

Гендерна соціалізація

1. Поняття гендерної соціалізації
2. Соціальні норми та гендерні стереотипи
3. Теорії гендерної соціалізації та теорія конструювання гендеру.
4. Гендерні ролі та їх засвоєння
5. Основні агенти гендерної соціалізації

1. Поняття гендерної соціалізації

- **Соціалізація** - це процес засвоєння соціальних норм, правил, особливостей поведінки, процес входження в соціальне середовище.
- **Соціалізація** (Socialization) - процес, за допомогою якого людина навчається відповідним моделям поведінки в суспільстві, цінностей тощо.
- Відповідно, **гендерна соціалізація** - процес засвоєння норм, правил поведінки, установок, що узгоджуються з культурними уявленнями про роль, положенні і призначення чоловіка і жінки в суспільстві.
- Основні аспекти соціалізації: **привласнення** (процес засвоєння соціального досвіду, тобто вплив середовища на індивіда) і **опредмечування** (процес відтворення соціального досвіду, тобто вплив людини на середовище) (Андрєєва, 1997).
- В рамках гендерної соціалізації під **присвоєнням** розуміється, що дитина з самого початку засвоює, що означає бути хлопчиком і дівчинкою, чоловіком і жінкою. **Опредмечування** - це реалізація на практиці засвоєних гендерних схем.
- Соціальні психологи також використовують термін «**диференційована соціалізація**», підкреслюючи тим самим, що в процесі соціалізації чоловіки і жінки формуються в різних соціально-психологічних умовах.

Психологічні механізми гендерної соціалізації

- Одне із основних питань у царині гендерної соціалізації є питання про **психологічні механізми і способи гендерної соціалізації**..

Психологічними механізмами гендерної соціалізації є:

- **процес ідентифікації** (психоаналітична теорія);
- **соціальні підкріплення** (теорія соціального навчання та статевої типізації);
- **усвідомлення, розуміння статевої соціальної ролі** (теорія когнітивного розвитку);
- **соціальні очікування** (нова психологія статі);
- **гендерні схеми** (теорія гендерної схеми).

Окремо кожен з цих механізмів навряд чи може пояснити гендерну соціалізацію. Тому тут існує кілька варіантів пояснень (Maccoby, Jacklin, 1974).

Батьки звертаються до дітей так, щоб пристосувати їх поведінку до прийнятих в суспільстві нормативних очікувань, прагнуть навчити дітей долати те, що вони вважають їх природними слабкостями. Ставлення батьків до дитини до певної міри залежить від того, чи збігається стать дитини зі статтю одного із батьків. Батьки сильніше ідентифікуються з дітьми своєї, ніж протилежної статі.

Але дитина - **не пасивний об'єкт гендерної соціалізації**. Спираючись на неузгодженість дій своїх вихователів, дорослих і однолітків та власний життєвий досвід, вона вибирає із запропонованих йому зразків щось своє

- **Статеворольова соціалізація** має дві взаємопов'язані сторони:

а) освоєння прийнятих моделей чоловічої і жіночої поведінки, відносин, норм, цінностей і гендерних стереотипів;

б) вплив суспільства, соціального середовища на індивіда з метою прищеплення йому певних правил і стандартів поведінки, соціально прийнятних для людей його статі. Засвоюються, перш за все, колективні, загальнозначущі норми, вони стають частиною особистості і підсвідомо визначають її поведінку.

- Виділяються дві фази **статеворольової соціалізації**:

1) **адаптивна** (зовнішнє пристосування до існуючих гендерних відносин, нормам і ролям);

2) **інтеріоризації** (внутрішнє засвоєння чоловічих і жіночих ролей, гендерних відносин і цінностей).

- **Статеворольова соціалізація** здійснюється завдяки таким **факторам**, як:

а) *диференціальне посилення*, коли прийнятна гендерно-рольова поведінка заохочується, а неприйнятне - карається соціальним несхваленням;

б) *диференціальне наслідування*, коли людина вибирає статево-рольові моделі в значущих йому групах - в родині, серед однолітків, в школі та починає наслідувати прийнятній там поведінці.

2. Соціальні норми та гендерні стереотипи

- **Соціальні норми** - це основні правила, які визначають поведінку людини в суспільстві. На думку соціальних психологів, пояснення багатьох гендерних відмінностей слід шукати не в гормонах і хромосомах, а в соціальних нормах, які приписують нам різні типи поведінки, аттитюди та інтереси відповідно до біологічної статі.
- Набори норм, що містять узагальнену інформацію про якості, властиві кожній статі, називаються **статевими або гендерними ролями**.
- Іглі (Eagly, 1987) висунула припущення, що **гендерні стереотипи, по суті, є соціальними нормами**. Дві основні причини, через які ми намагаємося відповідати гендерним очікуванням, - це **нормативний та інформаційний тиск**. *
- Термін «**нормативний тиск**» (normative pressure) описує механізм того, як людина змушена підлаштовуватися під суспільні чи групові очікування (**соціальні норми**), щоб суспільство її НЕ відкинуло. Нормативний тиск дуже важливий в нашій прихильності до гендерних ролей.
- Ряд досліджень показали, що невідповідна гендерній ролі поведінка особливо сильно шкодить популярності серед хлопчиків (Berndt & Heller, 1986; Huston, 1983; Martin, 1990) і що батьки негативно реагують на ігри своїх дітей, характерні для протилежної статі (Fagot, 1978 ; Langlois & Downs, 1980).

Факти щодо жорстких та жорстоких покарань за ігнорування норм

- Покарання за відмову слідувати гендерним ролям може бути жорстоким. Аятолла Хомейні, правитель Ірану з 1979 до середини 1980-х рр., Скасував усі закони, що дають жінкам хоч якісь права, і засудив до смертної кари в цілому 20 тисяч жінок, які не дотримувалися чіткі правила, регламентуючий їх одяг і поведінку (French, 1992).
- В рамках ультраортодоксального іудаїзму (який не сповідують більшість євреїв) з жінками, які відмовляють у сексі своїм чоловікам або нехтують виконанням роботи по до-му, можна розлучитися без їх згоди і позбавити їх усіх прав на дітей.
- Хасидські чоловіки напали на групу паломниць на чолі з жінкою-рабином, що несе Тору, які хотіли зробити поклоніння перед Стіною Плачу в Єрусалимі, - хасиди вважають, що жінкам не дозволено надягати шалі, призначені для релігійних церемоній, і навіть торкатися до Тори.
- Більш ніж у 20 мільйонів жінок у всьому світі статеві органи понівечені в результаті клітородектомії * та інших операцій, спрямованих на те, щоб назавжди знищити можливість оргазму або зберегти незайманість
- Гомосексуальність як порушення гендерних норм
- Роль інформаційного тиску
- Конформність — економія міркування
- Подкорення гендерним нормам: поступливість, схвалення, ідентифікація

3. Теорії гендерної соціалізації та теорія конструювання гендеру

О.О.Вороніна, сучасний дослідник в царині гендерології виділяє три основні теорії гендеру:

- 1) теорія соціального конструювання гендеру;
- 2) гендер як стратифікаційна категорія;
- 3) гендер як культурна метафора.
- + І одну «помилкову» теорію гендеру, де гендер розглядається як соціально-демографічна категорія.

Кожну з цих теорій **О.О.Вороніна** характеризує так:

- **Теорія соціального конструювання гендеру.** В рамках цього поняття гендер розуміється як організована модель соціальних відносин між жінками і чоловіками, що конструюється основними інститутами суспільства. Цей підхід заснований на двох постулатах:
 - 1) гендер конструюється за допомогою соціалізації, розподілення праці, системою гендерних ролей, сім'єю, засобами масової інформації;
 - 2) гендер будується і самими індивідами - на рівні їх свідомості (тобто гендерної ідентифікації), прийняття заданих суспільством норм і підлаштування під них (в одязі, зовнішності, манері поведінки); **робити гендер** - означає створювати такі відмінності між хлопчиками і дівчатками, чоловіками і жінками, які не є природними, сутнісними або біологічними.

- **Гендер як стратифікаційна категорія**, є структура і процес, в ряду інших стратифікаційних категорій, таких як клас, раса, вік тощо
- **Гендер як культурна метафора**. Метафора статі виконує роль культурного символу і, отже, виступає як культурно-формуючий фактор.

Таким чином, «**гендер**» розуміється як соціокультурний конструкт, який зумовлює - через певну систему виховання і культурні норми - психологічні якості, здібності, види діяльності, професію представників різних біологічних статей.

- Найбільш значущою з позиції проведеного дослідження є вироблення **теорії гендерної соціалізації**, сконструйованої з основ теорії соціального конструювання гендеру і теорії гендеру як культурної метафори. Хоча ці теорії не можна порівнювати.

Теорія гендерної соціалізації відрізняється від теорії конструювання гендеру.

- Перша відмінність полягає в тому, що особистість представляється як щодо пасивна сутність, яка сприймає, засвоює культурну даність, але не створює її сама. Ідея конструювання, навпаки, підкреслює діяльнісний характер засвоєння досвіду. Суб'єкт створює гендерні правила і гендерні відносини, а не тільки засвоює і відтворює їх, тобто з одного боку, гендерні відносини є об'єктивними, тому що індивід їх сприймає як даність, але з іншого боку, вони є і суб'єктивними як соціально конструюються щодня, щохвилини, тут і зараз.
- Друга відмінність теорії соціалізації від теорії соціального конструювання полягає в тому, що гендерне ставлення розуміється як відношення нерівності, де домінуючі позиції займають чоловіки.

Конструювання гендеру в процесі соціалізації здійснюється основними інститутами соціалізації через трансляцію сформованих в культурі уявлень про те, як слід поводитися хлопчикові і дівчинці, юнакові і дівчині, якими особистісними якостями повинні володіти чоловіки і жінки.

- На думку **О.О. Вороніної «робити гендер»** - означає «створювати такі відмінності між хлопчиками і дівчатками, чоловіками і жінками, які не є природними, особистісними або біологічними. Гендерна приналежність індивіда проявляється в тому, що людина робить і робить постійно в процесі взаємодії з іншими людьми».
- Інакше кажучи, гендер конструюється через певну систему соціалізації праці та прийнятих в суспільстві культурних норм, ролей і стереотипів. **С. Лобер, С. Фаррел** вказують, що «гендер передбачає чотири групи характеристик:
 1. біологічна стать;
 2. статево-рольові (гендерні) стереотипи;
 3. статево-рольові норми;
 4. статево-рольова ідентичність ».
- Під **біологічною статтю** мається на увазі біологічні відмінності між людьми, що визначаються генетичними особливостями будови клітин, анатомо-фізіологічними характеристиками і дітородними функціями. У той час як саме поняття «**гендер**» вказує на соціальний статус і соціально-психологічні характеристики особистості, які пов'язані зі статтю і сексуальністю, але виникають у взаємодії з іншими людьми.

4. Гендерні ролі та їх засвоєння

У західній психологічній літературі для пояснення механізму передачі гендерної інформації від батьків до дітей останнім часом найбільш широко використовується теорія гендерної схеми С. Бем (Bem, 1983). Вона спирається на дві теорії засвоєння статевої ролі: **теорію соціального навчання** і **теорію когнітивного розвитку**.

- Представники *теорії соціального навчання* вважають, що в розвитку статевої поведінки все залежить від батьківських моделей, яким дитина намагається наслідувати, і від підкріплень, які отримує поведінку дитини від батьків.
- Відповідно до *теорії когнітивного розвитку*, в процесі засвоєння статевої ролі першорядне значення має активність самої дитини, яка проявляється в тому, що дитина дізнається про існування двох статей і включає себе в одну з категорій, а потім на основі самовизначення керує своєю поведінкою, вибираючи ті чи інші його форми.

Завдяки здатності дітей групувати і переробляти інформацію і здійснюється **статева типізація**.

- **1. Статева типізація** - це результат переробки інформації за гендерною схемою, тобто готовність засвоювати інформацію про себе в контексті понять «чоловіче - жіноче». Статева типізація як процес придбання переваг, навичок, установок, поведінки, відповідних статі, відбувається в результаті процесу гендерної схематизації.
- **2. Гендерна схематизація** - це узагальнена і натренована когнітивна готовність дітей кодувати і організовувати інформацію про себе та інших відповідно до культурних визначень «чоловіче - жіноче». **Гендерна схема** - це когнітивна структура, мережа асоціацій, яка функціонує як предбачлива структура.
- Теорія гендерної схеми розглядає сприйняття як процес конструктивний, тобто творчий, творчий, а не просто пасивне сприйняття. При цьому відбувається взаємодія між вхідною інформацією і вже існуючою схемою. В решті решт це взаємодія і визначає те, що сприймає індивід.
- **3. Наступний етап засвоєння статевої ролі пов'язаний з впровадженням гендерної схеми в структуру Я-концепції дитини.** Дитина вчиться застосовувати схему не тільки для селекції отриманої ззовні інформації, але і в ставленні до самої себе.
- Таким чином, Я-концепція дитини типізується відповідно до статі та дві статі сприймаються різними не тільки за ступенем вираженості особистісних властивостей, скільки по вираженостю характеристик, притаманних конкретній статі.
- **Гендерна схема стає приписом, що диктує стандарт поведінки.**

5. Основні агенти гендерної соціалізації

Групи або окремі особистості, які здійснюють визначальний вплив на формування норм і цінностей підростаючої людини, називаються **інститутами соціалізації**. Основними **агентами гендерної соціалізації** особистості є батьки, сім'я, ровесники, школа, масмедіа.

Батьки конструюють гендерну ідентичність купуючи дитині відповідні іграшки, даючи завдання, приводячи в приклад інших дітей тощо.

- **Сім'я.** Численні сучасні дослідження хлопчиків і дівчаток підтверджують важливість перших (і часто неусвідомлених) установок батьків по відношенню до дитини в залежності від її статі. Саме в родині закладаються основні групи гендерних стереотипів. До таких стереотипам відносять ті чи інші психологічні характеристики (якості), які приписуються дитині в залежності від його / її біологічної статі (наприклад, чоловіки агресивніші, незалежні, самовпевнені, жінки - емоційні, покірні, ніжні). Ще однією групою стереотипів є закріплення сімейних та професійних ролей відповідно до статі (для жінок визнаються важливими сімейні ролі, а для чоловіків - професійні).
- Історично в багатьох європейських культурах вважалося, що мати повинна приділяти максимальну увагу дитині в перші роки його життя, в той час як батько більшою мірою відповідає за соціалізацію більш дорослих дітей. Також відомо, що найчастіше матері застосовують непрямі форми впливу, а батьки більшою мірою орієнтовані на фізичні покарання.
- При зверненні до української дійсності необхідно врахувати і такий (на жаль, маловивчений) фактор сімейного виховання, як **бабуся**. Більш ніж у половині українських сімей обоє батьків працюють, тому роль бабусі дуже специфічна: вона виявляється транслятором народної культури.

Американська соціолог **Рут Хартлі** виділяє чотири основні *способи конструювання дорослими гендерної ролі дитини*:

- 1) **«соціалізація через маніпуляції»** - спрямований вплив агентів соціалізації на дитину. Матері сильніше стурбовані зовнішністю дівчинки і фізичної рухливістю хлопчиків;
- 2) **«вербальна апеляція»** - маніпуляція через звернення, мовні штампи, цитування тощо. Часті звернення в стилі «ти моя красуня» формують у дівчаток уявлення про важливість для них зовнішньої привабливості, краси. Хлопчику зазвичай говорять «мій захисник, мій батир», орієнтуючи його на розвиток сили і витривалості, терпимості до болю;
- 3) **«каналізація»** - спрямування уваги дитини на певні об'єкти. Хлопчикам зазвичай дарують іграшкову зброю, машинки і конструктори, дівчаткам - ляльки, м'які іграшки, набори для гри в «будинок»;
- 4) **«демонстрація діяльності»** - орієнтація і схвалення професію згідно підлозі. Дівчаток залучають до роботи по дому, хлопчики надають допомогу в ремонті машини і побутових приладів.

Школа. Незважаючи на існування єдиної шкільної системи, з єдиними загальними вимогами до знань і поведінки хлопчиків і дівчаток, можна помітити значні відмінності у запропонованих в шкільній літературі зразках поведінки для хлопчиків і дівчаток, а також в конкретному ставленні педагогів до представників двох статей.

- Так, **Л. Попова** на підставі проведеного дослідження показала, що у більшості педагогів існують установки, що базуються на культурних стереотипах щодо таких властивих дівчаткам якостей, як «посидючість», «пильність», «прагнення до зазубрювання матеріалу», і в свою чергу впевненість в тому, що хлопчикам властиві такі якості, як «недбалість», «кмітливість», «схильність до побудови логічних ланцюжків». Наслідком цього є менша вимогливість до дисципліни хлопчиків в поєднанні з наданням їм великих можливостей для обдумування відповіді. Від дівчаток зазвичай очікується підвищена акуратність в письмових роботах, їм надається менше часу на обдумування при відповіді на усні запитання.
- **Однолітки.** Даного фактору гендерної соціалізації поки виділяється менша увага, ніж впливу сім'ї та школи. Разом з тим очевидно, що дівчинка / хлопчик прагне бути прийнятою (им) не тільки батьками, але і однолітками, а це прийняття безпосередньо пов'язано із засвоєнням поширених в тій чи іншій групі гендерних норм і стереотипів.
- У підлітковому віці, коли авторитет батьків дещо тьмяніє, найбільш важливими суб'єктами для наслідування і визначення «норм» життя стають однолітки. Нарізно бачимо, як хлопчиків мучить стаття

- **Іграшки** дівчаток частіше пов'язані зі світом будинку, хлопчикам частіше купують гри, стимулюючи фантазію, кмітливість і взагалі інтелект. Новим феноменом стала лялька Барбі, що відрізняється від колишнього зразка ляльки-дитини, дівчинки. Це готовий зразок соціалізації відповідно до стандартів моди. Барбі - це дівчина на виданні, або молода заміжня жінка, оточена масою різноманітних предметів домашнього ужитку і аксесуарів модних магазинів. Хлопчики грають у «героїв» - раніше з солдатами, тепер з роботами-конструкторами, героями коміксів Бетменом, Людиною-павуком і іншими.
- Все зростаючий вплив на формування гендерних ідеалів та норм поведінки людей надає **масмедіа**. Дослідження показують, що жіночі і чоловічі образи на телебаченні сильно стереотипізують. Чоловіки виглядають підприємливими і агресивними, жінки - слабкими, залежними і, головне, фізично привабливими. Підсвідомо формується переконання в тому, що головне в жінці - молодість, краса і сексапільність, в чоловікові - сила, напористість, успішність.
- Гендерні стереотипи, створювані і підтримувані в різних областях діяльності, грають важливу роль в соціалізації і регулюванні поведінки людей. Вони являють собою стандартизовані уявлення про моделі поведінки та риси характеру, приписуваних жінкам і чоловікам. Виступаючи продуктами культури даного суспільства, вони дають спрощені і схематичні моделі поведінки і взаємодії з людьми.

Російський психолог **Клецина І.С.** виділяє три групи стереотипів, які освоюються нами в процесі соціалізації.

- По-перше, **стереотипи маскулінності і фемінності**. До чоловічим рис відносять силу, незалежність, самовпевненість, цілеспрямованість, логіку, до жіночих - гнучкість, м'якість, ніжність, дбайливість, поступливість. Жінки, боячись уславитися «чоловікоподібними», побоюються проявляти такі якості як автономність, напористість, орієнтація на професійні досягнення. Більшість дівчат не хочуть йти в ті професії, наприклад, в область програмування, де домінують чоловіки і високий рівень конкуренції.
- По-друге, **стереотипи, що стосуються закріплення сімейних та професійних ролей відповідно до статі**. Життєвий успіх чоловіки прийнято оцінювати по професійних успіхах, жінок - за наявністю сім'ї та дітей. У скандинавських країнах під впливом фемінізму і гендерної політики ці стереотипи значно змінилися. Наприклад, культивується образ турботливого батька, який займається вихованням дитини з дитинства, використовує своє право на оплачувану «батьківський відпустку».
- Третя група стереотипів пов'язана з **відмінностями у змісті праці**. Згідно з традиційними уявленнями жіноча праця носить виконавський, обслуговуючий характер, пов'язаний з турботою про людей. Жіночими сферами зайнятості вважаються галузі освіти, охорони здоров'я, торгівлі, допоміжні служби на виробництві. Інструментальна сфера - це сфера діяльності чоловіків, де головним є творчий, керівний працівник.

- На формування і закріплення зразків мужності і жіночності впливає репрезентація **образів жінки і чоловіки в рекламі**.

Жінка найчастіше постає в рекламі в двох основних ролях - старанною домогосподарки (реклама порошку «Аріель», масла «Рами» тощо) і як сексуальний об'єкт, що стає непереборною після придбання або використання будь-якої речі (мило «Камей» , туш «Фактор» тощо.).

У рекламі, орієнтованій на **чоловічу аудиторію**, вона постає як предмет споживання, несе приховану знакову функцію. Чоловік-споживач стає володарем молоденької красуні, яка рекламує товар.

Для жінки покупка цього товару несе інше приховане послання: купи і станеш цією самою красунею. З іншого боку, щоб привернути увагу і запам'ятається, рекламні ролики останнім часом часто будуються на порушенні звичних стереотипів. У них чоловіки із задоволенням готують, а жінки приборкують природні стихії і служать поліцейськими. Іронічність і комічність дій даних персонажів сигналізує нам, що це скоріше відхилення від норми, ніж стандарт.

- Отже, різні соціальні інститути працюють на те, щоб формувати і підтримувати норми «правильного» жіночого і чоловічого поведінки, що впливають з їх життєвих сценаріїв

- В результаті взаємодії зазначених вище інститутів соціалізації до 17-18 років формується індивід, який не просто ідентифікує себе з чоловіком або жінкою, але і впевнений в тому, як він повинен вести себе в різних обставинах (і як повинні ставитися до нього представники протилежної статі) як чоловіки або жінки. Іншими словами, в результаті соціалізації індивід набуває певний набір гендерних ролей та стереотипів. На думку більшості сучасних соціологів, соціалізація людини на цьому не закінчується, вона триває, правда з меншою інтенсивністю, протягом усього життя. У міру набуття життєвого досвіду чоловіки і жінки можуть в значній мірі змінити свої уявлення про маскулітності / фемінності і скорегувати свою поведінку. Велику роль в цьому процесі, званому процесом ресоціалізації, можуть зіграти такі фактори, як подорожі, одруження, членство в політичній або суспільній організації.