

УДК 316.472

С.В.КОТОВА-ОЛІЙНИК (старший викладач кафедри менеджменту освіти)

Житомирський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти,
Житомир

E-mail:melancholika@mail.ru

ГЕНДЕРНІ ВІДНОСИНИ ЯК ОБ'ЄКТ СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Здійснено соціально-філософський аналіз гендерних відносин у сучасному українському суспільстві. У контексті соціально-конструктивістського підходу визначено зміст гендерних відносин, розкрито специфіку їх формування, запропоновано класифікацію у структурі суспільних відносин. Розглянуто питання конструювання гендерних відносин засобами реклами.

Ключові слова: гендер, гендерні відносини, суспільні відносини.

Актуальність проблеми дослідження зумовлена перманентними змінами у різних галузях життєдіяльності людини, які впливають на трансформацію сучасної соціокультурної ситуації, соціальні явища та процеси, зумовлюють їх динаміку, визначають загальне функціонування і розвиток українського суспільства. У сімейно-побутовій, економічній, соціально-політичній, духовно-моральній, культурно-інформаційній та в ін. сферах життя і діяльності соціуму змінюються уявлення, образи, ролі, статуси, моделі поведінки жінок і чоловіків, що знаходить своє відображення у конструюванні та закріпленні відповідних гендерних відносин. Сучасна гендерна ситуація в Україні характеризується поширенням гендерних проблем, пов'язаних із занепадом духовно-моральних і сімейних цінностей, зростанням кількості розлучень, безвідповідальністю батьків, відсутністю умов для забезпечення балансу сімейного та професійного життя, труднощами у вихованні дітей, нерівністю подружніх прав, розподілу домашніх обов'язків, побутуванням різних видів насильства у сім'ях та ін. проблеми у сімейній сфері; нерівність представництва жінок і чоловіків на рівні участі і прийняття політичних рішень та розподілу ресурсів у політиці і великому бізнесі, залучення до ринку праці та розрив в оплаті праці жінок і чоловіків [9], бідність, безробіття, існування, так званої, «скляної стелі», «липкої підлоги», які ускладнюють і/або унеможливають професійну самореалізацію жінок, «скляного ескалатора» та «скляного підвалу» (М.Кімел) для чоловіків, яких «кидають» на найризикованіші та найнебезпечніші роботи, що підвищує ризики нещасних випадків: травмування, втрати здоров'я і життя, неоплачувана домашня праця, сексуальні домагання на робочому місці та ін.; відкрита і прихована дискримінація у сфері освіти і науки; гендерні аспекти проблем у сфері культури, екології, охорони здоров'я; гендерна нечутливість у вирішенні проблемних питань різних вікових груп,

соціального забезпечення, неврахування гендерних інтересів жінок і чоловіків з особливими потребами тощо; «засмічений», візуально і вербально забруднений (П.Віріліо) культурно-інформаційний простір, ЗМІ, Інтернет, реклама, які оперують гендерними стереотипами, упередженнями, що зневажають, принижують жінок і чоловіків, створюють труднощі у соціалізації та ресоціалізації особистості, породжують численні комплекси та психологічні проблеми; використання інстинктів (успіху, насильства, сексу), культивування сили, агресії, краси, багатства як найвищих життєвих цілей особистості та ін. Зазначені проблеми вказують на деструктивний характер гендерних відносин, які склалися у сучасному українському суспільстві. З одного боку, це говорить про негативні умови для формування гармонійних гендерних відносин, з іншого боку, є свідченням уже сформованих взаємодій, інституалізованих ззовні і закріплених зсередини та широко відтворюваних у повсякденному житті жінок і чоловіків.

Розгляд і осмислення сутності гендерних відносин з точки зору соціально-філософського аналізу, а також сучасних наукових концепцій і підходів, розкриття специфіки гендерних відносин та їх проявів у різних сферах життєдіяльності суспільства, вивчення механізму їх конструювання, інституалізації і поширення на різних рівнях дозволить реально оцінити гендерну ситуацію, що склалась в Україні, проаналізувати причини та наслідки гендерних проблем, запропонувати шляхи подолання негативних явищ для формування гендерних відносин, в основі яких лежать егалітарні цінності, права людини, ідея соціальної рівності та справедливості, стабільність, самореалізація і гармонійний розвиток як окремої особистості, так і всього суспільства. Увага до зазначених питань актуальна також у контексті реалізації та імплементації гендерної політики в Україні, основними цілями якої є вирішення гендерних проблем і досягнення гендерної рівності (Закон України Про забезпечення рівних прав і можливостей жінок та чоловіків, від 8.09.2005 р. та інші нормативно-правові документи).

Стосунки між жінками і чоловіками завжди були предметом уваги філософів, істориків, богословів, соціологів, культурологів, суспільних діячів. Сучасний погляд на суспільні відносини загалом та відносини між жінками і чоловіками зокрема здійснювали представники соціобіологічної концепції та біодетермінізму (О.Вейнінгер, Л.Тайгер, Р.Фокс; Т.Геодакян), психоаналітичного напрямку (З.Фрейд, Н.Ходороу, К.Хорні та ін.), структурно-функціонального аналізу (Т.Парсонс), марксизму (К.Маркс, Ф.Енгельс), різних напрямків фемінізму (Дж.Батлер, С. де Бовуар, А.Дворкін, Б.Фрідан; С.Павличко, І.Жерьобкіна та ін.), постмодернізму (М.Фуко, Ж.Бодрійяр та ін.), сучасної соціальної філософії (М.Арчер, Е.Гіденс, Я.Сорокін, П.Штомпка; В.Андрущенко, Л.Губерський, Н.Лапін, М.Михальченко та ін.). Із появою гендерної теорії, гендерних аспектів вивчення людини, суспільства, культури, виникає науковий інтерес до дослідження специфіки гендерних відносин. Крізь призму теорії соціокультурного конструювання гендеру гендерні відносини розглядали

Гендерні відносини як об'єкт соціально-філософського дослідження

Р.Айслер, Дж.Батлер, П.Бергер, Д.Зіммерман, М.Кімел, Р.Коннел, Т.Лукман, К.Уест; Т.Бурейчак, І.Головашенко, О.Вороніна, О.Здравомислова, Т.Кліменкова, І.Кон, Н.Лавриненко, Л.Малес, Т.Марценюк, С.Оксамитна, М.Скорик, О.Шабурова, С.Хрисанова, О.Ярська-Смірнова та ін.; гендерні відносини у крос-культурній та історичній перспективі вивчали Р.Айслер, М.Гімбутас; Т.Дашкова, О.Кісь, О.Маланчук-Рибак, Н.Пушкарьова, Л.Смоляр та ін.; соціально-економічні аспекти гендерних відносин досліджували В.Близнюк, Т.Журженко, Л.Магдюк, Т.Марценюк, С.Оксамитна та ін.; екологічний вимір гендерних відносин представлений у працях К.Карпенко; соціально-політичну площину гендерних відносин аналізували І.Грабовська, Н.Грицяк, Т.Ісаєва, Л.Кобелянська, М.Колодій, Т.Мельник, О.Ярош тощо; психологічні аспекти конструювання гендерних відносин вивчали Х.Гарфінкаль, Е.Гофман, Ш.Берн; Т.Бендас, Т.Говорун, П.Горностай, О.Кікінежді, І.Кльоцина, І.Кон та ін.; гендерні відносини у духовно-моральній сфері розглядали Е.Бер-Сіжель; Т.Барчунова, О.Ленцевич, Т.Рябова; Н.Недзельська, Т.Орлова Л.Погоріла, В.Суковата, Н.Чухим та ін.; формування, закріплення та відтворення гендерних відносин у педагогіці представлений працями П.Фрейре; О.Луценко, Т.Дороніна, О.Іванова, О.Остапчук, О.Плахотнік, О.Семиколенова, О.Сулова та ін.; питання конструювання гендерних ідентичностей та гендерних відносин у культурно-інформаційному просторі аналізували у своїх працях Ж.Бодрійяр, Л.Ван Зунен, М.Маклюен, А.Усманова, М.Якобсон, М.Янкаускайте; А.Альчук, Т.Бурейчак, І.Грошев, О.Кісь, М.Скорик, В.Суковата та ін. Водночас малодослідженими залишаються питання щодо місця гендерних відносин у структурі суспільних відносин, шляхів формування егалітарних гендерних відносин та їх роль у вирішенні гендерних проблем, взаємовпливи та взаємозумовленість гендерних відносин і гендерної культури особистості, шляхи конструювання гендерних відносин, зокрема засобами реклами як консьюмеристського явища інформаційно-комунікаційної культури.

Мета статті – здійснити соціально-філософський аналіз гендерних відносин на основі теоретичних засад соціально-конструктивістського підходу. Реалізація мети дослідження передбачає постановку і виконання основних завдань: - з'ясувати зміст і специфіку гендерних відносин, здійснити їх класифікацію, визначити місце у структурі суспільних відносин; - розглянути механізм конструювання гендерних відносин зокрема засобами реклами; - розкрити значення егалітарних гендерних відносин у вирішенні гендерних проблем та окреслити шляхи їх формування.

Вивчення питання гендерних відносин як соціокультурного явища та результату соціальних взаємодій індивідів, має відношення до проблемного поля ряду сучасних гуманітарних наук зокрема до соціальної філософії. Проте у сучасних словниках, енциклопедіях, підручниках з філософії [11; 13], соціальної філософії [3; 14] та культурології [8] відсутнє визначення цього поняття, натомість є визначення терміну «суспільні відносини». Під «суспільними відносинами» найчастіше розуміються «відносини, що

складаються у процесі життєдіяльності людей як її суб'єктів», «в основі» яких лежать «індивідуально-суспільні інтереси й потреби людей» і вони «пронизують усі сфери життя і діяльності – економічну, політичну, соціальну, духовну, культурно-побутову» [3, с.222], історично змінюються. Відрізняють міжособистісні, внутрішньогрупові, міжгрупові, етнічні, організаційні, інституційні відносини [11, с.178]. Об'єктом зацікавлення соціальної філософії є насамперед «відносини власності, відносини влади», відносини щодо «соціальних і культурних цінностей та морально-правових норм». З точки зору класифікації суспільних відносин у соціальній філософії, в її основі найчастіше знаходяться ключові сфери життєдіяльності, згідно з якими виділяють відповідні групи відносин [3, с.224]:

- матеріальні (економічні) – виробничі, технологічні, розподілу, обміну;
- соціально-політичні – класові, національні, етнічні, соціально-групові;
- духовні – моральні, релігійні, художньо-естетичні, наукові;
- культурно-побутові – побутові, родинно-сімейні, товариські тощо.

«Гендерні відносини» як одна з ключових категорій і важливий об'єкт гендерної теорії та гендерних досліджень розглядаються у декількох вимірах:

- гендерні відносини – «соціальні відносини, опосередковані статевою належністю» [10, с. 57], визначають «характер поведінки й поводження між особами різної статі при спілкуванні або здійсненні різних видів спільної діяльності». «Історично конструюються як відносини нерівності. З кін. ХХ - поч. ХХІ ст. склався дискурс на основі концепції гендерної рівності, що сприяє розвитку паритетних гендерних відносин» [10, с. 28].

- гендерні відносини – «нова соціальна категорія ХХІ ст., яка означає взаємодію жінок і чоловіків як соціальних спільнот в інтересах суспільства на основі реалізації принципу рівних прав і рівних можливостей» [15, с. 38].

- гендерні відносини – «соціально сконструйовані відносини між чоловіком та жінкою, акцент у яких робиться на владних стосунках, у той час як біологічні відмінності вважаються другорядними». Вони будуються «на домінуванні і підпорядкуванні, паритеті і нерівності, внутрішньогруповому фаворитизмі та міжгруповій дискримінації, що часто створює нерівність соціальних можливостей чоловіків та жінок, владну асиметрію, яка підкреслюється різницею у гендерно-специфічних моделях спілкування» [4, с.276], соціокультурних практиках («розподіл влади між чоловіком, жінкою, батьками та дітьми, гендерний розподіл прав та обов'язків, гендерні відмінності у вихованні дітей» [12, с. 355] та ін.). Визнання «об'єктивності» гендерних відмінностей чоловіків та жінок маскує дискримінацію у різних сферах життєдіяльності. Таке визначення поняття «гендерні відносини» сформульовано у контексті соціально-конструктивістського підходу, якого ми дотримуватимемось у статті.

Соціальне конструювання гендеру, а відповідно й гендерних стосунків,

Гендерні відносини як об'єкт соціально-філософського дослідження

на думку М.Кіммела, «обертається навколо таких тем: ідентичність, взаємодія, інституція» [5, с. 148], що продукує відмінності та репродукує нерівність між жінками і чоловіками. Всі теми тісно переплітаються між собою: «інституції створюють гендеровані нормативні стандарти, насаджують гендеровану інституційну логіку і виступають у ролі головних чинників відтворення нерівності. Гендерована ідентичність індивідів формує ці гендеровані інституції, а гендеровані інституції втілюють і відтворюють нерівності, які складають гендерну ідентичність» [5, с. 146]. Таким чином, відбувається замкнене коло у процесі гендерного конструювання особистості, її світу та суспільства. Весь цей процес відбувається через взаємодію між індивідами, які мають відповідну гендерну ідентичність та є представниками гендерованих інституцій. Гендерована взаємодія конструюється через взаємодію близьких стосунків: дружбу і кохання, гендеровану сексуальність та гендерні аспекти насильства. Кожна людина формує, видозмінює та створює свою ідентичність, через стосунки з іншими людьми і в умовах існуючих соціальних інституцій [5, с. 133]. До гендерованих інституцій М.Кімел відносить гендеровану сім'ю, гендеровану навчальну аудиторію та гендероване місце роботи, які чітко визначають ролі і місце жінок та чоловіків, можливості їхньої реалізації та призначення у житті. Окрім того, гендерні відносини конструюються, підтримуються, відтворюються та набувають легітимності у рамках таких соціальних інститутів, як сім'я, освіта, держава, церква, армія, громадський сектор, ЗМІ та ін., а також зумовлені історичним контекстом, соціально-економічною ситуацією у країні, типом сім'ї та сімейним станом, етнічними традиціями, віком, трудовою діяльністю, матеріальним становищем, соціальним середовищем, рівнем свідомості, освіти і культури особистості тощо.

Потужним джерелом формування і відображення гендерних відносин у сучасному суспільстві є реклама та її візуально-вербальні образи, тексти і контексти. Проникаючи в усі сфери життя сучасного суспільства, реклама формує цінності, виховує смаки, пропонує нові образи та ролі для наслідування, актуалізує і легітимізує відносини між жінками і чоловіками, створює нові (штучні) потреби та пропонує усі можливі засоби для їх задоволення. За допомогою методології О.Кісь щодо виявлення сексизму, як ідеології та практики дискримінації за ознакою статі, і його проявів (стереотипізації, еротизації, мачізму, фейсизму, оречевлення) у сучасній рекламі, було здійснено візуально-вербальний аналіз «мови тіла» (І.Грошев) чоловіків та жінок, його частин, міміки, жестів, місця, поз та просторового розташування, а також одягу, ролей, образів тощо. Це дозволило дослідникам зробити висновок, що рекламні механізми і технології використовуються для відтворення, створення, закріплення і нормалізації гендерних відносин у площині «домінування-підпорядкування, лідерства-залежності, активності-пасивності, публічності-приватності, раціональності-емоційності, суб'єкта-об'єкта сексуального бажання і т.д.» [6]. Реклама – одна з найсильніших «гендерних технологій», яка через «політику Котова-Олійник С.В., 2012

репрезентації» стає «ідеологічним продуктом» [13, с. 183], будучи пов'язаною з домінуючою у суспільстві ідеологією, економічними умовами, соціальними міфами і відповідними їм усім цінностями і практиками. Вона відображає і формує водночас гендерні режими, впливаючи на загальну гендерну систему нашого суспільства, у якому все, що не відповідає критеріям жорсткої патріархатної маскуліності та андроцентризму, стає Іншим (С. де Бовуар) – річчю, товаром, об'єктом для маніпуляцій, жертвою різних форм насильства та дискримінації. Створення гендерно-чутливого рекламного простору є одним з важливих засобів формування гармонійних гендерних відносин між жінками і чоловіками.

Як статусно-рольова взаємодія між індивідами, гендерні відносини мають «суб'єктивно-об'єктивний характер»: об'єктивний характер проявляється у тому, що кожен індивід живе в суспільстві, яке виробило певні норми, цінності, відносини, що стосуються жінок і чоловіків, тому це сприймається як зовнішнє утворення. Суб'єктивний характер виражається у здатності кожної людини свідомо оцінювати і змінювати гендерні відносини. І, оскільки відносини «відтворюються, створюються і конструюються у процесі безпосередньої взаємодії між індивідами», то можливим є «процес деконструкції, зміни суті й механізмів відтворення соціально сконструйованих гендерних відносин» [12, с. 170]. Переосмислення гендерних відносин та потреби їх змін не завжди є безболісним процесом для особистості, він може викликати труднощі, переживання, психологічний дискомфорт тощо. Проте надзвичайно важливим для кожної людини є створення умов, за яких можна переглянути свої гендерні цінності, потреби та відносини і «перебрати» їх, як залежані речі у шафі, які, з одного боку, викинути шкода, з іншого – застаріли і стали неактуальними.

Існують різні підходи щодо класифікації гендерних відносин. Р.Коннел [1] використовує інституційний підхід структурування гендерних відносин через відносини влади, виробництва, емоційні та символічні відносини. Залежно від розподілу влади Н.Лавриненко визначає патріархатні, матріархатні та егалітарні гендерні відносини [12, с. 357], на яких зупинимось детальніше. У одному з авторитетних гендерних словників [10] така класифікація гендерних відносин розглядається крізь призму моделей сім'ї – матріархатної, патріархатної та егалітарної (партнерської) відповідно. Оскільки сім'я – найперше та найважливіше джерело формування гендерних відносин, за аналогією можна розглянути гендерні відносини в інших соціальних інститутах, організаціях, сферах діяльності. Отож, особливістю патріархатних гендерних відносин є авторитет батька, а побудова стосунків здійснюється на «патріархатних ідейних принципах панування-підлеглості, управління-залежності, сили-підкорення, агресивності-покірності» [10, с. 158]. Перехід до патріархатних гендерних відносин у багатьох європейських суспільствах відбувся з освоєнням кочового способу життя та скотарської діяльності (Р.Айслер), виникненням приватної власності, що призвело до втрати влади жінок (К.Маркс). У Гендерні відносини як об'єкт соціально-філософського дослідження

системі матріархатних гендерних відносин мати користується найбільшим впливом і найвищим авторитетом [10, с. 130]. Основи теорії матріархату вперше сформулював німецький історик Й.-Я.Бахофен, підґрунтям для поширення якої слугували археологічні артефакти, міфи, роль жінок у ритуалах, культу Великих Богинь, так звані «матріархатні міфи» тощо. Проте за цими даними неможливо стверджувати про реальну владу жінок у соціальному бутті, ту, яку мали чоловіки за патріархату, тому теорія матріархату – чоловічий винахід – роблять висновок ряд дослідників [7]. Чимало сучасних вчених (Р.Айслер, М.Гімбутас, О.Кісь, та ін.) вважають, що між так званим матріархатом та патріархатом існував егалітарний лад (середина I тис. до н.е.), за якого стосунки між жінками і чоловіками визначались через партнерство, рівноправність, взаємну повагу. Свідченням цього є унікальна цивілізація критської культури, описана Р.Айслер: «Ніхто не підкорявся іншому: вони доповнювали один одного, а їхні можливості подвоювалися» [2, с. 38]. Можна резюмувати, що саме у такій егалітарній системі досить комфортно почувалися як жінки, так і чоловіки. Для егалітарних гендерних відносин характерні «паритетні засади, де переважає ситуативний розподіл влади між матір'ю і батьком» [10, с. 88], існує «взаємодоповнюваність у сім'ї та суспільстві» [12, с. 382], цінуються «принципи взаємоповаги, взаємодопомоги і взаєморозуміння» [10, с. 155]. Ми погоджуємось із Р.Айслер, що за егалітарними (партнерськими, паритетними, «гіланічними», «біархатними») гендерними відносинами реальне майбутнє людства, збереження і розвиток усієї екосистеми Землі, частиною якої є людина, тому актуальне питання формування такого типу відносин між різними гендерними групами, соціальними інститутами та організаціями. На нашу думку, найефективнішим шляхом конструювання егалітарних гендерних відносин у сучасному українському суспільстві є просвіта та освіта українців і українок різного віку на всіх рівнях у всіх сферах, які мають реалізовуватись на засадах критичної педагогіки, принципів Уповноважувальної освіти, педагогіки ненасильства, що дозволить сформувати гендерно-чутливий світогляд, підвищити рівень гендерної культури особистості та суспільства. Під поняттям «гендерна культура» ми розуміємо систему уявлень, цінностей, норм, знань, інтересів та потреб, які формують соціокультурні аспекти статі, встановлюють відповідні статуси жінок і чоловіків, визначають їхні ролі, взаємовідносини і моделі поведінки в сім'ї та суспільстві, впливають на форми та результати діяльності жінок і чоловіків, їхнє місце в картині світу. Вважаємо, що чим вищий рівень сформованості гендерної культури особистості, суспільства, тим більша ймовірність бути творцями, ретрансляторами і носіями егалітарних гендерних цінностей, взаємодій і практик у різних сферах життєдіяльності. Побудова стосунків між людьми на основі егалітарних взаємодій безперечно впливатиме на гендерні індикатори в нашому суспільстві (ІРЛП, ІГР, ІЕР та ін.), якісні і кількісні показники яких свідчитимуть про вирішення зазначених вище гендерних проблем через дотримання демократичних прав і свобод, створення умов для забезпечення

рівних можливостей, рівну участь жінок і чоловіків та контроль за розподілом ресурсів, гендерну чутливість на рівні прийняття і виконання рішень з урахуванням потреб та інтересів різних гендерних груп, рівну відповідальність і рівні обов'язки у різних сферах життєдіяльності.

Здійснений аналіз змісту, особливостей, структури та механізму конструювання суспільних і гендерних відносин дозволяє виділити між ними ряд спільних позицій: 1) суб'єкти (окремі індивіди, жінки і чоловіки, соціальні спільноти – малі, середні та великі групи, організації, соціальні інститути), 2) шляхи походження (процес життєдіяльності та взаємодії індивідів і соціальних груп для задоволення соціальних потреб та інтересів), 3) характер владних взаємовідносин у ракурсі паритетність/диспаратність (рівність/нерівність, кооперація/конкуренція, панування/підкорення, антагонізм/співпраця [11 с.178]), 4) процеси формування і закріплення (через соціальні інститути: сім'я, освіта, економіка, держава, церква, армія, громадський сектор, ЗМІ, реклама та ін.), 5) процес трансформації (вплив внутрішніх і зовнішніх факторів, соціальних інститутів), 6) джерела зберігання (у соціокультурних нормах, цінностях, традиціях, культурних ідеях, текстах і практиках), 7) місце існування (міжособистісні стосунки, різні сфери життєдіяльності суспільства), 8) регулятивні механізми [3, с.245] (традиції та звичаї, культура, мораль, релігія, громадська думка, право, держава) тощо. Така кількість спільних позицій між суспільними та гендерними відносинами дає право віднести гендерні відносини до структури суспільних відносин як категорії соціальної філософії: з одного боку, гендерні відносини, які поділяються на матриархатні, патріархатні та егалітарні, можуть виступати самостійною групою відносин, поряд з матеріальними, соціально-політичними, духовними та культурно-побутовими відносинами; з іншого боку, гендерні відносини як соціокультурне явище «пронизує» кожну групу суспільних відносин, їх види і прояви. Наприклад, виробничі відносини, які входять у групу матеріальних (економічних) відносин мають свої гендерні компоненти: стосунки у професійному колективі між жінками і чоловіками, між керівництвом та підлеглими; гендерні аспекти професійного становлення та зростання, оплати праці за однаково виконану роботу, наявність/відсутність сексуальних домагань на робочому місці, гендерно-чутливих соціальних програм, умов для забезпечення балансу професійного та сімейного життя, гендерно-безпечні умови праці тощо.

Отже, проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки: на основі соціально-конструктивістського підходу здійснено соціально-філософське дослідження гендерних відносин як соціокультурного явища; обґрунтовано місце гендерних відносин у структурі суспільних відносин; розгляд основних механізмів конструювання гендерних відносин дозволяє стверджувати про стійкий водночас здатний до змін характер гендерних відносин, можливість їх оцінки та перегляду через застосування критичного аналізу, деконструкцію; викрито присутність стійких патріархатних гендерних дискурсів через аналіз сучасної реклами, що негативно впливають

Гендерні відносини як об'єкт соціально-філософського дослідження

на формування гендерних відносин у різних сферах діяльності; визначено роль егалітарних гендерних відносин як конструктивних відносин майбутнього, здатних вирішити ряд гендерних проблем в українському суспільстві, зазначено шляхи їх формування засобами освіти і просвіти на різних рівнях. Перспективами подальших досліджень у цій площині є міждисциплінарний комплексний аналіз міжособистісних гендерних відносин, їх специфіки та проявів у різних групах суспільних відносин, сучасних сферах життя і діяльності людини; всебічне вивчення механізмів конструювання гендерних відносин засобами інформаційно-комунікаційного простору, аналіз причин та можливих наслідків для формування особистості, подальшого розвитку українського суспільства і людства в цілому, пошук та інституалізація оптимальних підходів для конструювання егалітарних гендерних відносин.

Список літератури

1. Connell R.W. Gender / R.W. Connell. – Cambridge : Polity Press, 2002. – 184 p.
2. Айслер Р. Чаша та меч: Наша історія, наше майбутнє / Р.Айслер. – К.: Сфера, 2003. – 355 с.
3. Андрущенко В., Михальченко М. Сучасна соціальна філософія : Курс лекцій / В.Андрущенко, М.Михальченко. Вид друге, доповнене. – К. : Генеза, 1996. – 368 с.
4. Бендас Т. Гендерная психология : Учебн. пособ. / Т.Бендас. — СПб.: Питер, 2006. — 431 с.
5. Кімвел М. Гендероване суспільство / М.Кімвел ; [пер. з англ.] – К. : Сфера, 2003. – 490 с.
6. Кісь О. Гендерні аспекти реклами : сексизм як негативний чинник формування гендерних відносин в Україні / О.Кісь // Практичні аспекти впровадження принципу рівних прав та можливостей жінок і чоловіків в діяльності Верховної Ради України / Заг. ред. О.Суслова. – Програма сприяння Парламенту II : Програма розвитку законотворчої політики. – Київ : Москленко О.М. ФОП, 2010. – С.50-70.
7. Кісь О. Кого оберігає Берегиня, або Матріархат як чоловічий винахід / О.Кісь [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://linguistics.kava.kiev.ua/publications/2008/06/20/kogo_oberigae_beregi_73.html.
8. Культурология. XX век : Энциклопедия. – Т.2. – СПб. : Университетская книга, 1998. – 447 с.
9. Марценюк Т., Чечеринда Д. Гендерні відносини на ринку праці у Швеції : / Т.Марценюк, Д.Чечеринда. Наукові записки НаУКМА. – 2010. – Том 109 : Соціологічні науки. – С.51-59.
10. Мельник Т., Кобилянська Л. 50/50 : Сучасне гендерне мислення : Словник / Т.Мельник, Л.Кобилянська. – К.: К.І.С., 2005. – 277 с.
11. Новая философская энциклопедия : В 4т. – М. : Мысль, 2010. – Т3. – 2010. – 692 с.
12. Основи теорії гендеру : Навч. посіб. – К.: «К.І.С.», 2004. – 536 с.
13. Современный философский словарь / Под общ. ред. В.Е.Кемерова. – Лондон – Франкфурт-на-Майне – Париж – Люксембург – Москва – Минск: Панпринт. – 1998. – 1056 с.
14. Социальная философия : Учебник / Под общ. ред. В.Андрущенко, Н.Горлача. – Киев–Харьков : Издательский центр «Единорог», 2002. – 736 с.
15. Хрисанова С. Словарь гендерных терминов. Гендерное просвещение для всех / С.Хрисанова. – Х.: САБО-ЛТД, 2002. – 100 с.

С.В.КОТОВА-ОЛЕЙНИК

Житомирский областной институт последипломного педагогического образования, Житомир

E-mail:melancholika@mail.ru

ГЕНДЕРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ КАК ОБЪЕКТ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Осуществлен социально-философский анализ гендерных отношений в современном украинском обществе. В контексте социально-конструктивистского подхода определено содержание гендерных отношений, раскрыта специфика их формирования, предложена классификация в структуре общественных отношений. Рассмотрен вопрос конструирования гендерных отношений средствами рекламы.

Ключевые слова: гендер, гендерные отношения, общественные отношения

S. KOTOVA-OLIYNYK

Zhytomyr Regional Institute of Postgraduate Education, Zhytomyr

E-mail:melancholika@mail.ru

GENDER RELATIONS AS AN OBJECT OF SOCIO-PHILOSOPHICAL INVESTIGATION

The socio-philosophical analysis of gender relations in modern Ukrainian society is presented. In the context of social constructivist approach the content of gender relations is defined, the peculiarities of their forming are found, the classification of gender relations in the framework of social relation is proposed. The issues of construction of gender relations by the means of advertising are considered.

Key words: gender, gender relations, social relations.

Стаття надійшла до редколегії 27.09.12

Прийнята до друку 30.09.12