

ПРОБЛЕМИ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ В ГАЛУЗІ КУЛЬТУРИ ТА МИСТЕЦТВА



ГОБ
проект

Гендерне
бюджетування
в Україні



МІНІСТЕРСТВО
ФІНАНСІВ
УКРАЇНИ



Швеція
Sverige

Київ
2020

Цю публікацію підготовлено в рамках реалізації Проєкту «Гендерне бюджетування в Україні». Проєкт впроваджується за фінансової підтримки Швеції.

Публікація базується на результатах гендерного аналізу програм, що фінансуються з державного та місцевого бюджетів у галузі культури і мистецтва, який був здійснений Робочими групами з гендерного бюджетування в Житомирській, Кіровоградській, Київській, Хмельницькій, Чернігівській областях та в місті Києві.

Гендерно орієнтований підхід в бюджетному процесі означає врахування гендерних аспектів на усіх стадіях бюджетного процесу та висвітлення у відповідних бюджетних документах цілеспрямованості на забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків (гендерної рівності). Гендерний аналіз бюджетних програм сприяє: скороченню гендерних розривів, підвищенню якості послуг для жінок і чоловіків, ефективному використанню публічних фінансів та сталому розвитку країни.

Публікацію підготувала:

Оксана Кисельова, керівниця проєкту «Гендерне бюджетування в Україні»

Редакційна група:

Марина Шаповал, старша національна експертка проєкту «Гендерне бюджетування в Україні»
Ірина Степанова, комунікаційна експертка проєкту «Гендерне бюджетування в Україні»

Зміст

Вступ	4
Огляд ґендерних питань та проблем у галузі	5
Огляд питань ґендерної рівності у програмах та бюджетах	13
Рекомендації	15
Перспективи подальшої роботи	16
Додаток. Огляд питань ґендерної рівності, виявлених за результатами ґендерного бюджетного аналізу в галузі культури та мистецтва	18
Джерела	29

Вступ

У цій публікації наведено огляд та критичний аналіз проблем гендерної рівності у галузі культури і мистецтва, які були виявлені в результаті гендерного аналізу програм, що фінансувалися з державного та місцевих бюджетів в Україні в 2017-2019 роках. Публікація спирається на дані, представлені у звітах Робочих груп ГОБ в областях та м. Києві, до складу яких входять посадові особи обласних державних адміністрацій, Міністерства культури України, закладів культури і мистецтва, Головних управлінь статистики областей і м. Києва та Державної служби статистики України.

У публікації також використані статистичні дані, результати досліджень та інші джерела. Гендерний аналіз бюджетних програм був проведений під керівництвом Міністерства фінансів України в рамках комплексної реформи сфери управління державними фінансами, яка включає застосування гендерного підходу в бюджетному процесі в Україні. Гендерний аналіз бюджетних програм здійснювався державними службовцями під керівництвом фінансових департаментів обласних державних адміністрацій і Міністерства культури України за підтримки експертів проєкту «Гендерне бюджетування в Україні» (Проєкт ГОБ), який фінансується урядом Швеції.

Звіт призначений для надання стислої інформації про наявність фактичних гендерних прогалів, виявлених у бюджетних програмах, особам, які приймають рішення в Україні (Кабінет Міністрів, Верховна Рада, інші органи влади), а також державним посадовцям, які працюють у галузі культури і мистецтва. Крім того, у звіті містяться рекомендації, яким чином уряд може забезпечувати ефективність своєї політики та державних послуг у подальшій роботі з усунення виявлених гендерних розривів і досягнення рівності. Це допоможе реформуванню галузі в напрямку підвищення ефективності та дієвості надання державних послуг у галузі культури і мистецтва в майбутньому.

Огляд ґендерних питань та проблем у галузі

У традиційному сенсі культура розуміється як сукупність духовних і матеріальних цінностей, накопичених людством протягом усієї історії. Це передусім досягнення людства у сфері мистецтва, освіти і науки, моралі. З цим розумінням культури пов'язана політика, спрямована на збереження та відтворення природної, історичної та культурної спадщини, музеїв і виставок, діяльність у галузі мистецтва (музика, театр тощо), розважальних, медіа та електронних культурних майданчиків.

Протягом останнього століття філософія, гуманітарні науки прийшли до розуміння культури як життєвого світу людини, тобто реального, буденного світу, в якому живе (працює, любить, творить, відпочиває) пересічна людина. «Звичайність» або «буденність» культури означає, що ми всі беремо участь у її створенні і привчаємося жити в ній за допомогою цілого ряду повсякденних практик, які формують наш образ думок – отримуємо освіту, граємо, вчимо рідну мову, набуваємо навички до праці та досвід міжособистісних відносин. Саме в цих звичайних видах діяльності ми долучаємося до культури. Культурні смисли і значення знаходяться не в музеях, а в повсякденному досвіді (Williams R., 1997).

Культура як в першому, так і в другому розумінні має ґендерний вимір. Перш за все, це стосується забезпечення культурних прав як жінок, так і чоловіків. Право вільно брати участь у культурному житті суспільства або громади, насолоджуватися мистецтвом, долучатися до культурних практик, робити свій внесок у розвиток та отримувати від нього зиски закріплено в Загальній декларації прав людини,

прийнятій Генеральною Асамблеєю Організації Об'єднаних Націй у 1948 році. Права людини є передумовою для збагачення культурного різноманіття та забезпечення людської творчості в умовах рівності, людської гідності та недискримінації. Культурні права людини також забезпечують доступ до досягнень культури незалежно від статі, віку, національності, місця проживання тощо.

За даними Державної служби статистики України, у сфері культури і мистецтва в Україні налічується: 112 театрів (кількість відвідувачів театрів за 2016 рік – 5,8 млн. осіб); 76 концертних організацій (кількість слухачів на концертах за 2016 рік – 2,6 млн. осіб); 576 музеїв (кількість відвідувачів музеїв за 2016 рік – 15,8 млн. осіб); 17,0 тис. бібліотек (бібліотечний фонд складає 255,4 млн. примірників); 17,1 тис. клубних закладів (кількість місць в них – 4,2 млн.) (Державна служба статистики України, 2017).

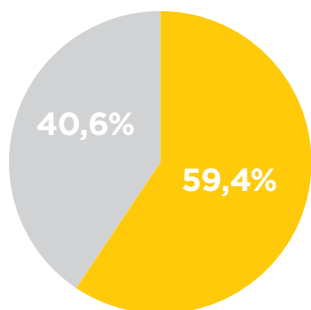
Результати всеукраїнського опитування, проведеного ВГО «Асоціація сприяння самоорганізації населення» спільно з Київським міжнародним інститутом соціології за ініціативи Міністерства культури України, свідчать про рівень користування та доступ громадян України до послуг, які надаються закладами культури і мистецтва. Майже чверть дорослого населення України (23,0%) відвідали бібліотеку або книгарню хоча б один раз протягом останнього року. Водночас більшість дорослого населення України (60,0%) не читали жодних книжок (електронних або друкованих) і не відвідували ані бібліотеку, ані книгарню

(КМІС, 2019).

Жінки більшою мірою залучені до читацьких практик: 26,4% жінок і 19,5% чоловіків відвідали бібліотеку або книгарню хоча б один раз протягом останнього року; не відвідували – 56,3% жінок і 64,3% чоловіків; не відвідували, але читали книжку – 14,1% жінок та 11,8% чоловіків (КМІС, 2019).

Певним видом творчо-мистецької діяльності займаються 17,0% населення України. Жінки займаються частіше: 21,0% жінок і 13,0% чоловіків роблять це регулярно або рідко. Рівень залученості дорослого населення у творчо-мистецьку діяльність у селах і містах є майже однаковий. Щодо творчого і мистецького розвитку дітей, то 17,0% населення зазначають, що в дітей їхнього населеного пункту немає можливостей цим займатися. Навіть у найбільших містах менше половини дорослого населення (43,0%) вважають, що в їхньому населеному пункті достатньо можливостей для творчого та мистецького розвитку дітей. Мешканці сіл, селищ міського типу та невеликих міст більш критично оцінюють наявність можливостей для творчого розвитку дітей, ніж мешканці великих міст (КМІС, 2019).

Результати опитування свідчать, що існують певні розбіжності між жінками і чоловіками, людьми різного віку, соціального статусу та місця проживання щодо їхнього користування послугами та рівня задоволення доступністю послуг у сфері культури і мистецтва. Загалом,



● жінки ● чоловіки

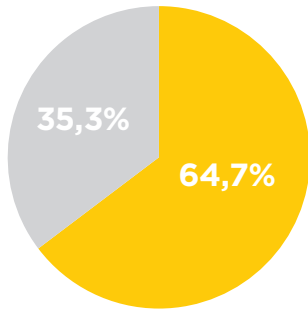
У Хмельницькій області серед користувачів бібліотечними послугами також переважають жінки, їхня кількість становить 59,4%, в той час, як чоловіків – 40,6%.

можна зробити висновки, що жінки залучені у культурні практики дещо більше, ніж чоловіки. Проблеми доступності культурних послуг є значно гострішими в населених пунктах меншого розміру. Через економічну маргіналізацію залученість у культурні практики людей літнього віку різко нижча, ніж молодших, попри те, що літні люди мають вільний час.

Тенденції, які зазначені вище, підтвержені в ході ґендерного аналізу бюджетних програм у галузі культури і мистецтва, який був проведений у рамках реалізації Проєкту «Ґендерне бюджетування в Україні». Так у Кіровоградській області активність жінок у користуванні бібліотечними послугами є більш високою порівняно з чоловіками, зокрема у відсотковому співвідношенні до загальної кількості відповідних груп населення (жінки – 39,5%; чоловіки – 30,5%). Найменш охопленими є чоловіки сільської місцевості від 22 років (9,5%). Серед учасників заходів, що проводяться бібліотеками, жінок (66,0%) удвічі більше, ніж чоловіків (34,0%). Жінки, які користуються послугами бібліотек, читають більше книжок, порівняно із чоловіками. Так кількість виданих примірників літератури на одну особу-користувача: жінки – 27; чоловіки – 20 (Проєкт ҐОБ, 2017).

В ході ґендерного аналізу встановлено, що в Хмельницькій області лише 4,0% чоловіків із числа пенсіонерів користуються послугами бібліотеки (Проєкт ҐОБ, 2019).

У Київській області серед відвідувачів музеїв також переважають жінки (61,2%), а серед відвідувачів культурно-історичних заповідників – чоловіки (60,7%) (Проєкт ҐОБ, 2018). Ці дані потребують подальшого дослідження та запровадження заходів, які будуть сприяти рівному доступу до послуг, які надаються музеями та заповідниками.



● жінки ● чоловіки

У м. Житомир результати анкетування глядачів Житомирського академічного українського музично-драматичного театру ім. І. А. Кочерги, проведеного у лютому-березні 2019 року, засвідчили, що жінки складають 64,7% відвідувачів театру (Проект ГОБ, 2019).

75,7%

В Україні, жінки представляють найбільшу частку випускників вищих навчальних закладів у галузі культури і мистецтва – 75,7% (Державна служба статистики України, 2019).

Пояснюючи причини своєї незацікавленості у тому чи іншому виді культурної діяльності, чоловіки (30,0%) частіше, ніж жінки (23,0%), говорять про відсутність інтересу, тоді як жінки (31,0%) частіше, ніж чоловіки (26,0%), пояснюють це обмеженістю своїх фінансових можливостей. Сімейні обов'язки також є важливим чинником пояснення низьких показників участі в культурному житті, оскільки вони обмежують час, який респондент може витратити на діяльність у галузі культури. Так 52,0% людей, які проживають у сім'ї з чотирьох або більшої кількості осіб, говорять, що саме сімейні обов'язки можуть бути перешкодою, в порівнянні з 30,0% тих, хто живе один (ЄК, 2006).

Вплив ґендерних стереотипів спостерігається також у виборі напрямків освіти. Жінки складають 79,0% студентів університетів, академій, інститутів за галузями знань гуманітарних наук та мистецтва (Державна служба статистики України, 2019). Але навіть у рамках самої галузі культури і мистецтва існує ґендерна сегрегація на ринку праці – жінки частіше працюють на низькооплачуваних робочих місцях у таких закладах, як бібліотеки, музеї, архіви. Серед працівників музеїв Київської області жінки складають 70,0%: жінок значно більше за категоріями керівників (67,0%); спеціалістів (78,0%); обслуговуючого та технічного персоналу (73,0%). Чоловіків більше лише в категорії робітників (93,0%). Серед працівників культурно-історичних заповідників Київської області також переважають жінки – 56,0%.

Фемінізація цих закладів насамперед пов'язана з низьким рівнем заробітної плати. За статистичними даними середньомісячна заробітна плата в сфері функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури є однією із найнижчих серед усіх видів економічної діяльності. У 2018 році вона складала 6 312 грн. для жінок і 6 633 грн. для чоловіків. (Державна служба статистики України, 2019).

Разом з цим оголошення про вакансії за такими спеціальностями, як режисер монтажу, фотограф, відео-дизайнер, бродкастер, стример, ведучий в мобільному додатку пропонують заробітну плату від 10 до 75 тис. грн. на місяць у м. Києві (Work.ua, 2020). Хоча немає доступних ґендерно розподілених даних щодо зайнятості в цих секторах культури в Україні, дослідження на рівні Європейського Союзу свідчать, що в «творчих» професіях, як правило, переважають чоловіки. Вони також домінують на робочих місцях, які пов'язані із використанням техніки, таких як оператори та редакційний персонал на телебаченні, технічний персонал у музичній індустрії та ін.

Ґендерна сегрегація в галузі культури і мистецтва спостерігається у виборі напрямів навчання в спеціалізованих навчальних закладах, зумовлених стереотипним уявленням про «жіночі» (ткацтво, вишивка, бібліотечна справа, теорія музики та ін.) та «чоловічі» види діяльності (гончарство, художня обробка металу, диригування, режисура та ін.) (Проєкт ГОБ, 2017).

Ґендерну сегрегацію можна спостерігати також на рівні прийняття управлінських рішень. Так серед директорів музейних закладів сфери управління Міністерства культури України в 2018 році була майже половина жінок (7 із 15); жінки переважали серед директорів національних і обласних бібліотек (23 із 29); 16 жінок – серед 25 керівників обласних центрів народної творчості. Проте серед директорів-художніх

керівників обласних театрів жінки склали лише 21,0%, а серед 8 керівників національних театрів була лише одна жінка. У м. Києві серед 21 директорів-художніх керівників театрів налічувалось усього 3 жінки (14,2%). Щодо управління заповідниками, підпорядкованими Міністерству культури, то із 25 керівників – тільки 4 жінки (Міністерство культури України, 2018).

Якщо аналізувати культуру в широкому сенсі, як життєвий світ людини, то саме в цьому світі формується/визначається певний «сценарій ґендерної поведінки»: культурно визначений перелік характеристик, ролей, видів діяльності, що зумовлюють соціальну поведінку жінок і чоловіків, і відносини між ними в певних суспільствах. Цей «сценарій ґендерної поведінки» охоплює нашу зовнішність, одяг, настанови, певний спосіб комунікації, розподіл оплачуваної та неоплачуваної роботи, сексуальність, сімейні зобов'язання тощо. Все це разом складає наші «ґендерні ролі», які обумовлюють різний особистий життєвий досвід. Незважаючи на різноманітність культур, в будь-якій культурі від ґендерних ролей залежить доступ до освіти, медичних послуг та ринку праці, тривалість життя та свобода пересування. Від ґендеру залежать наші взаємовідносини з іншими людьми, наша здатність приймати рішення та діяти автономно. Ґендер пронизує всі прояви особистості і є тим, з чим ми живемо щодня.

Коллективні уявлення про «типові чоловічі» або «типові жіночі» ролі, що

функціонують у культурі, сприяють створенню стереотипів, які можуть обмежувати або давати можливість жінкам і чоловікам реалізовувати себе. Наприклад, горизонтальна та вертикальна ґендерна сегрегація на ринку праці є результатом стереотипів щодо розподілу видів діяльності на суто «жіночі» та «чоловічі».

Культура та традиції можуть перешкоджати або допомагати, бути репресивними або створювати можливості для свободи особистості. Тому самі традиції і норми варто піддавати критичному судженню на предмет того, чи варто їх увічнювати, чи відмовитись від них.

Важливу роль не тільки у відображенні, але і створенні соціокультурних зразків та норм відіграє сфера культурної індустрії. Той контент, який передається у книгах, виставах, кіно, радіо- і телепередачах має потужний вплив на формування поведінкових моделей, пов'язаних із ґендерними ролями та відносинами.

Засоби масової інформації (ЗМІ) визнані впливовим фактором у процесі досягнення ґендерної рівності. На жаль, ЗМІ здебільшого продовжують зображати суспільне життя, як чоловічу сферу, залишаючи за жінкою сферу приватну. За результатами дослідження ГО «Інститут масової інформації», проведеного в грудні 2019 року, жінки, які є головними героїнями, присутні лише у 26,0% матеріалів в онлайн-новинах: кримінальної хроніки та надзвичайних ситуацій – 28,0%, шоу-бізнесу – 27,3%,

політики – 10,4%, спорту – 6,6%, лайфсторі – 6,1%, на міжнародну тематику – 4,5% та в матеріалах про права людини – 4,0%.

Щодо кількості експерток в онлайн-медіа: лише в кожному шостому матеріалі жінки-експертки дають коментар – у середньому лише в 15,0% матеріалів (Інститут масової інформації, 2019). Можна зробити висновок, що внесок жінок в політичне, культурне і суспільне життя є непомітний.

У ЗМІ часто поширюються патріархальні ґендерні стереотипи і сексизм. Особливо прояви сексизму дуже чітко спостерігаються при поданні інформації про жінок-політикинь, коли замовчуються їхні професійні якості, натомість увага привертається до їхнього вбрання, аксесуарів, зачісок та особистого життя. Водночас чоловіки-політики постають як сильні та рішучі особи, які можуть прийняти важливе і незалежне рішення.

Поширюється думка про те, що тільки чоловікові властиві «серйозні якості», такі як раціональність, лідерство, логічне мислення, а також орієнтація на роботу, або ж кар'єру. Натомість для жінки ніби характерні: емоційність, пасивність, перевага інтуїції над раціональністю та орієнтація на дім та сім'ю. ЗМІ намагаються показати цілковиту залежність жінки від чоловіка. Для аудиторії створюється декілька образів такої жінки. По-перше, це жінка-матір, для якої головною сферою реалізації є її сім'я, а найважливішим – турбота про дітей та чоловіка. По-друге, образ жінки-господині, яка більш за все полюбає свій дім. Процес доглядання

за домом, прибирання, створення комфорту, придбання нової побутової техніки є основним колом її інтересів. Третім образом є жінка-прикраса, яка є пасивним додатком до чоловіка. Саме через такі штучно створені образи виникають упереджені погляди стосовно ролі і місця жінки в суспільстві (Інститут масової інформації, 2015).

Не останню роль в поширенні ґендерних стереотипів відіграють реклама та маркетинг. Навіть якщо реклама в основному є маркетинговим інструментом, вона передає цінності, ставлення та стереотипи, які потенційно впливають на загальну поведінку поза рішеннями про купівлю товарів та пропонують погляд на світ через їхній сукупний вплив. Ознаками сексистської реклами є: трактування людини як об'єкта, яким можна розпоряджатися; підкреслене домінування однієї статі над іншою; стереотипізація ґендерних ролей. Традиційним для української реклами різновидом сексизму є еротизація образу жінки, коли через зображення оголеного тіла, його інтимної частини або через еротичний контекст підсилюється ідея пасивності й беззахисності жінки (Сокуренок, 2019).

Сфера культури загалом має вирішальне значення для подолання застарілих стереотипів та просування культурного різноманіття на основі ґендерної рівності. Зміни в сучасному суспільстві дають зрозуміти, що традиційна модель для наслідування жінок більше не є доцільною та реалістичною, оскільки зростаюча кількість жінок відіграє

провідну роль у суспільстві. На сьогодні можна переконатись, що жінки присутні у багатьох професійних сферах, які раніше вважались виключно чоловічою цариною.

Сфера культурної індустрії має стати більш орієнтованою на створення контенту, який відповідає вимогам часу – створенню сучасних образів та типу відносин між чоловіком і жінкою. Новий егалітарний тип відносин між статями, який йде на зміну патріархальному, заснований не на взаємозв'язку панування та підкорення, що задано традицією і зведено в ранг природного закону, а на відносинах особистої взаємодоповнюваності в суспільстві і сім'ї. Егалітарний принцип рівності статей не слід розуміти як стирання відмінностей між статями, навпаки, він передбачає врахування психофізіологічних особливостей, пов'язаних зі статтю, але одночасно веде к усуненню бар'єрів, що стають на заваді самореалізації особистості. Це стосується як жінок, так і чоловіків.

Серед основних ґендерних проблем у галузі культури і мистецтва в Україні можна виділити такі:

Ґендерний розрив у культурному споживанні: жінки частіше і більш регулярно споживають товари і послуги в сфері культури, ніж чоловіки.

Нерівний доступ до послуг в сфері культури у містах і сільській місцевості, а також для літніх людей, дітей та осіб з інвалідністю.

Ґендерний дисбаланс у вищій освіті: жінки складають найбільшу частку випускників вищих навчальних закладів у галузі культури і мистецтва.

Професійна сегрегація в сфері культури і мистецтва: нерівномірний розподіл жінок і чоловіків у різних підгалузях і напрямках діяльності сфери культури і мистецтва.

Ґендерний дисбаланс на рівні прийняття рішень: спостерігається тенденція, як і в будь-якій сфері, чим вище посада, тим менше на ній представлено жінок.

Нерівна помітність жінок і чоловіків щодо їх історичного та поточного внеску в культуру.

Поширення патріархальних ґендерних стереотипів в ЗМІ.

Еротизація жіночого образу та сексизм у рекламі.

Огляд питань ґендерної рівності у бюджетних програмах

У 2017-2019 роках за сприяння Проєкту «ґендерне бюджетування в Україні» було проведено ґендерний аналіз 9 бюджетних програм у сфері культури та мистецтва (Житомирська, Кіровоградська, Київська, Чернігівська, Хмельницька області та місто Київ).

У ході аналізу важливо було з'ясувати, як програми та бюджети впливають на жінок і чоловіків та підгрупи в рамках цих двох категорій, чи мають жінки і чоловіки у їхній різноманітності рівний доступ до послуг, які надаються через програми, чи відповідають послуги потребам та можливостям жінок і чоловіків (дівчат/хлопців), посилюють чи послаблюють заходи, які заплановані в програмах, ґендерну рівність.

Серед основних ґендерних питань та проблем, які вдалося з'ясувати, такі:

Відсутність ґендерно-дезагрегованих даних, що заважає визначенню ґендерних розривів та обґрунтуванню необхідності заходів, спрямованих на їхнє скорочення.

У всіх проаналізованих програмах виявлені ґендерні розриви та диспропорції, зокрема щодо чисельного представництва жінок і чоловіків серед працівників закладів культури та мистецтва і користувачів їхніх послуг.

ґендерні стереотипи та загальноживані рольові моделі поведінки жінок та чоловіків визначають їхні уподобання у культурі та мистецтві.

Програми сфери культури та мистецтва не враховують потреби жінок і чоловіків у всій їхній різноманітності.

Серед працівників у сфері культури і мистецтва чисельно переважають жінки, спостерігається стійка тенденція до фемінізації галузі.

Чоловіки/хлопці з сільської місцевості складають найменший відсоток користувачів послуг у сфері культури та мистецтва (особливо у сфері бібліотечних послуг).

Детальні результати аналізу, ключові проблеми, які слід вирішити для підвищення ефективності бюджетних програм, та рекомендації висвітлені у Додатку.

Рекомендації

За результатами ґендерного аналізу були запропоновані рекомендації щодо зменшення виявлених ґендерних розривів, подолання негативних тенденцій у забезпеченні потреб та задоволенні інтересів жінок і чоловіків у їхній різноманітності, а також покращення цілеспрямованості бюджетних програм на забезпечення ґендерної рівності, зокрема:

На етапі планування програм та бюджетів проводити ситуаційний аналіз та визначати потреби жінок і чоловіків та підгруп у межах цих двох категорій.

Систематично проводити ґендерний бюджетний аналіз усіх програм у даній сфері.

Досліджувати можливості жінок і чоловіків та підгруп у рамках цих двох категорій у доступі до послуг сфери культури та мистецтва.

Забезпечити збір ґендерної статистики у галузі культури і мистецтва (особливо щодо користувачів послуг).

Проводити просвітницькі та інформаційні кампанії щодо підвищення інтересу і залучення чоловіків та хлопців до заходів у галузі культури і мистецтва.

Проводити аналіз контенту заходів у галузі культури і мистецтва з метою запобігання поширення патріархальних ґендерних стереотипів.

Перспективи подальшої роботи

За результатами ґендерного бюджетного аналізу програм у галузі культури та мистецтва виявлено ґендерні розриви, негативні тенденції у забезпеченні потреб та задоволенні інтересів жінок та чоловіків, а також надано рекомендації Міністерству фінансів України, Міністерству культури, молоді та спорту України, Обласним державним адміністраціям та закладам культури і мистецтва щодо усунення та зменшення цих розривів. Зміни повинні бути внесені до політик, програм та бюджетних документів відповідно до наданих рекомендацій. Проект «ґендерне бюджетування в Україні» планує відстежувати зміни у програмах і бюджетних документах, та оцінювати їхній вплив на життя різних груп жінок і чоловіків.

Незважаючи на те, що вже багато змін можуть бути зроблені на основі наявних знань та виявленого в результаті аналізу ґендерного дисбалансу, деякі питання потребують подальшого вивчення, зокрема:

Причини існування ґендерного дисбалансу у користуванні послугами в сфері культури і мистецтва та залученні до культурних практик (відсутність послуг, які відповідають інтересам, брак інфраструктури, економічна маргіналізація тощо).

Методика визначення культурних потреб жінок і чоловіків, дівчат і хлопців.

Доступність послуг у сфері культури і мистецтва для жінок та чоловіків (дівчат/хлопців) з інвалідністю та мешканців сільської місцевості.

Механізми запровадження систем щорічного моніторингу залучення громадян України до заходів у галузі культури та мистецтва (із розподілом за статтю, віком, місцем проживання тощо), які проводяться в рамках реалізації бюджетних програм.

Методи проведення контент-аналізу джерел (телебачення, радіо преса, рекламні матеріали, театральні вистави тощо) на предмет поширення патріархальних ґендерних стереотипів.

Шляхи вдосконалення роботи закладів культури і мистецтва відповідно до потреб жінок і чоловіків, жителів міської і сільської місцевості тощо.

Додаток

Огляд питань ґендерної рівності,
виявлених за результатами ґендерного
бюджетного аналізу в галузі культури та
мистецтва

Послуги спеціалізованих навчальних закладів сфери культури і мистецтва

(Житомирська область і місто Київ)

Гендерні проблеми	Ключові питання, які необхідно вирішити при плануванні, наданні послуг та складанні бюджету
<ul style="list-style-type: none"> Існує гендерний розрив у чисельному представництві дівчат та хлопців, які навчаються у спеціалізованих мистецьких закладах (середні показники: дівчата – 68,0% осіб, хлопці – 32,0%). Існують гендерні відмінності у виборі напрямів навчання. Хлопці частіше вибирають такі напрями: гітара, духові, ударні інструменти та фортепіано, дівчата, натомість, – фортепіано, струнно-смичкові, вокал, народні інструменти. Найбільший розрив у представництві хлопців спостерігається за такими спеціальностями: «бібліотечна справа» (0,0%), «декоративно-прикладне мистецтво» (7,0%), «музичне мистецтво» (зокрема, спеціалізації: «теорія музики» (0,0%), «фортепіано» (13,0%), «хорове диригування» (14,0%). Натомість дівчат найменше представлено у спеціальності «музичне мистецтво» (спеціалізація «оркестрові духові та ударні інструменти» (11,0%). На спеціальностях, де навчаються виключно дівчата («бібліотечна справа», «музичне мистецтво» зі спеціалізацією «теорія музики»), найнижча вартість навчання у розрахунку на одну особу. Співвідношення жінок та чоловіків серед працівників спеціалізованих мистецьких навчальних закладів складає: жінки – 71,0%, чоловіки – 29,0%. Середній розрив в оплаті праці працівників закладів становить 5,6% на користь жінок. 	<ul style="list-style-type: none"> При визначенні обсягів регіонального замовлення розраховувати та використовувати реальну потребу регіону в кадрах та вживати заходи щодо працевлаштування випускників закладів сфери культури та мистецтва Проводити гендерно-чутливі інформаційні кампанії з метою подолання гендерних стереотипів, пов'язаних із фемінізацією сфери освіти та культури. Проводити навчання для викладацького складу з питань інтеграції гендерного підходу у навчально-виховний процес.

Бібліотечні послуги

(Кіровоградська, Хмельницька області)

Гендерні проблеми	Ключові питання, які необхідно вирішити при плануванні, наданні послуг та складанні бюджету
<ul style="list-style-type: none"> Активність жінок у користуванні бібліотечними послугами в Кіровоградській області є більш високою порівняно з чоловіками, зокрема за такими показниками: користувачі у відсотковому співвідношенні до загальної кількості відповідних груп населення (жінки – 39,5%; чоловіки – 30,5%; (у т.ч. сільська місцевість – 23,6%); кількість відвідувань бібліотеки на одну особу-користувача: жінки – 17; чоловіки – 5; кількість виданих примірників літератури на одну особу-користувача: жінки – 27; чоловіки – 20. У Хмельницькій області серед користувачів бібліотечними послугами також переважають жінки, їхня кількість становить 59,4%, в той час, як чоловіків – 40,6%. Недостатньою є зацікавленість чоловіків різних груп у відвідуванні масових заходів, що проводяться бібліотеками (серед учасників заходів жінок удвічі більше, ніж чоловіків): жінки – 66,0%; чоловіки – 34,0% (Кіровоградська область). Серед вікових груп нижчою є активність користувачів бібліотечними послугами у віці від 22 років, особливо чоловіків у сільській місцевості (у% до загальної кількості відповідних груп населення): жінки – 27,5%; чоловіки – 20,1%; (у т.ч. сільська місцевість – 9,5%). Більш висока активність користувачів у віці до 22 років пов'язана із навчанням в освітніх закладах та відповідно підвищеним попитом в отриманні інформаційних ресурсів (Кіровоградська область). У Хмельницькій області шляхом 	<ul style="list-style-type: none"> Проводити інформаційно-просвітницькі акції щодо популяризації публічних бібліотек, особливо серед хлопців та чоловіків. Систематично проводити інформаційно-роз'яснювальну та профорієнтаційну роботу серед хлопців з метою уникнення ґендерних стереотипів при виборі професії бібліотекаря. Розвиток бібліотечної інфраструктури здійснювати відповідно до потреб жінок та чоловіків та підгруп в рамках цих двох категорій. Проводити опитування серед жінок і чоловіків з питань задоволеності роботою наявних бібліотек, відповідності бібліотечного фонду потребам жінок і чоловіків, необхідності розширення бібліотечних послуг, зацікавленості в організації та проведенні бібліотечних заходів (з урахуванням вікових та соціальних особливостей жінок і чоловіків). Бібліотекам включити до основної діяльності бібліотечних закладів тематичні заходи, спрямовані на зацікавленість різних груп хлопців і чоловіків у читанні, відвідуванні бібліотек та користуванні інформаційними бібліотечними ресурсами.

Гендерні проблеми

Ключові питання, які необхідно вирішити при плануванні, наданні послуг та складанні бюджету

аналізу видачі літератури за напрямками встановлено, що чоловіки надають перевагу науковій (55,0% чоловіків) та технічній літературі (54,5% чоловіків), а жінки – мистецькій (72,0% жінок), художній (66,5% жінок), перекладній (57,5% жінок) та суспільно-політичній (53,7% жінок).

- Переважним є представництво жінок серед бібліотекарів (фемінізація бібліотечної професії) жінки – 96,3%, чоловіки – 3,7% у Кіровоградській області; жінки – 98,8%, чоловіки – 1,2% в Хмельницькій області. Одним із факторів, що впливає на поширення фемінізації галузі, є низький рівень заробітної плати.
- У Хмельницькій області середньомісячна заробітна плата жінок є вищою, ніж у чоловіків. Найбільший розрив у середньомісячній заробітній платі жінок та чоловіків спостерігається серед спеціалістів – 33,8% (5130 грн – жінки, 4069 грн – чоловіки), найнижчий серед обслуговуючого та технічного персоналу – 3,1% (жінки – 4024 грн, чоловіки – 3886 грн).
- Недостатнім є рівень матеріально-технічного оснащення сільських бібліотек (не вистачає сучасної літератури, техніки та технологій, сучасних баз даних, освіченого персоналу).
- У структурі видатків на утримання бібліотек найбільшу питому вагу займають видатки на заробітну плату з нарахуваннями – 91,5%, на другому місці – 5,8% видатки на енергоносії, що свідчить про екстенсивну форму функціонування закладів, 1,7% займає оплата послуг, 0,8% – предмети, матеріали, обладнання та інвентар, 0,1% видатки на відрядження (Хмельницька область).
- В адміністративній звітності та документах, що застосовуються в бюджетному процесі, показники щодо користувачів та персоналу бібліотек відображати з розподілом за статтю, віком і місцем проживання.

Театри

(Житомирська область)

Гендерні проблеми

- У 2018 році штатна чисельність працівників театрів становила 220 одиниць, у тому числі муздрамтеатр – 168 (76,4%), театр ляльок – 52 (23,6%). Фактична чисельність – 203 особи, в тому числі жінок – 117 (57,7%), чоловіків – 86 (42,3%).
- Жінки-артистки мають дещо вищу кваліфікаційну категорію ніж чоловіки. Із загальної кількості артистичного та художнього персоналу 12 осіб мають звання заслужених артистів (діячів, працівників), серед жінок-артисток – 9 осіб (75,0%) серед чоловіків – 3 (25,0%).
- Жінки складають 64,7% серед відвідувачів музично-драматичного театру та театру ляльок. За віковими групами найбільше глядачів муздрамтеатру (41,7%) складають відвідувачі у віці від 26 до 44 років. У цій категорії 75,6% складають жінки, 24,4% – чоловіки.
- Серед глядачів театрів питома вага міського населення становить 84,3%, сільського – 15,7%, хоча, згідно зі статистичними даними, розподіл вказаних груп у загальній чисельності постійного населення Житомирської області становить 58,8% до 41,2%. Серед глядачів муздрамтеатру розрив у співвідношенні міського та сільського населення ще більший: 90,8% міського населення на 9,2% сільського.

Ключові питання, які необхідно вирішити при плануванні, наданні послуг та складанні бюджету

- Організувати належну співпрацю з потенційними представниками цільових груп отримувачів послуг (дослідження та аналіз портрету кожної цільової групи, а саме вік, співвідношення чоловіків/жінок в групі, місце проживання, рівень освіти, рівень доходу, та інше) для визначення потреб глядачів та підготовки відповідного репертуару.
- Запровадження сторінки відгуків глядачів та постійний моніторинг глядацьких вподобань. За результатами досліджень забезпечити оновлення репертуарної афіші для відповідних категорій глядачів, особливо для більшого залучення молоді та чоловіків, глядачів з особливими потребами (наприклад, для відвідувачів із вадами слуху надання можливості перегляду вистав із текстовою візуалізацією на екрані в залі, для осіб із вадами зору забезпечити аудіоопис у навушниках, для людей з аутизмом та зниженою здатністю до навчання під час вистав залишати світло увімкненим, а звук приглушити, щоб відвідувачі почувалися максимально комфортно і т.д.).
- Опрацювати спільно з органами влади віддалених від міста Житомира адміністративно-територіальних одиниць та підприємствами-перевізниками графік роботи транспорту для забезпечення можливості відвідування театрів мешканцями сільської місцевості.
- Внести зміни в графіку показу окремих вистав.
- Забезпечити максимальне охоплення території області гастрольною діяльністю.
- Розробити проєкт абонементної системи відвідування вистав.
- Оновити сайти для покращення

Гендерні проблеми

Ключові питання, які необхідно вирішити при плануванні, наданні послуг та складанні бюджету

- Фактично фінансова підтримка з обласного бюджету в обох театрах становить більше 83,0% і спрямовується в основному на виплату заробітної плати працівникам (89,6% загальних видатків з бюджету) та плату за спожиті енергоносії та комунальні послуги (7,3%).
 - Наявна ситуація із санітарними умовами в муздрямтеатрі для жінок не відповідає нормам (майже втричі), що фактично підтверджується постійними чергами до жіночих вбиральнь під час роботи театру.
- інформаційного забезпечення населення та розвитку і доступності електронних послуг, запровадження онлайн бронювання та придбання електронних квитків на вистави.
 - Залучати можливості інших інтернет-ресурсів, зокрема використовувати соціальні мережі, блоги та спеціальні форуми, в тому числі для реклами театрів.
 - При проведенні ремонтів чи реконструкції театрів неодмінно врахувати вимоги ДБН щодо забезпечення санітарними умовами.
 - Обладнати вбиральні, розраховані на користування особами з інвалідністю у візках, та інші спеціальні пристрої (пандуси, підйомники, поручні) для використання території навколо і всередині театрів особами з особливими потребами.
 - Театрам вжити заходів щодо збільшення різних джерел фінансування, залучення меценатів та спонсорів для надання фінансової, матеріальної та іншої підтримки (налагодження зв'язків між закладами та бізнесом (фандрейзинг). Розширити перелік супутніх платних послуг шляхом проведення майстер-класів, тренінгів, створення театральних студій, надання послуг по організації і проведенню свят та урочистостей, тощо.
 - Управлінню культури та туризму облдержадміністрації спільно з обласною радою та театрами упорядкувати питання щодо визначення умов відвідування вистав пільговою категорією споживачів (відповідно до наказу Міністерства культури України від 30.01.2013 №43 «Про реалізацію права соціально незахищених верств населення на відвідування підприємств, установ та організацій, які належать до сфери управління Мінкультури України, на пільгових умовах»).

Музеї і виставки

(Київська, Чернігівська, області)

Гендерні проблеми	Ключові питання, які необхідно вирішити при плануванні, наданні послуг та складанні бюджету
<ul style="list-style-type: none"> Жінки переважають у загальній кількості відвідувачів музеїв – понад 60,0%. За віковою структурою серед відвідувачів музеїв переважає доросле населення – понад 60,0%. За кількістю відвідувачів переважають музеї, що знаходяться в міській місцевості – 174 тис. осіб або 84,0%, тоді як кількість відвідувачів музеїв у сільській місцевості – 33 тис. або 16,0% (Київська область). Серед відвідувачів музеїв 59,8% складають жителі міст області, 29,5% – мешканці інших областей, 9,1% – мешканці сільської місцевості, 1,6% – громадяни інших країн (Чернігівська область). Серед працівників музеїв обласного підпорядкування кількісно переважають жінки: 70,0% – Київська область; 61,8% – Чернігівська область. Жінки кількісно переважають в усіх категоріях працівників: керівники – 53,0%, спеціалісти – 75,0%, обслуговуючий персонал – 81,0%, робітники – 51,0%. Чоловіки найчисельніше представлені в категорії керівників – 47,0% та робітників – 49,0% (Чернігівська область). Низька представленість чоловіків серед працівників музеїв зумовлена низькою популярністю отримання чоловіками профільної освіти за напрямом 	<ul style="list-style-type: none"> З метою максимального наближення музейних послуг до різних верств населення при розробці обласної програми на наступний період у частинах мети, завдань та заходів, врахувати гендерні проблеми, виявлені під час аналізу. Внести зміни до результативних показників щодо діяльності музеїв та виставок з метою висвітлення гендерних аспектів. Впровадити програму комп'ютерного моніторингу відвідувачів музеїв, враховуючи показники, розподілені за статтю та віком, що дасть можливість враховувати статево-вікову структуру відвідувачів під час планування та розподілу бюджетного ресурсу. Проводити інформаційні кампанії щодо популяризації музеїв. Запровадити анкетування відвідувачів музеїв з питань задоволеності роботою музейних закладів, відповідності експозицій інтересам жінок та чоловіків, дівчат і хлопців. Враховуючи результати опитування, включити тематичні заходи, які б задовольняли інтереси жінок і чоловіків, які належать до різних вікових та соціальних груп. Проводити профорієнтаційну та мотиваційну роботу серед випускників ВНЗ та в центрах зайнятості з метою

Гендерні проблеми	Ключові питання, які необхідно вирішити при плануванні, наданні послуг та складанні бюджету
<p>«Музейна справа та охорона пам'яток історії та культури», а також низькою заробітною платою.</p> <ul style="list-style-type: none"> Гендерний розрив в середній заробітній платі працівників музеїв Київської області в 2017 році склав 6,7%, Чернігівської області в 2018 році – 5,3% на користь жінок. Середня заробітна плата на місяць жінок – 3 817 грн., чоловіків – 3 561 грн. (Київська область); жінок – 4 000 грн., чоловіків – 3 900 грн. (Чернігівська область). Гендерний розрив у заробітній платі на користь жінок за категорією керівників склав 16,7%; спеціалістів – 11,0% (Київська область). Гендерний розрив у заробітній платі на користь чоловіків за категорією обслуговуючого та технічного персоналу – 2,5%; робітників – 10,0% (Київська область). Різниця у заробітній платі між жінками і чоловіками пов'язана з надбавками за трудовий стаж, який переважає у жінок. Структура видатків обласного бюджету на фінансування музеїв: 74,9% – оплата праці працівників, 11,0% – оплата послуг сторонніх організацій (охорона музеїв), 7,0% – оплата комунальних послуг і енергоносіїв, 3,1% – археологічні дослідження, придбання предметів, матеріалів, і обладнання – 2,6%, інші видатки – 1,4%. 	<p>посилення кадрового потенціалу музейних закладів.</p> <ul style="list-style-type: none"> Переглянути графіки роботи музейних закладів з метою врегулювання питання доступності до їхніх послуг більшої кількості відвідувачів з числа працюючого населення.

Заповідники

(Київська область, Вишгородський історико-культурний заповідник, Національний музей-заповідник «Битва за Київ у 1943 році»)

Гендерні проблеми	Ключові питання, які необхідно вирішити при плануванні, наданні послуг та складанні бюджету
<ul style="list-style-type: none"> Серед відвідувачів заповідників за усіма віковими категоріями переважають чоловіки. Зокрема, чоловіки переважають у загальній кількості відвідувачів – 60,7%; серед дітей – 60,2%; молоді – 61,6%; осіб середнього віку – 63,25; літніх людей – 53,6%. Питому вагу користувачів послуг заповідників складають мешканці сільської місцевості – 89,0%; міської місцевості – 11,0%. Серед працівників заповідників переважають жінки – 56,0%. Жінок більше лише за категорією спеціалістів; на посадах керівників, обслуговуючого і технічного персоналу спостерігається гендерний баланс. За віковою структурою переважають працівники у віці 36-60 років. Гендерний розрив у заробітній платі складає 19,3% на користь жінок (середньомісячна заробітна плата жінок – 4850 грн., чоловіків – 3913 грн.). Заробітна плата жінок є вищою за всіма категоріями посад. Розрив у заробітній платі пов'язаний із надбавками за трудовий стаж, який переважає у жінок. Низький рівень заробітної плати впливає на плинність кадрів та престижність професії загалом. 	<ul style="list-style-type: none"> Запровадити на постійній основі ефективний інструмент зворотного зв'язку з користувачами послуг заповідників (опитування) з метою вивчення питання задоволеності їхньою роботою жінок і чоловіків та підгруп в рамках цих двох категорій. З урахуванням опитування серед жінок і чоловіків дослідити потреби жителів сільської та міської місцевості, рівень їхньої зацікавленості у відвідуванні заповідників, в організації та проведенні виставок, екскурсій та інших заходів, доцільність розширення переліку послуг, що надаються заповідниками. Розвиток інфраструктури заповідників здійснювати відповідно до потреб жінок та чоловіків та підгруп в рамках цих двох категорій, зокрема, шляхом актуалізації інформаційних ресурсів, модернізації матеріально-технічної бази, підвищення рівня інформатизації заповідників, розвитку нових компетенцій персоналу та підвищення його рівня соціального забезпечення, створення рівних умов щодо отримання послуг за бюджетні кошти. Проводити інформаційно-просвітницькі заходи для підвищення показника рівня охоплення послугами.

Зоопарк

(Менський зоологічний парк, Чернігівська область)

Гендерні проблеми	Ключові питання, які необхідно вирішити при плануванні, наданні послуг та складанні бюджету
<ul style="list-style-type: none"> Серед відвідувачів 52,4% становлять жінки, 47,6% – чоловіки, що засвідчує зацікавленість представників обох статей у такій формі організації дозвілля. За віковими групами серед відвідувачів зоопарку переважають діти (59,0%). Відсоток дорослих відвідувачів формується за рахунок сімейних відвідувань, а також дорослих, які супроводжують дитячі групи. Найбільш активними відвідувачами зоопарку є жителі міст Чернігівської області – 60,6%, натомість частка відвідувачів з числа мешканців сільської місцевості Чернігівської області становить 18,5%. Протягом 2017 року 9,9% від загальної кількості відвідувачів охоплено науково-освітніми послугами зоопарку (екскурсії, лекції, масові заходи з дозвілля та науково-освітні заходи), що свідчить про доцільність підвищення даного показника. Серед працівників зоопарку лише 15,9% мають вищу освіту, що є стримуючим фактором для розвитку науково-дослідницької та освітньої роботи в закладі. Серед працівників зоопарку переважають чоловіки – 56,8% від загальної чисельності працюючих, при цьому більшість із них – на посадах робітників (68,0%). 	<ul style="list-style-type: none"> З метою максимального наближення послуг зоопарку до різних верств населення при розробці обласної програми на наступний період в частині мети та завдань, врахувати гендерні проблеми, виявлені під час аналізу, а також включити гендерну складову в частині показників затрат і продукту. Опрацювати концепцію розвитку інфраструктури та удосконалення рекреаційної зони, яка сприятиме формуванню потенційної цільової аудиторії, дозволить зберегти і збільшити попит на послуги зоопарку (в т.ч. збільшення площі дитячого майданчика з метою створення умов відпочинку для сімей з дітьми, встановлення додаткових гойдалок, які користуються популярністю), що сприятиме збільшенню кількості відвідувачів. Вжити заходів щодо посилення безпеки для відвідувачів та працівників (оновлення та встановлення більш безпечних огорожувальних конструкцій тощо). Запровадити анкетування серед відвідувачів (жінок і чоловіків, хлопчиків та дівчат) з метою вивчення питань задоволеності роботою зоопарку, потреб споживачів, необхідності розширення спектру послуг, колекції тварин з подальшим врахування їхніх результатів при складанні планів роботи зоопарку. При формуванні оперативних та перспективних планів за основними напрямками діяльності зоопарку включити тематичні заходи, спрямовані

Гендерні проблеми

- Переважна частина працівників – це люди таких вікових категорій: 25-40 років – 43,2% (19 осіб) і 40-57 років – 43,2% (19 осіб). Працівники у віці понад 57 років складають 13,6% від загальної чисельності працюючих.
- У зоопарку середня заробітна плата жінок (4,1 тис грн.) на 17,1% більша з огляду на вищі категорії посад, ніж середня заробітна плата чоловіків (3,5 тис. грн.). Загалом заробітна плата працівника зоопарку в середньому становила у 2017 році 3,8 тис. грн., що на 33,0% менше, ніж середня заробітна плата в Чернігівській області.

Ключові питання, які необхідно вирішити при плануванні, наданні послуг та складанні бюджету

- на розширення цільової групи відвідувачів (в т.ч. дітей-сиріт та осіб з інвалідністю), зокрема день народження тварини, дитячі дні народження, проведення екологічних свят, квестів, екскурсій, святкових фотозон тощо.
- Опрацювати питання впровадження послуг зоопарку для людей з інвалідністю (іпотерапія, контактний зоопарк тощо) із залученням до співпраці нових соціальних партнерів.

Джерела

Державна служба статистики України (2017): Заклади культури, мистецтва, фізичної культури і спорту України у 2016 році. Статистичний бюлетень, 2017 р.

Державна служба статистики України (2019): Жінки і чоловіки в Україні. Статистичний збірник. Київ, 2019.

Інститут масової інформації (2015): Сексистські медіаролі жінок: «прикраса для чоловіка», «берегиня».

Режим доступу: <https://imi.org.ua/articles/seksistski-media-rol-i-jinok-prikrasa-dlya-cholovika-bereginya-i682>

Інститут масової інформації (2019): Моніторингове дослідження ґендерного балансу в українських онлайн-ЗМІ. Грудень 2019.

Режим доступу: <https://imi.org.ua/monitorings/monitoryngove-doslidzhennya-gendernogo-balansu-v-ukrayinskyh-onlajn-zmi-gruden-2019-i30940>

Міністерство культури України (2018): Установи галузі. Театри.

Режим доступу: http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/officialcategory?cat_id=244908600

КМІС (2019): Деякі аспекти культурних практик і культурної інфраструктури України. Результати всеукраїнського опитування. Одеса, 2019.

Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1d1WQkvZ69QuLg9vxMjgkV6k2pXbNNsFX/view>

Проект ГОБ (2017): Звіти Робочих груп з ґендерного бюджетування в Житомирській, Кіровоградській областях та місті Києві за результатами ґендерного бюджетного аналізу програм в галузі культури і мистецтва.

Проект ҐОБ (2018): Звіти Робочих груп з ґендерного бюджетування в Київській та Чернігівській області за результатами ґендерного бюджетного аналізу програм в галузі культури і мистецтва.

Проект ҐОБ (2019): Звіти Робочих груп з ґендерного бюджетування в Житомирській, Чернігівській, та Хмельницькій області за результатами ґендерного бюджетного аналізу програм в галузі культури і мистецтва.

Сокурєнко Є. (2019): Плата за сексизм. Чи допоможе новий закон побороти дискримінацію в рекламі?

Режим доступу:

https://zmina.info/articles/plata_za_seksizm_chi_dopomozhe_novij_zakon_poboroti_diskriminaciju_v_reklami/

Williams R. (1997): Culture is ordinary // Gray A., McGuigan J., eds. Studying Culture. An Introductory Reader. London, New York: Arnold, 1997, pp. 5 – 14

ЄК (2006): Європейська Комісія (Генеральний директорат з питань освіти і культури. Економіка культури в Європі.

Режим доступу: http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf

Work.ua (2020):

Режим доступу: <https://www.work.ua/jobs-kyiv-culture-music-showbiz/?adv=1&page=4&-job-list&category=7#3724162>

