

СТЕРЕОТИПІЗАЦІЯ СТАТІ ЯК ДИЛЕМА САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ЖІНОК І ЧОЛОВІКІВ

В статті розглядаються гендерні відмінності статей в соціально-економічному статусі, системі управління, розподілі професій, домашніх обов'язків через призму потенцій суб'єктивності чоловіків і жінок як результату диференціації їхньої соціалізації.

In the article there examine gender difference of sexes in a social-economic status, government system, divide in professionals, home duties by potentiality prism of male and female subjectivity as a result of differentiation their socialization.

Актуальність проблеми для теорії і практики гендеру

Перехідний етап у розвитку економіки, фінансова криза привертають увагу до переоцінки ролі чоловіків і жінок як окремих суспільних груп на ринку праці. За висновками експертів світового банку дисбаланс статей не тільки знижує здатність економіки до зростання та підвищення стандартів життя. Збільшення на 1 % частки жінок з середньою освітою у виробничій сфері сприяє зростанню доходу на душу населення на 0,3 %.

Хоча законодавство України не має дискримінаційних обмежень щодо вибору чоловіками і жінками сфери трудової зайнятості, проте саме жіноцтво на пострадянському просторі змушене віддавати перевагу певним галузям працевлаштування, які є первісно і завідомо економічно неплатівельноспроможними. Так, в промисловості, де працює від 64 до 73 % чоловіків, зафіксовані найвищі зарплати, а найнижчі, які в 2,2–3,6 разів менші за вищезазначені, – в соціальній сфері, освіті, культурі, охороні здоров'я, побутовому обслуговуванні, де працює від 72 до 87 % жінок. При цьому навіть в цих "жіночих" сферах професійної діяльності оклади чоловіків є вищими, оскільки вони займають в них керівні посади, а на шляху кар'єрного зростання жінок постає ефект "скляної стелі". Таким чином в Україні, як і в багатьох країнах на пострадянському просторі, чоловіки займають переважно більшість високостатусних і високооплачуваних позицій, насамперед в управлінських структурах, а також в тих сферах професійної діяльності, які є найбільш соціально престижними. Жінки працюють за тими спеціальностями, які вважають "жіночими" і які є менш оплачуваними. Жіноча наймана праця досить часто носить характер пристосування до сімейних обставин і сприймається жінками другорядною. Це проявляється в установці на оволодіння найменш економічно-престижними професіями, яку обґрунтовують нібито "вродженими" здібностями жінки до опіки, піклування, освіти та обслуговування, а також природною орієнтацією не на керівні посади, а на виконавські ролі.

Оскільки матеріальний добробут – це якість життя, відтак мусять братися до уваги ті соціально-психологічні чинники, які призводять до гендерної рівності в досягненні економічного статусу, а відповідно, і до внутрішньої гармонії. Серед причин того, що серед професійних груп з низькими доходами переважають жінки, є так званий суб'єктивний чинник економічної соціалізації, який полягає в тому, що "слабка стать" демонструє низький рівень презентації економічного "Я" через внутрішню неузгодженість відчуття творення власного життя, уміння його контролювати, використовувати потенціал соціального доквілля, уміння реалізації власної професійної кар'єрної мети у соціально сприятливий спосіб, тощо у порівнянні з "сильною".

Відсутність гендерної збалансованості в здобутті професійної освіти, кар'єрних домаганнях, професійна та статусна сегрегація статей є також свідченням живучості традиційних стереотипів. Вони стають перешкодою перш за все на шляху розвитку професійної активності

жінки. На сьогодні жіноцтво затиснуте у вузькому діапазоні занять та посад з нижчим рівнем відповідальності, оплати праці, кар'єрного зросту, хоча здатне опанувати безліччю професій та посад, які й досі вважаються прерогативою чоловіків.

В свою чергу симетрія показників статусу двох демографічних груп у всіх сферах соціально-економічного життя є свідченням демократичності суспільства. Співвідношення 50/50 вважають нормативним стандартом та ідеалом розвитку суспільних відносин. З точки зору ГРЛ (Гендерний індекс людського розвитку), Україна має досить високий рейтинг за показниками рівня освіченості жінок (середньої професійної та вищої освіти) та низький за участю жінок в управлінських структурах та законодавчих органах, в керівництві компаніями, підприємствами, освітніми закладами тощо. Так за рівнем представництва жінок в органах влади Україна займає 120-е місце в світі – поряд з Гамбією, Конго та Сомалі.

Хоча за останні десятиліття все більшого поширення набуло явище "жінок, які самі себе зробили", тобто жінок, які почали обіймати посади президентів, голів та членів урядів, керівників компаній, установ тощо, все ж їхня більшість залишається найбільш дискримінованою групою в доступі до владних посад, найбільш оплачуваних професій, можливостей побудови кар'єри, а отже, і задоволення собою.

Економічна соціалізація академічної молоді на сучасному рівні є економічно не виваженою, оскільки обмежує особистісну самореалізацію для обох статей. Проте передусім вона обмежує суспільний, політичний, підприємницький економічний потенціал жіночої статі, оскільки орієнтує на соціальну пасивність, меншовартість, на посади і професії, які є низькооплачуваними, з обмеженим доступом до кар'єрного зростання та самореалізації.

У свідомості студентської молоді все ще домінує традиційна гендерна орієнтація на виконання чоловіками і жінками різних професійно-економічних ролей, що з одного боку, породжує статеву асиметрію середньої та вищої професійної освіти та трудових ресурсів, а з іншого – сегрегацію реальної трудової зайнятості та соціально-економічного статусу.

Розвинута професійна самосвідомість завдяки якій людина реалізує себе, формує певне самоставлення, життєву позицію, здатність здійснювати вибір і вирішувати соціальні завдання, самовдосконалюватись в суспільному просторі.

Дослідження соціально-психологічних умов формування професійних і кар'єрних домагань молодих жінок і чоловіків є актуальними в Україні також в контексті підвищення їх ролі в суспільно-політичному розвитку країни. Саме ці громадянські ролі жінок називають в сучасному світі інноваційною технологією, яка здатна змінити світ на краще, гуманізувати обличчя економіки, культури, зміцнення сім'ї, адже згідно даним досліджень, найбільш щасливими почуваються, жінки, які поєднують ролі професійні, кар'єрні і сімейні, найменш щасливими ті, які орієнтовані виключно на сім'ю.

Методика дослідження. Методами психодіагностичного дослідження слугували: авторський опитувальник визначення міри орієнтації ідеального "Я" на гендерні стереотипи; опитувальник з визначення життєвих орієнтацій Аарона Антоновського, а також Опитувальник соціальних компетенцій в адаптації Анни Матчак. Опитувальник, який давав змогу виявити ступінь орієнтації "Я" на традиційні гендерні орієнтації, побудований у такий спосіб, щоб із переліку описових (дескриптивних), приписових (проскриптивних) та директивно-заборонних (караючих) гендерних стереотипів стосовно однієї та іншої статей, досліджувані (у нашому випадку) студенти змогли вибрати ті, які є значущими в їхньому житті в уявленні про своє ідеальне "Я". Опитувальник А. Антоновського (SOC-29) дав можливість визначити три складові соціально-емоційної життєвої компетенції досліджуваних, а саме: почуття зрозумілості оточуючого світу, почуття здатності зарадити собі з життєвими проблемами та почуття смислу, сенсу власної життєдіяльності. Згідно з ідеєю автора тестової методики, почуття когерентності є необхідною умовою соціального успіху індивіда, оскільки створює у нього відчуття впевненості в собі, гармонії з власним "Я" у виборі тактики та стратегії побудови соціальної (професійної, громадсько-політичної, управлінської тощо) поведінки. Опитувальник А. Матчак охоплює питання різновидів соціальних компетенцій індивіда, а саме діагностує його уміння давати собі раду в трьох різновидах соціальних ситуацій:

- інтимних, які окреслюють контакти міжособистісні, такі, в яких йдеться про довірливе, щире спілкування з питань особистісних, приватних (шкала I);
- соціально-експозиційних, в яких індивід виступає об'єктом уваги та потенційної оцінки з боку багатьох осіб (шкала ES);
- соціально-асертивних, в яких від індивіда вимагається виявити вплив на інших людей, щоб досягти власних цілей чи потреб, або навпаки, всіляко спиратися впливу інших заради збереження, самоствердження власної позиції (шкала А).

Теоретичні підходи до проблеми. Суб'єкт (від лат. Subjectum – підкладений) – той, який спрямований і впливає на об'єкт. Отже, індивід як суб'єкт – це саме той, який свідомо діє на соціальне оточення з метою задоволення своїх потреб та інтересів. В соціальній психології суб'єктом можна вважати певну соціальну спільноту, наприклад, демографічну групу, жіноцтво, яке функціонує в певних історико-культурних вимірах. Відомо, що перетворення індивіда на суб'єкт відбувається в ранньому дитинстві через самовпізнання свого зображення, набуття досвіду володіння тілом, а згодом усвідомлення самого себе головною діючою особою. В онтогенезі цей процес пов'язують з оволодінням мовою, логічним мисленням, моральними нормами, формуванням свідомості та самосвідомості. Власне суб'єктність пов'язують з роздвоєнням власного "Я" на себе (self) як на об'єкт оцінювання іншими та концепцію "Я" як суму когнітивних уявлень про себе (рефлексію "Я"). В психологічних дослідженнях, які особливо інтенсивно почали проводитись з 1970-х років, суб'єктність набула свого поглиблення комплексом дотичних понять, таких як самоусвідомлення, саморозкриття, самоствердження, самовизначення, самоконтроль, само моніторинг та інших. Які висновки, отримані вченими, мають братися до уваги в розробці теоретичних підвалин явища суб'єктності?

Передовсім той, який ще в 1930-х роках запропонував Джордж Герберт Мід, підкреслюючи, що рефлексія себе є властивістю соціальною за природою виникнення, оскільки разом з порівнянням думки значущих інших про себе приходиться включення цих уявлень в образ власного

"Я". Проте, торкаючись питання образу "Я" жінок, які протистоять гендерним стереотипам, слід зазначити, що не завжди думка інших береться нами до уваги.

Американський психолог Хезел Маркис ще в 1970-х роках дослідив, що в образі "Я" індивіда наявні так звані "схеми" себе, які як інформаційні матриці супроводжують процес соціалізації. Беручи їх до уваги, слід розглядати ті "гендерні схеми" образу чоловіка чи жінки, які ретранслюються від ЗМІ чи однолітків, змісту освіти до їх уявлень про себе. Інтроспекцію, тобто заглиблення в себе, здатність до пізнання себе, вважають важливим показником розвитку суб'єктності індивіда. Зміст самозвітів не завжди виявляється об'єктивним, оскільки інтроспективний аналіз часто базується на психологічних механізмах захисту. При цьому активізація "емоційного прогнозу" дає змогу здійснювати цей процес більш реалістично. З позиції нашого дослідження здатність людини застосовувати в оцінці власного потенціалу "емоційний прогноз" розвитку подій, які ймовірно будуть розвиватися навколо себе, може посилювати її суб'єктний потенціал.

Важливою складовою розвитку суб'єктності є адекватне сприйняття власної поведінки. Дарил Бем в 1970-х роках сформулював засади теорії самосприйняття, згідно яких індивід в оцінці та інтерпретації чийсь поведінки чи вчинків інших людей звертається до власного досвіду їх переживання.

Сучасні наукові, підкреслюючи багатовимірність "Я", звертаються до витоків теоретичного обґрунтування Вільямом Джеймсом у 1890 році. В теорії В. Джеймса "Я" поділене на приватне, особистісне, яке базується на внутрішньому досвіді переживання досягнень і невдач, пам'яті про них, когнітивних висновках. На противагу приватному "Я", соціальне утворюється завдяки виконанню соціальних ролей, само презентації індивіда в соціальному довірлі. Внутрішня мотивація є більш продуктивною для розвитку потенцій "Я", ніж екстернальна, це доповнення зроблене вже в 1970-х роках психологом Марком Леппером. Поглиблюючи теорію соціального порівняння Леона Фестінгера, який в 1954 році дійшов висновку про оцінку власного "Я" шляхом порівняння себе з собі подібними іншими, особливо в ситуації браки об'єктивних критеріїв оцінювання, а в дослідженні суб'єктності індивіда слід брати до уваги спектр "значущих інших". Це положення є особливо актуальним для дослідження образу "Я" і самооцінних ставлень жінок, які освоюють для себе нові соціальні ролі керівника, лідера, політичного діяча. В цьому відношенні не менш важливими є висновки подальших досліджень, в яких стверджується, що за браком адекватної інформації для порівняння себе з успіхами інших, люди застосовують протилежне порівняння – фокусуєчись на порівнянні з тими, які є менш успішними чи здібними, що дає змогу підтримувати своє позитивне "Я". Потреба в позитивній самооцінці є необхідною умовою соціального самоствердження. Це стосується багатьох сфер само оцінювання, серед яких гендерна, статеворольова є провідною, стрижневою, яка пронизує всі сфери життєдіяльності людини – сім'ю, освіту, професію, громадсько-політичну, релігійну активність тощо.

Негативний образ "я-жінка" ("я-чоловік") прирікає індивіда на низький рівень соціальних домагань та негативні емоційно-психологічні стани. Якщо порівнювати статеві відмінності в само оцінних ставленнях, то згідно даним проведених крос-культурних досліджень, підлітки та молоді дорослі чоловічої статі мають вищу самооцінку ніж жіночої статі, хоча ця різниця є незначною (Крістіна Клінг та ін.). Виявлені також крос-культурні відмінності у впливі на самооцінні ставлення: в колективістичних культурах індивідуальні самооцінки знач-

ною мірою залежать від соціального оточення, в індивідуалістичних – від рефлексії особистісних успіхів, особливостей самомоніторингу та самопрезентації.

Результати емпіричного дослідження. На першому етапі дослідження ми визначали, які гендерні стереотипи є більш значущими в образі ідеального "Я" молодих жінок і чоловіків. З переліку різновидів статево відповідних стереотипів, кожна група з яких містила в собі 10 означень, наприклад, описових – "мужній", "сміливий", "самовпевнений", "раціональний" і т. п., приписових – "чоловік має заробляти", "утримувати сім'ю",

"вміти ремонтувати все у побуті", "бути сексуально активним", "вміти ризикувати" і т. п., а також директивно-заборонних – "справжні чоловіки не плачуть", "тримають себе в руках", "здатні добряче випити і залишатися тверезими", "вміють постояти за себе і показати кривднику, де раки зимують тощо", кожен з досліджуваних мав обрати ті, які є особистісно значущими для нього у його "Я"-ідеальному. Таке саме завдання з єдиною відмінністю "жіночих" стереотипів виконували досліджувані дівчата. Результати опитування представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Ступінь інтеграції різновидів статево стереотипів в образі ідеального "Я" (у відсотках)

Різновиди гендерних стереотипів	Відсоток значущих властивостей в образі ідеального "Я" жінки	Відсоток значущих властивостей в образі ідеального "Я" чоловіка
Описові	10	13
Приписові	25	30
Директивно-заборонні	27	32

$\delta = \pm 2,7\%$

Як свідчать отримані дані, гендерні стереотипи, особливо сильнішого психологічного тиску – приписові та директивні, – відіграють значну роль в формуванні образу ідеального "Я" як чоловіків, так і жінок. Проте значно меншою мірою сприймають статево стереотипи дороговказом в становленні концепції "Я", оскільки до студентської лави набувають, на наш погляд, більшої впевненості в собі шляхом апробації неефективності дотримання норм традиційної статево рольової поведінки.

Як відомо, базовою ідеєю, закладеною в опитувальник А. Антоновського, було те, що людина, яка сприй-

має оточуючий світ зрозумілим, наповненим смыслом та таким, який можна контролювати, набуває властивості внутрішньої гармонії, цілісності, когерентності. На наш погляд, це почуття є важливим показником суб'єктності індивіда, адже є передумовою здатності долати труднощі, пластичності поведінки, її пристосування до вирішення ситуаційних задач. Якими є показники когерентності та його складових у молодих чоловіків та жінок? Результати тестування представлені в табл. 2.

Таблиця 2

Почуття когерентності у молодих чоловіків і жінок

Виміри почуття когерентності	Жінки	Чоловіки
1) Зрозумілість світу	50,5	49,0
2) Сенси буття	46,0	46,5
3) Контрольованість життя	53,0	52,6
4) Загальний показник	149,5	148,1

$\delta = \pm 0,3$

Дані таблиці свідчать, що жінки-студентки мають хоча й невеликі, проте статистично значущі відмінності не тільки загальних показників когерентності, але й його складових, особливо зрозумілість світу та сенсів буття. На наш погляд, порівняно із представниками "сильної статі", жінки виявляють більшу адаптивність у взаємостосунках з найближчим соціальним довкіллям, що можна пояснити вищим рівнем окресленості "жіночих функцій і

обов'язків", їх постійним програмуванням з боку сім'ї, ЗМІ. Чоловічі сімейні і суспільні ролі залишаються більш абстрактними, менш окресленими найближчими і подальшими життєвими програмами.

Чи відповідають рівні когерентності рівням соціальної компетенції згідно тестуванню опитувальником А. Матчак? Результати опитування чоловіків і жінок представлені в табл. 3.

Таблиця 3

Соціальні компетенції (середні значення) чоловіків і жінок

Статі	Шкали оцінки І	Шкали оцінки ES	Шкали оцінки А	Загальна оцінка суми шкал
Чоловіча	43,0	48,3	51,4	142,7
Жіноча	45,0	52,2	42,0	139,2

$\delta = \pm 2,7$

Як свідчать отримані бали, сумарний бал соціальних компетенцій осіб жіночої статі виявився нижчим, ніж чоловічої. Проте за шкалами, які оцінюють здатність та успішність особистісно орієнтованого (приватного) спілкування – шкала І – та уміння виступати об'єктом соціального оцінювання (експозиції) – ES, жінки демонструють вищі показники. Зниження загального є результатом значно нижчих показників жінок, отриманих за шкалою оцінювання асертивних умінь (шкала А).

Висновки. Поняття "гендер" є індикатором суб'єктності економічної соціалізації статей, оскільки уособлює в собі її результат – орієнтацію чоловіків і жінок на певний вид професійної освіти, професійну зайнятість в певних

галузях суспільного виробництва, досягнутий матеріальний і кар'єрний статус. Симетричність-асиметричність показників розподілу соціально-економічного статусу двох демографічних груп демонструє з одного боку об'єктивну картину горизонтальної (за різновидами професійної середньої та вищої освіти, обраних галузей трудової зайнятості) та вертикальної (за кар'єрним зростанням, керівними посадами) економічної сегрегації, а з іншого – їх причину – міру суб'єктності-об'єктності економічної соціалізації дівчат та юнаків.

Проведене дослідження підтвердило зафіксований у багатьох інших дослідженнях факт більш гармонійного розвитку економічного "Я" у студентів чоловічої статі за

рахунок більш гармонійного поєднання афективного, когнітивного та поведінкового компонентів. Серед юнаків виявилось більше тих, хто мав вищу оцінку всіх трьох складових презентації економічного "Я", а саме вищий рівень почуття когерентності як внутрішньої узгодженості відчуття творення власного життя, уміння його контролювати та використовувати на власний розсуд можливості соціального довкілля, набутої соціальної компетентності як ефективності функціонування в ситуаціях соціальних, уміння реалізації власної мети в спосіб, сприйнятливий іншими людьми, а також особистісних очікувань на успіх.

Якщо у хлопців низький рівень потенційної економічної самоспроможності був пов'язаний, передовсім, з усвідомленням низького рівня засвоєних академічних знань, а також дезінтеграцією нереалізованих цінностей, то у дівчат, в першу чергу, – з внутрішньою конфліктністю-невпевненістю в собі, відчуттям залежності від інших, труднощами самовизначення в часовій перспективі та системі цінностей "мати-бути", а також в творенні егалітарних смислів буття.

Суб'єктність як потенції соціальної активності особистості, є похідною від властивостей "Я", які можна оха-

рактеризувати з позиції самооцінних ставлень, самопрезентації, самомоніторингу тощо.

Гендерні відмінності статей в соціально-економічному статусі, системі управління, розподілу професій, домашніх обов'язків доцільно розглянути через призму потенцій суб'єктності чоловіків і жінок як результату диференціації їх соціалізації.

Результатом диференціації гендерної соціалізації можна розглядати різний рівень орієнтації "Я"-образу чоловіків і жінок на статеві стереотипи, зокрема приписового та директивно-заборонного характеру, вищий рівень когерентності жіноцтва як узгодженості сенсів буття, зрозумілості соціального життя та його керівництва, а також достатньо розвинуту здатність жінок до інтимно-референтного спілкування та об'єктом уваги оточуючих. Брак асертивності жіночої статі є тим показником, який дає невеликі підстави для її називання "слабкою".

1. Brehm Sh. Social Psychology / Sh. Brehm, S. Kassir, S. Fein. – Boston–Houghton : Mifflin, 2005. – 551 p. 2. Kwestionariusz Kompetencji Społecznych Podrecznik, Wydanie II uzupełnione. – Warszawa : Pracownia Testow Psychologicznych, 2007. – 77 str. 3. Psychorientation. – Lublin : Towarzystwo Naukowe KUL, 1994. – 232 p.

Надійшла до редколегії