

---

---

## АНАЛИЗ ДАННЫХ

С.А. Ильиных  
(Новосибирск)

### ВЛИЯНИЕ ГЕНДЕРА НА КАРТИНУ МИРА: ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

В статье анализируются существующие в картине мира человека гендерные стереотипы и гендерные представления. Показывается связь гендера с противоречивыми состояниями сознания и вербальным поведением. На эмпирических данных иллюстрируются противоречия, вызываемые гендерной стереотипизованностью сознания респондентов.

*Ключевые слова:* гендер, гендерные группы, гендерные стереотипы, гендерные представления, гендерная культура, гендерные роли, гендерная асимметрия, картина мира, когнитивные модели, субъектность.

#### *Постановка исследовательской задачи*

Интерес к исследованию гендера обусловлен тем, что каждый индивид включается в сеть социальных отношений, которые имеют гендерную специфику. На микросоциальном уровне гендер ограничивает реализацию индивидуальной и социальной субъектности и в то же время гендерные представления и гендерные стереотипы не противоречат картине мира человека. Для выяснения вопроса о том, каким образом на индивидуальном уровне проявляется эта двойственность и в сознании и действиях, нами было проведено социологическое исследование.

---

Светлана Анатольевна Ильиных – кандидат социологических наук, доцент Новосибирского государственного университета экономики и управления.  
E-mail: ili.sa@mail.ru.

### *Эмпирическая база исследования*

Такую базу составили данные, полученные в ходе исследования организаций малого бизнеса г. Новосибирска в 2007–2008 гг. Выборка формировалась на основе статистических данных, существующих в соответствии с «Общероссийским классификатором видов экономической деятельности» (ОКВЭД). Объем выборочной совокупности для доверительной вероятности 95% и доверительного интервала 5% из 82060 организаций малого бизнеса составил 382 организации. Сложность исследования такого количества организаций обусловила применение двухступенчатого отбора для уменьшения объема выборки. На первой ступени простым случайным отбором (с шагом 10) было выбрано 38 организаций малого бизнеса, на второй ступени произведен систематический стратифицированный отбор респондентов. В качестве страты нами рассматривался каждый второй по счету отдел организации. Необходимость стратифицированного подхода к выборке выявилась в ходе пилотажного исследования. Проблема, с которой мы столкнулись, состояла в высоком проценте невозвращенных анкет. Анализ причин этого показал, что каждый член персонала организации малого бизнеса выполняет множество функциональных ролей и поэтому имеет низкую мотивацию участия в социологическом исследовании. Привлечение к исследованию всего отдела способствовало усилению процессов внутригруппового влияния, в том числе и внутреннего контроля за тем, чтобы все участники возвращали заполненные анкеты. Как метод исследования применялся анкетный опрос.

В качестве иллюстрации приведем результаты анализа данных лишь по трем организациям: торговая организация по продаже товаров для дома (опрошено 26 человек из 90 работающих), кафе (опрошено 19 человек из 85 работающих), салон по продажам автомобилей (опрошено 9 человек из 36 работающих).

Выбор именно этих трех организаций не случаен. Каждая организация воспринимается под углом зрения вида ее деятельности,

которая в свою очередь в обыденном сознании ассоциируется как «женская», «мужская» или «нейтральная». Характер этих ассоциаций таков, что не требуется каких-либо дополнительных доказательств в силу давно сложившихся традиций негласного деления сфер деятельности на «мужские» и «женские». Так, салон по продажам автомобилей преимущественно связывается с «мужским» делом. Кафе как разновидность организаций питания традиционно оценивается с точки зрения принадлежности к «женской» сфере. Торговая организация воспринимается в значительной степени как «нейтральная». Любая организация имеет организационную культуру, которая в той или иной форме отражает указанную специфику принадлежности к «мужской», «женской» или «нейтральной». Ценности организационной культуры тесно связаны с социальными установками, в том числе с гендерными, которые совместно участвуют в регуляции социального поведения индивидов. Иными словами, индивид получает серию социальных и гендерных установок из организационной культуры, на основании которых он формирует свое реальное поведение. Поэтому в «мужской» организации на неосознаваемом уровне перед женщинами встает задача доказать свою состоятельность, в «женской» организации подобную задачу решает мужчина. В «нейтральной» организации, вероятно, мужчины и женщины избавлены от такой необходимости и могут быть свободны в исполнении ролей.

Выбор организаций малого бизнеса для решения нашей исследовательской задачи обусловлен двумя причинами. Во-первых, в связи с немногочисленностью работников, они редко становятся объектом социологического исследования. Во-вторых, именно в таких организациях распространенные представления и стереотипы одних членов персонала могут оказывать серьезное воздействие на когнитивные модели других по причине тесного социального взаимодействия. И, наконец, то, что существенная доля россиян трудится именно в организациях малого бизнеса, послужило основанием исследования распространенных в их рамках гендерных представлений и гендерных стереотипов.

### *Теоретические предпосылки исследования*

Изучение гендерных стереотипов и гендерных представлений опирается на методологию гендерных исследований, согласно которой гендер функционирует на макросоциальном и микросоциальном уровнях. На макросоциальном уровне гендер иерархически организует социальную систему и, как указывают Е.А. Здравомыслова и А.А. Темкина, выступает одним из базовых измерений социальной структуры общества наряду с классовой принадлежностью, возрастом [1]. Гендер, включаясь во все социальные институты и приобретая вследствие этого постоянство, представляет собой одну из форм социального неравенства, а именно форму неравенства возможностей мужчин и женщин – представителей гендерных групп во всех сферах жизнедеятельности. Исходя из такого социально-конструктивистского подхода к интерпретации гендера, появляется возможность анализа доминирования одной гендерной группы над другой, а также выявления последствий, спровоцированных реализацией гендера на практике.

На микросоциальном уровне гендер выступает как ограничитель субъектности личности в индивидуальном и социальном планах. Субъектность мы рассматриваем как свойство личности, которое позволяет ей реализовать свой внутренний потенциал, участвовать в тех сферах и видах деятельности, представляющих для нее интерес и исполнять социальные роли, удовлетворяющие актуальные потребности. Однако именно гендер и все виды его проявления выступают как стратификационный барьер для человека в реализации субъектности. Личность не может полноценно производить изменения в себе, в мире, реализовать свои профессиональные и иные виды способностей. При этом вряд ли кто-то связывает трудности личностной реализации с проявлениями гендера. И в этом кроется одна из серьезных проблем, обусловленных влиянием гендера на индивидов. Дело в том, что он укореняется в сознании с раннего детства в виде *гендерных*

*представлений и гендерных стереотипов.* Дети усваивают нормы, правила и ценности гендерной культуры, в которой уже созданы социально-детерминированные представления о специфичности женского и мужского, о распределении социальных ролей между мужчинами и женщинами, о соотношении их социальных статусов.

Такие нормы, правила, представления формируют непротиворечивые когнитивные модели, картины мира человека. А.Я. Гуревич определяет картину мира как «сетку координат», при посредстве которой люди воспринимают действительность и строят образ мира, существующий в их сознании [2]. Идеи автора интересны тем, что он рассматривает *«модель мира»*, складывающуюся в определенном обществе, как руководство человеком в своем поведении. С помощью составляющих модель мира *категорий* он отбирает импульсы и впечатления, идущие от внешнего мира, и преобразует их в свой внутренний опыт. Такие категории, по мнению А.Я. Гуревича, как бы предшествуют идеям и мировоззрению, формирующимся у членов общества или его групп, и поэтому сколь бы различными ни были идеология и убеждения отдельных индивидов и групп, в основе их можно найти универсальные для всего общества понятия и представления [2, с. 16]. Обязательность категорий для всех членов общества понимается не в том смысле, что общество сознательно навязывает их людям, предписывая им воспринимать мир и мыслить именно таким образом. Речь идет о неосознанном навязывании обществом и столь же неосознанном восприятии, «впитывании» этих категорий и представлений членами общества. Они запечатлены в языке, а также и в других знаковых системах, и мыслить о мире, не пользуясь этими категориями, столь же невозможно, как нельзя мыслить вне категорий языка [2, с. 24–25]. Иными словами, картина мира позволяет человеку воссоздавать существующий в их сознании образ мира, жить в соответствии с его нормами, искать подтверждение в окружающем мире правильности созданного образа, отстаивать его, если он отклоняется от общепринятых стандартов данного общества.

Идеи А.Я. Гуревича помогают увидеть, что к числу универсальных категорий и представлений, укорененных в картине мира, относятся также гендерные представления и гендерные стереотипы. *Гендерные представления* сознания можно рассмотреть как сеть понятий и утверждений, ориентирующих поведение мужчин и женщин в различных социальных ситуациях в соответствии с системой ценностей гендерной культуры. В формировании гендерных представлений играет существенную роль *гендерная культура*, которая представляет собой систему ценностей, правил и норм социального взаимодействия индивидов в соответствии с половой принадлежностью. Она, как считает Г.Н. Карелова, развивается по законам исторической преемственности, каждая эпоха оставляет свой вклад в развитии социальности и при этом историческое обогащение не несет в себе отрицания ранее приобретенных ценностей [3, с. 22]. Гендерная культура, складываясь и закрепляясь в опыте конкретных поколений, передается потомкам и благодаря процессу наследования воспринимается как нечто естественное. Такой подход к гендерной культуре согласуется с теорией наследования, разработанной академиком Н.П. Дубининым [4; 5]. Согласно этой теории, в природе человека существуют две программы наследственности – биологическая и социальная. *Социальная программа* наследования не записана в генах и, тем не менее, выступает как внутренний фактор развития личности. Например, автор отмечает: «Следует признать, что общественные надстройки в виде науки, религии, культуры, все формы социально типизированного поведения в человеческом обществе есть не что иное, как результат грандиозного процесса социального наследования» [4, с. 37]. Тем самым гендерные представления, формируемые в рамках гендерной культуры, наследуются и воспринимаются как естественные. Это означает, что они предстают как согласованная система взглядов о социальном статусе и содержании ролей мужчин и женщин, образуя тем самым непротиворечивую картину мира.

Гендерные представления создаются коллективно в процессе межличностной коммуникации и существуют, как отмечает И.С. Клецина, в качестве способа группового осмысления сущности социальных ролей мужчин и женщин в обществе в конкретный исторический период [6]. Вследствие процесса постоянной межличностной коммуникации осуществляется непрерывное воспроизводство гендера и гендерных представлений. Они проявляются в системе отношений «группа – общество». А в системе межгрупповых отношений действуют гендерные стереотипы.

*Гендерные стереотипы* – это устойчивые представления о характере социальных взаимных отношений между полами, о нормах, принципах, которые различаются в зависимости от пола и распространяются на всю область социальных отношений, общественного сознания. Гендерные стереотипы являются разновидностью социальных стереотипов, под которыми понимается стандартизированные, устойчивые, эмоционально насыщенные, ценностно определенные образы. Особенностями социального стереотипа является привычное отношение к какому-либо явлению, сложившееся под влиянием социальных условий и предшествующего опыта [7, с. 1150]. Гендерный стереотип действует как схема, благодаря которой происходит управление многими процессами: информацией, правилами, нормами, образцами социально одобряемого и социально-допустимого поведения для мужчины и женщины. В результате создается специфический «план» женского и мужского поведения, который в силу своей схематизированности заменяет понимание многих процессов и ограничивает зону социально одобряемого действия для мужчин и женщин. Вместе с тем гендерные стереотипы, как и гендерные представления, включены в непротиворечивую картину мира для человека.

Таким образом, позволителен вывод о двойственном характере гендера. Для проверки этого вывода нами был предложен вопросник, содержащий 15 смысловых блоков, включающих 186 вопросов.

### *Инструментарий исследования*

Каждый блок содержал ряд вопросов, имплицитно выявляющих наличие гендера. Ввиду невозможности анализа всех блоков и всех вопросов в статье мы приводим результаты одного вопроса первого блока и двух вопросов второго блока. Первый блок ориентирован на *«Вопросы о Вашем карьерном росте и работе в Вашей жизни»*, второй блок – на *«Мнения о мужчинах и женщинах»*. Анализируемый нами вопрос первого блока был сформулирован следующим образом: *«Оцените, пожалуйста, место работы в Вашей жизни»*. Респонденту предлагалось согласиться или не согласиться с каждым из суждений: *«Работа является главным в моей жизни»*; *«для меня в равной степени значимы работа и семья»*; *«семья для меня занимает первостепенное значение, а на втором месте – работа»*.

Первый вопрос второго блока нацелен на выяснение того, *«какие из приведенных ниже мнений о мужчинах и женщинах Вы поддерживаете и считаете так же»*. Респондентам предлагалось оценить следующие суждения: *«Женщины не могут одновременно хорошо выполнять и роль работницы, и роль жены и матери»*; *«женщине совсем не обязательно “делать карьеру”, для нее главное – дети и семья»*; *«мужчина – природный лидер, он должен занимать первые позиции»*; *«мужчины боятся потерять свою маскулинность (мужественность)»*; *«женщины боятся быть неженственными»*. Суждения предлагалось оценить по шкале: *«да, полностью согласен»*, *«нет, я так не считаю»*, *«частично согласен»*, *«затрудняюсь ответить»*.

Второй вопрос второго блока нацеливал внимание респондентов на жизненные стратегии: *«Укажите, пожалуйста, какие жизненные стратегии, то есть способность самостоятельного построения собственной жизни, характерны для мужчин, а какие – для женщин»*. В качестве стратегий оцениваемых респондентами выступали: *«успех»*, *«адаптация»*, *«выживание»*, каждая из которых оценивалась по шкале: *«чаще всего»*, *«иногда»*, *«реже всего»*.

*Результаты исследования*

Рассмотрим основные эмпирические закономерности, выявленные в процессе анализа данных. По ответам на вопрос первого блока можно судить о соотношении ориентаций на сферу работы или семьи (см. табл. 1).

*Таблица 1*

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ ПО ВОПРОСУ  
ПЕРВОГО БЛОКА, %

Суждение	Варианты ответа	Мужчины	Женщины
<i>Работа для меня является главным в моей жизни</i>	Да	14,1	7,9
	Нет	85,9	92,1
Всего		100,0	100,0
<i>Для меня в равной степени значимы работа и семья</i>	Да	29,0	49,3
	Нет	71,0	50,7
Всего		100,0	100,0
<i>Семья для меня занимает первостепенное значение, а на втором месте – работа</i>	Да	21,5	12,0
	Нет	78,5	88,0
Всего		100,0	100,0

Анализ распределения ответов показывает, что для большинства респондентов работа не относится к приоритетной сфере. И если в отношении женской части опрошенных это распределение ответов является в некотором смысле закономерным, то относительно мужской полностью расходится с гендерными представлениями. Согласно этим представлениям, работа и семья существуют как две дихотомичные сферы, при этом работа в большей мере ассоциируется с «мужским» видом деятельности, а семья – с «женским». Конечно, такие представления не являются застывшей формой, в них могут «раздвигаться» и «сужаться» содержательные границы. Но вместе с тем, можно предположить, что полученное распреде-

ление являет собой пример последствий обострения конкурентных отношений и усиления контроля за «правильным» исполнением роли, предписанной тому или иному полу. Ослабляя это обострение, мужчины стремятся не воспринимать работу как главную сферу, что, на наш взгляд, отражает наличие когнитивных противоречий. Мужчины в некотором смысле испытывают напряжение не от самой роли работника, а от ожиданий, связанных с этой ролью у других и необходимостью их подтверждения.

Распределение ответов также свидетельствует о том, что работа и семья в большинстве случаев респондентами не воспринимаются как равноценные. Исключение составляют женщины, работающие в сфере продаж автомобилей, поскольку большинство из их числа полагают, что семья и работа значимы для них в равной степени. Вероятно, это можно объяснить, с одной стороны, возрастным и семейным положением. Половина из них в возрасте от 30 лет и имеет семью, что позволяет уделять работе больше времени. А с другой стороны, равноценность работы и семьи для женщин может быть обусловлена занятостью в «мужской» сфере деятельности. Здесь женщины как бы постоянно находятся в состоянии доказательства своей профессиональной состоятельности, поэтому ни одна из сфер не доминирует. Принимая во внимание это исключение, все же можно сделать вывод о том, что для работающих респондентов в сфере малого бизнеса вопрос о первостепенной роли в их жизни семьи или работы не актуализирован. На наш взгляд, такое положение может быть последствием действий гендера, которые выражаются в когнитивных противоречиях: ни мужчины, ни женщины не делают выбор в пользу работы и семьи, но вместе с тем уже работают и находятся в возрасте создания семьи.

Распределение ответов по третьему мнению показало, что семья не играет первостепенной роли в жизни мужчин и женщин по сравнению с работой. Результаты укладываются в стереотипные гендерные рамки по отношению к мужчинам, но относительно женщин они

идут в «разрез» с гендерными стереотипами и представлениями. В некоторой степени такое положение можно объяснить тем, что больше половины женщин не состоит в браке, поэтому семья для них не актуальна. Однако, как мы рассматривали выше, гендерные представления существуют в когнитивных моделях как некие универсальные категории вне всякой зависимости: от пола, возраста, семейного положения и т.д. Поэтому семья для женщин потенциально всегда выступает как ведущая сфера. Полученные результаты могут отражать когнитивные противоречия, связанные с гендером. Так же, как и у мужчин в сфере работы, у женщин в отношении сферы семьи возникает напряженность из-за необходимости соответствовать социальным ожиданиям «правильного» исполнения всех ролей. Таким образом, вопросы первого блока выявили имплицитные когнитивные противоречия, связанные с гендером.

Дело в том, что гендер приводит к появлению *гендерной асимметрии* во всех сферах жизнедеятельности человека, которая, в свою очередь, вызывает крайне противоречивые состояния сознания индивидов. В силу того, что человек стремится иметь всегда согласованную картину мира, противоречивые состояния сознания находят выход в реальной практике.

Схематично можно обозначить действие гендера следующим образом: *гендер* → *гендерная асимметрия* → *противоречивые состояния сознания* → *картина мира* → *рассогласование* → *противоречивые формы поведения*. Для женщин это выливается в отказы от роли жены и матери, в конфликтные взаимоотношения с мужчинами и многое другое, а для мужчин – в отказы от роли работника (от работы), от роли отца (от детей), от роли мужа (от вступления в брак). То, что женщинами не выбирается в качестве приоритетной сферы семья, а мужчинами – работа, вовсе не означает изменение их когнитивной картины мира до такой степени, что в ней этот тип гендерных представлений отсутствует. Напротив, это характеризует выраженность последствий гендера, когнитивных противоречий, обусловленных его влиянием.

О том, что гендерные представления сохраняются, отчетливо свидетельствуют ответы на другие вопросы. Но, как нам представляется, происходит сосуществование в когнитивных моделях мира двух аспектов, связанных с гендером. Первый состоит в том, что *по отношению к другим* индивиды склонны к чрезвычайной требовательности в исполнении гендерных норм и гендерных правил, а вот *по отношению к себе* допускают возможность отклонения от них или существенные вариации в исполнении гендерных ролей. Жесткое гендерное предписание, конечно, в большей степени касается женщин. Подтверждением тому являются ответы на второй блок вопросов.

В первом вопросе второго блока респондентам предлагалось выразить свое мнение относительно того, «*какие из приведенных ниже мнений о мужчинах и женщинах Вы поддерживаете и считаете так же*». Результаты приведены в табл. 2.

В первом суждении: «*Женщины не могут одновременно хорошо выполнять и роль работницы, и роль жены и матери*» имплицитно содержатся гендерные представления о совмещении женщиной трех сфер деятельности – работы, семьи и воспитания детей. По результатам опроса мужчины чаще выражают полное согласие с этим мнением, а женщины, напротив, не сомневаются в совмещении ролей женщиной. Тем самым мышление опрошенных мужчин не свободно от гендерных стереотипов, что позволяет говорить о наличии в мужском сознании крайней степени выраженности гендера: семья и воспитание детей находятся на одном континууме, а работа – на другом. И хотя реальная практика российских женщин подтверждает возможность такого совмещения, гендерные стереотипы и представления говорят о соотношении сфер по принципу «или-или». Женщина, хорошо исполняющая роли жены и матери, не может быть успешной и в сфере деятельности. Не исключено, что она может состояться как работница, но это – повод для сомнений об удачности исполнения ею семейных и родительских ролей.

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОТВЕТОВ НА ПЕРВЫЙ ВОПРОС ВТОРОГО БЛОКА, %

Мнение (суждение)	Варианты ответа	Мужчины	Женщины
<i>Женщины не могут одновременно хорошо выполнять и роль работницы, и роль жены и матери</i>	Да, полностью согласен	46,7	24,4
	Нет, я так не считаю	35,6	73,6
	Частично согласен	17,7	2,0
	Затрудняюсь ответить		
Всего		100,0	100,0
<i>Женщине совсем не обязательно «делать карьеру», для нее главное – дети и семья</i>	Да, полностью согласен	49,6	10,3
	Нет, я так не считаю	18,6	72,0
	Частично согласен	31,8	16,8
	Затрудняюсь ответить		
Всего		100,0	100,0
<i>Мужчина – природожденный лидер, он должен занимать первые позиции</i>	Да, полностью согласен	57,1	18,0
	Нет, я так не считаю	14,8	65,5
	Частично согласен	21,5	14,5
	Затрудняюсь ответить	6,6	2,0
Всего		100,0	100,0
<i>Мужчины боятся потерять свою маскулинность (мужественность)</i>	Да, полностью согласен	25,2	47,3
	Нет, я так не считаю	54,1	18,3
	Частично согласен	14,1	28,6
	Затрудняюсь ответить	6,6	5,8
Всего		100,0	100,0

Окончание табл. 2

Мнение (суждение)	Варианты ответа	Мужчины	Женщины
<i>Женщины боятся быть неженственными</i>	Да, полностью согласен	38,0	33,1
	Нет, я так не считаю	42,6	52,7
	Частично согласен	11,1	12,2
	Затрудняюсь ответить	8,3	2,0
Всего		100,0	100,0

Во втором высказывании: «Женщине совсем не обязательно “делать карьеру”, для нее главное – дети и семья» мы предполагали выявить распространенность представлений о том, что от женщины общество ожидает не только участия в социально-трудовой деятельности, но и посвящения себя «женскому делу». Согласно гендерным представлениям, продвижение по карьерной лестнице в большей степени является «мужским занятием». Как показывают результаты исследования, женщины выразили свое полное несогласие с этим суждением. А мужчины полностью согласились с тем, что для женщины главное – дети и семья. Следует отметить, что в мужской группе одна треть респондентов имеет лишь частичное согласие с предложенным для обсуждения мнением. Полученные результаты, вероятно, можно объяснить наличием гендерных представлений и одновременно когнитивных противоречий. С одной стороны, мужчины полагают, что карьерные притязания не являются «женским делом», но, с другой стороны, они не исключают возможность карьерного роста для женщины. Особенно это касается молодых мужчин, усматривающих в женской карьере возможность хорошей материальной обеспеченности и для женщины, и для семьи, и соответственно, для мужчины. Желание мужчин иметь материальное обеспечение за счет женщин трактуется как кризис маскулинности, который является ярким свидетельством последствий гендерной асимметрии. Но, возможно, мы имеем дело и с глубинным изменением гендерных стереотипов, на которое могла повлиять практика конкретной организации, воплощение тех или иных гендерных представлений. Таким образом, если мнение полностью согласившихся мужчин укладывается в рамки гендерных представлений и стереотипов, то мнение частично согласившихся и несогласных, возможно, демонстрирует последствия гендерной асимметрии или изменения гендерных стереотипов.

Результаты по женской группе можно интерпретировать следующим образом. Женщины, пытаясь в большей степени оспари-

вать устойчивые взгляды на отведенные для них социальные роли, сферы деятельности, тем самым косвенно доказывают наличие гендерных представлений в общественном мнении. Это позволяет нам сделать вывод о том, что гендер как феномен проявляется по отношению и к женщинам, и к мужчинам.

В третьем высказывании: «*Мужчина – природный лидер, он должен занимать первые позиции*» имплицитно содержится идея о том, что в мужчинах от природы заложено стремление к лидерству, доминированию, а в женщине, соответственно, к зависимости, подчинению, исполнению вторых ролей. Полностью согласились с данным высказыванием мужчины-респонденты. Женщины его не поддержали. Как видим, в мужской аудитории данное гендерное представление имеет место. Гендерная проблема, которая может находиться здесь в скрытом виде, состоит в том, что по отношению к мужчинам ожидается и поощряется лидерское поведение. Если женщина использует такие модели поведения, которые помогают ей «занимать первые позиции», то она воспринимается неодобрительно, негативно, поскольку выходит из зоны социально одобряемого женского поведения. Подобная трактовка несмотря на противоречивость по своей сути, тем не менее, имеет место.

Два следующих высказывания касались вопросов маскулинности (мужественности) – фемининности (женственности), представляющих собой яркий пример гендерных стереотипов: «*Мужчины боятся потерять свою маскулинность (мужественность)*» и «*женщины боятся быть неженственными*». Маскулинность рассматривается как совокупность личностных свойств и поведенческих моделей, присущих мужчинам, а фемининность – женщинам. Маскулинность выражается в доминантности, агрессивности, активности, жесткости, предприимчивости и т.д., а фемининность (женственность) – в покорности, эмоциональности, пассивности, мягкости, недостаточной предприимчивости. При этом гендерные представления таковы, что отождествление маскулинных или

фемининных черт с соответствующим полом должно быть максимальным, в противном случае индивид подвергается критике и осуждению. Нередко при этом перестают адекватно восприниматься и его действия.

С мнением о том, что «*мужчины боятся потерять свою маскулинность*» оказалась полностью и частично согласна женская группа опрошенных. Мужчины высказались против этого мнения. На наш взгляд, можно говорить о наличии гендерных представлений у женщин. Вместе с ними могут проявляться также и когнитивные противоречия женского мышления. Их суть состоит в том, что женщины бессознательно побуждают мужчин доказывать маскулинность, а в результате может нарастать мужская агрессивность, стремление доминировать.

По результатам оценки мнения: «*Женщины боятся быть неженственными*» можно говорить о значительной доле опрошенных, которая с ним не согласилась, но все же поддержали его группа женщин и группа мужчин. Несогласие с рассматриваемым мнением представителей «нейтральной» организации (торговой) вполне объяснимо. Здесь допустима некоторая свобода в исполнении женщинами своих ролей. А вот несогласие представителей «мужской» организации (автосалона), вероятно, можно интерпретировать таким образом: женщины, ежедневно доказывая свою состоятельность в «не своем» виде деятельности, сумели убедить мужчин в том, что они не боятся быть неженственными. Интересно, что в поддержку анализируемого высказывания выступают респонденты «женской» организации (кафе). На наш взгляд, это пример того, как укрепляются гендерные стереотипы и представления в организационной культуре: в «женской» организации для женщин предпочтительно доказывать то, что они боятся быть неженственными. Это означает, что от женщин ожидается проявление пассивности, покорности, подчиняемости. Можно предположить, что опрошенные выражают свое внутреннее стремление контроля за поведением представителей пола,

причем как исполнение предписанных традицией ролей и моделей поведения, так и отклонение от них. Подводя итоги по первому вопросу, можно говорить об укорененности многих гендерных представлений в сознании респондентов. Этому процессу в небольшой степени содействует организационная культура, в рамках которой гендер функционирует и воспроизводится.

Второй вопрос второго блока состоял в следующем: *«Укажите, пожалуйста, какие жизненные стратегии, то есть способность самостоятельного построения собственной жизни, характерны для мужчин, а какие – для женщин»*. Респондентам предложены такие стратегии, как «выживание», «успех», «адаптация». Стратегия «выживание» предполагает ориентацию на удовлетворение самых простых потребностей. Стратегия «успех» ориентирована на реализацию субъектности. Стратегия «адаптация» занимает промежуточное положение между «выживанием» и «успехом» (см. табл. 3).

По мнению респондентов, для мужчины чаще всего характерны все три стратегии. При этом максимальное число выборов мужчин-респондентов приходится на стратегию «успех» и «адаптация». То, что «выживание» как мужскую стратегию называют чуть больше половины мужчин, можно объяснить следующим. Мужчина, согласно гендерным представлениям, должен быть активным, деятельным. Такое поведение способствует его успешности в разных сферах деятельности, а в условиях неопределенности помогает быстрой адаптации. Успешность, активность, деятельность отражают силу мужчины. Выживание же ассоциируется со слабостью, что недопустимо в отношении мужчины.

Что касается женщины, то, по результатам опроса, для нее также свойственны все три стратегии. Правда, наблюдается совершенно иное распределение ответов. Более половины опрошенных мужчин называют две стратегии, которые чаще всего используются женщинами: «выживание» и «адаптация». Успех как женскую стратегию рассматривают менее половины опрошенных мужчин.

Таблица 3  
 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОТВЕТОВ НА ВТОРОЙ ВОПРОС ВТОРОГО БЛОКА, %

Стратегия	«Выживание»				«Успех»				«Адаптация»			
	мужчин		женщин		мужчин		женщин		мужчин		женщин	
Для кого	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
Пол	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
Чаше всего	52,2	60,4	63,9	55,7	71,1	87,1	41,7	71,0	68,9	56,4	61,2	60,8
	42,2	32,1	36,1	28,1	28,9	8,7	36,1	29,0	24,4	24,0	30,5	33,8
Иногда	5,6	7,5		16,2		4,2	22,2		6,7	19,6	8,3	5,4
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Косвенно это являет пример гендерной стереотипизированности сознания. Гендер акцентирует внимание на том, что женщина может хорошо адаптироваться, способна выжить в трудных условиях, но от природы ей не дано быть успешной.

Полученные результаты наглядно демонстрируют, как гендер оказывает влияние на сознание респондентов. Опрошенными обоих полов за мужчиной признается способность быть успешным. С одной стороны, это признание права на первенство, но с другой, ожидание стратегии успеха от мужчин может вынуждать их работать на пределе возможностей. Неуспешность воспринимается как сомнение в их мужественности (маскулинности), что само по себе есть свидетельство когнитивных гендерных противоречий.

Результаты опроса позволяют сделать выводы о том, что, во-первых, и мужчины и женщины находятся в рамках гендерных стереотипов и представлений. Во-вторых, эти проявления гендера имеют место в организационной культуре, что только упрочивает их положение. В-третьих, мужчины и женщины не только содержат гендерные конструкты в сознании, но и имеют внутреннее побуждение контролировать их исполнение противоположным полом на практике. Иными словами, и уровень сознания, и уровень поведения находятся под влиянием гендера. Но при этом респонденты вряд ли отдадут себе отчет в том, что в их жизни реализуются гендерные предписания, которые и ограничивают возможности в реализации их способностей и субъектности в индивидуальном и социальном планах.

Подводя итоги исследования, отметим, что в сознании мужчин и женщин присутствуют гендерные стереотипы и представления. В одних случаях они предстают как более проявленные, а в других – как менее выраженные. То, что сознание стереотипизировано в гендерном направлении, безусловно, сказывается на возможности индивидов в реализации внутреннего потенциала, потребностей, способностей, интересов. Это связано с тем, что содержащиеся в когнитивных картинах мира конструкты обладают механизмами

контроля других за надлежащим исполнением гендерной роли. Кроме того, стоит отметить и существование гендерной асимметрии, которая формирует противоречивые состояния сознания и противоречивые модели поведения мужчин и женщин. В связи с этим можно говорить как об актуальности гендерных исследований и важности их дальнейшего проведения, так и о насущной необходимости гендерного просвещения на всех уровнях – индивидуальном, организационном, государственном.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Здравомыслова Е.А.* Социальная конструкция гендера и гендерная система в России // Материалы Первой рос. лет. шк. по жен. и генд. иссед. «Валдай–96». М., 1997. С. 84–89.
2. *Гуревич А.Я.* Категории средневековой культуры. М., 1972.
3. *Карелова Г.Н.* Женщины обновляющейся России: опыт реализации гендерного подхода. М., 1997.
4. *Дубинин Н.П.* Философские социологические аспекты генетики человека // Вопросы философии. 1971. № 1. С. 36–45.
5. *Дубинин Н.П.* Философские социологические аспекты генетики человека // Вопросы философии. 1971. № 2. С. 55–64.
6. *Клецина И.С.* Психология гендерных отношений: теория и практика. СПб.: Алетейя, 2004.
7. Стереотип социальный: Слов. ст. // Большой энциклопедический словарь. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Большая российская энциклопедия; СПб.: «Норинт», 1997.