

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
«КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»**

**Факультет соціальних наук і соціальних технологій**

**Кафедра соціології**

**КУРСОВА РОБОТА**

галузі знань 0301 "Соціально-політичні науки"  
напряму підготовки 6.030101 "Соціологія"

з теми

**ГЕНДЕРНІ ВІДМІННОСТІ У СФЕРІ ДОЗВІЛЛЯ НАСЕЛЕННЯ МІСТ  
УКРАЇНИ**

*Виконала студентка 3 р.н.:*  
Адамська Ксенія Вадимівна

*Науковий керівник:*  
канд. соц. н., доцент  
кафедри соціології  
Марценюк Т.О.

Київ – 2014

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. ЯВИЩЕ ДОЗВІЛЛЯ ТА ЙОГО ВИВЧЕННЯ У КОНТЕКСТІ ГЕНДЕРНИХ ВІДНОСИН .....	6
1.1. Концептуалізація поняття дозвілля.....	6
1.2. Гендерні аспекти явища дозвілля.....	8
РОЗДІЛ 2. ДОЗВІЛЛЯ МІСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ.....	16
2.1. Гендерні відмінності у виборі дозвіллевих практик .....	18
2.2. Суб'єктивне сприйняття дозвілля жінками та чоловіками.....	26
ВИСНОВКИ.....	30
Список використаних джерел .....	33
Додаток А. Вихідні таблиці (Output SPSS).....	37

## ВСТУП

Взаємодія та (не-)рівність жінок та чоловіків у сферах політики, ринку праці, громадського життя, освіти давно стали предметом вивчення вітчизняних соціологів та соціологинь. Однак, такий аспект життя індивідів як дозвілля є досить малодослідженим в Україні у контексті його відношення до статусу жінки або чоловіка.

Явище дозвілля доцільно розглядати, беручи за точку відліку конкретну соціальну категорію людей. Логічно припустити, що загалом дозвіллеві практики молодих дівчат та хлопців, які ще не мають власних сімей, значно відрізняються від тих занять, що притаманні дорослим жінкам та чоловікам, які мають роботу, дітей, а тому більший обсяг обов'язків, вищий ступінь відповідальності. Дозвілля останніх, в свою чергу, є відмінним від уподобань осіб старшого віку, які переживають життєвий етап «порожнього гнізда», коли діти подорослішали і покинули батьківський дім, коли основні щоденні практики видозмінюються, з'являються інші інтереси. Аналогічно може відрізнитись дозвілля людей з різною освітою, з різними матеріальними статками, з різними матримоніальними статусами, різними територіями проживання тощо.

Західні автори та авторки вже протягом декількох десятиліть звертають увагу на те, що сімейне життя жінки нерозривно пов'язане з її певними втратами у сфері вільного часу та відпочинку. Жінки переживають те, що дослідниці та дослідники гендеру називають «подвійним навантаженням» («second shift»), тобто необхідність виконання додаткової роботи, а саме неоплачуваної, тієї, що пов'язана з домогосподарством, окрім своєї основної праці, за яку вони отримують гроші. Повертаючись з основної роботи додому, жінка зазвичай «повинна» приготувати вечерю, прибрати оселю. Деякі матері «мають» допомогти дітям зі шкільними завданнями, відвести/забрати дітей до/з гуртків та секцій. На чоловіків така відповідальність покладається значно рідше. Їхня рівноцінна участь у домашній праці є радше винятковою

внутрішньосімейно узгодженою практикою, аніж поширеною у суспільстві нормою.

Отже, часові витрати жінок на «другу роботу», так чи інакше, позначаються на можливості жінки мати достатньо часу на себе та свої хобі. Безперечно, чоловіки витрачають деякий час на хатню роботу також, проте кількісні дані свідчать про нерівномірний розподіл часу на «домашні» справи жінками і чоловіками: якщо чоловіки Європи, Америки, Азії та Африки витрачають щонайбільше 3 години на добу на хатню роботу (від 40 хвилин у Кореї до 3 годин у Данії), то жінкам доводиться приділяти їй щонайменше 3 години 45 хвилин (від 3 годин, 45 хвилин у Норвегії до 6 годин 25 хвилин у Туреччині) [28, с. 15]. За даними українських досліджень, чоловіки в Україні витрачають на хатню роботу здебільшого від 1 до 15 годин на тиждень, натомість жінки – від 5 до 30 [2, с. 70].

Постають питання, яким чином відрізняється дозвілля чоловіків та жінок в Україні; чи дозвілєві практики, як-от, перегляд телебачення або прослуховування музики, все ще залишаються дозвіллям, коли вони суміщаються з хатньою роботою на кшталт прасування білизни або приготування їжі; якими чинниками можна пояснити ті чи інші відмінності у проведенні дозвілля жінками та чоловіками.

У даній роботі увагу зосереджено на дозвілєвих практиках саме міського населення, що перебуває в офіційному або цивільному шлюбі, оскільки фактор проживання у місті та фактор наявності партнера чи партнерки частково визначають можливості та форми проведення дозвілля усіх індивідів загалом.

**Метою** дослідження є виявлення гендерних відмінностей дозвілєвих практик українського дорослого міського населення, що перебуває у зареєстрованому або цивільному шлюбі.

**Завданнями** є такі:

- 1) здійснити концептуалізацію поняття «дозвілля»;
- 2) систематизувати наявні дослідження, що вивчають гендерні аспекти дозвілля;

- 3) виявити види та характеристики дозвілєвих практик, притаманних міському населенню України, яке перебуває в офіційному або цивільному шлюбі;
- 4) встановити суб'єктивну оцінку власного дозвілля індивідами залежно від їхньої статі.

Відтак, у даній роботі *об'єктом* є доросле міське населення України, віком від 18 років, що перебуває в офіційному або цивільному шлюбі.

*Предметом* дослідження є гендерні відмінності у дозвіллі дорослого міського населення України, що перебуває в офіційному або цивільному шлюбі.

Дослідження ґрунтується на застосуванні кількісної методології – опрацюванні масивів даних «Європейського соціального опитування» («European Social Survey» (хвиля 5, 2010)), «Європейського дослідження цінностей» («European Values Survey» (хвиля 4, 2008)) та опитування «Маркетинг та медіа індекс Україна» («Marketing and Media Index Ukraine») (2010)) за допомогою програми SPSS.

## РОЗДІЛ 1

### ЯВИЩЕ ДОЗВІЛЛЯ ТА ЙОГО ВИВЧЕННЯ У КОНТЕКСТІ ГЕНДЕРНИХ ВІДНОСИН

#### 1.1. Концептуалізація поняття дозвілля

Деякі західні автори та авторки у 70-х роках визначали дозвілля як час, що залишається після оплачуваної роботи та будь-яку діяльність, спрямовану на підтримку сім'ї, домогосподарства та індивідуального догляду, або діяльність, яку люди виконують у свій вільний час [29]. Однак, таке формулювання визначення дозвілля обмежувало дослідження багатьох аспектів явища, залишало поза увагою такі питання: «чому вибір певних видів занять переважає над іншими» [29], чи справді будь-яка діяльність поза оплачуваною роботою є добровільною, як в такому разі концептуалізувати, що є фізичним та емоційним відпочинком тощо. Сучасні дослідниці та дослідники звузили визначення поняття дозвілля таким чином, що воно тісно пов'язалось з діяльністю, спрямованою на отримання задоволення, самореалізацію та самовираження: «Дозвілля є широким терміном, що може позначати заняття, час та простір, що включають відпочинок, спорт, туризм, мистецтва, культурну діяльність та оновлюючу фізичну активність» [18].

Деякі вітчизняні автори та авторки, зокрема О. Семашко, В. Піча, Н. Цимбалюк, Ю. Яковенко, розглядають дозвілля та вільний час як окремі явища, що мають свої особливості. Хоча в повсякденному житті люди ототожнюють вільний час та дозвілля, ці поняття мають дещо відмінні значення. Вільний час тотожний позаробочому часу, тобто може охоплювати також і «транспортні витрати часу», і спрямований на «забезпечення життєдіяльності людей, виконання сімейних обов'язків, громадську діяльність» [15, с.121]. Натомість дозвілля – «це час занять, протягом якого люди займаються переважно відновленням фізичних, розумових та психічних сил, затрачених у сфері праці» [8, с. 221]. Доцільно додати, що дозвілля здебільшого передбачає діяльність,

спрямовану на отримання задоволення, позитивних емоцій, розвитку інтелектуального або духовного потенціалу.

I. Петрова зазначає, що існує декілька підходів до визначення дозвілля. Ці підходи умовно окреслюють дозвілля з різних боків: як частину часового простору, як вид життєдіяльності та як певний психічний стан [12, с.7–8]. Серед ознак дозвілля авторка називає добровільність вибору дозвіллевої діяльності, його самоцінність, бажання людини отримати у дозвіллі радість та задоволення. Т. Нельга стверджує, що «головне призначення вільного часу – всебічний розвиток особистості. Тобто бажано використовувати свій вільний час так, щоб мати можливість постійно підвищувати свій інтелектуальний рівень, ставати духовно багатшими» [9]. Тобто, характерним є поступ у визначенні дозвілля від винятково кількісної парадигми до більш якісної, що враховує не лише форму, але й зміст дозвілля, його сприйняття індивідом.

Однак, у емпіричних дослідженнях дозвілля, аналіз даного явища ґрунтується на більш практичній його концептуалізації, спрямованій на полегшення операціоналізації при складанні опитника.

Організація для економічної співпраці та розвитку (Organization for Economic Cooperation and Development) зазначає, що «Межа між неоплачуваною роботою та дозвіллям визначається за критерієм «третьої особи». Якщо третій особі можна платити за певну діяльність, це робота. Приготування їжі, прибирання, догляд за дитиною...прикладі неоплачуваної роботи. З іншого боку, комусь іншому неможливо платити за перегляд фільму, гру в теніс...» [28, с. 10].

Таким чином, надалі аналіз явища дозвілля передбачатиме розгляд тієї рекреаційної діяльності жінок та чоловіків, що вони виконують у вільний від оплачуваної та неоплачуваної роботи час, на засадах власного бажання та прагнення її виконувати.

## 1.2. Гендерні аспекти явища дозвілля

Дослідження дозвілля безпосередньо пов'язані із вивченням суміжних явищ у житті індивідів, як-от розподілу часу, доступу до матеріальних ресурсів, робочого навантаження тощо. Тому наукові праці з тематики дозвілля часто розкривають зміст даного явища не цілісно, а частково – з того куту зору, який релевантний у контексті вивчення інших процесів у житті жінок та чоловіків.

Дозвілля постало як предмет дослідження ще наприкінці XIX століття у праці Т. Веблена (T. Veblen) «Теорія бездіяльного класу». В 20-х роках XX століття переважно західні науковці розвивали і накопичували знання з даної тематики і вже у 60-х – 70-х роках напрацювання дослідників та дослідниць узагальнилися у соціологічній літературі, зокрема у 1969 році вийшов журнал «Суспільство та дозвілля» [8].

Серед західних вчених та вченкинь як таких, що зробили значний внесок у дослідження дозвілля, доцільно назвати Ж. Дюмазедьє (J. Dumazedier), Ж. Фурастьє (J. Fourastié), Р. Лінда (R. Lynd), К. Робертса (K. Roberts), С. Паркера (S. Parker), М. Каплана (M. Kaplan), Дж. Робінсона (J. Robinson) [1]; із сучасних авторок та авторів – К. Гендерсон (K. Henderson), М. Біалескі (M. Bialeschki), К. Айткісон (C. Aitchison) [18; 22]. Наразі виходить низка зарубіжних фахових соціологічних видань, що висвітлюють дослідження дозвілля та вільного часу: «Журнал досліджень дозвілля» («Journal of Leisure Research»), «Студії дозвілля» («Leisure Studies»), «Журнал австралійської та новозеландської асоціації дослідження дозвілля» «ANZALS (Australian and New Zealand Association for Leisure Studies) Journal» та інші.

На теренах колишнього СРСР дослідження дозвілля розпочались у 20-х роках XX століття із праць Струмиліна. У 50-х роках економіст Пруденський сприяв накопиченню знань з тематики дозвілля, а із сучасних вітчизняних дослідників соціологія дозвілля завдячує О. Семашку, Н. Цимбалюк, І. Петровій, Н. Бабенко, І. Калабихиній та іншим.



Дослідження дозвілля у межах гендерного підходу передбачає фокусування на різних аспектах даного явища: різноманітні дозвіллевих практик жінок та чоловіків; гендерній нерівності як причини та водночас продукту певного розподілу вільного часу жінок та чоловіків; чинниках вибору тих чи інших дозвіллевих практик жінками та чоловіками; зв'язку дозвілля жінок і чоловіків з їхньою зайнятістю та залученістю до приватної та публічної сфери життя суспільства тощо. На базі такого умовного виділення основних можливих предметів гендерно-дозвіллевої тематики доцільно виокремити декілька «течій» соціологічних досліджень.

По-перше, дослідники та дослідниці зацікавлені в аналізі тих особливостей дозвілля, що відображають та відтворюють гендерну нерівність. М. Агіяр (Aguiar) та Е. Хурст (Hurst) стверджують, що у Сполучених Штатах Америки з 1965 до 2005 року кількість часу на дозвілля збільшилась на 5 годин у чоловіків і на 3 години у жінок, при тому, що з 1985 року кількість часу, що його витрачають чоловіки на дозвілля, залишалась стабільно однаковою, а ресурс часу на дозвілля для жінки знову поступово зменшувався [17].

Відмінності у наявності часу на дозвілля в жінок і чоловіків пов'язані з виконанням жінками «другої зміни» («second shift») або «подвійного навантаження», тобто неоплачуваної хатньої роботи. За даними Організації для економічної співпраці та розвитку, чоловіки в країнах Європи, Америки, Азії і Африки загалом витрачають від 40 хвилин на домашню працю, а жінки – від 3 годин 45 хвилин [28, с.15]

В українських реаліях також відображаються подібні тенденції. Українська дослідниця Наталя Цимбалюк зазначає, що внаслідок культурно-історичних традицій жінки далі продовжують бути основними виконавицями хатніх обов'язків – приготування їжі, прасування, прибирання тощо – і на подібну хатню працю вони витрачають у 3 рази більше часу, ніж чоловіки [16], що призводить до нерівності у доступі жінок та чоловіків до дозвілля. Ця нерівність у доступі часто означає вимушену фізичну нездатність жінок встигнути і виконати хатню роботу, і виокремити час на дозвілля. Оскільки час

– це ресурс, у якому «іманентно закладено певне обмеження: час не можна збільшити, у добі незмінно 24 години» [7, с.93], жінки змушені робити вибір на користь завершення домашніх справ.

Проте, гендерна нерівність, пов'язана з проведенням дозвілля, виявляється не лише у кількісному вимірі – обсязі часового ресурсу людей, а й у якісному – видах дозвіллевих практик, що притаманні жінкам та чоловікам; зв'язку певних дозвіллевих практик з класовим, національним та матримоніальним статусами жінок та чоловіків. Дослідниці К. Айткісон (Aitchison) та К. Гендерсон (Henderson) згадують так звані «перешкоди», які жінки мають у доступі до дозвілля, з одного боку, та в процесі самого проведення дозвілля, з іншого [18, с.4–5]. Наприклад, соціальне «легітимізування» певних спортивних занять для жінок є виявом відтворення гендерної нерівності у суспільстві. Хоча за останні десятиліття участь жінок у «традиційно» чоловічих видах спорту – футболі, баскетболі – стала більш прийнятною та такою, що сприймається як належне, жінки надалі можуть зазнавати як певного суспільного нерозуміння, осуду або осміювання, так і обмеженого доступу до участі у спорті, зокрема у такому виді спорту, як шахи [4]. Концептуалізуючи дозвіллеві «перешкоди», Айткісон та Гендерсон зазначають матеріальні, культурні та індивідуальні [18]. Матеріальними доцільно вважати такі, як наявність часу, фінансів тощо; культурними – як сімейні обов'язки, соціальні норми, неформальні суспільні правила та цінності; і індивідуальними – як, наприклад, особиста невпевненість у власних силах, що також культивується у жінці суспільством, небажання руйнувати соціально прийнятний імідж ніжної, покірної берегині-матері. Врешті-решт деякі види дозвілля не лише відтворюють, а й посилюють та зміцнюють гендерну нерівність: вишивання є типовою жіночою дозвіллевою практикою, що в певній мірі символізує пасивність, терпіння, спокій – відображає ознаки «справжньої жінки», місце якої у приватній домашній сфері; натомість виловлювання риби є типовим чоловічим видом проведення дозвілля, під час якого чоловік перебуває у компанії з іншими чоловіками, завжди відбувається поза домом, найчастіше

за відсутності представниць жіночої статі, тобто є прикладом «публічності» чоловіка як своєї норми.

По-друге, умовним підходом до розгляду дозвілля у контексті гендерних відносин можна вважати той, у якому вчені та вченкині зосереджуються на суб'єктивному сприйнятті жінок та чоловіків свого дозвілля. Сюзанна де Фонтенель (de Fontenelle) та Джордж Зінкхан (Zinkhan) вивчали ставлення жінок та чоловіків до дозвілля, сприймаючи дозвілля як певний досвід. «Маскулінні та фемінні індивіди схильні приймати те, що є традиційно очікуваним від чоловіків та жінок в суспільстві; і, як наслідок, вони можуть мати обмежені можливості для самовираження, враховуючи свою відданість традиційним ролям» [29]. Таким чином, ставлення жінок та чоловіків до дозвілля ґрунтується не стільки на тому, чи приносить воно їм задоволення, саморозвиток, відпочинок, скільки на тому, чи дозвілля виражає їх як фемінних жінок та маскулінних чоловіків. Керуючись цим підходом, доцільно припустити, що навіть маючи бажання грати в комп'ютерні ігри чи грати у футбол, жінки радше будуть читати, переглядати телебачення чи вишивати, а чоловіки, навіть якщо мають бажання подивитись романтичний фільм, радше займатимуться спортом, проводитимуть час з друзями та колегами.

Виявити суб'єктивне сприйняття дозвілля українцями уможливорює дослідження гендерних стереотипів та ставлень українців та українок до гендерних питань Інституту НАН України 2007 року. За даними цього опитування, цікаве та веселе дозвілля є важливим для 15% українських чоловіків і лише для 6% українських жінок [2, с.74]. Доцільно припустити, що такі відсоткові показники є радше не свідченням незацікавленості жінок у дозвіллі, а фактом того, що жінки «змирились» з необхідністю активної участі у догляді за дітьми, веденні господарства, а тому скороченням часу і можливостей для дозвілля. Таким чином, усвідомлюючи, що дозвілля все одно їм не доступне, жінки зосереджують своє життя навколо інших цінностей, як-от, щастя власних дітей (є важливим для 70% жінок на противагу 40%

чоловіків, для яких воно є важливим), спокій та затишок у сім'ї (є важливим для 41% жінок та лише для 21% чоловіків) [2, с.74].

По-третє, розкриття змісту відмінностей у проведенні дозвілля жінками та чоловіками уможлиблюється завдяки виявленню, які саме практики характерні для кожної зі статей. Попри те, що відмінний розподіл видів дозвілля згадується у межах досліджень гендерної нерівності, ширший погляд на особливості вибору дозвіллевих практик жінками і чоловіками дозволяє детальніше побачити витоки та чинники такого гендерного порядку, що існує наразі у різних суспільствах.

Канадське опитування «The Alberta Recreation Survey», проведене у 2004 році, на вибірці у 3217 респондентів, демонструє ті відмінності, що притаманні чоловікам та жінкам у їхніх преференціях щодо різновидів дозвілля [30]. Так, жінки порівняно з чоловіками більше надають перевагу прогулянкам, садівництву, відвідуванню фестивалів та театрів, плаванню у басейні, ручній роботі та хобі (crafts & hobbies). Чоловіки ж радше люблять відвідувати спортивні заходи в якості спостерігачів, їздити на велосипеді, робити кемпінги з ночівлею, грати в гольф. Такі дозвіллеві практики як виловлювання риби та хокей є майже зовсім не популярними у жінок – 1,5% та 1,3% відповідно жінок зазначили їх як улюблені заняття, натомість дані чоловіків засвідчили 8,1% та 8% відповідно. Прогулянку назвали улюбленим заняттям 41% жінок на противагу 20,6% чоловіків, ручну роботу та хобі (на кшталт в'язання, вишивання, вироблення паперових виробів тощо) – 68,4% жінок та 45,2% чоловіків.

Зазначені дані доповнюють ще результати дослідження 1998 – 2002 років, проведеного службою статистики Європейської Комісії Євростат (Eurostat) [23]. Дослідження охоплювало десять європейських країн (Норвегію, Бельгію, Францію, Словенію, Німеччину, Угорщину, Естонію, Фінляндію, Швецію, Великобританію), опитування в яких уможливили такі висновки: в переважній кількості країн жінки витрачають більше часу на такий вид дозвілля, як

спілкування, ніж чоловіки, та в усіх країнах чоловіки дещо більше, ніж жінки, витрачають часу на спорт, перегляд телебачення та відео.

Нарешті дані української дослідниці І. Петрової повідомляють про стан гендерних відмінностей у дозвіллевих практиках жінок та чоловіків на теренах нашої держави [11, с.111]. Аналізуючи дані низки соціологічних досліджень в Україні, авторка засвідчує, що такий вид дозвіллевих занять як читання художньої літератури притаманний 47% жінок та 31% чоловіків. У саду або на городі працює 42% жінок і 25% чоловіків. Жінки в Україні також частіше спілкуються з близькими, ходять у гості – 56%, натомість лише 37% чоловіків витрачають час на практику спілкування, приймання гостей. Українські жінки, як і канадські, більше ходять до театрів. І наостанок, в Україні, як в інших європейських країнах, чоловіки більше займаються спортом – 21% чоловіків на противагу 10% жінок.

Розглядаючи результати досліджень, заснованих на згаданих теоретичних підходах, доцільно констатувати, що особливості дозвілля жінок і чоловіків відтворюють гендерні стереотипи, притаманні багатьом суспільствам, тобто «узагальнені усталені уявлення стосовно спільнот чоловіків і жінок» [10, с.158]. Такими гендерними стереотипами є вже згадані уявлення про жіночу пасивність та чоловічу активність, жіночу компетентність переважно у приватній сфері і чоловічу – переважно у публічній тощо. Гендерні стереотипи в свою чергу пов'язані із так званим «гендерним контрактом», що є «правилами взаємодії, правами та обов'язками, що визначають поділ праці за ознакою статі у сферах виробництва та відтворення та взаємно відповідальні відносини між жінками та чоловіками...» [14, с.4]. Цей інституційно регламентований поділ праці за ознакою статі та гендерні стереотипи в сукупності доцільно узагальнити як суспільний гендерний порядок – «ієрархічно організована система субординації статей, що охоплює всі сторони соціального життя – приватне й публічне» [6, с.24]. Гендерний порядок регламентує те, як чоловіки і жінки мають поводитись, які практики виконувати, як себе репрезентувати, в тому числі і за допомогою та під час проведення певного виду дозвілля.

Отже, спостережувані відмінності у виборі дозвіллевих практик відповідають тому панівному гендерному контракту і тим гендерним стереотипам, що домінують у більшості суспільств. Жінки здебільшого надають перевагу таким заняттям, що або можливі у домашніх умовах (читання, хобі, пов'язані з ручною роботою), або зображують жінок у ролі експресивних лідерок (спілкування з іншими), або так чи інакше нагадують види домашньої праці (садівництво), тобто видам дозвілля «приватної сфери». Відвідування театрів та виставок асоціюється з переживаннями, отриманням нових емоцій, новими враженнями, тому більша прихильність саме жіночої аудиторії до таких видів занять відповідає даній логіці. Також можливе припущення, що такі види занять пов'язані зі згаданим спілкуванням. Таким чином, відвідуючи громадські місця на кшталт театрів, кіно, виставок, жінки мають можливість поспілкуватись. До того ж, часто походи у театр або на виставки жінки здійснюють разом з дітьми у виховних, освітніх цілях, що також пояснює високий рівень зацікавленості жінок у такому дозвіллі. Щодо чоловіків, то панівний гендерний порядок знову відтворюється. Спорт, виловлювання риби, катання на велосипеді, кемпінг з ночівлею – активні види проведення дозвілля. Оскільки в суспільствах культивуються образи активних, підприємливих, сильних чоловіків, то такі результати досліджень є очікуваними.

Отож, існує декілька підходів як до концептуалізації поняття дозвілля, так і до аналізу дозвілля як соціального явища, зокрема у межах гендерних відносин у суспільстві. Дозвілля і вільний час багатьма дослідниками та дослідницями відокремлені як нетотожні поняття. Вільний час доцільно тлумачити як будь-який час поза оплачуваною роботою індивіда, натомість дозвілля – це час рекреаційної, культурної діяльності, спрямованої на відновлення фізичних і психічних сил. До того ж, робота і дозвілля відрізняються за критерієм того, чи можна відповідну діяльність оплачувати третій особі: роботу – можна, дозвілля – ні.

Вивчаючи гендерні аспекти дозвілля, дослідники та дослідниці в основному зосереджують увагу на пов'язаність дозвілля і з гендерною нерівністю, і з відтворенням гендерних стереотипів та норм, і з суб'єктивними ставленнями жінок та чоловіків до дозвілля, із характерним гендерованим поділом дозвіллевих практик.

## РОЗДІЛ 2

### ГЕНДЕРНІ ВІДМІННОСТІ У ДОЗВІЛЛІ МІСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

У 2008-2010 роках в Україні було проведено низку досліджень, в яких, разом з іншими питаннями культурно-ціннісного характеру, порушувались питання проведення дозвілля, його форм, різновидів, частоти тощо. Одними з таких досліджень були «Європейське дослідження цінностей» (European Values Survey) [21], «Європейське соціальне дослідження» (European Social Survey) [20] та «Маркетинг та медіа індекс України» (Marketing & Media Index Ukraine) [26], дані яких дають змогу зробити висновки щодо дозвілля жінок та чоловіків в Україні. Результати зазначених опитувань є основою аналізу в даній роботі. Нижче узагальнені характеристики згаданих досліджень.

*Таблиця 2.1*

**Характеристики опитувань – джерел даних у роботі**

<b>Характеристики</b>	<b>«Європейське дослідження цінностей» (EVS)</b>	<b>«Європейське соціальне опитування», хвиля 5 (ESS – 5)</b>	<b>«Маркетинг та медіа індекс Україна» (MMI Ukraine)</b>
<b>Дата проведення</b>	12.07.2008 - 09.10.2008	13.05.11 - 30.07.11	4 хвили (березень, червень, вересень, грудень), 2010
<b>Організація, що проводила</b>	Київський Міжнародний Інститут соціології	Інститут соціології НАН України, Центр соціальних та маркетингових досліджень «СОЦИС», Компанія «Research and Branding Group»	Маркетингова компанія TNS Україна
<b>Вибірка</b>	1507 (репрезентативна для дорослого населення)	1931 (репрезентативна для населення України від 15 років)	5001 (репрезентативна для міського дорослого населення)

В даній роботі з усіх масивів даних були виокремлені ті представники та представниці міського населення України, які перебувають або в офіційному,



або у цивільному шлюбі/співжитті. Таких респондентів та респонденток виявилось 514 у Європейському дослідженні цінностей, 885 у Європейському соціальному опитуванні та 2981 у дослідженні «Маркетинг та медіа індекс Україна».

Причиною фокусування у цій роботі на дозвіллі саме тих осіб, які живуть у містах та перебувають чи то офіційному шлюбі, чи то цивільному (співжитті), є необхідність врахування особливостей, які зумовлені проживанням у міській місцевості на протигагу життю у селі та наявністю партнера на протигагу перебуванню у статусі одинака або одначки.

Так, соціологині Й. Лі (Lee) та В. Бхаргава (Bhargava), опираючись на результати попередніх американських досліджень, стверджують, що одружені люди мають менше часу на дозвілля, ніж неодружені, і «оскільки індивіди у одноосібних домогосподарствах матимуть інший спектр вибору стосовно дозвіллевої діяльності, ніж одружені домогосподарства, очікується, що дозвіллеві практики між двома типами домогосподарств відрізнятимуться» [24, с.256–257]. Бюро статистики праці у США систематично проводить опитування витрат часу (American Time Use Survey) і кількісно підтверджує тези Лі та Бхаргави. Відтак, за даними цього опитування у 2012 році, одружені особи витрачали на дозвілля майже на годину в день менше, ніж особи з іншим сімейним статусом, зокрема також на всі види дозвілля, крім читання [19]. Подібного аналізу щодо українців та українок поки не було зроблено, однак доцільно припускати, що в українському суспільстві аналогічно наявні відмінності у дозвіллі у зв'язку з певним матримоніальним статусом. Тому в даній роботі увагу приділено саме одруженим або тим, що перебувають у цивільному шлюбі/співжитті, оскільки особливості цієї соціальної категорії уможливають характерні лише для неї узагальнення та висновки щодо проведення дозвілля.

Разом з тим, помітні відмінності існують і між дозвіллям індивідів у місті і селі, що засвідчують і вже наявні українські дослідження. Так, Українським центром культурних досліджень було проаналізовано дані моніторингу

українського суспільства з 1994 до 2004 року і зроблено в тому числі такі висновки: у великих і малих містах були доступні 10-20 ефірних каналів і кабельне телебачення, натомість у селах – 2-3 канали і зрідка кабельне телебачення; у містах люди могли відвідувати місцеві та гастролюючи театри, коли у селі люди займались в основному самодіяльністю або їздили до театрів у сусідні міста; користувачами Інтернету були у великих містах до третини населення, у малих містах – 10-15% населення, у селах населення, що користувалось Інтернетом, були дуже малочисельним; нарешті образотворче мистецтво було доступне у містах за рахунок наявності музеїв, виставок, галерей, однак у селі люди задовольнялись придбанням репродукції та картин у сусідніх містах [5]. Отже, примітно, що у селах інфраструктурні та інституційні можливості є перешкодами проведенню такого дозвілля, що доступне у містах. Цей факт підтверджується й тим, що люди з сіл змушені їздити до міст з метою відвідування різноманітних культурно-дозвіллевих установ. Таким чином, оскільки дозвілля міського та сільського населення значно відрізняється через об'єктивні фактори, об'єкт дослідження звужено до мешканців і мешканок міст (населених пунктів чисельністю від 10 тисяч жителів і жительок) з метою більш детального вивчення цієї підгрупи українського населення.

## **2.1. Гендерні відмінності у виборі дозвіллевих практик**

Попри те, що вже були згадані певні розподіли видів діяльності, що притаманні радше чоловікам або радше жінкам, доцільно з'ясувати, які дозвіллеві практики характерні міським мешканцям і мешканкам, що мають офіційних або цивільних чоловіка або дружину. До того ж, оскільки в українському суспільстві відбуваються доволі стрімкі соціальні трансформації та дозвілля жінок і чоловіків може змінюватись з роками, розгляд більш сучасних даних є доречним. У табл.2.2 наведені ті деякі з різноманітних дозвіллевих занять жінок та чоловіків, в межах яких чоловіки та жінки мали статистично значущу різницю на рівні  $P = 0,05$ , окрім такого виду діяльності як

перегляд телебачення (додаток А, табл.А.1–А.14). Варто зазначити, що дані заняття не обов'язково є уподобаннями жінок і чоловіків, а є лише тими видами діяльності, що респонденти та респондентки позначили як ті, що вони їх просто виконують.

Таблиця 2.2

**Гендерний розподіл видів дозвіллевої діяльності, % (за даними  
«Маркетинг та медіа індекс України», 2010 р.)**

	<b>Вид діяльності</b>	<b>Жінки</b>	<b>Чоловіки</b>
1.	Читання книг	72	59
2.	Прогулянки по місту	79,8	72,2
3.	Хатня праця	95,5	72,1
4.	Приготування їжі	95,8	66,1
5.	Шиття, рукоділля	63,4	12,9
6.	Заняття з дітьми	69,6	56,8
7.	Прийом, відвідування гостей	90,3	83,2
8.	Відвідування художніх виставок	22	16,3
9.	Відвідування центрів краси	55,4	37,5
10.	Гра в більярд, боулінг	10,8	18,6
11.	Полювання, виловлювання риби	8,9	36,3
12.	Догляд за автомобілем, його ремонт	6,6	31,3
13.	Виїзди на природу	55,8	62,5
14.	Перегляд телепередач	95,1	96

З'ясувавши, яким чином розподіляються деякі дозвіллеві практики на ті, що їх виконують переважно жінки або переважно чоловіки, варто розглянути, наскільки гетерогенними є спільноти окремо міських жінок та окремо міських чоловіків, одружених та тих, що перебувають у цивільному шлюбі. На основі бінарної логістичної регресії, в якій залежними змінними були види практик з альтернативами 0 – «практику респонденти/респондентки не виконують», 1 – «практика обрана респондентом/респонденткою як така, що її виконують», а

незалежними змінними були такі як вік, регіон проживання, рівень освіти, наявність дітей до 16 років та рівень доходу людини на місяць, було з'ясовано, які з чинників в тій чи іншій мірі детермінують вибір дозвіллевих практик жінками та чоловіками. Незалежні змінні буди представлені альтернативами:

1. вік – молодь (18 – 34 роки); особи середнього віку (35 – 54); особи старшого віку (від 55 і старші);
2. регіон проживання – Центр (Київська, м. Київ, Хмельницька, Полтавська, Кіровоградська, Вінницька, Черкаська, Житомирська області); Захід (Львівська, Чернівецька, Тернопільська, Рівненська, Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська області); Схід (Донецька, Луганська, Дніпропетровська, Харківська області); Південь (Одеська, Миколаївська, Запорізька, Херсонська області, АР Крим); Північ (Чернігівська, Сумська області);
3. рівень освіти – початкова або неповна середня; загальна середня освіта; спеціалізована середня освіта; незавершена вища освіта; вища освіта;
4. наявність дітей – дихотомічний поділ (є або немає);
5. рівень доходу на місяць – високий, середній, низький.

За результатами регресійного аналізу (додаток А, табл.А.15), вибір майже всіх із зазначених практик частково визначався відмінними від гендеру факторами. Між чинниками, що зумовлювали виконання певної дозвіллевої діяльності жінками, і тими, що впливали на вибір чоловіків, теж існує відмінність. Так, чим вищий дохід має жінка, тим менш ймовірно, що вона займатиметься з дітьми у свій вільний час (коефіцієнт В від'ємний при рівні значущості 0,008). Натомість для чоловіків фактор доходу не визначав те, чи вони займатимуться з дітьми. Жінки, маючи вищий дохід, можуть дозволити собі наймати нянь, тому для них чинник прибутку має велике значення, а чоловіки незалежно від прибутку можуть звільнитись від занять з дітьми, маючи дружин, які виконуватимуть цю роботу.

Шиття і рукоділля є тією дозвіллевою практикою, вибір якої залежить великою мірою теж від доходів жінок і чоловіків. Чим вищий дохід, тим менш

ймовірно, що і чоловіки, і жінки займатимуться рукоділлям і шиттям (коефіцієнт В від'ємний при значущості 0,002 для жінок і 0,017 для чоловіків). Доцільно припустити, що така залежність пов'язана з тим, що у разі нижчого доходу люди можуть підзаробляти шиттям одягу або рукоділлям на замовлення або таким чином зменшувати витрати на речі власного вжитку. Респонденти і респондентки можуть сприймати це як дозвілля, хоча цей вид діяльності зумовлений необхідністю заробляння грошей і може бути замінений ринковим еквівалентом. Однак, вибір даної дозвіллевої практики залежить також від віку жінок. Щодо чоловіків такої тенденції не спостерігалось. Чим молодша жінка, тим менша ймовірність, що вона займатиметься шиттям або рукоділлям, що може бути протлумачено як наслідок суспільних ціннісно-культурних трансформацій та деякого відходу від традиційних українських жіночих занять, на заміну яким прийшло користування Інтернетом, різноманітні види спорту тощо.

Обрання як дозвіллевих практик відвідування салонів краси та художніх виставок, гри в більярд та боулінг визначається всіма факторами, крім наявності дітей. Жінки та чоловіки тим ймовірніше відвідуватимуть такі інституції, чим вищий дохід вони мають, чим вищий їхній рівень освіти, чим молодший їхній вік. Чоловіки у всіх регіонах менше за жінок проводять дозвілля у салонах краси і на виставках, однак існує відмінність в межах спільноти жінок: особи з південного регіону порівняно з іншими менш ймовірно займатимуться такими видами діяльності.

Зазначивши види практик, які більшою мірою, ніж інші, визначаються факторами регіону проживання, рівня доходу, рівня освіти та віку, доцільно узагальнити певні тенденції вибору тих чи інших практик. Умовно виділяються практики, які потребують грошових витрат: гра в боулінг, більярд, відвідування салонів краси та художніх виставок, виїзди а природу, догляд за автомобілем. Натомість вибір таких видів діяльності як прогулянки, відвідування гостей не залежить від фактору доходу, що видається цілком логічним.

До того ж, вищий рівень освіти є чинником вибору більш інтелектуальних індивідів дозвілля як читання книжок, заняття з дітьми. Вік індивіда впливає на те, чи він або вона обере як дозвілля рукоділля, виїзди на природу прийом гостей, також відвідування виставок і салонів краси.

Доречно зазначити, що багато зі згаданих практик доступні лише у містах, оскільки там наявна відповідна інфраструктура. Більярд, боулінг, галереї, салони краси – місця, які рідше можна побачити у селах, тому варто зазначити, що результати аналізу неможливо було б екстраполювати на мешканців і мешканок сіл.

Важливо, що в опитуванні інтерпретовані як дозвілля були навіть ті види діяльності, що практично можуть бути назві неоплачуваною працею. Навіть той факт, що люди сприймають догляд за дітьми чи хатню роботу як дозвілля, свідчить про обмеженість можливостей проведення дозвілля як такого і недооцінювання людьми власного права на відпочинок і розваги.

Відмінності у тих видах рекреаційної діяльності, що її виконують жінки і чоловіки, пов'язані зі природою виконуваного заняття. Відповідно до цього змісту дозвіллевих практик, їх можна поділити на підгрупи. У табл.2.3 узагальнює умовно виділені відповідно до свого характеру групи дозвіллевих практик.

Таблиця 2.3

### Групи дозвіллевих практик

Критерій	Фізична активність		Сфера виконання	
	Активні	Пасивні	Приватна (дім)	Публічна
Практики	Гра в більярд; Виїзди на природу; догляд за авто; прогулянки	Шиття, рукоділля; читання книжок; відвідування центрів краси	Читання; перегляд телебачення; шиття; приготування їжі; заняття з дітьми	Виїзди на природу; полювання, рибалка; боулінг, більярд;
Критерій	Зміст заняття			
Види	Спортивні	Інтелектуальні	Рекреаційні	

<b>Практики</b>	Гра в боулінг, полювання	Читання книжок, відвідування виставок	Перегляд телебачення, прийом гостей, шиття, приготування їжі (як хобі), відвідування центрів краси
-----------------	--------------------------	---------------------------------------	--

По-перше, види дозвілля доцільно умовно розділити на активні та пасивні: у виборі активних переважають чоловіки (гра в більярд, боулінг, виїзди на природу), пасивних – жінки (читання, відвідування центрів краси, рукоділля, шиття). Така дійсність є наслідком приписування «належних» якостей жінці та чоловікові: жінці – ніжності, покірності, мрійливості тощо; чоловікові – сили, ініціативності, підприємливості.

По-друге, усі практики також умовно належать або радше до «приватної сфери», або до «публічної». Наприклад, ігри, виїзди на природу, полювання та рибалка невилучно містять у собі перебування поза домом, спілкування зі знайомими, друзями. Реалії гендерних відносин є такими, що публічна сфера була завжди закріплена за чоловіками. Такий гендерний порядок спостерігається і досі: значно менше жінок, ніж чоловіків, залучені до таких видів діяльності. Натомість виконання хатньої праці, догляд за дітьми є в більшій мірі парафією жінок, наприклад, кількісна різниця між залученими до приготування їжі чоловіками та жінками сягає майже 30% з кількісною перевагою останніх.

Однак, характерним є те, що в жінок є своя невелика «публічна сфера», як-от, центри краси, виставки і театри. Проте, як вже було зазначено раніше, відвідування театрів і виставок може суміщатись із проведенням часу із дітьми, що укорінює «традиційну» роль жінки як матері, доглядальниці. Кількісна перевага жінок у виді діяльності як відвідування центрів краси є наслідком не реальної більшої, ніж в чоловіків, необхідності жінок у догляді за собою, а результатом соціально сконструйованого стереотипу, що жінка – це уособлення краси і має цю красу підтримувати. Оскільки гендерні репрезентації є невід’ємною складовою гендерних відносин [13], жінки таким чином зазвичай

репрезентують свою фемінність, сексуальність, стурбованість зовнішнім виглядом.

По-третє, усі практики відрізняються за своїм змістовним наповненням: серед них можна виділити спортивні, інтелектуальні та рекреаційні. Останні не потребують значних фізичних зусиль та спрямовані на розумовий відпочинок. Критерій «змістовного навантаження» розглядає дозвілля під іншим кутом зору, однак помітно, що існує зв'язок між виміром «приватна /публічна сфера» і змістом дозвіллевих практик: спортивні, тобто більш активні та публічні, заняття притаманні переважно чоловікам, натомість рекреаційні, як видно – справа більшості жінок.

Відмінності у дозвіллі жінок та чоловіків пов'язані з стереотипним розділенням різноманітних навичок і здібностей на «чоловічі» та «жіночі». Прикладом цього є кількісна чоловіча перевага у діяльності, як-от ремонт автомобіля та догляд за ним, що в певній мірі наголошує на тому, що чоловіки мають кращі технічні навички, здатність розбиратись з апаратами, технікою, електронними приладами. Жінки-автомобілістки у містах теж є, але їхня залученість до такого виду діяльності є низькою, адже це «нежіноча справа». З іншого боку, прибирання, прасування, приготування їжі зазвичай вважають заняттями, у яких більш компетентні жінки. Тому чоловіки у сім'ях можуть перекладати на жінок хатні обов'язки, посиляючись на власну неспроможність виконати їх так само якісно, як жінки.

Примітно, що однаково багато чоловіків і жінок витрачають час на перегляд телебачення. Приблизно 40% і жінок, і чоловіків у містах України дивляться телевізор більше 2-ох годин на день (додаток А, табл.А.16). Але варто згадати, що перегляд телебачення є таким видом діяльності, який часто суміщають з виконанням хатніх обов'язків: прибиранням, готуванням їжі, особливо прасуванням. Останні заняття, переважно виконувані жінками, є доволі тривалими у часі. Навіть якщо чоловіки виконують «традиційно» чоловічі види хатньої роботи, на кшталт ремонтування меблів чи техніки, вони навряд чи витрачають такий самий обсяг часу, що й жінки на їхні хатні



обов'язки. До того ж, меблі та техніка вдома виходять з ладу значно рідше, ніж готується їжа, миється підлога та прасуються речі. Тобто, доцільно припустити, що перегляд телебачення часто не є дозволлям, особливо у жінок, у повному розумінні цього концепту, тобто не є дійсно рекреаційною діяльністю, спрямованою на відновлення фізичних чи духовних сил, а є радше фоном, який допомагає зробити хатню працю не такою морально важкою.

Таким чином, розподіл дозвіллевих занять є наслідком і основою для відтворення наявного у суспільстві гендерного порядку. Чоловіки і жінки частіше обирають таке дозволля, що в більшій мірі репрезентує їхню маскулінність та фемінність. Жінкам радше притаманні більш пасивні, домашні форми дозволля, а чоловікам – активні заняття часто у публічній, тобто позадомашній, сфері.

Підсумовуючи, доцільно зробити висновок, що гендерні відмінності у дозвіллі є наслідком гендерної нерівності у різних суспільних інститутах. У праці «Гендероване суспільство» М. Кімел таким чином пропонує свою ключову ідею: «Гендерна відмінність – продукт гендерної нерівності, а не навпаки. Фактично гендерна відмінність становить головний наслідок гендерної нерівності, оскільки саме через ідею відмінності узаконюється нерівність» [3, с.6]. Аналогічно, відмінності у дозвіллі не є необхідністю, біологічно або соціально зумовленою, а є результатом вже суспільно приписаних гендерних ролей, що забезпечують відтворення гендерної нерівності.

Сім'я є осередком поширення і закріплення гендерних ролей, затвердження культурно прийнятних норм маскулінної інструментальної ролі і фемінної експресивної. Якщо до шлюбу чи співжиття і чоловіки, і жінки мають дещо ширший діапазон дозвіллевих практик на вибір, то створення сім'ї обов'язково сприяє поступовій поляризації жіночого та чоловічого, що виявляється у тому числі в дозвіллевих практиках.

Ринок праці як елемент інституту економіки, суттєво впливає на культивування у суспільстві не тільки уявлень про дозволля жінок та чоловіків, а

й можливостей фізичного та часового доступу до дозвілля. Механізм є таким: жінки зазвичай мають більш низькооплачувану роботу, ніж чоловіки, іноді працюють неповний робочий день, тому за гендерним контрактом мають приділяти більше уваги домогосподарству та догляду за дітьми; відповідаючи за приватну сферу, тобто сімейний добробут, «домашнє вогнище», жінки перепрацьовують; займаючись і оплачуваною і неоплачуваною працею, жінки мають менше часу та фізичних сил на дозвілля. Черговим доказом даного факту є те, що за результатами Європейського соціального дослідження у 2011 році жінки в середньому витрачали на хатню працю 30 годин на тиждень, натомість чоловіки – 18 годин, хоча в тому ж опитуванні 98,2% всіх респондентів та респондентом у містах України засвідчили, що чоловіки мають брати таку ж відповідальність за дім та догляд за дітьми, що й жінки (додаток А, табл.А.17, А.18).

## **2.2. Суб'єктивне сприйняття дозвілля жінками та чоловіками**

Як вибір, так і проведення дозвілля залежить від того, як до цього явища індивід ставиться, чи є дозвілля важливим для жінки чи чоловіка, чи дозвілля є фактором задоволеності життям людини. Гендерні відмінності або їхня відсутність у сприйнятті дозвілля може характеризувати ступінь нерівності між чоловіками та жінками у сім'ї, у доступі до суспільних благ, відповідної інфраструктури.

Так, за результатами дослідження європейських цінностей (EVS), і для жінок, і для чоловіків, дозвілля є однаково важливим: як дуже або радше важливе його описали 82,9% чоловіків і 83,3% жінок (додаток А, табл.А.19). Однак, порівнюючи зв'язок важливості дозвілля з загальним відчуттям щастя індивідами, можна констатувати наявність певних відмінностей. Коефіцієнт кореляції Спірмана між відчуттям щастя чоловіками і важливістю дозвілля для них є середнім (0,252), але статистично значущим на рівні похибки  $P = 0,01$  (додаток А, табл.А.20). Тобто, чим важливіше для чоловіків дозвілля, тим більш

щасливими чоловіки себе відчувають. Для жінок значущого рівня кореляції між цими двома змінними виявлено не було (додаток А, табл.А.21). Отже, доцільно стверджувати, що хоч суб'єктивно і жінки, і чоловіки оцінюють дозвілля як важливе, в чоловіків воно є більш вирішальним фактором в оцінці їхнього щастя.

Можливим поясненням даного факту є те, що оскільки жінки мають менше вільного від оплачуваної і неоплачуваної роботи часу [2, с.70], їхнє дозвілля часто є не винятково рекреаційною діяльністю, а виконанням одночасно багатьох справ, поєднанням суто дозвіллевих занять із домашніми обов'язками. Тому цей дозвіллевий час не приносить жінкам такого задоволення та оновлюючого ефекту, як більш незалежні від хатніх справ дозвіллеві заняття чоловіків. Як наслідок, щастя жінок жодним чином не зростає від такого «дозвілля».

Проведення дозвілля залежить від ціннісних установок, які мають люди. Разом з багатьма об'єктивними факторами, що впливають на вибір і наявність дозвіллевих занять, мають місце також і такі цінності як пошук нового досвіду, веселощі, пригоди тощо. Табл.2.4 узагальнює результати дисперсійного аналізу гендерних відмінностей у цінностях (узятих зі списку цінностей за концепцією Шварца), релевантних до дозвілля (додаток А, табл.А.22). У порівнянні середніх значень відповідей чоловіків і жінок щодо цінностей менші значення (1, 2, 3) означають більший ступінь згоди з цінністю, а більші значення (4, 5, 6) – меншу ступінь згоди; середні значення по кожній з груп (жінки, чоловіки) інтерпретуються відповідно.

*Таблиця 2.4*

**Цінності жінок і чоловіків, пов'язані з дозвіллям (за даними 5-ї хвили Європейського соціального дослідження, Україна, 2010 р.)\***

<b>Цінність</b>	<b>Групи</b>	<b>Середнє</b>	<b>Статистична значущість</b>
«Важливо шукати веселощі та речі, що приносять задоволення»	Чоловіки	3,96	0,083
	Жінки	3,78	

«Важливо шукати пригоди та мати захоплююче життя»	Чоловіки	4,30	0,826
	Жінки	4,27	
«Важливо пробувати нові та різні речі у житті»	Чоловіки	3,50	0,000
	Жінки	3,13	
«Важливо добре проводити час»	Чоловіки	3,68	0,043
	Жінки	3,47	
«Важливо слідувати традиціям та звичаям»	Чоловіки	2,67	0,000
	Жінки	2,35	

**\* У випадках відповідей щодо кожної цінності приймається нульова гіпотеза, що дисперсії в обох групах рівні (значущість F-критерію більша за 0,05).**

Отже, жінки і чоловіки однаково невеликою мірою цінують пошук веселощів і задоволення, пригод та захоплюючого життя. Відмінності у відповідях виявились статистично незначущими. Тобто, ґрунтуючись та цих даних, доцільно стверджувати, що дозвілля жінок та чоловіків навряд чи відрізняється за критерієм веселого чи пригодницького змістовного наповнення.

Цінності пошуку нового досвіду та доброго проведення часу є більш близькі жінкам, ніж чоловікам – відмінності є малими, але статистично значущими. Дані результати, з одного боку, дещо відходять від логіки переважання у житті жінок приватної сфери, але тим самим доводять, що приділяючи багато часу хатнім обов'язкам і догляду за дітьми, жінки зазнають значних емоційних та духовних втрат, адже насправді мають бажання пробувати щось нове у житті.

З іншого боку, дещо більша важливість пробувати нове та проводити добре час для жінок, ніж для чоловіків, навпаки може бути доказом, що перебуваючи більше у приватній сфері та не маючи достатньо часових ресурсів на дозвілля, жінки більше прагнуть до зазначених цінностей, а тому зазначають в опитуванні їхню важливість; натомість чоловіки, оскільки мають кращий доступ до дозвілля, не помічають, чи є для них цінними нові досвіди та добре проведення часу, одним словом, ці цінності не є для них акцентованими. Дані

припущення можуть втілюватись по-різному від родини до родини, як і доповнюватись іншими поясненнями.

Врешті-решт, цінність дотримання традицій співвідноситься із дозволенням таким чином, що жінки та чоловіки схильні вибирати ті дозвілєві практики, які традиційно були гендерно специфічними. Для населення України, в даному разі міського, цінність традиції та звичаїв є досить важливою, а тому вибір рукоділля жінками, а полювання чи рибалки чоловіками є постійно відтворюваним. Руйнування або зміна традицій є повільним, поступовим, інертним процесом, тому жінкам і чоловікам нелегко уявити себе у ролі виконавця тих видів діяльності, що зазвичай характерні іншій статі.

Отже, проаналізувавши дослідження дозволення міського населення, що має зареєстрований або цивільний шлюб, доцільними видаються такі висновки. Дозвілєві практики часто є гендерно сегрегованими. В спортивних, активних заняттях, що ймовірніше відбуваються у публічній сфері, тобто у колі друзів, знайомих, або просто поза домом, домінують чоловіки, хоча є й жінки, які також мають таку дозвілєві діяльність. Натомість жінки частіше за чоловіків беруть участь у дозвіллі, що є більш пасивним, що відбувається вдома. Гендер є не єдиним фактором, який визначає вибір особою тієї чи іншої дозвілєвої діяльності. Регіон проживання, рівень освіти, вік та рівень доходів великою мірою детермінують виконання певних занять. Наявність дітей лише зрідка визначає вибір дозволення людини, а рівень доходу навпаки майже завжди пов'язаний з наданням переваги певній практиці.

Суб'єктивно жінки і чоловіки сприймають дозволення по-різному. Жінки частіше вбачають цінність у тому, щоб добре проводити час (міра того, наскільки «добре» проводять час, для кожного респондента або кожної респондентки суб'єктивна) і мати новий досвід. Проте ймовірно, що жінки акцентують увагу на цих цінностях, бо мають дещо менший доступ до дозволення, ніж чоловіки, оскільки мають виконувати більше хатньої праці та догляду за дітьми.

## ВИСНОВКИ

Дозвілля є явищем, яке еволюціонувало протягом століть, а разом з ним видозмінювались підходи до його концептуалізації. Від суто кількісного визначення дозвілля як часу, що залишається після оплачуваної роботи, відбувся поступ до якісного підходу: зверненні уваги на зміст дозвілля, добровільності вибору індивідом дозвілля, дозвіллевих функції рекреації, самовираження та особистісного розвитку. Наразі дозвілля визначають ще й у спосіб, що передбачає тлумачення його як діяльності, виконавцем або виконавицею якої не може бути третя особа, тобто діяльність, за виконання якої принципово неможливо заплатити.

Вивчення явища та поняття дозвілля активізувалось з 20 років ХХ століття як на територіях Заходу, так і на теренах колишнього СРСР. Спершу дослідники та дослідниці приділяли увагу вивченню дозвілля загалом як явищу, що становило ще один вимір життя індивідів у суспільстві. Пізніше у фокусі досліджень як західних, так і вітчизняних вчених та вченкинь постало дозвілля у контексті гендерних відносин. Численні праці на гендерно-дозвіллеву тематику доцільно узагальнити як такі, що концентруються на (а) пошуку зв'язку дозвілля та гендерної нерівності у суспільстві, на (б) вивченні суб'єктивного ставлення жінок та чоловіків до дозвілля та їхніх суб'єктивних виборах дозвіллевих практик, та на (в) виявленні гендерної забарвленості різноманітних дозвіллевих занять та спробах її пояснити.

Гендерна нерівність виявляється у дозвіллі, оскільки останнє тісно пов'язане з часовим ресурсом людей. Витрачаючи більше часу на працю по домогосподарству, жінки мають менше можливостей проводити стільки і такого дозвілля, яке б вони бажали. До того ж, гендерна нерівність, пов'язана з дозвіллям, спровокована наданням нерівного доступу жінкам та чоловікам до необхідної для дозвілля інфраструктури, культурно-дозвіллевих закладів.

Суб'єктивне бачення жінками та чоловіками дозвілля і їхньої участі у ньому зазвичай базується на гендерних репрезентаціях, що наявні у суспільстві,

і бажанням жінок та чоловіків позиціонувати себе як фемінних чи маскулінних, що надалі визначає їхній вибір видів дозвілля. Тому жінки рідко примірятимуть на себе ролі виконавиць «традиційно» чоловічих занять, а чоловіки не наважуватимуться робити те, що суспільство вже затаврувало як «жіноче».

Відповідно й розподіляються дозвіллеві практики: рукоділля, прогулянки, садівництво більше притаманне жінками, а кемпінг з ночівлею, гра в гольф та інші види спорту характерні чоловікам.

Українське доросле міське населення, що перебуває в офіційному або цивільному, в багатьох аспектах підтверджує на практиці теоретичні висновки щодо розподілу дозвіллевих практик, відтворення гендерної нерівності за допомогою певних дозвіллевих занять та суб'єктивного сприйняття дозвілля.

Таким чином, через те, що жінки у в середньому витрачають більше часу на хатню роботу, зокрема у 2011 році за даними Європейського соціального дослідження витрачали на 12 годин на тиждень більше за чоловіків, вони обмежені у своєму виборі дозвілля та у можливостях його проведення. До того ж, дозвіллеві практики доцільно віднести до умовних груп: або активних/пасивних, або «жіночих»/«чоловічих», або тих, що легше здійснюються у приватній чи публічній сфері суспільства. Так, на базі дослідження «Маркетинг та медіа індекс Україна» було з'ясовано, що жінки частіше займаються рукоділлям, відвідуванням чи прийняттям гостей, заняттями з дітьми. Чоловіки більше залучені до доглядом за автомобілем, полювання та виловлювання риби, спортивних ігор. Часто жінки поєднують хатню роботу з видами діяльності, які ізольовано вважались би дозвіллям (як перегляд телебачення, наприклад), але суміщені з домашньою працею втрачають свою рекреаційну функцію. Інститут сім'ї та ринок праці є сферами, які найбільш тісно пов'язані з гендерними відмінностями у дозвіллі.

Дозвіллеві преференції жінок та чоловіків частково визначаються такими факторами як регіон проживання, рівень освіти та доходу, вік та наявність дітей, що підкреслює не лише відмінності між чоловіками і жінками, а й гетерогенність і тих, і інших в межах своєї статі. Як жінки, так і чоловіки з

вищим матеріальним доходом ймовірніше обиратимуть дозвіллєві практики як відвідування салонів краси, виставок, гру в боулінг. Більш активні види діяльності як виїзди на природу, ігри, відвідування салонів краси притаманні молодим особам, натомість читання кидок, шиття та рукоділля – уподобання людей старшого віку. Фактор доходу є значущим для жінок у визначенні їхнього дозвілля як заняття з дітьми, оскільки чим вищий дохід має жінка, тим ймовірніше, що вона матиме змогу найняти няню. На вибір чоловіків щодо занять з дітьми фактор доходу статистично значущого впливу не має.

Суб'єктивне сприйняття дозвілля українським дорослим міським населенням, що має зареєстрований або цивільний шлюб, є суперечливим. Дозвілля є важливим однаково і для жінок, і для чоловіків (для близько 83% обох статей), проте саме в чоловіків більша важливість для них дозвілля є значущо пов'язаною з сильнішим відчуттям щастя. Різноманітні цінності мають певну пояснювальну силу, коли йдеться про вибір того чи іншого дозвілля. За даними Європейського дослідження цінностей, жінкам дещо важливіше, ніж чоловікам, мати нові досвіди та добре проводити час. Було зроблено припущення, що цей факт пояснюється тим, що чоловіки, маючи більший доступ до дозвілля, не акцентують увагу на цінностях нового досвіду та доброго проведення часу, бо ці цінності є вже закладеними у їхньому дозвіллі і залишаються непомітними, а жінки, відчуваючи певні обмеження, більше прагнуть спробувати щось нове та добре провести час. Також, гендерні репрезентації функціонують і в українському суспільстві. Так, відвідування центрів краси – типове жіноче дозвілля – є не стільки необхідністю жінок, скільки інструментом жіночого маніфесту «Я – фемінна жінка». З іншого боку, полювання та рибалка утворює чоловіків як маскулінних.

Результати, отримані у даній роботі, дають відповіді на низку питань стосовно дозвілля у контексті гендерних відносин в українському суспільстві, однак не вичерпують їх. Зокрема, предметами наукових досліджень можуть бути дозвілля у селах, вікові особливості дозвіллєвих практик, інституційне забезпечення дозвілля різних категорій українського населення та інші.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бабенко, Н. Б.* Соціально-культурний потенціал сімейного дозвілля / Н. Б. Бабенко // *Український соціум : Науковий журнал.* - 2005. - N 5/6. - С. 102-111.
2. *Гендерні стереотипи та ставлення громадськості до гендерних проблем в українському суспільстві /* За ред. Ю. І. Саєнка. – Київ: ВАІТЕ, 2007. – 143 с.
3. *Кімел М.* Гендероване суспільство/ Пер.: С. Альошкіна; Ун-т штату Нью-Йорк, Стоуні Брук, Міжнар. фонд "Відродж.". — К.: Сфера, 2003. — 478 с.
4. *Кришталь С.* Жінки у шаховому спорті або грай як Полгар / Софія Кришталь, Тамара Марценюк // *Гендерний журнал «Я».* – 2012. - № 1 (29): «Гендер і спорт». – С. 14-17.
5. *Культурна політика України. Аналітичний огляд [Електронний ресурс]/* [О. Гриценко, Г. Андрес, І. Булкіна та ін.] / Український центр культурних досліджень. – Режим доступу: [http://www.culturalstudies.in.ua/2007\\_analiz\\_6\\_1.php](http://www.culturalstudies.in.ua/2007_analiz_6_1.php) (станом на 30.03.2014).
6. *Марущенко О., Плахотнік О.* Гендерні шкільні історії. – Харків: Монограф, 2012. – 88 с.
7. *Марценюк Т.* Гендерова робота: як ринок праці та хатня робота конструюють гендер // *Гендер для медій: підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей /* за ред. М. Маєрчик, О. Плахотнік, Г. Ярманової. – К.: Критика, 2013. – С. 77-96.
8. *Навчальний посібник //*О.М. Семашко, Я.М. Піча, О.І. Погорілий та ін.; за ред. О.М. Семашка, В.М. Піні. — К.: Каравела, Львів: Новий Світ-2000, 2002. – 334 с.

9. *Нельга, Т. О.* Культура вільного часу: спроба визначення та умови розвитку в сучасному українському суспільстві / Т. О. Нельга // Український соціум : Науковий журнал. - 2007. – N. 5/6. - С. 37-43.
10. *Основи теорії гендеру: Навчальний посібник.* – К.: “К.І.С.”, 2004. – 536 с.
11. *Петрова І. В.* Культурно–дозвілєві практики населення сучасної України: тенденції та пріоритети / І. В. Петрова // Культура і сучасність: альманах. – 2011. – № 1. – С. 108 – 113.
12. *Петрова І.В.* Дозвілля в зарубіжних країнах: Підручник. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.
13. Тартаковская И. Н. Гендерная социология. — М.: ООО «Вариант» при участии ООО «Невский Простор», 2005. — 368 с.
14. Темкина А., Роткирх А. Советские гендерные контракты и их трансформация в современной России // Социс. - 2002. - № 11. – С. 4-15.
15. *Цимбалюк Н. М.* Еволюція дозвілля в контексті соціологічних категорій [Текст] / Н. Цимбалюк, Ю. Яковенко // Психологія і суспільство : Український науково-економічний та соціально-психологічний часопис. – 2004. - №2. - С. 118 – 124.
16. *Цимбалюк Н. М.* Організація та методика культурно-дозвілєвої діяльності. – Ч.1. Теоретичні основи культурно-дозвілєвої діяльності. – К.: ДАКККиМ, 2000. – 145 с.
17. *Aguilar, M., & Hurst, E. (2009).* *The increase in leisure inequality, 1965-2005.* Washington, D.C: AEI Press.
18. *Aitchison, C.C. and Henderson, K.A. (2013).* UNICEF and UN Women's Evidence Gathering to Address Inequalities in the Post-2015 Global Development Agenda: Leisure as a Site of Inequality and a Means of Addressing Inequality, *World Leisure Journal* 54:2. P. 1 – 14.
19. *American Time Use Survey. Table 11. Time spent in leisure and sports activities for the civilian population by selected characteristics, 2012 annual averages* [Електронний ресурс] /American Bureau of Labor Statistics. Режим

- доступу: <http://www.bls.gov/news.release/atus.t11.htm> (станом на 30.03.3014).
20. *ESS Round 5: European Social Survey Round 5 Data (2011)*. Data file edition 3.0. Center for Social and Marketing Research SOCIS, Research & Branding Group, Ukraine. – Data Archive and distributor of ESS data.
  21. *EVS (2010): European Values Study 2008, 4th wave, Ukraine*. GESIS Data Archive, Cologne, Germany, ZA4781 Data File Version 1.1.0 (2010-11-30), doi:10.4232/1.10174.
  22. *Henderson, K. A., Hodges, S., and Kivel, B. (2002)*. Context and Dialogue in Research on Women and Leisure. *Journal of Leisure Research*, 34 (3). P. 253 – 271.
  23. *Karin Winqvist. (2004)*. How Europeans Spend Their Time - Everyday Life of Women and Men. Luxembourg: Eurostat.
  24. *Lee, Y. G. and Bhargava, V. (2004)*, Leisure Time: Do Married and Single Individuals Spend It Differently? *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 32: 254–274. doi: 10.1177/1077727X03261631
  25. *McGinnity, F., Russell, H. (2008)*. Gender Inequalities in time use the distribution of caring, housework and employment among women and men in Ireland. Available from: <http://www.thehealthwell.info/node/77067>
  26. *MMI Ukraine: Marketing and Media Index Ukraine (2010)*. TNS Ukraine.
  27. *OECD (2009)*, “Leisure time”, in *OECD Factbook 2009: Economic, Environmental and Social Statistics*, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/factbook-2009-93-en>
  28. *OECD (2011)*, “Cooking and Caring, Building and Repairing: Unpaid Work around the World”, in *Society at a Glance 2011: OECD Social Indicators*, OECD Publishing. [http://dx.doi.org/10.1787/soc\\_glance-2011-3-en](http://dx.doi.org/10.1787/soc_glance-2011-3-en)
  29. *Suzana de M. Fontenelle and George M. Zinkhan (1993)* , "Gender Differences in the Perception of Leisure: a Conceptual Model", in *NA - Advances in Consumer Research Volume 20*, eds. Leigh McAlister and Michael L. Rothschild, Provo, UT: Association for Consumer Research, Pages: 534-540.

30. *The Influence of Age and Gender on Recreation Participation. (2004). A Look at Leisure. Alberta Recreation Survey.*

[http://www.tpr.alberta.ca/recreation/ars/surveypdf/LL59\\_age\\_gender.pdf](http://www.tpr.alberta.ca/recreation/ars/surveypdf/LL59_age_gender.pdf)

## Вихідні таблиці (Output SPSS)

Таблиця А.1

**Розподіл відповідей на питання «Чи виконуєте Ви цю практику: читання книг?» (за даними «Маркетинг і медіа індекс Україна», 2010 рік)**

			Стать	
			Чоловіки	Жінки
<b>Проведення вільного часу, інтереси і преференції: читання книг</b>	<i>Ні</i>	Кількість	585	432
		% в межах статі	40,7	28,0
	<i>Так</i>	Кількість	854	1110
		% в межах статі	59,3	72,0
<b>Всього</b>		Кількість	1439	1542
		% в межах статі	100,0	100,0

Таблиця А.2

**Розподіл відповідей на питання «Чи виконуєте Ви цю практику: перегляд телепередач?» (за даними «Маркетинг і медіа індекс Україна», 2010 рік)**

			Стать	
			Чоловіки	Жінки
<b>Проведення вільного часу, інтереси і преференції: перегляд телепередач</b>	<i>Ні</i>	Кількість	71	62
		% в межах статі	4,9	4,0
	<i>Так</i>	Кількість	1368	1480
		% в межах статі	95,1	96,0
<b>Всього</b>		Кількість	1439	1542
		% в межах статі	100,0	100,0

Таблиця А.3

**Розподіл відповідей на питання «Чи виконуєте Ви цю практику: ведення домогосподарства (прання, прибирання тощо)?» (за даними «Маркетинг і медіа індекс Україна», 2010 рік)**

			Стать	
			Чоловіки	Жінки
Проведення вільного часу, інтереси і преференції: ведення домогосподарства (прання, прибирання тощо)	Ні	Кількість	401	69
		% в межах статі	27,9	4,5
	Так	Кількість	1038	1473
		% в межах статі	72,1	95,5
Всього		Кількість	1439	1542
		% в межах статі	100,0	100,0

Таблиця А.4

**Розподіл відповідей на питання «Чи виконуєте Ви цю практику: приготування їжі?» (за даними «Маркетинг і медіа індекс Україна», 2010 рік)**

			Стать	
			Чоловіки	Жінки
Проведення вільного часу, інтереси і преференції: приготування їжі	Ні	Кількість	488	65
		% в межах статі	33,9	4,2
	Так	Кількість	951	1477
		% в межах статі	66,1	95,8
Всього		Кількість	1439	1542
		% в межах статі	100,0	100,0

Таблиця А.5

**Розподіл відповідей на питання «Чи виконуєте Ви цю практику: шиття, рукоділля тощо?» (за даними «Маркетинг і медіа індекс Україна», 2010 рік)**

			Стать	
			Чоловіки	Жінки
Проведення вільного часу, інтереси і преференції: шиття, рукоділля тощо	Ні	Кількість	1253	565
		% в межах статі	87,1	36,6
	Так	Кількість	186	977

		% в межах статі	12,9	63,4
<b>Всього</b>		Кількість	1439	1542
		% в межах статі	100,0	100,0

Таблиця А.6

**Розподіл відповідей на питання «Чи виконуєте Ви цю практику заняття з дітьми?» (за даними «Маркетинг і медіа індекс Україна», 2010 рік)**

			Стать	
			Чоловіки	Жінки
<b>Проведення вільного часу, інтереси і преференції: заняття з дітьми</b>	<i>Ні</i>	Кількість	621	468
		% в межах статі	43,2	30,4
	<i>Так</i>	Кількість	818	1074
		% в межах статі	56,8	69,6
<b>Всього</b>		Кількість	1439	1542
		% в межах статі	100,0	100,0

Таблиця А.7

**Розподіл відповідей на питання «Чи виконуєте Ви цю практику: прогулянки містом, а парку?» (за даними «Маркетинг і медіа індекс Україна», 2010 рік)**

			Стать	
			Чоловіки	Жінки
<b>Проведення вільного часу, інтереси і преференції: прогулянки містом, в парку</b>	<i>Ні</i>	Кількість	400	312
		% в межах статі	27,8	20,2
	<i>Так</i>	Кількість	1039	1230
		% в межах статі	72,2	79,8
<b>Всього</b>		Кількість	1439	1542
		% в межах статі	100,0	100,0

Таблиця А.8

**Розподіл відповідей на питання «Чи виконуєте Ви цю практику: прийом гостей, похід до гостей?» (за даними «Маркетинг і медіа індекс Україна», 2010 рік)**

			Стать	
			Чоловіки	Жінки
<b>Проведення вільного часу, інтереси і преференції: прийом гостей, похід до гостей</b>	<i>Ні</i>	Кількість	242	149
		% в межах статі	16,8	9,7
	<i>Так</i>	Кількість	1197	1393
		% в межах статі	83,2	90,3
<b>Всього</b>		Кількість	1439	1542
		% в межах статі	100,0	100,0

Таблиця А.9

**Розподіл відповідей на питання «Чи виконуєте Ви цю практику: відвідування художніх виставок?» (за даними «Маркетинг і медіа індекс Україна», 2010 рік)**

			Стать	
			Чоловіки	Жінки
<b>Проведення вільного часу, інтереси і преференції: відвідування художніх виставок</b>	<i>Ні</i>	Кількість	1204	1203
		% в межах статі	83,7	78,0
	<i>Так</i>	Кількість	235	339
		% в межах статі	16,3	22,0
<b>Всього</b>		Кількість	1439	1542
		% в межах статі	100,0	100,0

Таблиця А.10

**Розподіл відповідей на питання «Чи виконуєте Ви цю практику: відвідування центрів краси (соляріїв, перукарень тощо)?» (за даними «Маркетинг і медіа індекс Україна», 2010 рік)**

			Стать
--	--	--	-------



			<i>Чоловіки</i>	<i>Жінки</i>
<b>Проведення вільного часу, інтереси і преференції: відвідування центрів краси (соляріїв, перукарень тощо)</b>	<i>Ні</i>	Кількість	899	687
		% в межах статі	62,5	44,6
	<i>Так</i>	Кількість	540	855
		% в межах статі	37,5	55,4
<b>Всього</b>		Кількість	1439	1542
		% в межах статі	100,0	100,0

Таблиця А.11

**Розподіл відповідей на питання «Чи виконусте Ви цю практику: більярд, боулінг?» (за даними «Маркетинг і медіа індекс Україна», 2010 рік)**

			<b>Стать</b>	
			<i>Чоловіки</i>	<i>Жінки</i>
<b>Проведення вільного часу, інтереси і преференції: більярд, боулінг</b>	<i>Ні</i>	Кількість	1171	1375
		% в межах статі	81,4	89,2
	<i>Так</i>	Кількість	268	167
		% в межах статі	18,6	10,8
<b>Всього</b>		Кількість	1439	1542
		% в межах статі	100,0	100,0

Таблиця А.12

**Розподіл відповідей на питання «Чи виконусте Ви цю практику: полювання, рибалка?» (за даними «Маркетинг і медіа індекс Україна», 2010 рік)**

			<b>Стать</b>	
			<i>Чоловіки</i>	<i>Жінки</i>
<b>Проведення вільного часу, інтереси і преференції: полювання, рибалка</b>	<i>Ні</i>	Кількість	916	1405
		% в межах статі	63,7	91,1
	<i>Так</i>	Кількість	523	137
		% в межах статі	36,3	8,9

<b>Всього</b>	Кількість	1439	1542
	% в межах статі	100,0	100,0

Таблиця А.13

**Розподіл відповідей на питання «Чи виконуєте Ви цю практику: догляд за автомобілем?» (за даними «Маркетинг і медіа індекс Україна», 2010 рік)**

			Стать	
			Чоловіки	Жінки
<b>Проведення вільного часу, інтереси і преференції: догляд за автомобілем</b>	<i>Ні</i>	Кількість	988	1440
		% в межах статі	68,7	93,4
	<i>Так</i>	Кількість	451	102
		% в межах статі	31,3	6,6
<b>Всього</b>		Кількість	1439	1542
		% в межах статі	100,0	100,0

Таблиця А.14

**Розподіл відповідей на питання «Чи виконуєте Ви цю практику: виїзд на природу?» (за даними «Маркетинг і медіа індекс Україна», 2010 рік)**

			Стать	
			Чоловіки	Жінки
<b>Проведення вільного часу, інтереси і преференції: виїзд на природу</b>	<i>Ні</i>	Кількість	540	682
		% в межах статі	37,5	44,2
	<i>Так</i>	Кількість	899	860
		% в межах статі	62,5	55,8
<b>Всього</b>		Кількість	1439	1542
		% в межах статі	100,0	100,0

Таблиця А.15

**Фактори вибору жінками та чоловіками дозвілєвих практик (за даними «Маркетинг та медіа індекс  
Україна», 2010 р.)**

	Чинники впливу на вибір	Види практик							
		Читання книг				Перегляд телепередач			
	Константа	Жінки		Чоловіки		Жінки		Чоловіки	
		В	Значущість	В	Значущість	В	Значущість	В	Значущість
Дохід	Високий	0,475	0,045	0,204	0,348	-1,451	0,014	0,22	0,642
	Середній	-0,077	0,676	0,358	0,06	-0,617	0,284	0,274	0,51
	<i>Низький*</i>		0,115		0,323		0,103		0,893
Рівень освіти	Початкова, неповна середня	-1,808	0,001	-1,085	0,041	-0,644	0,552	-0,514	0,663
	Загальна середня	-0,864	0,000	-0,736	0,000	-0,268	0,474	-0,339	0,337
	Спеціалізована середня	-0,646	0,000	-0,885	0,000	0,269	0,438	-0,256	0,424
	Неповна вища	0,001	0,997	-0,693	0,023	-0,485	0,407	-1,036	0,043
	<i>Вища*</i>		0,000		0,000		0,547		0,369
Вік	Молодь	-0,657	0,001	-0,194	0,275	0,045	0,918	-0,576	0,182
	Особи середнього віку	-0,212	0,223	0,029	0,849	0,318	0,411	-0,302	0,448
	<i>Особи старшого віку*</i>		0,001		0,244		0,596		0,377
Регіон	Центр	0,165	0,303	0,151	0,306	0,338	0,448	-0,885	0,006
	Північ	0,452	0,094	0,499	0,057	-0,296	0,6	-0,182	0,774
	Південь	0,042	0,816	0,13	0,431	-0,431	0,276	-0,737	0,042
	Захід	-0,094	0,616	0,240	0,180	-0,929	0,013	-0,476	0,252

	<i>Схід*</i>		0,369		0,283		0,058		0,074
Діти	Наявність дітей	0,018	0,893	0,211	0,087	0,117	0,71	-0,172	0,528
		<i>Ведення домогосподарства</i>				<i>Приготування їжі</i>			
		Жінки		Чоловіки		Жінки		Чоловіки	
	<b>Константа</b>	<b>В</b>	<b>Значущість</b>	<b>В</b>	<b>Значущість</b>	<b>В</b>	<b>Значущість</b>	<b>В</b>	<b>Значущість</b>
Дохід	Високий	-0,858	0,096	-0,917	0,000	-0,605	0,203	-0,665	0,004
	Середній	-152	0,761	0,065	0,768	0,165	0,717	-0,224	0,278
	<i>Низький*</i>		0,206		0,000		0,091		0,026
Рівень освіти	Початкова, неповна середня	-0,629	0,561	-0,514	0,368	-1,526	0,063	-0,386	0,477
	Загальна середня	0,233	0,573	-0,335	0,044	-0,151	0,684	-0,162	0,294
	Спеціалізована середня	-0,156	0,616	-0,247	0,099	0,186	0,577	-0,108	0,433
	Неповна вища	-0,804	0,134	-0,230	0,500	-0,402	0,492	-0,434	0,158
	<i>Вища*</i>		0,463		0,294		0,282		0,577
Вік	Молодь	0,501	0,221	0,147	0,448	0,154	0,707	0,134	0,456
	Особи середнього віку	0,438	0,196	0,121	0,463	0,447	0,208	0,227	0,144
	<i>Особи старшого віку*</i>		0,372		0,715		0,397		0,326
Регіон	Центр	-0,674	0,048	-0,057	0,721	0,245	0,540	0,183	0,227
	Північ	-0,350	0,536	0,383	0,195	-0,316	0,535	0,220	0,404
	Південь	-0,607	0,117	0,152	0,409	-0,328	0,383	0,090	0,592
	Захід	-0,523	0,210	0,094	0,635	-0,199	0,638	0,299	0,109
	<i>Схід*</i>		0,311		0,589		0,728		0,475

Діти	Наявність дітей	0,224	0,458	0,206	0,129	0,520	0,105	0,067	0,595	
		<i>Шиття, рукоділля</i>				<i>Заняття з дітьми</i>				
		Жінки		Чоловіки		Жінки		Чоловіки		
<b>Константа</b>		<b>В</b>	<b>Значущість</b>	<b>В</b>	<b>Значущість</b>	<b>В</b>	<b>Значущість</b>	<b>В</b>	<b>Значущість</b>	
Дохід	Високий	0,515	0,014	-0,700	0,019	-0,088	0,721	-0,094	0,693	
	Середній	0,482	0,007	-0,385	0,113	-0,540	0,008	-0,239	0,254	
	<i>Низький*</i>		0,002		0,017		0,041		0,423	
Рівень освіти	Початкова, неповна середня	-0,487	0,365	0,087	0,911	1,572	0,151	0,080	0,895	
	Загальна середня	0,012	0,937	-0,243	0,289	0,027	0,878	-0,254	0,117	
	Спеціалізована середня	-0,118	0,360	0,188	0,324	0,059	0,688	-0,306	0,035	
	Неповна вища	-0,057	0,835	-0,341	0,494	-0,775	0,010	-0,299	0,368	
	<i>Вища*</i>		0,769		0,322		0,041		0,27	
Вік	Молодь	-0,768	0,000	0,078	0,757	0,187	0,339	-0,044	0,813	
	Особи середнього віку	-0,488	0,003	-0,009	0,966	0,275	0,081	0,121	0,442	
	<i>Особи старшого віку*</i>		0,000		0,902		0,217		0,472	
Регіон	Центр	-0,015	0,920	-0,005	0,979	0,190	0,257	0,075	0,638	
	Північ	0,241	0,309	0,483	0,127	0,306	0,254	-0,092	0,739	
	Південь	-0,099	0,548	-0,369	0,164	-0,364	0,044	0,095	0,595	
	Захід	-0,046	0,791	-0,154	0,553	0,329	0,108	0,291	0,127	
	<i>Схід*</i>		0,787		0,242		0,021		0,605	
Діти	Наявність дітей	-0,107	0,337	-0,309	0,089	1,911	0,000	1,915	,000	

		<i>Прогулянки містом, в парку</i>				<i>Прийом/відвідування гостей</i>			
		Жінки		Чоловіки		Жінки		Чоловіки	
		<b>В</b>	<b>Значущість</b>	<b>В</b>	<b>Значущість</b>	<b>В</b>	<b>Значущість</b>	<b>В</b>	<b>Значущість</b>
<b>Дохід</b>	<b>Константа</b>								
	Високий	0,735	0,008	-0,011	0,963	0,063	0,854	0,312	0,265
	Середній	0,019	0,924	0,041	0,843	0,393	0,186	0,397	0,104
	<i>Низький*</i>		0,056		0,899		0,087		0,337
<b>Рівень освіти</b>	Початкова, неповна середня	-0,493	0,417	-0,541	0,339	18,998	0,999	-0,079	0,919
	Загальна середня	-0,418	0,019	-0,304	0,064	0,178	0,494	-0,471	0,016
	Спеціалізована середня	-0,028	0,859	-0,250	0,092	-0,037	0,859	-0,229	0,213
	Неповна вища	0,902	0,064	0-,475	0,155	-0,094	0,830	-0,130	0,766
	<i>Вища*</i>		0,02		0,251		0,934		0,206
<b>Вік</b>	Молодь	0,659	0,002	0,555	0,005	0,562	0,045	0,195	0,410
	Особи середнього віку	0,155	0,360	-0,098	0,543	0,501	0,027	-0,130	0,499
	<i>Особи старшого віку*</i>		0,004		0,000		0,06		0,21
<b>Регіон</b>	Центр	0,318	0,087	0,007	0,966	-0,053	0,825	-0,116	0,539
	Північ	-0,238	0,361	0,039	0,886	-0,390	0,251	-0,340	0,258
	Південь	0,105	0,602	0,008	0,965	-0,118	0,661	0,137	0,543
	Захід	0,007	0,973	0,138	0,482	0,023	0,937	0,354	0,165
	<i>Схід*</i>		0,323		0,97		0,83		0,303
<b>Діти</b>	Наявність дітей	0,351	0,02	0,055	0,679	0,248	0,232	0,442	0,007

	Константа	Відвідування художніх виставок				Відвідування центрів краси			
		Жінки		Чоловіки		Жінки		Чоловіки	
		В	Значущість	В	Значущість	В	Значущість	В	Значущість
Дохід	Високий	0,869	0,001	0,934	0,003	0,799	0,000	0,687	0,003
	Середній	0,736	0,001	0,585	0,047	0,569	0,000	0,448	0,029
	<i>Низький*</i>		0,001		0,018		0,000		0,031
Рівень освіти	Початкова, неповна середня	-20,384	0,998	-1,400	0,181	-1,058	0,055	-0,099	0,858
	Загальна середня	- 0,925	0,000	-0,561	0,004	-0,641	0,000	-0,249	0,105
	Спеціалізована середня	-0,695	0,000	-0,650	0,000	-0,594	0,000	-0,273	0,045
	Неповна вища	-0,122	0,691	-0,065	0,863	-0,612	0,025	-0,046	0,881
	<i>Вища*</i>		0,000		0,001		0,000		0,312
Вік	Молодь	-0,481	0,022	-0,187	0,429	1,022	0,000	0,620	0,001
	Особи середнього віку	-0,204	0,253	-0,008	0,970	0,620	0,000	0,239	0,139
	<i>Особи старшого віку*</i>		0,062		0,572		0,000		0,001
Регіон	Центр	0,408	0,016	0,245	0,191	-0,274	0,057	-0,811	0,000
	Північ	0,555	0,030	0,532	0,075	-0,103	0,652	-0,644	0,016
	Південь	0,316	0,105	-0,227	0,329	-0,398	0,015	-0,635	0,000
	Захід	0,514	0,009	0,098	0,675	-0,236	0,172	-0,531	0,003
	<i>Схід*</i>		0,02		0,15		0,096		0,000
Діти	Наявність дітей	0,088	0,537	0,200	0,212	0,088	0,465	-0,025	0,843

	Константа	Догляд за автомобілем				Виїзди на природу			
		Жінки		Чоловіки		Жінки		Чоловіки	
		В	Значущість	В	Значущість	В	Значущість	В	Значущість
Дохід	Високий	1,245	0,002	0,706	0,002	0,532	0,01	0,546	0,013
	Середній	0,449	0,24	0,255	0,225	-0,098	0,559	0,569	0,003
	<i>Низький*</i>		0,004		0,000		0,01		0,003
Рівень освіти	Початкова, неповна середня	0,130	0,903	-0,038	0,947	-0,829	0,127	-0,895	0,097
	Загальна середня	-0,150	0,638	-0,244	0,129	-0,444	0,003	-0,236	0,123
	Спеціалізована середня	0,121	0,632	-,0113	0,417	-0,332	0,008	-0,096	0,484
	Неповна вища	0,836	0,038	-0,501	0,146	-0,057	0,833	-0,284	0,368
	<i>Вища*</i>		0,252		0,435		0,014		0,292
Вік	Молодь	0,134	0,692	0,255	0,186	0,338	0,051	0,794	0,000
	Особи середнього віку	-0,367	0,241	0,257	0,128	0,352	0,019	0,405	0,007
	<i>Особи старшого віку*</i>		0,114		0,296		0,057		0,000
Регіон	Центр	0,698	0,012	0,661	0,000	0,396	0,006	0,252	0,098
	Північ	1,391	0,000	0,255	0,341	-0,414	0,063	-0,213	0,393
	Південь	0,053	0,888	0,510	0,003	0,000	0,999	0,040	0,813
	Захід	0,808	0,012	0,397	0,034	0,484	0,005	0,306	0,096
	<i>Схід*</i>		0,000		0,000		0,000		0,179
Діти	Наявність дітей	0,207	0,382	0,203	0,114	0,111	0,352	0,033	0,795



	Константа	Гра в більярд, боулінг				Полювання, рибалка			
		Жінки		Чоловіки		Жінки		Чоловіки	
		В	Значущість	В	Значущість	В	Значущість	В	Значущість
Дохід	Високий	1,809	0,022	0,910	0,002	0,946	0,003	0,251	0,245
	Середній	0,847	0,000	0,298	0,287	-0,148	0,636	-0,133	0,491
	Низький*		0,000		0,001		0,000		0,044
Рівень освіти	Початкова, неповна середня	-19,099	0,998	-0,329	0,630	0,613	0,443	-0,052	0,926
	Загальна середня	- 0,557	0,031	-0,472	0,014	-0,125	0,645	0,214	0,157
	Спеціалізована середня	-0,583	0,006	-0,746	0,000	0,126	0,565	0,016	0,904
	Неповна вища	0,258	0,449	-0,037	0,916	0,487	0,210	0,230	0,457
	Вища*		0,018		0,001		0,562		0,592
Вік	Молодь	1,887	0,000	1,447	0,000	0,450	0,150	0,045	0,806
	Особи середнього віку	0,797	0,034	0,634	0,013	-0,021	0,943	0,269	0,088
	Особи старшого віку*		0,000		0,000		0,078		0,099
Регіон	Центр	0,729	0,001	-0,027	0,892	0,901	0,000	0,359	0,015
	Північ	0,747	0,024	0,632	0,037	0,989	0,003	0,397	0,109
	Південь	-0,129	0,669	0,106	0,622	0,531	0,063	0,018	0,917
	Захід	0,304	0,288	0,506	0,021	0,484	0,115	0,275	0,122
	Схід*		0,003		0,05		0,001		0,068
Діти	Наявність дітей	-0,226	0,245	0,235	0,130	0,201	0,328	0,131	0,289

\*Референтні категорії

Таблиця А.16

**Сукупний час перегляду телебачення в середньому на тиждень (за даними  
Європейського соціального дослідження, 2011 рік)**

		Стать		Всього
		Чоловіки	Жінки	
<i>Не дивлюсь</i>	Кількість	7	25	32
	% в межах статі	2,1	4,6	3,7
<i>Менше 0,5 години</i>	Кількість	28	23	51
	% в межах статі	8,5	4,2	5,8
<i>Від 0,5 до 1 години</i>	Кількість	44	122	166
	% в межах статі	13,4	22,3	19,0
<i>Від 1 до 1,5 години</i>	Кількість	47	62	109
	% в межах статі	14,3	11,4	12,5
<i>Від 1,5 до 2 годин</i>	Кількість	76	94	170
	% в межах статі	23,2	17,2	19,5
<i>Від 2 до 2,5 годин</i>	Кількість	38	75	113
	% в межах статі	11,6	13,7	12,9
<i>Від 2,5 до 3 годин</i>	Кількість	31	71	102
	% в межах статі	9,5	13,0	11,7
<i>Більше 3 годин</i>	Кількість	57	74	131
	% в межах статі	17,4	13,6	15,0
<b>Всього</b>	Кількість	328	546	874
	% в межах статі	100,0	100,0	100,0

Таблиця А.17

**Відповіді на твердження «Чоловіки мають брати відповідальність за дім і  
дітей» (за даними Європейського дослідження цінностей, 2008 рік)**

		Стать		Всього
		Чоловіки	Жінки	
<i>Дуже великою мірою погоджуюсь</i>	Кількість	160	162	322
	% в межах статі	59,7	66,1	62,8
<i>Погоджуюсь</i>	Кількість	102	79	181
	% в межах статі	38,1	32,2	35,3

<i>Не погоджуюсь</i>	Кількість	5	4	9
	% в межах статі	1,9	1,6	1,8
<i>Дуже великою мірою не погоджуюсь</i>	Кількість	1	0	1
	% в межах статі	0,4	0,0	0,2
<b>Всього</b>	Кількість	268	245	513
	% в межах статі	100,0	100,0	100,0

Таблиця А.18

**Часові витрати на виконання хатньої праці (за даними Європейського соціального дослідження, 2011 рік)**

Стать	Кількість	Середнє	Стандартна девіація
<i>Чоловіки</i>	238	18,36	17,106
<i>Жінки</i>	444	30,42	19,395

Таблиця А.19

**Важливість дозвілля для жінок та чоловіків (за даними Європейського дослідження цінностей, 2008 рік)**

Рівень важливості		Стать		Всього
		<i>Чоловіки</i>	<i>Жінки</i>	
<i>Дуже важливо</i>	Кількість	63	86	149
	% в межах статі	27,8	31,3	29,7
<i>Радше важливо</i>	Кількість	125	143	268
	% в межах статі	55,1	52,0	53,4
<i>Радше не важливо</i>	Кількість	33	40	73
	% в межах статі	14,5	14,5	14,5
<i>Зовсім не важливо</i>	Кількість	6	6	12
	% в межах статі	2,6	2,2	2,4
<b>Всього</b>	Кількість	227	275	502
	% в межах статі	100,0	100,0	100,0

Таблиця А.20

**Кореляція рівня щастя з рівнем важливості дозвілля для чоловіків (за даними Європейського соціального дослідження, 2011 рік)**

		<i>«Говорячи загалом, наскільки Ви щасливі?»</i>
<i>«Наскільки важливо у Вашому житті дозвілля?»</i>	Коефіцієнт Спірмана	0,252**
	Значущість	0,000

\*\*Коефіцієнт кореляції статистично значущий на рівні 0,01

Таблиця А.21

**Кореляція рівня щастя з рівнем важливості дозвілля для жінок (за даними Європейського соціального дослідження, 2011 рік)**

		<i>«Говорячи загалом, наскільки Ви щасливі?»</i>
<i>«Наскільки важливо у Вашому житті дозвілля?»</i>	Коефіцієнт Спірмана	0,067
	Значущість	0,271

Таблиця А.22

**Дисперсійний аналіз цінностей, пов'язаних з дозвіллям жінок та чоловіків (за даними Європейського соціального дослідження, 2011 рік)**

*А. Групова статистика*

	<b>Стать</b>	<b>Кількість</b>	<b>Середнє</b>	<b>Стандартне відхилення</b>	<b>Стандартна похибка середнього</b>
<b>«Важливо шукати веселощі та речі, що приносять задоволення»</b>	<i>Чоловіки</i>	314	3,96	1,462	0,083
	<i>Жінки</i>	527	3,78	1,507	0,066
<b>«Важливо шукати пригоди та мати захоплююче життя»</b>	<i>Чоловіки</i>	311	4,30	1,394	0,079
	<i>Жінки</i>	529	4,27	1,481	0,064
<b>«Важливо пробувати нові та різні речі у житті»</b>	<i>Чоловіки</i>	321	3,50	1,459	0,081
	<i>Жінки</i>	529	3,13	1,412	0,061
<b>«Важливо добре проводити час»</b>	<i>Чоловіки</i>	315	3,68	1,401	0,079
	<i>Жінки</i>	525	3,47	1,453	0,063
<b>«Важливо слідувати традиціям та звичаям»</b>	<i>Чоловіки</i>	321	2,67	1,269	0,071
	<i>Жінки</i>	537	2,35	1,245	0,054

*Б. Тест незалежних вибірок*

		Тест Левіна для рівності дисперсій		Т-тест для рівності середніх			
		<i>F-критерій</i>	<i>Значущість</i>	<i>t-критерій</i>	<i>Ступені свободи</i>	<i>Значущість</i>	<i>Різниця середніх</i>
<b>«Важливо шукати веселощі та речі, що приносять задоволення»</b>	Рівні дисперсії враховуються	1,033	0,310	1,737	839	0,083	0,185
	Рівні дисперсії не враховуються			1,750	674,058	0,081	0,185
<b>«Важливо шукати пригоди та мати захоплююче життя»</b>	Рівні дисперсії враховуються	0,675	0,412	0,220	838	0,826	0,023
	Рівні дисперсії не враховуються			0,224	681,345	0,823	0,023
<b>«Важливо пробувати нові та різні речі у житті»</b>	Рівні дисперсії враховуються	1,292	0,256	3,628	848	0,000	0,367
	Рівні дисперсії не враховуються			3,599	658,809	0,000	0,367
<b>«Важливо добре проводити час»</b>	Рівні дисперсії враховуються	2,055	0,152	2,023	838	0,043	0,207
	Рівні дисперсії не враховуються			2,042	681,244	0,042	0,207
<b>«Важливо слідувати традиціям та звичаям»</b>	Рівні дисперсії враховуються	0,059	0,807	3,538	856	0,000	0,313
	Рівні дисперсії не враховуються			3,522	664,419	0,000	0,313