

УДК 159.9:316.6

Л. Д. Заграй

## ГЕНДЕРНІ МОДЕЛІ В УЯВЛЕННЯХ МОЛОДІ

*У статті висвітлено роль гендерних схем, які створюються і транслиуються в суспільстві, у формуванні гендерних уявлень молоді. Гендерна схема розглядається як схематизована модель, яка включає систему уявлень про риси маскулінності / фемінінності, гендерні ролі, поведінку, зафіксовані у фонових очікуваннях суспільства, підтримуються психологічними потребами людини поводити себе в соціально схваленій манері, відчувати свою цілісність і несуперечливість. Обґрунтовано застосування асоціативного експерименту для виявлення стереотипів-концептів гендерного досвіду молодих людей. Визначено ключові стереотипи гендерного досвіду молодих людей на основі яких відбувається сприйняття, оцінка себе та інших.*

**Ключові слова:** гендерна схема, гендерний досвід, фонові очікування, гендерні ролі, маскулінність, фемінінність, андрогінність.

*В статье раскрыто влияние гендерных схем транслирующихся в обществе на формирование гендерных представлений молодежи. Гендерная схема рассматривается как схематизированная модель, которая включает систему представлений о чертах маскулинности / феминности, гендерных ролях, поведении, зафиксированных в фоновых ожиданиях общества, поддерживается психологическими потребностями личности вести себя в социально приемлемом стиле. Обосновано использование ассоциативного эксперимента с целью определения стереотипов-концептов гендерного опыта молодых людей. Определены ключевые стереотипы гендерного опыта молодых людей.*

**Ключевые слова:** гендерная схема, гендерный опыт, фоновые ожидания, гендерные роли, маскулинность, феминность, андрогинность.

*The article deals with the influence of gender patterns created and transmitted in a society on forming the young people's gender perceptions. The gender scheme is regarded as a schematized model that includes a system of ideas of masculinity / femininity traits, gender roles, behavior, recorded in the background expectations of society,*

*supported by psychological needs of a human to behave in a socially approved manner, to feel his integrity and consistency. The use of associative experiment for identifying stereotype concepts of young people's gender experience has been proved. The author determines the key stereotypes of young people's gender experience, which are the basis for perception, self-assessment, assessment of other people.*

**Key words:** *gender scheme, gender experience, background expectations, gender roles, masculinity, femininity, androgyny.*

**Постановка проблеми.** У кожній культурі, суспільстві існують тексти, наративи завдяки яким відбувається створення та відтворення гендеру. Гендерні схеми зафіксовані в текстах культури концептуалізуються, легітимізуються різними інститутами соціалізації, через які спрямовують процес конструювання гендерного досвіду людини. Гендерні схеми, які є системовірними елементами гендерної ідентифікації, не існують самі по собі, незалежно від людей, і визначають формування їх гендерного досвіду. Вони насправді є абстракціями, взятими із буденного життя, які в загальному вигляді описують образи чоловіків і жінок. Своїм виникненням, своєю «живучістю» гендерні схеми зобов'язані тому, що суспільство складається з безлічі зрілих, дорослих індивідів, які є представниками певних інституцій, свідомості і поведінці яких притаманні стереотипні характеристики. Не інституції, а живі люди зі своїми інтерпретаціями є провідниками гендерної свідомості. Тому гендерні схеми існують до тих пір і є «реальними» поки вони будуть відтворюватися людьми, підтримуватися інституціями. Вони перестануть існувати як тільки їм буде відмовлено у визнанні. У такому сенсі гендерні схеми в соціальній реальності існують тому, що транслюючи їх люди ставляться до них як до реальності. Тому дослідження гендерних схем є завжди актуальним питанням, оскільки вони можуть змінюватися як на соціальному, так і індивідуальному рівнях.

**Короткий огляд останніх досліджень і публікацій по темі.** Є гендерні схеми, які допомагають молодій людині самовизначатися, що забезпечує їй адаптацію до соціуму, але й є такі, які в сучасних умовах заважають її самореалізації, пошуку себе у складному, мінливому, динамічному світі. У роботах Т. Бендас, Ш. Берн, Е. Льїна та ін., вказується на цілу низку негативних ефектів, що здійснюють гендерні стереотипи в плані розвитку та самореалізації особистості [1; 2; 5]. Тому важливою проблемою є дослідження

гендерних уявлень молоді, з'ясуванні міри їх стереотипності та динамічності.

У базових наративах суспільства, культури створюються і транслюються моделі маскулінності та фемінінності, які задаються соціокультурними схемами. Як зазначає Г. Гофстеде, існують суспільства з домінуючою маскулінною чи фемінінною орієнтаціями, які задають норми, яким повинні відповідати чоловіки і жінки, що живуть у такому суспільстві [9].

Результати численних досліджень (Т. Говорун, О. Здравомислової, О. Кікінежді, І. Кльоциної, І. Кона та ін.) доводять, що показниками маскулінності, які циркулюють у нашій культурі є соціальний статус, фізична, розумова та емоційна твердість, антижіночність. Соціальна цінність чоловіка визначається величиною його заробітку та кар'єрним зростанням, спрямованістю на професійну самореалізацію. Він повинен володіти фізичною силою і біологічною активністю, вміти стримувати емоції, бути поміркованим у всіх проявах і реакціях, уникати специфічно жіночих занять, моделей самовиявлення.

Перелічені ознаки маскулінності є стереотипними і в ситуаціях, де складно підтримувати стандарти традиційної гендерної поведінки, чоловіки переживають стрес, який супроводжується зниженням самооцінки, депресивними проявами. Намагання чоловіка постійно відповідати схемам культури можуть призвести до гендерно-рольового стресу, наслідком якого є втеча від чоловічої ролі, що проявляється в гіпермаскулінізації поведінки чи інфантилізації. Як зазначає І. Кон, це призводить до кризи маскулінності [6].

Найбільш типовими показниками фемінінності є: установка на материнство як основну сферу самореалізації; прагнення бути доброю господинею; орієнтація на сферу міжособистісних відносин і на досягнення компетентності як суб'єкта взаємодії; приваблива зовнішність і установка на збереження привабливості як важливого жіночого ресурсу взаємодії з оточуючими, зовнішність як складова Я-образу [4]. Відсутність таких характеристик спричинює, за словами О. Здравомислової, А. Тьомкіної, кризу жіночої ідентичності. Такий феномен автори пояснюють загостренням конфлікту сім'ї та роботи. У сучасному суспільстві незважаючи на появу нових вимог до жінки, її самореалізації, ролі в суспільстві, дуже поширеними залишаються патріархальні стереотипи, у яких особистість жінки розглядається лише у зв'язку з функціями материн-

ства, сім'ї, матеріального благополуччя. Успіх у професійній діяльності з образом жінки не пов'язується, незважаючи на існуючу у ЗМІ останнім часом тенденцію конструювання образу успішної жінки кар'єри, бізнесу. Хоча такий образ завжди супроводжується неблагополучною ситуацією у приватному житті і є достатньо маскулініним. Така ситуація ускладнює процес ідентифікації молоді дівчини з образом «ділової жінки», утруднює процес професійного самовизначення та самореалізації.

Отже, описані характеристики можна назвати стереотипними, що мають соціально сконструйований характер, відображають соціальні уявлення про чоловічі та жіночі риси, особливості статевої поведінки в різних сферах суспільного життя і задають схему гендерного конструювання особистості.

Гендерний стереотип визначають дослідники як різновид соціального, що відображає систему уявлень про статево-рольову поведінку чоловіків та жінок, які закріплені в суспільстві [3]. Гендерні стереотипи є схематизованими, узагальненими соціально сконструйованими образами маскуліності, фемінінності, які підтримуються психологічними потребами людини поводити себе в соціально схваленій манері, відчувати свою цілісність і несуперечливість [3]. Гендерним стереотипам притаманний високий рівень нормативності, оскільки, саме в них зафіксовані не тільки групові уявлення, але й соціальні очікування, «фонові очікування» (термін І. Гофмана), під якими мають на увазі соціально схвалені установки на ті чи інші дії, які можуть неусвідомлюватися і не піддаватися рефлексії самими діячами. Іншими словами, гендерні стереотипи є, по суті, вираженням статево-рольових норм і ролей певного суспільства, вони спрямовують процес гендерної соціалізації, вони визначають модель, схему конструювання гендеру. Тому можна говорити про гендерні схеми. Невідповідність поведінки фоновим очікуванням у будь-якій сфері людської діяльності призводить до засудження особистості з боку оточення.

Створене в наративних текстах культури стереотипне уявлення про те, що жінки більш емоційні та турботливі, а чоловіки раціональні та дієві зафіксоване у фонових очікуваннях, буде спрямовувати їх самовиявлення. Іншими словами, гендерні схеми культури, суспільства, групи відіграють роль фонових очікувань, визначають яким повинен бути справжній чоловік, жінка, який мати зовнішній вигляд, як поводити себе в тій чи іншій ситуації.

Отже, гендерні схеми, стереотипи є схематизованими, узагальненими моделями, які включають систему уявлень про риси, якими наділені чоловіки, жінки, гендерні ролі, поведінку, зафіксовані у фонових очікуваннях суспільства, групи, підтримуються психологічними потребами людини поводити себе в соціально схваленій манері, відчувати свою цілісність і несуперечливість. Такі схеми виконують роль так званих когнітивних утворень, на основі котрих людина сприймає інформацію про чоловічі, жіночі ролі, ставиться до них і поводить відповідним чином.

Гендерні схеми як когнітивні структури відіграють функцію орієнтиру щодо типової та нетипової поведінки для чоловіків і жінок. Чоловіче і жіноче сприймається в бінарній логіці, що дозволяє здійснювати вибір тільки у двох варіантах. Коли людина приймає схему некритично без осмислення, уточнення, вона знаходиться під впливом фонових очікувань. Фонові очікування, які виникають у межах групи, забезпечують подібність між її членами, оскільки зміст їх є результатом спільної взаємодії.

**Мета статті** полягає у визначенні ключових стереотипів гендерного досвіду молодих людей на основі яких відбувається сприйняття, оцінка себе та інших.

**Матеріали і методи.** З метою виявлення у гендерному досвіді молодих людей стереотипів-концептів ми застосували асоціативний експеримент. Під час вибору такого методу ми опиралися на положення теорії семантичної організації пам'яті [8]. Більшість російських та українських психосемантичних тлумачень специфіки асоціативного експерименту мають свої корені в добре відомих ідеологемах діяльнісного підходу. Як зазначає В. Серкін, асоціативні зв'язки встановлюються у процесі набуття суб'єктивного досвіду, досвіду історії діяльностей, у які людина була включена або суб'єктом яких вона виявилася [7, с. 175]. З цього випливає, що подібність досвіду окремих людей певною мірою відбивається на подібності їх вербальних реакцій в умовах асоціативного експерименту. У зв'язку із вищезазначеним, у результаті застосування процедури асоціативного експерименту ми виявили значення, якими досліджувані означають ті чи інші стереотипи. Іншими словами, виявили концептосферу гендерних стереотипів молодих людей.

Для асоціативного експерименту було відібрано найбільш поширені стереотипи, які виявлені на попередньому етапі дослі-

дження в молодих людей, за допомогою опитувальника гендерних стереотипів Г. Гейманса (модифікація Т. Бендас).

**Виклад основного матеріалу.** Вибрані стереотипи умовно поділили на групи: «стереотипи маскулінності, фемінінності», «стереотипи, пов'язані з виконанням гендерних ролей», «стереотипна оцінка зовнішніх даних».

Таблиця 1

### Гендерні стереотипи чоловіків та жінок

| Стереотипи                      | Чоловіки           |              | Жінки                |              |
|---------------------------------|--------------------|--------------|----------------------|--------------|
|                                 | Соціальна<br>стать | Се-<br>реднє | Соціаль-<br>на стать | Серед-<br>нє |
| Маскулінність-фемі-<br>нінність | Жін.               | 3,69         | Жін.                 | 5,25         |
|                                 | Чол.               | 3,72         | Чол.                 | 6,60         |
| Гендерні ролі                   | Жін.               | 5,69         | Жін.                 | 7,24         |
|                                 | Чол.               | 6,38         | Чол.                 | 6,85         |
| Зовнішність                     | Жін.               | 7,11         | Жін.                 | 7,27         |
|                                 | Чол.               | 5,17         | Чол.                 | 8,12         |

$p \leq 0,05$

Стереотипи «маскулінності-фемінінності» умовно поділили на групи: активність, діяльність; спілкування, взаємодію; емоції, переживання; здібності, схильності, досягнення. Важливо було виявити змістове наповнення стереотипних схем гендерного досвіду молодих людей. Молоді люди по-різному змальовують образ жінки і чоловіка (виявлені відмінності статистично значущі  $p \leq 0,05$ ), незважаючи на те, що в ЗМІ циркулюють так звані моделі «унісекс». Однак вони не суттєво змінюють уявлення про традиційне «чоловіче-жіноче». Такі результати свідчать про силу впливу традиційних гендерних моделей, які формувалися упродовж століть. Причому більш стереотипним є сприйняття протилежної статі. Юнаки інтерпретують жінок переважно за фемінінними характеристиками: комунікабельні, розуміють інших, готові допомогти, вміють дружити, цікаві у спілкуванні. Чоловіків вони наділяють маскулініними характеристиками – незалежний, комунікабельний, схильний домінувати, прямолінійний, відвертий, має власну позицію, схильний вести за собою, індивідуалістичний, дотримує сло-

ва, спортивний. Оскільки актуальним виявився концепт «комунікабельність» під час опису образу чоловіка і жінки, то ми з'ясували його зміст. Концепт «комунікабельність жінок» у гендерному досвіді має наступний зміст: «легко йде на контакт» (185); «відкрита у спілкуванні» (81); «уважно слухає» (57); «поважає співрозмовника» (36). Концепт «комунікабельність чоловіків» – «відвертий у спілкуванні» (95); «прямолінійний» (68); «має власну позицію» (64); «дотримує слова» (41); «розуміє інших» (35).

Отже, зміст концепту «комунікабельність» є стереотипним, оскільки відбиває загальноприйняті уявлення про те, що очікує оточення від комунікабельності жінки, яка повинна займати підвладну позицію у спілкуванні, та чоловіка, який означається як ініціатор, спрямовувач його. Такі уявлення відповідають традиційному, патріархальному образу «чоловічого» і «жіночого» Я.

Дівчата більше звертають увагу на андрогінні характеристики під час опису образу жінки і маскуліні – чоловіка. І жінки, і чоловіки повинні бути активними, наполегливими, рішучими, готовими допомогти, швидкими у прийнятті рішення, ініціативними. Крім того, жінки повинні бути комунікабельними, добрими, чуйними. Чоловіки – сильними, відважними, врівноваженими. Андрогінний образ жінки в уявленнях дівчат, зумовлений запитами сьогодення. Адже сучасна жінка змушена поєднувати роботу й сім'ю, кар'єру й виховання дітей. Ми спробували розкрити зміст концепту «готова / -ий допомогти». У контексті оцінювання жінок концепт «готова допомогти» має наступний зміст: «піклується про близьких» (144); «створює необхідні побутові умови» (55); «віддана» (42); «дбає про дітей» (45); «готує їжу» (28); «може розродити» (21); «надійна» (17). Щодо оцінки чоловіків, то цей концепт має дещо інший зміст. «Готовий допомогти» означає: «підтримати матеріально» (94); «заступитися за слабших» (79); «вірний друг» (61); «надійний партнер» (62); «дотримує слова» (52); «розуміє інших» (25). Отже, концепт «готова допомогти» в жінок має відбиток фемінності, що полягає в піклуванні, підтримці та виконанні гендерних ролей, які стереотипно прийнято визначати жіночими. У чоловіків такий концепт тлумачиться за маскулініними схемами, які відбивають загальноприйняті стереотипні уявлення щодо гендерних ролей чоловіків.

Щодо стереотипів, пов'язаних із виконанням гендерних ролей у контексті сприйняття чоловіків та жінок молодими людьми, то

суттєвими виявилися відмінності (на статистично значущому рівні  $p \leq 0,05$ ).

Таблиця 2

**Гендерні стереотипи щодо виконання соціальних ролей  
чоловіками та жінками**

| Гендерні стереотипи          | Соціальна стать | Середнє |
|------------------------------|-----------------|---------|
| Гендерні ролі щодо жінок     | Жін.            | 2,32    |
|                              | Чол.            | 4,50    |
| Гендерні ролі щодо чоловіків | Жін.            | 4,25    |
|                              | Чол.            | 2,41    |

$p \leq 0,05$

Дівчата більш стереотипні, особливо щодо виконання гендерних ролей чоловіками. Вони вважають, що «чоловік повинен бути здобувачем у родині», «фізично сильним», «реалізованим у професії», «чоловіки кращі вчені, ніж жінки». Такі уявлення, безперечно, розкривають пріоритети чоловіка в соціально-професійній сфері. Гендерні ролі жінки в уявленнях дівчат більш андрогінного характеру, вони поєднують сімейно-материнську та соціально-професійну сфери. Жінка може бути успішною в бізнесі, політиці, педагогічній діяльності та творчих професіях. Вона може поряд із чоловіком приймати важливі рішення і в сім'ї, і на роботі, однак від неї залежить також атмосфера в сім'ї та психологічне благополуччя дітей. Однак такі уявлення суперечать виявленим на попередньому етапі, коли дівчата виділяли для опису жінки переважно фемінінні характеристики.

Юнаки транслюють гендерні уявлення, які більш стереотипні щодо жінок. Вони приписують жінкам переважно сімейну, материнську роль, і вважають основними професіями для жінки сферу обслуговування, мистецтво, педагогічну діяльність. «Справжня жінка не прагне стати політичним лідером», «жінка-програміст – скоріше виключення із правил», «бізнес-жінка, як правило, нещаслива у сімейному житті», жінка, яка змагається з чоловіком на роботі, є стержовою, нежіночною тощо». У таких твердженнях відбиваються патріархальні уявлення про самореалізацію жінки.

Щодо уявлень юнаків про чоловічі ролі, то вони мають маскулінний характер. «Чоловік повинен приймати важливі рішення в



родині», «багато працювати, заробляти гроші», «бути успішним», «робити кар'єру». Для нього важливими є кар'єрний ріст та підвищення матеріального рівня. «Чоловік може бути програмістом, бізнесменом, керівником підприємства тощо». Такі уявлення більшою мірою зумовлені гендерними стереотипами, що циркулюють у суспільстві в якому висуваються вимоги до чоловіка як домінуючого, лідируючого, ведучого.

У молодих людей (юнаків та дівчат) виявлено статистично значущі відмінності ( $p \leq 0,05$ ) у стереотипах, пов'язаних із зовнішністю. В уявленнях юнаків жінка повинна бути привабливою, креативною, стильною, приділяти увагу своїй зовнішності. Вона повинна стежити за модними тенденціями, мати гарний смак, який би підкреслював її індивідуальність. На їхню думку, жінки бояться старіння, намагаються піклуватися про свій зовнішній вигляд, бути сексуальними. Такі уявлення практично не відрізняються від загальноприйнятих, що свідчить про їхню стереотипність.

Таблиця 3

### Гендерні стереотипи щодо зовнішності чоловіків та жінок

| Гендерні стереотипи                   | Соціальна стать | Середнє |
|---------------------------------------|-----------------|---------|
| Стереотипи щодо зовнішності жінок     | Жін.            | 3,56    |
|                                       | Чол.            | 4,75    |
| Стереотипи щодо зовнішності чоловіків | Жін.            | 3,81    |
|                                       | Чол.            | 2,35    |

$p \leq 0,05$

Чоловік в уявленнях юнаків повинен бути спортивної, атлетичної статури, сильний, привабливий, стильний. Такі уявлення, на нашу думку, зумовлені впливом сучасних ЗМІ, які конструюють саме такий образ молодого людини. У досвіді дівчат щодо зовнішності чоловіків існують подібні уявлення – спортивна статура, стильний вигляд, акуратний, але не «зациклений» на моді. Уявлення дівчат щодо зовнішності жінок є більш стереотипні. Жінка повинна бути привабливою, красивою, стежити більше, ніж чоловік за своєю зовнішністю, за вагою, за модними тенденціями, бути стильною, іноді гламурною, сексуальною. Такі уявлення дівчат відповідають загальноприйнятим стереотипам, які створюють у мас-медіа і циркулюють серед нашої молоді.

**Висновки.** Здійснивши аналіз виділених нами трьох груп стереотипів (маскулінності / фемінінності, гендерних ролей, зовнішності) молодих людей, можна зробити ряд висновків: гендерний досвід молодих людей не позбавлений стереотипності. Особливо це стосується уявлень щодо протилежної статі. Особливо вона спостерігається у групі стереотипів «маскулінності / фемінінності». Чоловіки традиційно наділяють жінок фемінінними характеристиками, а жінки чоловіків – маскулінними. Стереотипними виявилися уявлення юнаків і дівчат щодо виконання гендерних ролей. Отримані результати свідчать про значний вплив гендерних схем, які створюються та відтворюються в суспільстві, культурі на формування гендерних уявлень молоді. Тому актуальною проблемою є перегляд, особливо патріархальних гендерних схем, які утруднюють процес гендерного самовизначення, самовираження і самовиявлення молоді.

### **Література:**

1. Бендас Т. В. Гендерная психология / Т. В. Бендас // Учебное пособие. – СПб. : Питер, 2005. – 431 с.
2. Берн Ш. Гендерная психология. / Ш. Берн. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2001. – 320 с.
3. Говорун Т. В. Гендерна психологія: навч. посіб. / Т. В. Говорун, О. М. Кікінежді – К. : Видав. центр «Академія», 2004. – 308 с.
4. Здравомыслова Е. Социальное конструирование гендера / Е. Здравомыслова, А. Темкина // Социологический журнал – 1999. – № 3-4. – С. 171–182.
5. Ильин Е. П. Пол и гендер / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2010. – 688 с.
6. Кон И. С. Мужские исследования: меняющиеся мужчины в изменяющемся мире / И. С. Кон // Введение в гендерные исследования: в 2 ч. – Харьков : ХЦГИ, 2001. – Ч. 1. – С. 47–54.
7. Серкин В. П. Методы психосемантики / В. П. Серкин. – Изд-во: Аспект Пресс, 2004. – 207 с.
8. Солсо Р. Когнитивная психология / Р. Солсо. – 6-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 589 с.
9. Hofstade G. Gender stereotypes and partner preferences of Asian women masculine and feminine cultures / G. Hofstade // Journal of Cross-Cultural Psychology. – 1996. – V. 27. – P. 533–546.