

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ И ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ЛИЧНОСТИ В ПОЛИЭТНИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Представлены результаты эмпирического исследования гендерных стереотипов и ценностных ориентаций молодежи. Проводятся сравнения наиболее предпочитаемых ценностей мужчин и женщин. Выявляются взаимосвязи между параметрами гендерной идентичности и ценностными ориентациями. Обосновывается влияние полиэтнического окружения на характер выявленных взаимосвязей.

Ключевые слова: *кросс-культурные исследования, ценности, ценностные ориентации, образ мужчины, образ женщины, гендерные стереотипы, гендерная идентичность, маскулинность, феминность.*

В настоящее время исследование ценностных ориентаций рассматривается как одно из наиболее важных и актуальных направлений. Смена индустриального общества постиндустриальным привела к определенным ценностным парадоксам. На рынке труда, на котором возросла доля сферы услуг, спрос на женский труд стал более востребованным чем мужской. Женщины получили возможность идти в ногу с социальным прогрессом и их возросшие шансы карьерного роста позволили успешно конкурировать с мужчинами. Преставление о семье, как экономической формации в которой мужчина – добытчик, женщина – домохозяйка, трансформируется. Средства массовой информации, резюмируя экономические обзоры, все чаще высказывают мнение, что изменившееся финансовое положение женщины способствует упадку профессиональной мотивации у мужчин [1].

Трансформация в сознании мужчин и женщин традиционных жизненных целей и смыслов в отношении профессионального роста и семьи неразрывно связана с культурными традициями, укладом жизни этносов, народов, наций.

Изучение ценностных ориентаций населения Северо-Западного Причерноморья (Одесского региона) имеет важное значение, поскольку данный регион – многонациональный и поликультурный. Основными этническими группами являются украинцы (62,8%), русские (20,7%). Этнические меньшинства составляют 16,5%. Доля мужского населения

составила 46,8%, женского – 53,2% ^[*].

Многочисленные этнические группы, проживающие территории региона, имеют длительный исторический опыт мирного сосуществования. В этом плане можно говорить об их культурной близости, сходстве ценностей и векторах их изменений в последние годы, анализируя которые можно четко увидеть перемены, происходящие в обществе.

В литературе различаются несколько подходов к изучению ценностных ориентаций: кросс-культурный, этнопсихологический и гендерный.

В исследованиях ценностных ориентаций и стереотипов в русле кросс-культурной традиции акцент делается по преимуществу на психологическом сходстве и различиях между представителями конкретных этнических групп, изучается проблема принятия личностью ценностей различных социальных групп, а также выявлении надкультурных феноменов. Исследования трансформации ценностных ориентаций в новых исторических условиях тесно связываются с определенными мировоззренческими позициями, процессами инкультурации и социализации.

В зарубежной кросс-культурной психологии основополагающей для многих теоретических и эмпирических исследований ценностей является теория Ф. Клакхон и Ф. Стробека. Авторами были выделены абстрактные категории: отношение человека к природе, ко времени, модальности человеческой активности и межлических отношений, представление о внутренней природе человека, соответствующие таким общечеловеческим проблемам ответы на которые обнаруживаются в каждой культуре. Данные категории и явились ценностными ориентациями, на основании которых была предпринята попытка описать "национальный характер" [4].

В ходе исследований ценностной ориентации был поставлен вопрос о роли системы ценностей в интеграции культуры, но практически проигнорирован вопрос о том, как ценности интегрируются внутри личности.

Ответ на данный вопрос можно найти в концепции Ш. Шварца, который также как и Ф. Клакхон первоначально выделил систему универсальных ценностей, которые можно обнаружить в каждой культуре. Им была разработана теоретическая модель отношений между десятью мотивационными типами ценностей. Результаты проведенных им исследований показали, что десять ценностных типов организованы в две биполярные оси измерений: открытость изменениям в противоположность консерватизму и самотрансцендентность в противоположность самовозвышению. Поскольку ценностные типы образуют интегрированную мотивационную структуру, Шварц утверждал, что они связаны в общую систему с другими переменными, такими как установки, поведение, членство в группах и т. д. [2].

В этнопсихологическом подходе исследование ценностных ориентаций неразрывно связано со становлением этнического самосознания и этнической идентичности. Авторами, использующими данный подход показано, что ценностные ориентации являются динамическим компонентом этнического самосознания, которое претерпевает изменения в ходе жизнедеятельности личности [4].

В последние годы в научный оборот прочно вошло понятие гендерной картины мира с ее основными атрибутами маскулинностью и феминностью. Образы маскулинности и феминности присутствуют как в индивидуальном сознании, так и в "ткани" человеческого бытия. Они являются системой, бинарной оппозицией с помощью которой архаическое сознание древнего человека пыталось упорядочить свой жизненный мир. Маскулинность как социокультурный феномен ассоциируется с инструментальностью, характеристиками которой являются деловитость, прагматизм, ориентация вовне, независимостью и агрессивностью, а феминность — с экспрессивностью и мягкостью. Голландский антрополог Г.

Хофстеде (1998) эмпирически сравнивая типичные ценностные ориентации людей в разных культурах по нескольким признакам, включая маскулинность и фемининность выделил маскулинные и феминные культуры. К первичным ценностным ориентациям и установкам маскулинных культур относят: высокую оценку личных достижений, высокий социальный статус как доказательство личной успешности, ценность масштабности, глобальности, подрастающее поколение учат восхищаться сильными, неудачников стыдятся и избегают, демонстрация успеха считается хорошим тоном, мышление тяготеет к рациональности, дифференциация ролей в семье ярко выражена, самоуважение – одна из главных ценностей [3].

Первичные ценностные ориентации феминных культур, напротив, выдвигают на первый план необходимость консенсуса; здесь ценится забота о других; щадят чувства других людей; четко выражена ориентация на обслуживание; красивое считается все миниатюрное; присутствует симпатия к угнетенным; высоко ценится скромность; мышление является более интуитивным; ценится принадлежность к какой-то общности, группе.

Наряду с выделением маскулинных и феминных ценностей в культуре стал вопрос и о ценностных гендерных стереотипах, способствующих сохранению и трансляции культурно-исторического опыта поколений относительно поведения женщин и мужчин, их черт характера, моральных качеств и т.д. В фольклоре, искусстве, литературе, средствах массовой информации отражены образы женщины, которые персонифицируют страсть, заботу, покорность, нежность и образы мужчины, персонифицирующие отвагу, силу, смелость, честолюбие, рациональность.

Бинарное, дихотомическое понимание маскулинности и феминности было применено и к анализу личности. Выделялись маскулинные и феминные черты, ролевое поведение, ролевые установки и ожидания. Соотношение маскулинных и феминных черт, особенности их интеграции в структуру личности определяло гендерную идентичность личности [3].

Таким образом, на основе анализа ценностных ориентаций делались попытки выделить психологические типы, и на их основе дать психологическую характеристику и социальным общностям, и конкретной личности.

Ценностные ориентации как предмет психологического исследования занимают место на пересечении двух больших предметных областей: мотивации и мировоззренческих структур сознания.

Понятие "ценностная ориентация" впервые было введено в общественную науку представителями чикагской социологической школы У. Томасом и Ф. Знанецким для обозначения ситуации, когда ценности превращаются в сознательные регуляторы поведения. Центральное место в их теории занимает понятие "социальная ситуация", включающее как объективно существующие социальные ценности, так и субъективные установки. Формирование системы ценностей личности происходит при "определении ситуации" индивидом посредством их взаимодействия и соперничества [7].

Ценности и ценностные ориентации неразрывно связаны между собой, что подтверждает определение, данное Б.Г. Ананьевым: "ценностные ориентации – это направленность личности на те, или иные ценности". В этом определении подчеркнуты два очень важных свойства ценностных ориентаций: во-первых, связь их с миром человеческих ценностей; во-вторых, принадлежность не просто к сознанию, но и к поведению личности.

По мнению Д.А. Леонтьева [6], в литературе можно выделить три основных варианта понимания психологической природы ценностей. Это, в первую очередь трактовка ценностей в одном ряду с такими понятиями как мнение, представление, убеждение. Во-вторых, трактовка ценностей и ценностных ориентаций как разновидности или подобию социальных установок или интересов. В-третьих, понимание ценностей как некой побудительной силы, наряду с понятиями потребности и мотива.

Личностные ценности являются, по Д.А. Леонтьеву, одновременно и источниками, и носителями значимых для человека смыслов [5]. Ценностные ориентации определяются как осознанные представления субъекта о собственных ценностях. Они рассматриваются как один из видов ценностных представлений наряду с ценностными стереотипами, ценностными идеалами, ценностной перспективой.

В современной психологии неоднократно предпринимались попытки системных описаний структуры ценностных ориентаций личности. Интерес вызывает структурно-динамическая модель системы ценностных ориентаций, предложенная М.С. Яницким [8]. По его мнению, система ценностных ориентаций личности является многофункциональным психологическим органом, выполняющим одновременно функции регуляции поведения и определения его цели, связывающим в единое целое личность и социальную среду.

Цель исследования — выделить феминные и маскулинные черты, описывающие стереотипный образ женщины и мужчины, проследить взаимосвязь параметров гендерной идентичности и ценностных ориентаций личности.

В исследовании приняло участие участвовало 106 человек в возрасте от 21 до 25 лет: из них 25 мужчин и 81 женщина (студенты) факультета психологии Одесского национального университета дневной и заочной формы обучения.

Методы исследования. В исследовании использовано опросник С. Бем, опросник Ш. Шварца в адаптации Карандашева, опросник Рокича, метод субъективного шкалирования. Для обработки полученных количественных данных использовались: расчет коэффициента Кронбаха, корреляционный и регрессионный анализ, критерий Стьюдента.

Результаты исследования. Данные, полученные методом субъективного шкалирования показали, что женский образ составляют такие черты: интересуется собственной внешностью, яркая, умеющая сочувствовать, жизнерадостная, умеющая дружить, любит детей, доброжелательная, привлекательная, способная утешить, кокетливая, капризная, доверчивая, не любящая ругательств, теплая, сердечная, понимающая чувства других, нуждающаяся в защите, заботливая, нежная, открытая, верящая в себя.

Мужской образ представлен чертами: задавака, доминирующий, владеющий деловыми навыками, способный к лидерству, удачливый, свободно говорит о сексе, надежный, сильный как личность, склонный защищать свои взгляды, имеющий собственную позицию, хорошо сложен, настойчивый, смелый, задира, уверенный, склонный к риску, спесивый, полагающийся на себя (самодостаточный), мудрый.

Стереотип женского образа составили 23 черты (внутренняя согласованность которых составила $\alpha \approx 0,914$);

мужского образа — 29 черт (внутренняя согласованность $\alpha \approx 0,964$).

Исследование ценностных типов по методике Ш. Шварца показало, что для выборки мужчин наиболее значимыми мотивационными типами являются Самостоятельность (3,82), Достижение (3,50), Доброжелательность (3,40). Наименее выраженные типы мотивации Традиции (2,39), Гедонизм (2,88), Универсализм (2,90). Для женщин наиболее значимыми типами ценностей стали Самостоятельность (3,99), Доброжелательность (3,57), Достижение (3,56), а наименее определяющими – Традиции (2,01), Конформизм (2,52), Власть (2,75).

Анализ структуры ценностной сферы на основе выделения биполярных осей ценностных ориентаций показал, что в ценностной сфере мужчин и женщин существует ось первого типа противоречия, на которой ценностям изменений противопоставляются ценности конформизма (сохранения). Второй тип противоречия, самовозвышение – самотрансцендентность, не поддерживается.

Обработка данных с помощью критерия Стьюдента не выявила существенных расхождений между средними значениями ценностных типов мужчин и женщин. Наблюдается только одно отличие по типу Конформизм ($t=2,21$, $p<0,05$). Так женщинам наиболее присуще хранить стабильность за счет добровольного самоограничения и подчинения.

Корреляционный анализ между показателями гендерной идентичности и типами ценностей показал наличие положительной корреляционной связи между маскулинностью и Самостоятельностью ($r=0,25$; $p<0,05$); отрицательной корреляционной связи между маскулинностью и Универсализмом ($r=-0,28$; $p<0,05$). Таким образом, маскулинные черты стимулируют потребность в автономности и независимости, самоконтроле и самоуправлении.

Исследование ценностных ориентаций по методике Рокича показала, что для мужчин значимыми из терминальных ценностных ориентаций является здоровье, семейная жизнь, друзья, интересная работа; для женщин – любовь, здоровье, семейная жизнь, уверенность.

Из инструментальных ценностей для мужчин наиболее значимыми являются ответственность, эффективность в делах, независимость, воспитанность, для женщин – независимость, жизнерадостность, образованность, воспитанность.

Для уточнения устойчивых взаимосвязей между показателями маскулинности и феминности и ценностными ориентациями использовался регрессионный анализ, на основании которого строятся прогностические модели. Для построения регрессионной модели использовались 46 предикторов: по 18 терминальных и инструментальных ценностей, диагностируемых методикой Рокича, и 10 ценностных типов диагностируемых методикой Шварца. Построенная прогностическая модель маскулинности и феминности показала, что для мужчин и женщин она определяется различными набором ценностных ориентаций.

При пошаговой множественной регрессии значимыми в проявлении маскулинности у мужчин являются ценности безопасности, эффективности в делах, развлечения; у женщин – образованность, мудрость, конформизм, общественное признание, власть, интересная работа (табл. 1, 2). Коэффициент множественной корреляции, отражающий связь зависимой переменной маскулинность с совокупностью независимых переменных для мужчин составил $R=0,870$, для женщин $R=0,797$. Коэффициенты детерминации составили для мужчин $R^2=0,757$, для женщин $R^2=0,635$. Таким образом 75,7% дисперсии (мужчины) и 63,5% дисперсии (женщины) независимой переменной маскулинность обусловлено влиянием отобранных предикторов. В мужской выборке предикторы безопасность и эффективность в делах имеют отрицательную корреляционную связь, развлечения – положительную. В женской выборке положительную корреляционную связь имеют предикторы образованность, мудрость, общественное признание, власть, отрицательную – конформизм и интересная работа.

Таблица 1

Коэффициенты регрессии для переменной маскулинность

Модель		Нестандарт. коэф.		Стандарт. коэф.	t	p
		B	Стд. ошибка	Beta		
Мужчины	Константа	1,007	0,076		13,235	0,000
	Безопасность	-0,094	0,017	-0,639	-5,588	0,000
	Эффективность в делах	-0,020	0,004	-0,575	-5,131	0,000
	Развлечения	0,016	0,004	0,459	3,959	0,001
Женщины	Константа	0,196	0,136		1,438	0,161
	Образованность	0,019	0,005	0,406	3,628	0,001
	Мудрость	0,020	0,005	0,507	4,115	0,000
	Конформизм	-0,104	0,021	-0,616	-4,839	0,000
	Общественное признание	0,016	0,006	0,323	2,651	0,013
	Власть	0,080	0,025	0,415	3,167	0,003
	Интересная работа	-0,013	0,006	-0,289	-2,287	0,029

Таблица 2

Дисперсионный анализ для переменной маскулинность

Модель		Сумма квадратов	Ст. св.	Средний квадрат	F	p
Муж.	Регрессия	0,378	3	0,126	20,770	0,000
	Остаток	0,121	20	0,006		
	Итого	0,500	23			
Жен.	Регрессия	0,840	6	0,140	8,984	0,000
	Остаток	0,483	31	0,016		

	Итого	1,324	37			
--	-------	-------	----	--	--	--

Коэффициент множественной корреляции, отражающий связь зависимой переменной феминность с совокупностью независимых переменных для мужчин составил $R=0,471$, для женщин $R=0,638$. Коэффициенты детерминации составили $R^2=0,222$ для мужчин и $R^2=0,406$ для женщин, соответственно 22,2% дисперсии и 40,6% дисперсии переменной феминность обусловлено влиянием отобранных предикторов. В мужской выборке предиктор независимость имеет положительную корреляционную связь. В женской выборке положительную корреляционную связь имеет предиктор самоконтроль и счастье других. Статистические показатели регрессионной модели приведены в таблицах 3, 4.

Таблица 3

Коэффициенты регрессии для переменной феминность

Модель		Нестандарт. коэф.		Стандарт. коэф. Beta	t	p
		B	Стд. ошибка			
М.	Константа	0,546	0,050		10,811	0,000
	Независимость	0,014	0,006	0,471	2,445	0,023
Ж.	Константа	0,699	0,071		9,839	0,000
	Самоконтроль	0,015	0,004	0,546	3,940	0,000
	Счастье других	-0,011	0,004	-0,354	-2,557	0,016

Таблица 4

Дисперсионный анализ для переменной феминность

Модель		Сумма квадратов	Ст. св.	Средний квадрат	F	p
Муж.	Регрессия	0,110	1	0,110	5,980	0,023
	Остаток	0,387	21	0,018		
	Итого	0,497	22			
Жен.	Регрессия	0,270	2	0,135	10,613	0,000
	Остаток	0,395	31	0,013		
	Итого	0,665	33			

Так как коэффициенты множественной корреляции отражающие связь совокупности предикторов с маскулинностью больше, чем с феминностью, можно предположить, что маскулинные ценности в большей мере устойчивее в сознании мужчин и женщин. Наименьшую устойчивость имеют феминные ценности у мужчин.

Характер корреляционных связей, полученной регрессионной модели для мужчин показывает, что высокий уровень проявлений маскулинности связан с утратой ценности гармонии во взаимоотношениях, безопасности и стабильности, деловой эффективности. Для мужчин с высоким уровнем маскулинности велика вероятность ценности развлечений. Женская модель маскулинности, обусловленная ценностями образованность, мудрость, власть и др. более приближена к социокультурному эталону маскулинный, чем мужская.

Полученные регрессионные модели феминности не соответствуют социокультурным эталонам. Так в сознании мужчин феминность обусловлена ценностью независимость, а в эталоне, она связывается с зависимостью. В сознании женщин феминность обусловлена ценностями самоконтроля и счастья других.

Данные модели можно рассматривать как эмпирическое подтверждение диссоциации ценностей, связанных с представлениями о маскулинности и феминности, а также, в силу низких значений предикторов, входящих в модели – неустойчивостью и динамичностью, автономностью и индивидуализированностью.

Выводы.

1. В сознании молодых людей в полиэтническом окружении гендерные стереотипы сохраняют дихотомичность, разделение гендерных ролей. Стереотип маскулинности совпадает с идеей инструментальности, феминности с идеей экспрессивности.

2. Системы ценностей молодых мужчин и женщин не отражают бинарные оппозиции мужского и женского, а являются сходными. Ценность маскулинных и феминных личностных качеств в самосознании не связывается с мужскими и женскими целями и типами поведения, способствующими их достижению, стандартами, которыми руководствуются в выборе и оценке поступков.

3. В полиэтническом окружении при размытости ценностной структуры социокультурного пространства система ценностных ориентаций диссоциирована, неустойчива, имеет тенденцию к автономности и индивидуализации мотивационно-ценностной сферы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акимова Г., Цхведиани В. Экономика в юбке // Киевский телеграф - 7 - 13 марта 2008 №9 (407). [Электронный

ресурс] – Режим доступа: <http://www.telegrafua.com/407/economics/8379/>

2. Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и метод. руководство / В.Н. Карандашев. – СПб.: Речь, 2004 – 70 с.

3. Кон И.С. Феминность и маскулинность. Интернет-Энциклопедия "Кругосвет". [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://snoistfak.mgpi.ru/Gender_History/research/re34.html

4. Лебедева Н.М. Введение в этническую и кросскультурную психологию: учебное пособие / Н.М. Лебедева. – М.: Ключ-С, 1999. – 224 с.

5. Леонтьев Д.А. От социальных ценностей к личностным: социогенез и феноменология ценностной регуляции деятельности (статья вторая) / Д.А. Леонтьев // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 14, Психология, 1997. – №1. – С. 20-27.

6. Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени / Д.А. Леонтьев // Психологическое обозрение. – 1998. – №1. – С. 13-25.

7. Серый А.В., Яницкий М.С. Ценностно-смысловая сфера личности : учебное пособие / А.В. Серый, М.С. Яницкий. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 1999. – 92 с.

8. Яницкий М.С. Ценностные ориентации личности как динамическая система / М.С. Яницкий. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2000. – 203 с.

Подано до редакції 04.10.2010

[*]

Всеукраинская перепись населения 2001 года / [Электронный ресурс] <http://www.ukrcensus.gov.ua/rus/results/general/nationality/odesa/>