

## ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ НА РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ ПІДЛІТКА

*У статті проаналізовано психологічний зміст поняття "гендерний стереотип" на основі досліджень зарубіжних та вітчизняних психологів, презентовано результати емпіричного дослідження щодо уявлень про гендерні стереотипи в підлітків.*

**Ключові слова:** гендер, фемінінність, маскуліність, андрогінність, гендерний стереотип, гендерна ідентичність.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі розвитку України відбуваються процеси демократизації та гуманізації суспільства, які сприяють створенню різних можливостей для окремої людини, незалежно від її соціального положення, національності, віку, статі. Особливої актуальності набувають питання встановлення гендерної рівності в усіх сферах суспільного життя, подолання гендерних стереотипів, що століттями впливали на свідомість і поведінку людей.

У сучасному науковому знанні загально визнаним є факт, що належність до певної статі є одним із найважливіших параметрів оцінки кожної людини. Гендер, що визначається як складний соціокультурний конструкт, відбиває відмінності в соціальних ролях, поведінці, ментальних та емоційних характеристиках між чоловіками і жінками, трактується як один із базових вимірів соціальної структури суспільства. Оскільки підлітковий вік є перехідним, то в ньому остаточно складаються образи чоловіка й жінки, уявлення про фемінінні та маскулініні характеристики особистості.

Варто пам'ятати, що на ранніх етапах онтогенезу важливу роль у розвитку гендерних особливостей людини відіграє процес виховання та приклад обох батьків. Згодом, у період дорослішання, великої значущості набувають засоби масової інформації та реклама, які презентують "ідеальні" образи чоловіків і жінок, яким підліток досить часто в реальному житті не може відповідати ані фізично, ані духовно. У зв'язку з цим може знижуватися самооцінка, виникати різні емоційні розлади тощо. Гендерні стереотипи, що не відповідають реаліям сьогодення, стають проблемою як для суспільства, так і для окремої особи, оскільки вони породжують труднощі в формуванні гендерної ідентичності та знижують рівень психологічного здоров'я нації загалом. Для вирішення цих проблем необхідні дослідження гендерних стереотипів, настановлень щодо представників протилежної статі на сучасному етапі розвитку суспільства, їх порівняння з традиційними гендерними стереотипами, що існують вже тривалий час, з'ясування особливостей і закономірностей їх трансформації на фоні змінення гендерних ролей.

Отже, **метою статті** є розкриття особливостей впливу гендерних стереотипів на розвиток особистості підлітка.

**Результати теоретичного дослідження.** У процесі розвитку гендерної психології як галузі психологічної науки склалося певне уявлення про гендер як про системну характеристику соціального порядку. Гендер властивий індивіду та відтворюється у його свідомості, взаємодіях, діяльності (Дж. Мілль, О. Вейнінгер, Г. Зіммель; Т. Парсонс, М. Мід). Звідси гендер як "усвідомлюваний" та "досяжний" соціальний статус особистості розглядається крізь призму взаємодії "чоловічого" і "жіночого" та втілюється в її уявленнях, уподобаннях та стосунках (М. Фуко, Ж. Лаккан, З. Фрейд, К. Юнг, К. Хорні, Е. Берн, Б. Фрідан та ін.).

В останні десятиліття зацікавленість науковців гендерними стереотипами посилилася, адже вивчення широкого кола питань, які пов'язуються з різними аспектами гендерних стереотипів, має, безперечно, не лише теоретичне, а й практичне значення. Гендерний стереотип, як і інші види соціальних стереотипів, – це невід'ємний атрибут повсякденного мислення, самоусвідомлення та взаємодії індивідів у соціальному просторі (С. Шерман, К. Дайон, К. Гуїчі, О'Лірі, Н. Ажгіхіна, О. Вороніна та ін.).

Дослідженням проблеми впливу гендерних стереотипів на розвиток особистості підлітка займався І. Кон. Вчений вважав, що в підлітковому віці нормативні уявлення про мужність особливо жорсткі й стереотипні, адже, бажаючи утвердитися в чоловічій ролі, хлопчики всіляко підкреслюють свою відмінність від дівчат, намагаються подолати все, що може бути сприйняте як прояв жіночності. Особливо помітні такі домагання в неповних сім'ях, де хлопчик-підліток увесь свій час проводить із матір'ю [8].

А. Адлер зазначав, що чоловіки постійно прагнуть до панування над жінками, а жінки постійно виявляють невдоволення з приводу чоловічих привілеїв, що призводить до постійного порушення психологічної гармонії, у результаті чого страждають представники обох статей. Завдяки цьому відхилення поведінки від загальноприйнятих норм виступає як додатковий канал засвоєння чоловічої гендерної ролі [10].

Д. Батлер стверджував, що основну роль у формуванні психологічної статі й гендерної ролі відіграють соціальні очікування суспільства, які виникають відповідно до конкретної соціально-культурної матриці та знаходять своє відбиття у процесах виховання. Причому стать психологічна, або соціальна, яка засвоюється у процесі життя, відіграє більш значущу роль, ніж стать біологічна [3, 9, 10].

У підлітків, як відзначає Т. Юферева, поняття про мужність або жіночність є наслідуваними й засвоєними уявленнями дорослих. Ці поняття відіграють істотну роль у регуляції їх поведінки. Саме тому в підлітків із неблагополучних сімей у зв'язку з засвоєнням викривлених гендерних ролей з'являються поведінкові відхилення у ставленні до протилежної статі [4, 6].

Розроблена Е. Ейдемільером концепція соціологізованого сімейного спадкування як передачі родового сімейного сценарію показала, що саме з родини починається засвоєння гендерних ролей. Відповідно до положень цієї теорії, у підлітків із неблагополучних сімей відсутнє розмежування "правильних" та "неправильних" гендерних ролей, тобто "сценарій" їхньої родини є єдиним і вважається правильним [6].

Як вказують сучасні дослідники В. Суковата, Є. Гофман, Є. Батаєва, статевої ролі або гендерні стереотипи, які використовуються в рекламі, порушують принцип рівноправ'я статей та можуть негативно позначитися на стосунках між чоловіком та жінкою. Особливої актуальності ця проблема набуває для підлітків і молоді [5].

Сучасний вчений Ж. Бодрійяр відмічає, що рекламні повідомлення пропонують підліткам генералізовану гендерну схему, яка втілюється в конкретних моделях поведінки рекламних героїв. Гендерні стереотипи, які транслуються в цих посланнях, покликані створювати та зберігати позитивний "Я-образ", захищати групові цінності, пояснювати соціальні відносини, зберігати та транслувати культурно-історичний досвід. Однак ця функція гендерних стереотипів "не спрацьовує" у підлітковій аудиторії. Оскільки підлітковий вік є критичним для остаточного формування гендерної ідентичності особистості, підлітки ще не можуть відповідати фізично, емоційно та поведінково гендерним стереотипам, які транслуються в рекламі. Відповідно, у підлітків виникає закономірна неузгодженість між наявним рівнем ідентичності та пропонованими гендерними стереотипами [5].

На думку Є. Батаєвої, з кожним роком вплив гендерних стереотипів, які використовуються в засобах масової інформації та рекламі, посилюється, а психологічна безпека створених образів знижується. Тому у підлітків з'являється проблема з гендерною ідентифікацією, знижується самооцінка та погіршується міжособистісна комунікація [5].

М. Ткалич доводить, що сім'я займає найбільш значуще місце серед основних інститутів гендерної соціалізації. Для процесу формування психології гендера в дитині чоловічої або жіночої статі однаково важливі ролі батька та матері. Необхідність участі обох батьків у вихованні дитини обумовлена відмінністю батьківських ролей та функцій, які вони виконують та за допомогою яких розвивають особистість дитини [10].

Є. Ільїн у своїй роботі з психології та психофізіології статі виділяє кілька негативних ефектів гендерних стереотипів, що виявляються в ситуаціях міжособистісної взаємодії. Зокрема, один із них полягає в тому, що існуючі стереотипи образів чоловіків і жінок діють як збільшувальне скло, а тому відмінності між чоловіками та жінками підкреслюються в набагато більшій мірі, ніж вони існують насправді [10].

У соціологічному словнику розкрито поняття фемінінності та маскулінності. Фемінінність – це характеристика, яка пов'язана з жіночою статтю або характерними формами поведінки, яких очікують від жінки в суспільстві, але це не суто жіноча риса, а певний спосіб осмислення та сприймання реальності. Маскулінність – це система властивостей особистості, що традиційно вважаються чоловічими; вони передбачають відповідність приналежності до чоловічої статі, прийняття статевої ролі, дотримання чоловічих норм, вироблення типових для чоловічої статі форм поведінки, способів самореалізації [11].

Як відзначають Т. Говорун та О. Кікінеджи, гендер – це соціально-психологічна характеристика особистості, сформована у процесі соціалізації, що визначає людину як чоловіка або жінку й обумовлена культурою, традиціями, соціальними очікуваннями та нормами. Гендер визначається різними нормами для чоловічої і жіночої дії та взаємодії, а також фокусується на важливості соціалізації в формуванні гендерного образу, гендерної ідентичності особистості [5].

Ш. Берн виокремлює такі гендерні характеристики особистості:

- гендерна ідентичність – аспект самосвідомості особистості, що пов'язаний із усвідомленням і відчуттям людиною себе як представника певної статі;
- гендерна роль – соціальна роль особистості як її поведінка, що обумовлена диференціацією людей у суспільстві залежно від їх статі;
- гендерне настановлення – неусвідомлювана суб'єктивна готовність до виконання гендерної ролі;
- маскулінність/ фемінінність – нормативні уявлення про соматичні, психічні та поведінкові властивості, які є характерними для чоловіків і жінок; вони об'єктивно властиві різним статям, і є символічним аспектом уявлення про "справжніх" чоловіків і жінок;
- гендерний стереотип – стандартизоване, стійке уявлення особистості про типові дії осіб певної статі, моделі поведінки і риси характеру [1].

М. Сафонова довела, що гендерні стереотипи – це уявлення про те, які конкретні набори якостей та моделі поведінки повинні мати чоловіки, а які – жінки, яка поведінка вважається правильною, а яка – не правильною. Також, вчена розділила систему гендерних стереотипів на наступні категорії.

1. Стереотипи маскулінності/ фемінінності – нормативні уявлення про соматичні, психічні, поведінкові властивості, які характерні для чоловіків і жінок. Чоловіки компетентні, домінуючі, агресивні, самовпевнені, схильні міркувати логічно, здатні керувати своїми почуттями. Жінки більш пасивні, залежні, емоційні, турботливі та ніжні. Чоловікам притаманні логічність, абстрактність, інструментальність, владність, незалежність, сила "Я", індивідуальність, активність, мінливість, невірність, радикалізм. Жінкам – інтуїтивність, конкретність, експресивність, підпорядкованість, близькість, колективність, слабкість "Я", статичність, пасивність, усталеність, вірність, консерватизм.

2. Стереотипи, що стосуються змісту праці в чоловіків (організаторська, скеровуюча діяльність) та жінок (виконавська діяльність).

3. Стереотипи, пов'язані з закріпленням сімейних і професійних ролей. Для чоловіків головними є професійні ролі, для жінок – сімейні. "Нормальний" чоловік має прагнути кар'єри, професійного успіху, а жінка – вийти заміж і мати дітей, господарювати.

4. Стереотипи, пов'язані з привабливістю. Критеріями оцінювання жінок виступають стрункість, тендітність, а чоловіків – сила та атлетичність [2, 7].

**Методики та процедура дослідження.** У даній роботі для визначення стереотипізації свідомості та особистості підлітків ми вирішили використати п'ять психодіагностичних методик. Діагностика за цими методиками проводилася у двох 10-х класах та в одному 9-му класі, у дітей віком від 14 до 16 років, на базі гімназії №48 (м. Київ) та середньої загальноосвітньої школи №90 (м. Київ). Було опитано 60 учнів, з них 23 хлопців та 37 дівчат.

**Аналіз результатів дослідження.** Для визначення представленості гендерних характеристик особистості у структурі "Я-концепції" підлітків, а також для вивчення змістовних характеристик особистісної ідентичності підлітків нами була використана методика "Хто Я?" М. Куна і Т. Макпартленда. Кількісний та якісний аналіз результатів показав наступні особливості "Я-концепції" підлітків та стереотипізації їх свідомості.

1. Сімейні ролі (такі, як "Я – дочка або син, сестра або брат, племінниця або племінник, майбутня мати або батько") характерні більше для дівчат, ніж для хлопців.

2. Професійні ролі характерні більше для хлопців, ніж для дівчат (але показники хлопців значно не відрізняються від показників дівчат). На це може впливати той факт, що досліджуваними виступали підлітки, які ще не мають визначеної професійної ролі, оскільки, ролі, які вони вже виконують, нав'язані соціумом та задані їх батьками (наприклад, "Я – школяр, майбутній студент, майбутній працівник" тощо).

3. Інші соціальні ролі характерні більше для хлопців, ніж для дівчат, оскільки вони активніше ідентифікують себе з відомими особами (спортсменами, героями кінофільмів й коміксів, персонажами з реклами тощо). Наприклад, у переважній більшості анкет можна було зустріти твердження "Я – Nikon", який трансформується у гендерний стереотип з реклами. Потрібно також відзначити, що відрив хлопців від дівчат за цим показником є найбільшим серед усіх інших показників, що свідчить про невизначеність соціальних ролей у дівчат підліткового віку.

4. Фемінінні характеристики в дівчат значно перевищують фемінінні характеристики в хлопців, оскільки дівчата приписують собі класично жіночі риси та намагаються дотримуватися їх.

5. Маскулінні характеристики більшою мірою приписують собі хлопці, ніж дівчата, проте з невеликим відривом від дівчат у 1,9%. На наш погляд, це пов'язано з тим, що хлопці більш андрогінні, ніж дівчата, та більшість вказаних ними властивостей особистості є нейтральними.

6. Нейтральні властивості притаманні й дівчатам із незначним відривом від хлопців. Це може пояснюватися віком та рівнем стереотипізації свідомості підлітків.

Отже, результати проведеного дослідження показують, що хлопці мають майже однакові кількісні показники маскулінних та фемінінних характеристик, а дівчата частіше приписують собі фемінінні характеристики, що вказує на більший рівень стереотипізації їх особистості.

Для дослідження гендерної стереотипізації особистості підлітків була використана методика "Я – жінка/ чоловік" Л. Ожигової. Було отримано наступні результати: у 63% підлітків виявлено середній рівень відповідності гендерним стереотипам, що свідчить про те, що в них вони наявні та мають більш-менш нормативний рівень прояву (адже відсутність гендерних стереотипів не є позитивним явищем); у 35% підлітків гендерно стереотипізовані властивості яскраво представлені у структурі їх особистості, що свідчить про високий рівень стереотипізації особистості, що може негативно вплинути на її подальший розвиток; і лише 2% підлітків характеризують себе як особистість, що не відповідає гендерним стереотипам.

Опитувальник С. Бем (модифікований варіант І. Кльоциної) було використано для дослідження схильності підлітків до стереотипів маскулінності/ фемінінності. За критерієм "узагальнений образ чоловіка" дівчата вважають, що маскулінність у чоловіків має бути виражена на 72,5%, а фемінінність – на 43,5%. Хлопці вважають, що маскулінність у чоловіків має бути вираженою на 98%, а фемінінність – на 30%. Звідси можна зробити висновок, що такий високий показник маскулінності, який хлопці приписують узагальненому образу чоловіка, свідчить про вищий рівень стереотипізованості їх свідомості порівняно з дівчатами, які приписують чоловікам менше маскулінних характеристик і більше фемінінних. За критерієм "узагальнений образ жінки" дівчата вважають, що жінка має бути на 56% маскулінною та на 80,5% фемінінною, а хлопці вважають, що на 41% маскулінною та на 90% фемінінною. На підставі отриманих результатів ми зробили висновок, що підлітки обох статей схильні до стереотипів маскулінності/ фемінінності. Але стереотипи притаманні більшою мірою хлопцям, ніж дівчатам, адже узагальненому образу жінки вони приписують більше фемінінних і менше маскулінних характеристик.

Особистісний диференціал, побудований на основі прикметників та деяких описових тверджень (І. Кльоцина та О. Кустова), було використано для виявлення гендерних стереотипів у нормативному, ідеальному та символічному відношеннях. Вчені запропонували декілька варіантів інструкцій, з яких ми використали наступні: "Я реальний", "Ідеальна жінка" та "Ідеальний чоловік". Також, вчені презентували декілька варіантів інтерпретацій залежно від поданих інструкцій та від того, що важливо розкрити. Проаналізувавши отримані результати, ми зробили наступні висновки: істотні відмінності між дівчатами та хлопцями було виявлено за шкалами "загальна привабливість" (з відривом у 15% на користь дівчат), "сила особистості" (з відривом у 13% на користь хлопців), "емоційність" (з відривом у 31% на користь дівчат), "маскулінність" (з відривом у 16% на користь хлопців), що відповідає стереотипним уявленням про представників обох статей. Проаналізувавши результати оцінювання образу "Ідеальна жінка", ми

можемо зробити висновок, що у хлопців цей образ є стереотипізованим, оскільки отриманні результатами за шкалами "емоційність", "залежність", "емпатійність", "фемінінність" є досить високими, відображаючи достатньо традиційні погляди на жінку. Образ "Ідеальний чоловік" в уявленні хлопців також є стереотипізованим, особливо за шкалами "сила особистості" та "соціальний статус". Порівняння рівня маскулінності в образах "Ідеальна жінка" та "Ідеальний чоловік" показує, що його показники є майже однаковими (з різницею у 7,1% на користь хлопців), що свідчить про більш сучасні погляди підлітків обох статей на жінку. Образ "Ідеальна жінка" у дівчат є стереотипізованим за шкалами "емпатійність" та "фемінінність", але менш схильний до традиційних уявлень за шкалами "емоційність" та "залежність". Образ "Ідеальний чоловік" виявився повністю стереотипізованим, оскільки отриманні нами результати є високими за всіма чотирма шкалами: "сила особистості", "соціальний статус", "сучасність", "маскулінність".

**Висновки та перспективи подальшого дослідження.** Гендерні стереотипи в підлітковому віці пов'язані з маскулінністю/ фемінінністю (уявлення про соматичні, психічні, поведінкові властивості, які характерні для чоловіків й жінок); із змістом праці; із закріпленням сімейних і професійних ролей; із зовнішністю тощо. Найбільш значущими серед них є уявлення підлітків про "ідеальні образи" чоловіка та жінки у співставленні з власним "Я". Перспективи подальших досліджень визначаються необхідністю аналізу специфіки змінюваності гендерних стереотипів особистості підліткового віку під впливом засобів масової інформації.

### Використані джерела

1. Берн Ш.М. Гендерная психология / Ш.М. Берн. – СПб. : Нева, 2001. – 320 с.
2. Большой толковый социологический словарь (Collins) В 2-х томах. Т. 2.: П-Я / Под ред. Д. Джери, Дж. Джери. Пер. с англ. – М. : Вече: АСТ, 1999. – 52 с.
3. Введение в гендерные исследования : Учебное пособие / Под ред. И.В. Костиковой. – М. : Из-во МГУ, 2000. – 224 с.
4. Выготский Л.С. Педология подростка. Собр. соч. в 6-ти т. Т.4. Детская психология / Л.С. Выготский. – М. : Педагогика, 1984. – 432 с.
5. Говорун Т. Стать та сексуальність: психологічний ракурс : Навч. посібник / Т. Говорун, О. Кікінеджи. – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 1999. – 384 с.
6. Клецина И.С. Гендерная социализация : Учебное пособие / И.С. Клецина. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 1998. – 92 с.
7. Клецина И.С. Самореализация и гендерные стереотипы / И.С. Клецина // Психологические проблемы самореализации личности. Вып. 2. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 1998. – С. 188-202.
8. Кон И. Мужские исследования: меняющиеся мужчины в изменяющемся мире / И. Кон // Введение в гендерные исследования : Учебное пособие / Под ред. И. Жеребкиной. – Харьков : ХЦГИ, 2001; СПб. : Алетей, 2001. – С. 562-605.
9. Митина О.В. Кросскультурное исследование стереотипов женского поведения / О.В. Митина, В.Ф. Петренко // Вопросы психологии. – 2000. – №1. – С. 68-86.
10. Практикум по гендерной психологии / Под ред. И.С. Клециной. – СПб. : Питер, 2003. – 480 с.
11. Психология личности: Словарь справочник / Под ред. П.П. Горностая и Т.М. Титаренко. – К.: Рута, 2001. – 320 с.

*Dylia T. P.*

### PECULIARITIES OF GENDER STEREOTYPES INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF AN ADOLESCENT

*Theoretical and empirical analysis of the problem of gender stereotypes influence on the development of an adolescent is made in the article. According to the scientists' definition, gender stereotypes are the specific self-awareness of personality in the process of social cooperation.*

*Gender awareness starts in a family and is emphasized in the adolescence period. It's intended to promote the creation and preservation of "I-image", approval of group values, saving and transmission of cultural and historical experience. Simultaneously, personality experiences some mismatch between identification and gender stereotypes in the adolescence period.*

*The aim of the research is to establish the influence of gender stereotypes on the development of an adolescent. The degree of the influence of gender stereotypes (high, middle, low); the level of femininity, masculinity, androgyny, interconnection between "I-image" and "I-real". It has been stated that 60% of girls and over 50 % of boys have available gender stereotypes that are demonstrated in the following: 1) brightly expressed femininity (girls) and masculinity (boys); 2) available high level of gender stereotyping; 3) as to the ideal woman's image boys-adolescents prefer feminine characteristics; 4) girls-adolescents determine the ideal man's image as masculine characteristics.*

**Key words:** gender, femininity, masculinity, androgyny, gender stereotype, gender identification.

*Стаття надійшла до редакції 15.05.2015*