРТ-Плейбек. Разом» (керівниця жінка) організований як різноманітно інклюзивне дійство. «Фестиваль живих історій» (керівник чоловік) націлений на проговорення «кожної і кожного», формулювання інклюзивного історичного нарративу. Якісним прикладом гендерно збалансованого культурного продукту є проєкт «Аудіоенциклопедія кримськотатарської культури». Історія кримських татар представлена через постаті видатних жінок і чоловіків, використано гендерно марковану лексику. Подібні приклади роботи з культурою і політиками пам'яті є важливі в контексті грамотного пропрацювання культурного минулого й вироблення інклюзивного, плюралістичного підходу.

Цікавими є проєкти, у яких осмислено нову історію і роль жінки («Кістки» режисерки), жіночий нарратив і досвід минулого («Вера» режисерки). «Руйнація стереотипів» задекларована у телевізійному проєкті «Землячки» (режисер), що спирається на збір образу української жінки з унікальних локальних історій. Зразковим у цьому контексті культурним продуктом можемо вважати анімаційний документальний фільм «Сад переїхав» (режисерка) про тему переселенства з Донбасу націлений на плюралізм думок, подолання іншування та фундаментальну інклюзивність.

У виставі «Аполлон Мусает» (організатори чоловіки, автор чоловік) задекларовано розрив гендерних стереотипів про жінок муз і чоловіка Аполлона в виконанні режисерки та хореографіні

жінок. У програмі виставки «Подолання гравітації» за творчістю Параски Плитки-Горицвіт (керівник чоловік) заявлено популяризаційні лекції про жінок в українському наївному мистецтві. Це гарна ініціатива, спрямована на артикуляцію жіночих імен у культурі.

Одним із результатів інноваційного проєкту «Перше Digital-сузір'я муралів на карті України» (координаторка жінка) став мурал у Клевані на тематику гендерної рівності. Напрямок про толерантність до іншості та промоцію різноманіття включений у підтриманий УКФ проєкт 24 сезону Львівського тижня моди (керівник чоловік). У заявці національно-культурного фестивалю «Київ Клезмер Фест» (керівник чоловік) чітко наголошено на доступності «незалежно від гендерних особливостей», у III Мандрівному Черкаському книжковому фестивалі «Перехрестя культур» (керівниця жінка) – «необмеженість цільової аудиторії за ознаками статі». Учасники/-ці Міжнародного проєкту «Артіль» (керівник чоловік) працювали над гендерними та ідентичнісними темами. На сайті проєкту «Арт-програма Одеського міжнародного кінофестивалю “Новини культури”» (керівниця жінка) розміщено статистику відвідуваності заходів фестивалю за статтю.

У решті проєктів гендерна рівність, мусимо визнати, нерідко й зовсім проігнорована. Провідна націонал-патріотична тематика багатьох із них неодмінно асоціюється з «традиційними цінностями» й чітко визначеними гендерними ролями. В окремих грантових заявках на тему «патріотичного виховання» так і зазначено: одна з цілей – боротися з «помилковими цінностями» молоді.

Підсумки і пропозиції: як поліпшити гендерний баланс в українському секторі культури і креативних індустрій

Згідно з *The Work Plan for Culture 2019–2022*, гендерна рівність є одним із п'яти галузевих пріоритетів для плану дій ЄС. Гендерна рівність у широкому спектрі (видимість, фінансові можливості, прийняття рішень, боротьба з гендерно обумовленим насиллям тощо) з акцентом на сфері ККІ буде в фокусі під час головування Німеччини в Раді Європи (з липня по грудень 2020 року).

У цій частині звертаємо увагу на ефективні світові практики для реалізації політики гендерної рівності в галузі ККІ. Адже впровадження засад рівності й толерантності можливе повною мірою лише, якщо вони будуть включені в соціальну і повсякденну культуру. Адаптація корисних ідей інших країн полегшує вироблення власної дієвої стратегії в Україні. На прикладі проєктів, які УКФ підтримав 2019 року, викристалізуються певні тенденції українського сектору. В українському секторі ККІ все ще існують професії «для жінок» і професії «для чоловіків».

1. Чоловіки-керівники схильні подавати заявки на більші бюджети, ніж жінки-керівниці.
2. Зберігається тенденція більшої участі жінок в адміністративній, координаторській сфері на відміну від чоловіків, які посідають керівні позиції в проєктах у цілому чи окремих частинах (кураторство напрямом, керівництво програмою чи художньою частиною, режисура тощо).
3. Жінки залишаються недорепрезентованими в аудіовізуальній сфері, зокрема, в технічних професіях та режисурі.
4. Чоловічий досвід і чоловічі персонажі значно переважають в аудіовізуальній сфері жіночі, включаючи дитяче кіно та мультиплікацію.
5. Більшість проєктів не зорієнтовані на дотримання гендерної рівності на різних етапах реалізації.
6. У тематиці проєктів все ще відіграють значну роль «традиційні цінності», поділ на жіночі і чоловічі ролі, типові сюжети, стереотипи.
7. Ціннісна модель значної кількості проєктів спирається на патріархатні установки.

Як можна покращувати становище галузі в контексті фінансування УКФ? Спираючись на національний досвід та міжнародні рекомендації, формулюємо декілька пропозицій для вдосконалення жіночої участі й посилення гендерної рівності в ККІ.

- Проведення гендерних досліджень і моніторингів у культурному секторі, регулярне звітування. Збір якомога більшої кількості ретельно проаналізованих даних про гендерні розбіжності та їх причини (наприклад, брак інфраструктури для батьків із дітьми в мистецьких резиденціях).
- У програмі «Аналітика культури» УКФ підтримує проведення прикладних секторальних та міжсекторальних досліджень питання гендерної рівності у ККІ.
- Обов'язок заявників/-иць прописувати реальні кроки по дотриманню гендерної рівності під час реалізації проєкту.
- Гендерні квоти для журі конкурсів, експертних і консультативних комісій, аудиторії підтриманих проєктів. Напрацювання гендерно чутливих критеріїв оцінки в культурних конкурсах, заходах, змаганнях.
- Гендерне бюджетування: наприклад, шляхом створення окремої програми проєктів із гендерної рівності в галузі ККІ, або програм для жінок у ККІ (наприклад, освітньої, аудіовізуальної). Підтримка кращого доступу жінок у креативному секторі до фінансування (наприклад, цільове фінансування жіночого підприємництва чи інвестування в жіноче мистецтво), прийняття рішень у комітетах (наприклад, фільмовій індустрії), організація платформ для показу та розповсюдження жіночих робіт.

Приклади: єдина пан'європейська організація, націлена на досягнення гендерної рівності для жінок із кіноіндустрії, – *European Womens' Audiovisual Network (EWA NETWORK)*. Мережа пропонує резиденції для сценаристок, менторські програми для продюсерок, спеціальні нагороди для талановитих жінок на фестивалях, а також онлайн-сесії для кар'єрної підтримки учасниць. Фінляндський проєкт *Action!: Action!* сприяє працевлаштуванню жінок-професіоналок в аудіовізуальному секторі. *IN FOCUS Incubator*, заснований 2018 року Фінляндським культурним фондом у відповідь на дослідження, що продемонстрували тенденцію відсіювати фільмові проєкти жінок на первинному етапі оцінки сценарію. За умовами інкубатора, чотири жінки працювали над своїми кінопроєктами до шести місяців за контрактом (на умовах повної оплати).

- Проєкти мережування, менторства, воркшопів, освітніх курсів тощо для жінок із тем культурного лідерства, креативних бізнесів тощо. Творення нових партнерств і міжсекторальних об'єднань (подолання «бункерного менталітету» – *the silo-mentality*).

Приклади: *EWA NETWORK* (програми для жінок-кінопродюсерок, які прагнуть вийти на європейський чи світовий ринок), *MEWEM* (для жінок у музичному секторі), *Ursula Le Guin School of Writing* (Італія; навчальні курси, сфокусовані на жіночій перспективі аналізу реальності: журналістика, веб-журналістика, написання наративів, написання коміксів, сценарна майстерність, метричне віршування та створення текстів пісень); **програма підтримки** кар'єрного розвитку жінок у кіно- і телеіндустрії у Фінляндії. *The Deutsche Kulturrat* (Німеччина) запрошує представниць жіночих організацій на нетворкінги з метою співпраці й обміну ринковими знаннями.

- Обов'язкова гендерна освіта і тренінги для всіх культурних та медійних працівниць/-ків, публічного сектору, проєктного і грантового менеджменту тощо.
- Організація доступних мереж, каталогів, баз даних професіоналок у різних сферах ККІ.

Приклади: *Brussels Binders* (Бельгія): каталог жінок-професіоналок для запрошення їх на панельні дискусії чи секторальні воркшопи; Онлайн-база *WILM – Women in Live Music* у ЄС з інформацією про жінок, які працюють за лаштунками музичної індустрії; *She.said.So* – мережа для жінок у музичній індустрії; *Speakerinnen.org* – німецька платформа для пошуку жінок-спікерок для конференцій, панельних дискусій тощо. Проєкти жіночої участі в секторах архітектури і дизайну: *The International Gender Design Network (iGDN)* та *MoMoWo Project* (ЄС). [Wom@rts](#)

[Project](#) підтримує рівну участь жінок у мистецтві і креативних індустріях Європи шляхом інтернаціоналізації, мережування та впровадження нових бізнес-моделей. Wom@rts активно застосовує резиденції для жінок-мисткинь, міжнародну мобільність, майстер-класи, участь у спецподіях і фестивалях, мандрівні виставки. Мережа [WIFT Nordic Network](#) працює над посиленням гендерної рівності в фільмовій індустрії в усіх північноєвропейських країнах, включаючи збільшення різноманіття аудіовізуальної продукції та рівнішу гендерну репрезентацію у контенті.

- Документування спільних мистецьких і креативних досягнень та позитивних рольових моделей у галузі.
- Розвиток культурної інфраструктури, яка дозволяє краще поєднувати роботу і родину.
- Розробка нових політик для сектору ККІ, націлених на трансформацію музеїв, архівів, арт-галерей, закладів культури у напрямку гендерної рівності, на посилення різноманіття в культурних продуктах.

Приклади: проєкт підтримки гендерної рівності у музейному секторі Франції (особливо для закладів, чії колекції надто гостро демонструють гендерну нерівність та упередження) пілотований 2018 року у трьох музеях у Руані. Розробка нової політики передбачила не тільки ширше залучення робіт жінок-мисткинь у музейні колекції, а й, наприклад, пункт про обов'язкове інформування доведених фактів сексизму чи сексуального насилля в біографіях представлених митців-чоловіків.

- Створення інституцій та органів, відповідальних за просування гендерної рівності. Активна діяльність урядових уповноважених у сфері культури та гендерної рівності.

Приклади: *Комісія Об'єднаного Королівства з рівності та людських прав* – регуляторна інституція (відповідальна за примусове виконання Акту про рівність 2010 року), Advisory, Conciliation and Arbitration Service (Acas) (Великобританія), French Observatory on Gender Equality (Франція).

Що почитати:

1. [Стан та просування рівних можливостей](#) для жінок та чоловіків у культурних та креативних індустріях. *British Council*.
2. [Звіт про діяльність Віце-прем'єрки](#) з питань європейської та євроатлантичної інтеграції Іванни Климпуш-Цинцадзе з реалізації політики гендерної рівності за 2017 р. – I півріччя 2019 р. *Євроінтеграційний портал*. 22.07.2019.
3. [Релігія і церква в українському суспільстві: соціологічне дослідження](#). Від 4–9 жовтня 2019 р. *Соціологічна служба Центру Разумкова*.
4. Марценюк Т. Гендерна політика Європейського Союзу: загальні принципи та найкращі практики. Київ, 2015. 44 с.
5. [Гендерна політика Європейського Союзу в Україні \(аналітична доповідь\)](#). 21 липня 2018. *Гендер в деталях*.
6. [Жінки та чоловіки на ринку праці України](#). Порівняльне дослідження України та ЄС. 19 липня 2018. *Гендер в деталях*.
7. [Жінки та чоловіки на керівних посадах в Україні](#). Статистичний аналіз відкритих даних ЄДРПОУ. Вересень 2017.
8. [Gender Equality in International Cultural Policy](#). 28 January 2020.
9. [Gender Balance in the Cultural and Creative Sectors](#). February 2020. *Voices of Culture*.
10. [Culture statistics—cultural employment](#). *Eurostat*.
11. [Gender Gaps in the Cultural and Creative Sectors](#) (with the exception of the audio-visual sector). *European Expert Network on Culture and Audiovisual (EENCA)*.
12. [UNESCO Study on Culture and Working Conditions for Artists 2019](#).
13. [Creative Industries for an Equal Baltic](#).
14. [The creative industries' gender equality secret has been exposed by big data](#). 29 August 2019. *World Economic Forum*.