

УДК 347.156

**ТРАДИЦИОННО «МУЖСКИЕ» И «ЖЕНСКИЕ» ЦЕННОСТИ
В СТРУКТУРЕ ОБРАЗА МИРА ЖЕНЩИН С РАЗНОЙ ГЕНДЕРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТЬЮ**

*канд. психол. наук, доц. Е.В. ЯРОСЛАВКИНА
(Сахалинский государственный университет, Россия)*

Расширение спектра социальных ролей современной женщины напрямую связано с ее образом мира, системой представлений и ценностей. Успешная женщина уходит от традиционно закрепившейся в социальном сознании женской роли. Современная деловая женщина «уходит» от выполнения репродуктивной функции и функции воспитания ребенка. Типично женские, фемининные черты начинают восприниматься в культуре как несоответствующие современному стилю поведения. Изучение личностных ценностей и смыслов открывает перспективы для описания такого феномена, как гендерная идентичность. Исследования ценностно-смысловой сферы и её взаимосвязи с гендерной идентичностью позволяют раскрыть особенности образа мира современной женщины, понять способ ее ориентации в мире как основы ее жизнедеятельности. Выявленные особенности дают возможность прогнозировать тенденции, характерные для современной гендерной ситуации в обществе в целом.

Рост интереса к гендерным исследованиям объясняется, прежде всего, социально-психологическими изменениями в обществе и меняющейся в нем ролью современной женщины. Современные общественные трансформации затрагивают не только разные сферы социальных отношений, но и существенно влияют на психологию субъектов этих отношений. Успешная женщина уходит от традиционно закрепившейся в социальном сознании женской роли (И.С. Клецина, Л.В. Попова, Л. Иригари, И. Аристархова, О.М. Здравомыслова и др.). Типично женские, фемининные черты начинают восприниматься в культуре как несоответствующие современному стилю поведения. Трансформация традиционных ролей мужчин и женщин влечет за собой перестройку нормативных эталонов «настоящий мужчина» и «настоящая женщина», что побуждает к корректировке индивидуально-психологических характеристик современных мужчин и женщин. Указанные изменения требуют научного анализа и углубленного исследования, психологическая составляющая в гендерных исследованиях приобретает особую значимость и актуальность как в сфере теоретических изысканий, так и в сфере практик повседневной жизни [1].

На современном этапе в области гендерных исследований остается недостаточно изученным вопрос о взаимосвязи ценностно-смысловой сферы и гендерной идентичности.

Термин «гендерная идентичность» (*gender identity*) используется как в отечественной, так и в зарубежной психологии. Гендерная идентичность предполагает осознание индивидом своей половой принадлежности, усвоение соответствующих навыков и стиля поведения, а также психосексуальных установок и ориентаций. Характеристиками гендерных ролей являются понятия маскулинности и фемининности, которые выступают в качестве социально-психологических стереотипов как на уровне культуры, так и в повседневном быденном сознании. Это представления, в которых фиксируется, чем отличаются и должны отличаться друг от друга мужчины и женщины по своим физическим, социальным и психологическим качествам [2, с. 67]. Гендерная идентичность занимает одно из центральных мест в системе представлений и ценностей личности.

Образ мира – субъективный образ объективной реальности, интерпретация человеком действительности, позволяющая ему ориентироваться в окружающем мире [3]. Главной функцией образа мира является структурирование и интерпретация жизненных явлений на основе имеющихся ценностей. Леонтьев Д.А. определяет ценности как действующие регуляторы деятельности индивидов, которые оказывают влияние на поведение независимо от их отражения в сознании [4]. Именно ценности упорядочивают действительность, вносят в нее оценочные осмысленные моменты.

Основная часть. Эмпирическое исследование ценностно-смысловой сферы женщин проводилось на протяжении 2007 – 2009 годов, в котором приняло участие около 380 женщин в возрасте от 25 до 45 лет.

На начальном этапе исследования в результате опроса были выявлены наиболее значимые часто встречающиеся ценности, выбранные понятия были соотнесены с характеристиками, которые традиционно в быденном сознании связывают с женской и мужской ролью в обществе. Окончательный список включал 21 понятие, которые объединены в следующие три группы:

1) традиционно закрепившиеся женские ценности: *Ребенок, Семья, Счастье, Любовь, Дом, Красота, Мужчина;*

2) традиционно закрепившиеся мужские ценности: *Работа, Развитие, Свобода, Успех, Творчество, Спорт;*

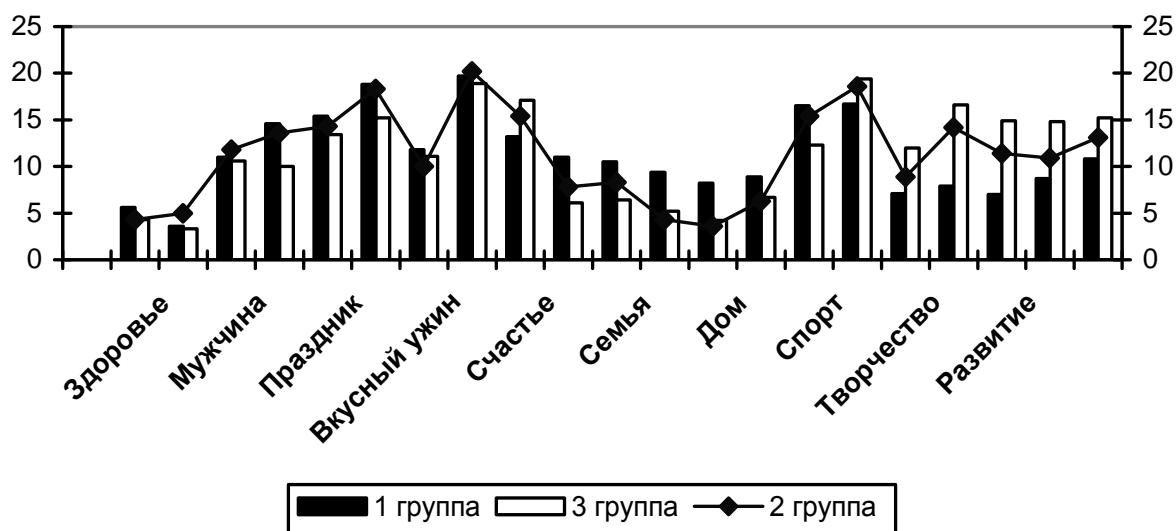
3) нейтральные, в равной степени закрепившиеся в общественном сознании, характерные и для мужчин, и для женщин ценности: *Здоровье, Жизнь, Деньги, Дружба, Отдых, Праздник, Вкусная пища, Учёба.*

Тип гендерной идентичности женщин определялся с помощью широко используемого опросника S. Bem. На основании результатов, полученных с помощью опросника, женщины распределились по критерию гендерной идентичности следующим образом: 9 % всех респондентов – женщины с маскулинной идентичностью; 75 % – с андрогинной идентичностью; 16 % – с фемининной идентичностью.

В целях дальнейшего исследования были сформированы группы, уравненные по количеству, возрасту и социальному положению (по 30 респондентов в каждой): первая группа – женщины с маскулинной идентичностью; вторая группа – женщины с андрогинной идентичностью (необходимо отметить, что в группу женщин с андрогинной идентичностью вошли женщины, у которых в результате исследования выявлен баланс между ярко и средне выраженными традиционно закрепившимися мужскими и женскими качествами (основной индекс IS \approx 0)); третья группа – женщины с фемининной идентичностью.

Ценностно-смысловая сфера исследовалась при помощи ассоциативного эксперимента.

На первом этапе предъявления методики респондентам предлагалось проранжировать выявленные ценности. Результаты ранжирования представлены на рисунке.



Сравнительные результаты ранжирования ценностей респондентами трех групп

Графики показывают, что три группы респондентов по-разному оценивают значимость предложенных для ранжирования понятий, что позволило перейти к качественному анализу выявившихся различий. Женщины с маскулинной идентичностью на первые места ставят ценности, которые традиционно отражают общечеловеческие ценности (*здоровье, жизнь*) и мужскую позицию в обществе: свобода, работа, творчество, развитие.

Самый большой вес у всех женщин имеют ценности жизни и здоровья. Существенную разницу в ценностной сфере фемининных и маскулинных женщин можно проследить в тех сферах жизни, которые связаны с самореализацией в социуме (*работа, творчество, успех, свобода*), их рейтинг гораздо выше у маскулинных женщин. При этом ранг ценностей *ребенок, красота, дом, семья, любовь, счастье* выше у фемининных женщин, что свидетельствует о различной ценностной ориентации этих двух групп женщин. Индивидуальные результаты (по группам) сравнивались с помощью t критерия Стьюдента, статистически подтвердились различия в следующих показателях, представленных в таблице.

Сравнительный анализ показателей ранжирования между группами женщин

Сравнение ранжирования ценностей	Показатели по t-критерию Стьюдента
1	2
Женщины маскулинного типа более ориентированы на успех , нежели женщины фемининного типа	$t = 2,89, p < 0,01$
Женщины маскулинного типа более ориентированы на творчество , нежели женщины фемининного типа	$t = 6,48, p < 0,001$
Женщины маскулинного типа более ценят свободу , нежели женщины фемининного типа	$t = 5,28, p < 0,001$
Женщины маскулинного типа более ориентированы на развитие , нежели женщины фемининного типа	$t = 4,87, p < 0,001$
Женщины маскулинного типа более ориентированы на работу , нежели женщины фемининного типа	$t = 3,75, p < 0,001$

Окончание таблицы

1	2
Женщины маскулинного типа более ориентированы на учебу , нежели женщины фемининного типа	t = 2,86, p < 0,01
Женщины маскулинного типа менее ориентированы на семью , нежели женщины фемининного типа	t = 2,91, p < 0,01
Женщины маскулинного типа менее ориентированы на ребенка , нежели женщины фемининного типа	t = 1,99, p < 0,05
Женщины маскулинного типа менее ориентированы на любовь , нежели женщины фемининного типа	t = 3,19, p < 0,001
Женщины маскулинного типа менее ориентированы на красоту , нежели женщины фемининного типа	t = 3,28, p < 0,001
Женщины маскулинного типа менее ориентированы на праздник , нежели женщины фемининного типа	t = 2,64, p < 0,01
Женщины маскулинного типа менее ориентированы на счастье , нежели женщины фемининного типа	t = 3,94, p < 0,001
Женщины маскулинного типа менее ориентированы на мужчин , нежели женщины фемининного типа	t = 2,79, p < 0,01
Женщины андрогинного типа более ценят свободу , нежели женщины фемининного типа	t = 2,32, p < 0,03
Женщины андрогинного типа более ориентированы на развитие , нежели женщины фемининного типа	t = 2,96, p < 0,01
Женщины андрогинного типа более ориентированы на работу , нежели женщины фемининного типа	t = 2,44, p < 0,02
Женщины андрогинного типа менее ориентированы на красоту , нежели женщины фемининного типа	t = 2,43, p < 0,02
Женщины андрогинного типа менее ориентированы на праздник , нежели женщины фемининного типа	t = 2,87, p < 0,01
Женщины маскулинного типа более ориентированы на творчество , нежели женщины андрогинного типа	t = 4,51, p < 0,001
Женщины маскулинного типа более ценят свободу , нежели женщины андрогинного типа	t = 2,8, p < 0,01
Женщины маскулинного типа менее ориентированы на семью , нежели женщины андрогинного типа	t = 3,58, p < 0,001
Женщины маскулинного типа менее ориентированы на ребенка , нежели женщины андрогинного типа	t = 2,46, p < 0,02
Женщины маскулинного типа менее ориентированы на счастье , нежели женщины андрогинного типа	t = 2,15, p < 0,04

Таким образом, анализ ранжирования понятий показывает, что они представляют разную ценность у женщин в зависимости от их гендерной идентичности. Прослеживается тенденция соответствия традиционно закрепившихся в общественном сознании фемининных и маскулинных ценностей с гендерной идентичностью респондентов. Однако само по себе ранжирование не раскрывает того субъективного смысла, которое понятие занимает в образе мира женщин с разной гендерной идентичностью. Ассоциативный эксперимент является наиболее разработанной техникой психолингвистического анализа семантики и широко используется в психологии, психиатрии, социологии, социолингвистике. Респондентам предлагалось ответить любыми другими словами на 22 слова-стимула, выбор которых был описан выше.

Анализ ассоциаций, т.е. анализ призмальных смысловых систем, открывает путь к пониманию глубины объяснений человеком мира. В основу анализа ассоциаций положены уровни отражения сущности понятия, разработанные В.П. Яссман [5]: 1) поверхностный, обыденный уровень образов-представлений (наивная, субъективная картина мира), представленная на уровне образов-представлений; 2) культурно-понятийный уровень (объективно-научная картина мира); 3) глубинный уровень, универсальный, базисный уровень (уровень образа мира). Во-первых, все полученные ассоциации были соотнесены с выделенными уровнями отражения понятия. В соответствии с доминирующим уровнем отражения ценности в смысловой сфере можно судить об особенностях образа мира женщин с разной гендерной идентичностью. Во-вторых, была выстроена иерархия смыслов по каждой ценности и соответственно, определены доминирующие смыслы. В-третьих, на основании полученных при помощи РЕП-теста Дж. Келли определяющих конструктов, были выявлены особенности поведенческих и ценностных индикаторов женщин с разной гендерной идентичностью.

С точки зрения глубины отражения ценностей выявлено, что у маскулинных женщин в большей степени представлены ассоциации базисного уровня образа мира. Для женщин с маскулинной идентичностью характерны: преимущественно глубинный уровень образа мира, смыслы, связанные с саморазвитием, высшими духовными смыслами, направленность на экзистенциальные ценности, познавательную сферу и креативность, самоуважение, они несут ответственность за свою жизнь, более самостоятельны и независимы, что свидетельствует о более высоком уровне самоактуализации. Для женщин с фемининной идентичностью

характерен преимущественно эмоционально-чувственный уровень образа мира, соответствующий наивной, субъективной картине мира. Ассоциации этих женщин носят более конкретный характер, более примитивны. Большое количество конструктов относится к сфере общения; выявлена тенденция к внешнему локусу контроля; ярко выражены эмпатийные качества по сравнению с женщинами с маскулинной и андрогинной идентичностью. Обнаружено, что семантическое наполнение традиционно женских ценностей имеет большее сходство у женщин с разной гендерной идентичностью, чем семантическое наполнение традиционно мужских ценностей. Выявлена важная закономерность – образ мира женщин в сфере общечеловеческих ценностей и в сфере, традиционно соотносящейся с женскими ролями, имеет большее сходство у женщин с разной гендерной идентичностью, чем в сфере, традиционно соотносящейся с мужскими ролями. Установлено, что чем более женщина сама ориентирована на маскулинную идентичность, тем в большей степени она внутренне независима от роли мужчины в ее жизни. Наиболее высокая значимость мужчины, а также более разносторонний образ мужчины на глубинном уровне понимания выявлены у фемининных женщин.

Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод о том, что маскулинные женщины отличаются более высоким уровнем интеллектуального и личного развития, в этой категории женщин гораздо чаще встречаются самоактуализирующиеся личности, однако они уступают фемининным женщинам в таких способностях как эмпатия, экспрессивность, восприятие красоты, заботливость и т.п.

В результате проведенного исследования можно сделать **заключение:** чем больше у женщины традиционно закрепившихся характерологических мужских качеств, тем более приоритетными для нее является ценность самореализации. Одновременно с этим прослеживается тенденция снижения значимости в жизни маскулинных женщин семьи, ребенка, мужчины. Самоидентификация современной успешной женщины ориентирована на мужской тип поведения. Отсюда выстраивается определенный тип личности, который проявляется в соответствующей модели поведения. В результате современная деловая женщина «уходит» от выполнения репродуктивной функции и функции воспитания ребенка. Эта тенденция приводит к изменениям демографической ситуации в стране, падению уровня духовности и культуры общества, росту агрессивности подрастающего поколения вследствие того, что дети воспитываются в ситуации дефицита материнского тепла и психологической защиты со стороны матери.

ЛИТЕРАТУРА

1. Клецина, И.С. Психология гендерных отношений: дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.05 / И.С. Клецина. – М.: РГБ, 2005 (Из фондов Российской государственной библиотеки) [Электронный ресурс].
2. Словарь гендерных терминов / под ред. А.Л. Денисовой; Региональная общественная организация «Восток – Запад: Женские Инновационные проекты». – М.: Информация-XXI век, 2002. – 256 с.
3. Леонтьев, А.Н. Образ мира / А.Н. Леонтьев // Избр. психол. произведения. – М.: Педагогика, 1983. – С. 251 – 261.
4. Леонтьев, Д.А. Личность: человек в мире и мир в человеке / Д.А. Леонтьев // Вопросы психологии. – № 3. – 1989. – С. 11 – 21.
5. Яссман, В.П. Уровневый подход к анализу образа мира профессионала / В.П. Яссман, Л.В. Яссман // Инновационные технологии – транспорту и промышленности: материалы 45-й междунар. науч.-практ. конф. ученых транспортных вузов, инженерных работников и представителей акад. науки. – Хабаровск: ДВГУПС, 2007. – Т. 8. – 280 с.

Поступила 12.10.2010

TRADITIONAL “MEN” AND “WOMEN” VALUES IN THE STRUCTURE OF THE WORLD’S IMAGE OF THE WOMEN WITH THE DIFFERENT GENDER IDENTITY

E. YAROSLAVKINA

Expanding of the range of the modern woman’s social roles is directly linked with her world’s image and the system of ideas and values. The successful woman goes away from the traditionally fastened the feminine role in the social consciousness. Modern business woman goes away from the fulfillment of the reproductive function and the function of the upbringing her child. Typical women’s and feminine’s features start to understand in the culture as not corresponding with the modern style of behaviour. The study of personal values and meanings opens perspectives to describe this phenomenon as gender identity. Studies of value-semantic sphere and its’ relationship to gender identity can reveal features of the world image of a modern woman, to understand her orientation in the world as the basis for her livelihoods. These peculiarities make it possible to predict the trends of the contemporary gender situations in the society as a whole.