

ГЕНДЕРНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ: ЗМІСТ, СТРУКТУРА, ГЕНДЕРНО-РОЛЬОВА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ

*Ткалич Маріанна Григорівна¹, Зінченко Тетяна Петрівна²,
Касьян Анжела Петрівна³*

¹Доктор психологічних наук, доцент, професор кафедри психології Інституту підготовки кадрів
Державної служби зайнятості України, м. Київ (Україна)
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-4101-9659>

²Здобувач кафедри психології Запорізького національного університету, м. Запоріжжя (Україна)
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5854-556X>

³Аспірантка кафедри психології Запорізького національного університету, м. Запоріжжя (Україна)
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2805-8610>

UDC: 159.9.922.2-055.2

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена аналізу емпіричного дослідження гендерно-рольової диференціації, ідентичності та стереотипів особистості (за допомогою методу незакінчених речень) (n=1340). Було встановлено, що в основному гендерна складова ідентичності як жінок, так і чоловіків наповнена особистісними характеристиками, стереотипними уявленнями про фемінінне і маскулінінне, нормами статево типової поведінки. У відповідях чоловіків і жінок спостерігаються ознаки гендерної диференціації: окрім ідентичних відповідей (наприклад, пов'язаних з сім'єю, дітьми, піклуванням про близьких), чоловіки більше, ніж жінки ототожнюють себе з успіхом, досягненнями, матеріальним статусом, заробітком, кар'єрою. А жінки ототожнюють себе набагато більше, ніж чоловіки з почуттями (любов, ніжність), ставленням (повагою) до неї інших людей, цінністю як жінки (в першу чергу), людини і особистості.

Ключові слова: гендер, гендерна ідентичність, гендерні ролі, гендерні стереотипи, гендерно-рольова диференціація.

Постановка проблеми. Сучасні дослідження гендерної ідентичності особистості вказують на його складність і багатофункціональність. Гендерна ідентичність є однією з найістотніших із усіх соціально-рольових ідентичностей особистості, пов'язаних із загальним психологічним розвитком особистості, показником психічного здоров'я, умовою єдності особистісних проявів. Вона суттєво впливає на формування та структурування самовизначення в особистісному й соціально-психологічному розумінні та є невід'ємною й вагомою складовою Я-концепції особистості. За останні 20 років відбулися суттєві трансформації у структурі гендерних ролей, норм та гендерних статусів. Незмінним залиша-

ється лише репродуктивний статус. Порівняння позицій, статусів, прав, можливостей та вимог щодо чоловіків і жінок тоді (Chodorow, 1978; Pleck, 1981) і тепер (Helgeson, 2012; Fine et al., 2019; Koselli, 2018; Sweeting et al., 2014) показують, що моделі вимог та поведінки змінюються у професійній сфері, управлінських позиціях; сімейній сфері, виконанні батьківських ролей, уявленнях про сексуальні сценарії та сексуальну компетентність та ін. Тому здається важливим доповнити зміст структурних компонентів гендерної ідентичності, відображення ролей та стереотипів щодо чоловіків та жінок в самих їх уявленнях та оцінках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ге-

Address for correspondence, e-mail: editpsychas@gmail.com
Copyright: © Marianna Tkalych, Tatyana Zinchenko, Angela Kasyan

This is an Open Access journal, all articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

гендерна ідентичність як особливий вид соціальної ідентичності співіснує в самосвідомості людини з уявленнями про професійний, сімейний, етнічний, освітній та інші статуси. Це продукт соціального конструювання. Як базова структура соціальної ідентичності вона характеризує людину з точки зору її приналежності до чоловічої чи жіночої групи, при цьому найбільш важливе значення має те, як сама людина себе категоризує (Bem, 1993; Kimmel, 2012; Клецина, 2004; Ожигова, 2006). Однак, не варто забувати про нейробіологічне підґрунтя формування та розвитку гендерної ідентичності (Roselli, 2018) та той факт, що гендер особистості – це біокультурна категорія (Ткалич, 2016).

Додамо, що однією з основних характеристик гендерної ідентичності є засвоєння особистістю гендерних ролей (способів поведінки людей залежно від їхніх позицій у статевій диференціації), а також розвиток гендерної самосвідомості (усвідомлення своєї схожості та відмінності з представниками своєї статі на відміну від протилежної). Сьогодні відбуваються серйозні трансформації гендерних ролей, що призводить до зниження рівня гендерно-рольової диференціації та сприяє формуванню андрогінного типу гендерної ідентичності (Sweeting et al., 2014; Ткалич, 2016).

П.П. Горностай вважає, що людина може мати певну чітко визначену статеву ідентичність і водночас мати труднощі з гендерною ідентичністю, переживати свою невідповідність і нереалізованість як чоловіка або жінки (Горностай, 2007). Й. Мілюска вважає, що гендерна ідентичність як різновид соціальної не є простим утворенням, однаковим для всіх. Для кожного вона має унікальну конфігурацію підпорядкованих ідентичностей, які є гнучкими утвореннями, що динамічно розвиваються та змінюються залежно від життєвих обставин (Мілюска, 1999).

Л.М. Ожигова запропонувала розглядати гендерну ідентичність як мультиполярний конструкт: структурний аспект гендерної ідентичності особистості може бути розкритий через поняття «об'єктивний гендерний простір» і «суб'єктивний гендерний простір», які перетинаються в гендерних уявленнях про себе, гендерній самооцінці, гендерних планах і структурі поведінки. Різні поєднання та смислове наповнення цих компонентів визначають індивідуальний варіант

гендерної ідентичності особистості, яку вона реалізує у взаємодії з іншими людьми, групами та соціумом у цілому (Ожигова, 2006).

Виокремлені характеристики гендерної ідентичності можна розділити за трьома структурними компонентами. Когнітивний (пізнавальний) компонент включає усвідомлення приналежності до певної статі та визначення себе в категоріях мужності-жіночності, усвідомлення міри своєї відповідності характеристикам гендерної групи. Афективний (оцінний) компонент передбачає оцінку психологічних рис і особливостей рольової поведінки та їхньої відповідності еталонним моделям маскулінності-фемінності в категоріях «позитивна й негативна ідентичність». Конативний (поведінковий) компонент відображається в презентації себе як представника гендерної групи, а також відбуває засоби вирішення криз ідентичності на основі вибору засобів поведінки в певних ситуаціях відповідно до особистісно значущих цілей і цінностей.

Отже, узагальнення гендерних досліджень дозволило нам визначити гендерну ідентичність як один із центральних компонентів самосвідомості, який опісує переживання людиною себе як представника певної статі, що формується в результаті психологічної інтепріоризації чоловічих і жіночих рис, у процесі взаємодії «Я» та інших, у ході соціалізації (Ткалич, 2016).

Також теоретичний аналіз дозволив нам виокремити окремі *компоненти гендерної ідентичності* особистості: гендерні уявлення (когнітивний компонент), гендерна самооцінка (афективний компонент) і гендерні плани, способи і структури поведінки (конативний компонент), які репрезентуються й реалізуються у трьох об'єктивних просторах гендерної буттєвості особистості (середовище, організм, діяльність) як гендерні стереотипи та еталони, гендерна тілесність, гендерні ролі й норми (Ткалич 2015, 2016).

Мета статті – проаналізувати результати емпіричного дослідження структури, змісту гендерної ідентичності особистості, визначити особливості гендерно-рольової диференціації.

Методика та організація дослідження. Загальна кількість досліджуваних – 1340 осіб, з них 900 – жінок, 440 – чоловіків; вік досліджуваних від 18 до 72 років ($M = 36,8$). Дослідження було здійснене протягом

2014-2019 рр. та проводилося у два етапи: 2014-2015 рр. та 2019 рік (тільки жінки $n=250$). Результати першого етапу дослідження висвітлені в інших публікаціях автора (Ткалич, 2015).

Гендерна ідентичність є складним якісним феноменом, тому для визначення її змісту був використаний проєктивний метод незакінчених речень “Я – чоловік / жінка” (Ожигова, 2006). Цей метод дозволив нам здійснити аналіз гендерної ідентичності, а саме, визначити: 1) змістовні характеристики гендерної складової Я-концепції особистості; 2) їх відповідність існуючим гендерним нормам, ролям та стереотипам в соціальній, професійній, сімейній, сексуальній сферах, у сприйнятті зовнішніх та внутрішніх гендерно-забарвлених характеристик особистості; 3) гендерно-рольова диференціація у відповідях чоловіків і жінок.

Аналіз речень поділений нами на три групи відповідно до визначеної вище структури гендерної ідентичності: 1) *змістовно-когнітивний компонент*: я – чоловік / жінка, тому що; “...і знаю, що”, “... і для мене”; 2) *мотиваційно-діяльнісний компонент*: “я – чоловік / жінка і хочу”, “... і можу”, “... і роблю”; 3) *емоційно-*

оцінний компонент: “я – чоловік / жінка і не терплю”, “... і засмучений тим, що”, “... і радий, коли” (Ткалич, 2015). Більшість респондентів у відповідях могли перерахувати декілька позицій, то загальна кількість відсотків за кожним реченням перевищує 100%. В результатах та їх обговоренні представлені узагальнені та систематизовані за допомогою методу контент-аналізу відповіді респондентів (у % від загальної кількості опитаних), які одразу були розподілені за статевою ознакою.

Виклад основного матеріалу дослідження. Отже, почнемо з першої групи питань, які узагальнюють *змістовно-когнітивний компонент* гендерної ідентичності, відображають розуміння себе як чоловіка або жінки, які пов’язані з гендерними ролями та стереотипами, традиційними моделями чоловічого і жіночого в культурі та суспільстві, на рівні міжособистісних взаємин, у внутрішній оцінці та сприйнятті себе за цими ознаками.

Як чоловіки так і жінки визначають свою належність до гендерної групи через біологічне підґрунтя або народження (народилася / народився таким, мене таким створив Бог, це анатомія) – 39% жінок та 62,5%

Таблиця 1.

**Змістовно-когнітивний компонент гендерної ідентичності
(% від загальної кількості опитаних)**

Питання	Узагальнення відповідей	
	Жінки	чоловіки
“Я чоловік / жінка, тому що”	<ul style="list-style-type: none"> · Народилася такою (39,1) · Моя поведінка та риси характеру – жіночі (25,8) · Я – мати / можу народити дитину (14,2) · Вродлива (10,5) · Мене кохають, я щаслива (2,2) · В мене є властивості, які вважають маскулініними (2,1) 	<ul style="list-style-type: none"> · Народився таким (62,5) · Моя поведінка та риси характеру чоловічі (30,8) · Подобаються жінки (3,7) · Не можу народити дитину (2,9)
“Я чоловік / жінка і знаю, що”	<ul style="list-style-type: none"> · Потрібна родині (19,1) · Життя чудове, все буде добре (17,2) · Прекрасна, вродлива, приваблива (14,1) · Все в моїх руках, багато чого можу (13,1) · Потрібно для щастя (10,1) · Я права (5,2) · Сильна (4,5) · Мене кохають (4,2) · Повинна робити жінка (2,5) 	<ul style="list-style-type: none"> · Досягну свого (20,5) · Потрібен родині (20,4) · Мене люблять жінки (15,6) · Все в моїх руках, багато чого можу (14,5) · Сильний (13,2) · Розумний (6,1) · Я прав (5,6) · Інші чоловічі якості (4,1)
“Я чоловік / жінка і для мене” (важливо)	<ul style="list-style-type: none"> · Сім’я та здоров’я близьких (32,5) · Кохати та бути коханою / чоловік та стосунки з ним (16,3) · Бути потрібною, щоб цінували, увага (12,4) · Для мене немає перешкод, все можу (11,5) · Довіра, взаєморозуміння, гармонія (7,2) · Бути жінкою (5,8) · Діти, їх здоров’я та щастя (2,3) · Матеріальні блага, робота, статус (2,1) 	<ul style="list-style-type: none"> · Сім’я та здоров’я близьких (32,3) · Для мене немає перешкод, все можу (26,1) · Бути чоловіком (18,5) · Матеріальні блага, робота, статус (12,9) · Жінка та стосунки з нею (12,3) · Контролювати ситуацію (4,6)

чоловіків себе визначили в такий спосіб – для чоловіків це найбільший відсотковий показник серед усіх гендерних характеристик.

Для 25,8% жінок є важливим в ідентичності жіночі риси, властивості, способи поведінки, так само це важливо для 30,8% чоловіків. Загалом, жінки називають набагато більше жіночих якостей або характеристик, ніж чоловіки – такі результати відповідають дослідженням (Bem, 1993; Kimmel, 2012; Fine et al., 2019), згідно яким норми жіночої гендерної ролі набагато ширші, ніж норми чоловічої ролі, а, отже, набір якостей та характеристик жіночої групи є ширшим та більш андрогінним (таким, що виходить за межі виключно фемінного та зачіпає коло маскулінних властивостей). Окрім цього, норми жіночої гендерної ролі не є такими ж жорстко визначеними та статевотиповими, як чоловічі, тому жінки можуть вказувати на наявність у них чоловічих якостей (2% опитаних жінок) і інтерпретувати їх як такі, що належать жінці, а чоловіки змушені дотримуватися статевотипових маскулінних норм (традиційно фемінні характеристики не зустрічаються у відповідях чоловіків).

Звичайно, одним з важливих маркерів ідентичності жінки є репродуктивна функція. На свою належність до жінки через можливість мати дитину, народити її вказують 14,2% жінок. 2,9% чоловіків визначають свою гендерну ідентичність через неможливість народити дитину. Отже, репродукція та біологія залишаються важливими маркерами гендерної ідентичності.

Як чоловіки (20,4%), так і жінки (19,0%) в першу чергу знають, що потрібні родині. Так само жінки (13%) та чоловіки (14,5%) знають, що все в їх руках, вони багато чого можуть – цією відповіддю вони демонструють ознаки інтернального локусу контролю особистості. В цих двох відповідях, так само, як і в відповіді “я права / правий” (5%), ми не знаходимо ознак гендерної диференціації. Вона проявила себе в інших відповідях: для жінок життя чудове (17,2%), важливими є питання щастя (10%), жінки знають, що вони вродливі та прекрасні (14,1%). Загалом жінки більш оптимістичні, гедоністичні та позитивно налаштовані. Чоловіки знають, що їх люблять жінки (15,6%) і це ознака мужності, так само як бути сильним (13,2%) та розумним (6,1%).

“Я чоловік / жінка і для мене”: більшість відповідей як жінок, так і чоловіків починалися зі слова “важливо”. Отже, абсолютно однаково важливим для обох статей є: сім’я та здоров’я близьких (32,5% жінок та 32,3% чоловіків); чоловік та стосунки з ним, кохати та бути коханою – 16,3% жінок, жінка та стосунки з нею – 12,3% чоловіків – тут гендерні відмінності є незначними. Однак, матеріальні блага, робота, статус важливі для чоловіків (12,9%) і лише для 2,7% жінок. Норма матеріального успіху маскулінна (Kimmel, 2012). Так само як і бути чоловіком (18,5%), контролювати ситуацію (4,6%). В той же час для жінок “бути жінкою” важливо лише у 5,8% випадках. Набагато важливіше бути потрібною, щоб цінували, отримувати увагу (12,4%), мати довіру, взаєморозуміння, гармонію (7,2%) – можемо припустити, що жінки часто потерпають від відсутності таких важливих речей. І що для жінки – це можливість мати впевненість, самооцінку, почуття захищеності, які часто порушуються з різних причин саме через їх статеву та гендерну належність (Bem, 1993; Thompson, 2011).

Наступний компонент гендерної ідентичності – **мотиваційно-діяльнісний**, який відображає потребнісну сферу особистості, пов’язану з гендерною складовою Я-концепції особистості та дії індивіда в напрямку реалізації цих прагнень: що індивід як чоловік або жінка хоче, може і робить (табл. 2).

Бажання, прагнення та цілі жінок мають ознаки гендерної диференціації. Жінки, в першу чергу, хочуть бути щасливими (30,9%), а також кохання (26,1%), що в сукупності складає 57% відповідей. Отже, це найголовніше. Серед чоловіків тих, хто прагне бути щасливим та мати кохану – 10%. В той же час чоловіки хочуть жінку (17,7%), серед жінок таких, хто хоче чоловіка – 2,1%. Уваги, розуміння, піклування, поваги до себе прагнуть 12,3% жінок, чоловіки загалом не зазначають такого у відповідях. Ці дані підтверджують гіпотезу про стосунковий сценарій для жінок, для яких мати стосунки з чоловіком, кохати, бути щасливою – це пріоритет, в той час як “хочу жінку” для чоловіка може мати сексуальний контекст без ускладнення його глибинними почуттями (Helgeson, 2012; Kimmel, 2012; Ткалич, 2016).

На бажання мати сім’ю, дітей, 14,6% жінок та 11,1% чоловіків – ці дані суперечать розповсюдженому

**Мотиваційно-діяльнісний компонент гендерної ідентичності
(% від загальної кількості опитаних)**

Питання	Узагальнення відповідей	
	жінки	чоловіки
“Я – чоловік / жінка і хочу”	<ul style="list-style-type: none"> ·Бути щасливою (30,9) ·Кохання (26,1) ·Залишатися жінкою (8,4) ·Мати сім'ю, дітей (14,6) ·Уваги, піклування, розуміння, поваги до себе (12,3) ·Матеріального статку (9,5) ·Радощів у житті (8,0) ·Успіхів в роботі, кар'єрного зростання (2,2) ·Чоловіка (2,1) 	<ul style="list-style-type: none"> ·Бути чоловіком (23,1) ·Успіхів в роботі, кар'єрного зростання (18,9) ·Жінку (17,7) ·Мати сім'ю, дітей (11,1) ·Матеріального статку (10,7) ·Бути головним, мати владу (10,7) ·Бути щасливим (8,4) ·Добробуту і стабільності (7,7) ·Жити (4,6) ·Бути надійним (3,8) ·Кохання (1,6)
“Я чоловік / жінка і можу”	<ul style="list-style-type: none"> ·Бути жінкою (жіночі норми та особливості поведінки) (31,2) ·Багато чого (29,1) ·Все для своєї сім'ї (13,7) ·Любити (8,8) ·Народити дитину (6,6) ·Домогтися успіху, працювати, заробляти (2,3) ·Допомагати іншим (2,2) 	<ul style="list-style-type: none"> ·Багато чого (37,7) ·Бути чоловіком (чоловічі норми та особливості поведінки) (15,4) ·Постояти за себе, бути сильним (15,4) ·Все для своєї сім'ї (14,6) ·Працювати, заробляти (10,2) ·Бути лідером, головним (8,5)
“Я чоловік / жінка і роблю”	<ul style="list-style-type: none"> ·Те, що потрібно, можу, повинна (21,6) ·Те, що хочу (19,8) ·Свою роботу (15,6) ·Добро, світ прекрасним, кращім (15,6) ·Все для родини (15,3) ·Все, щоб залишатися жінкою (8,5) ·Щасливими близьких (4,2) ·Все згідно моїм цінностям та принципам (4,1) 	<ul style="list-style-type: none"> ·Свою роботу, бізнес (32,2) ·Те, що потрібно, можу, повинен (25,1) ·Те, що хочу (22,1) ·Добро, світ кращім (6,9) ·Все для родини (5,8) ·Все, щоб бути чоловіком (3,3)

гендерному стереотипу щодо того, що жінки хочуть заміж, сім'ю, а чоловіки одружуватися не бажають або для них це є менш значимим, ніж для жінок. Однак, кількість чоловіків з такими прагненнями все ж менша.

Успіхів в роботі, кар'єрного зростання, досягнення своїх цілей у професійній діяльності хочуть 18,9% чоловіків і лише 2,2% жінок. Чоловіки ще прагнуть бути головним, мати владу (10,7%). Отже, професійна сфера, влада все так само більш значимі для чоловіків і відповідають еталонам маскулінності (успіх, соціальний статус, кар'єра, домінування) як і раніше (Pleck, 1981; Connel, 1995), так і зараз (Fine, 2019; Kimmel, 2012). А от бажання матеріального статку або матеріальних цінностей є у 7,5% жінок та 10,7% чоловіків – тут ми спостерігаємо менші відмінності. Можемо припустити, що частина жінок не пов'язує власну кар'єру та професійний успіх з досягненням матеріального добробуту, а все так само традиційно перекладають це на чоловіка.

Що можуть сучасні чоловіки і жінки? Багато чого (37,7% чоловіків та 29,1% жінок). Все для своєї

сім'ї (13,7% жінок та 14,6% чоловіків).

Гендерна диференціація проявила себе в наступному: для жінок головним є бути жінкою – 31,2% (тут вони перераховують фемінні характеристики, ролі та норми жіночої поведінки, стереотипні уявлення про це). Бути чоловіком – 15,4% чоловіків та ще 15,4% можуть постояти за себе, бути сильним, а 8,5% – бути лідером та головним. Отже, на маскулінну модель ідентичності спираються в цілому 38,9% чоловіків.

“Я чоловік / жінка і можу”: багато чого – основна відповідь серед чоловіків (37,7%) та частини жінок (28,9%). На те, яким я можу бути з точки зору жіночих норм поведінки або особистісних властивостей вказують 35,2% жінок, чоловічих – 15,4% чоловіків.

Фемінна модель ідентичності передбачає такі характеристики: можу бути слабкою, часто змінювати настрій, готувати, створювати затишок, ходити на підборах, носити красиві сукні, прикидатися дурною, бути ніжною та лагідною, допомагати, втішати, та ін.

Маскулінна модель вказує на фізичні можливості, подолання труднощів, захист жінок, роль лідера,

головного, самостійність, виконання важкої роботи. Також чоловіки можуть бути турботливими, ніжними, забезпечувати сім'ю, а, отже, не відмовляються собі в андрогінних характеристиках.

Діяльнісний (поведінковий) компонент гендерної ідентичності визначався питанням “Я – жінка / чоловік і роблю”. Більшість як жінок (21,6%), так і чоловіків (25,1%) роблять те, що потрібно, можуть та повинні. Так само роблять те, що хочуть (19,8% жінок та 22,1% чоловіків).

Гендерна диференціація у відповідях виявлена знов в сфері професійної діяльності та кар'єри (свою роботу та бізнес роблять 15,6% жінок та 32,2% чоловіків) та в питаннях, пов'язаних з родиною (все для родини – 15% жінок та 5,8% чоловіків) – професійна сфера – більше чоловіча, сімейна – жіноча. Світ кращим та прекрасним роблять 15,6% жінок та 6,9% чоловіків – поняття прекрасного, доброго, щасливого – це більше жіноча потреба та дія – в різних питаннях жінки більше спрямовані на позитив, гедонізм, щастя та гармонію.

Окрім цього жінки роблять щасливими близьких (4,2%) та те, що відповідає їх цінностям та принципам (4,1%).

Емоційно-оцінний компонент гендерної ідентичності представлений як позитивним, так і негативним оцінним ставленням особистості до складових її / його взаємодії з оточуючими і з самим собою: чому людина радіє, що терпить, чим засмучена (табл. 3).

Брехні та обману не терплять майже однаково кількість жінок (34,1%) та чоловіків (35,4%). Так само це стосується зради (18,2% жінки, 19,2% чоловіки) та приниження (7,2% жінки, 8,5% чоловіки). Жінки більше не терплять чоловічої зради (10%), ніж чоловіки – жіночої (1,5%), можливо через стереотип, що чоловіки більше зраджують, а жінки набагато менше.

Для жінок, на відміну від чоловіків, найбільш критичною є грубість, хамство та нахабство (35,8%). Також жінки згадують насильство (6,4%), що у чоловіків не зустрічається. Насильство зазвичай чинять щодо жінок. Чоловіки, в свою чергу не терплять слабкості (14,6%), бо це фемінна властивість; підлабузництва

Таблиця 3

**Емоційно-оцінний компонент гендерної ідентичності
(% від загальної кількості опитаних)**

Питання	Узагальнення відповідей	
	жінки	чоловіки
“Я чоловік / жінка і не терплю”	<ul style="list-style-type: none"> Грубості, хамства, нахабства (35,8) Брехні, обману (34,1) Зради (18,2) Чоловічої зради (10,1) Приниження (7,2) Насильства (6,4) 	<ul style="list-style-type: none"> Брехні, обману (35,4) Дурості, ідіотів (25,4) Зради (19,2) Слабкості (14,6) Приниження (8,5) Підлабузництва (8,5) Геїв (3,1) Жіночої зради (1,5)
“Я чоловік / жінка і засмучений тим, що”	<ul style="list-style-type: none"> Ставленням інших (17,3) Ситуацією в країні (війна, економічні негаразди) (15,1) Проблемами у родині (14,7) Стосунками з чоловіками (справжніх чоловіків немає) (12,4) Не все виходить (6,8) Відсутністю чоловіка (5,3) Життя коротке, проблема смерті (4,3) Дискримінацією щодо жінок (4,1) Непорозуміннями і сварками (3,6) Проблемами на роботі (3,6) Сексуальними проблемами (2,3) Фінансовими негараздами (2,1) 	<ul style="list-style-type: none"> Суспільно-політичною, економічною ситуацією в країні (19,8) Фінансовими негараздами (15,1) Непорозуміннями і сварками (14,5) Не все виходить (12,8) Життя коротке, проблема смерті (12,8) Стосунками з жінками (12,5) Проблемами на роботі (7,1) Ставленням інших (6,6) Існуванням геїв (3,8) Сексуальними проблемами (2,5)
“Я чоловік / жінка і радий, коли”	<ul style="list-style-type: none"> Все гаразд з близькими, родиною (41,1) Ставленню до мене як до жінки (17,4) Мене цінують, розуміють, я потрібна (11,7) Все в порядку з дітьми (10,1) Мене кохають (8,1) Все виходить, досягаю мети (6,9) 	<ul style="list-style-type: none"> Все гаразд з близькими, родиною (26,8) Все в порядку з дітьми (3,7) Все виходить, досягаю мети (49,7) Ставленню жінок до мене (11,2) Мене кохають (4,6)

(8,5%). 3,1% не терплять геїв, а 3,8% засмучені через їх існування (бо вони є загрозою маскулінності і серед гомофобів більшість – чоловіки (Connell, 1995; Pleck, 1981).

Засмучені ситуацією в країні (йде війна, суспільно-політичні негаразди, економічні кризи) 19,8% чоловіків та 15,8% жінок. Стосунками з протилежною статтю засмучена однакова кількість чоловіків і жінок (близька 12%). 5,3% жінок говорять про відсутність чоловіка, у чоловіків проблем з відсутністю жінки немає. Сексуальні проблеми турбують однакову кількість жінок і чоловіків (близька 2%). Жінки окремо виділяють проблеми у родині (14,7%), отже сімейні питання так само більш важливі для жінок як і раніше. В той же час проблемами на роботі засмучено в 2 рази більше чоловіків, ніж жінок (7,1% проти 3,6%). Чоловіків до всього турбують екзистенційні проблеми: життя коротке, ми смертні (12,8%). Отже, жінки більше радіють життю, вважають його прекрасним, бачать свої можливості покращити світ, а чоловіки, навпаки, переймаються плинністю життя та тягарем проблем (які в основному лежать в площині досягнень та професійної діяльності).

Серед того, що приносить радість, для жінок на першому місці щастя, благополуччя родини та дітей (41,1% та 10,1% відповідно), а для чоловіків – досягнення мети та успіх (49,7%). Отже, знов пріоритет для жінки – родина та сім'я, для чоловіка – успішність та досягнення. В той же час відповідь: “все виходить, досягаю мети” є радісним для 6,9% жінок, який виявилося в 7 разів менше, ніж чоловіків.

Цікавими виявилися відмінності у відповідях чоловіків і жінок щодо ставлення протилежної статі. Жінки радіють ставленню до них як до жінки (17,4%), а чоловіки радіють ставленню жінок до них (11,2%). До всього, жінки радіють, коли їх кохають (8,9%) та цінують, розуміють, потребують (11,7%). 3,7% чоловіків радіють, коли їх кохають. Отже, для жінки важливо отримувати повагу, піклування, кохання, взаєморозуміння, бачити свою цінність (які вказувалися неодноразово у відповідях на попередні речення). Можемо припустити, що жінкам не вистачає такого ставлення і таких стосунків не лише з чоловіком, а в цілому з іншими людьми і їх рівень самооцінки себе як жінки та

як особистості залежить від такого ставлення.

Отже, емоційно-оцінний компонент гендерної ідентичності, так само як і інші, підтверджують стосунковий тип такої ідентичності у жінок та діяльнісний тип гендерної ідентичності у чоловіків.

Висновки. Аналіз результатів дослідження гендерної ідентичності методом незакінчених речень показав, що гендерна складова Я-концепції особистості як жінок, так і чоловіків наповнені особистісними характеристиками, стереотипними уявленнями про маскулінне та фемінне, нормами статево типової поведінки (в основному у взаємодії з протилежною статтю, ролі матері, батька, розподілу на експресивну функцію (жіночу) та інструментальну функцію (чоловічу)), і в більшості своїй відображають особистісний, міжособистісний рівень. Більшість результатів відображають актуальні гендерні норми та стереотипи у соціальній, професійній, сімейній, сексуальній сферах, у сприйнятті зовнішніх та внутрішніх гендерно-забарвлених характеристик особистості. Результати дослідження підтверджують наявність гендерно-рольової диференціації: окрім ідентичних відповідей (наприклад, пов'язаних з сім'єю, дітьми, піклуванням про близьких), чоловіки більше, ніж жінки ототожнюють себе (як чоловіка) з успіхом, матеріальним статусом, заробітком, кар'єрою, досягненням цілей. А жінки ототожнюють себе набагато більше, ніж чоловіки з почуттями (любов, ніжність), ставленням (повагою) до неї інших людей, цінністю неї як жінки (в першу чергу), людини і особистості. Отже, гендерна ідентичність жінок має скоріше стосунковий тип, а гендерна ідентичність чоловіків – інструментальний тип та менш емоційно та комунікативно забарвлений.

References:

- Bem, S. L. (1993) *The Lenses of Gender. Transforming the Debate on Sexual Inequality*. Yale University Press, Social Science.
- Bradley, H. (2012) *Gender*, 2nd Edition., Polity.
- Chodorow, N. (1978) *The Reproduction of Mothering. Psychoanalysis and the Sociology of Gender*. Berkeley: Univ. of California Press.
- Connell, R. M. (1995) *Masculinities*. Berkley, University of California press.
- Fine, C. & Sojo, V. (2019). Women's value: beyond the business case for diversity and inclusion. *The Lancet*, 393(10171), 515. doi:

10.1016/S0140-6736(19)30165-5

Gornostaj, P. P. (2007) *Lichnost' i rol': Rolevoj podhod v social'noj psihologii lichnosti [Personality and role: role approach in the social psychology of personality]*. Kyiv: «Interpress LTD». [in Russian]

Helgeson, Vicki S. (2012) *The psychology of gender*. Pearson.

Kimmel, M. (2012) *The Gendered Society*. 5th Edition. Oxford University Press.

Klecina, I. S. (2004) *Psihologija gendernyh otnoshenij: Teorija i praktika [The psychology of gender relations: theory and practice]* SPb.: Aletejja. [in Russian]

Miljuska, J. (1999) *Identichnost' zhenshin i muzhchin v zhiznennom cikle [The identity of women and men in the life cycle]*. *Sociologija*. Serija 11, 6, 43-45. [in Russian]

Ozhigova, L. N. (2006) *Psihologija gendernoj identichnosti lichnosti [The psychology of gender identity of personality]*. Krasnodar: Kubanskij gos. un-t. [in Russian]

Pleck, J. (1981) *The Myth of Masculinity* (Cambridge: M.I.T. Press).

Roselli, C.E. (2018) Neurobiology of gender identity and sexual orientation. *Journal of Neuroendocrinology*. Jul, 30 (7).

Sweeting, H., Bhaskar, A., Benzeval, M., Popham, F., Hunt, K. (2014) Changing gender roles and attitudes and their implications for well-being around the new millennium. *Social Psychiatry Psychiatric Epidemiology*. 49(5): 791–809.

The Handbook of Language, Gender, and Sexuality (2014) 2nd Edition /S. Ehrlich (Editor), V. Meyerhoff (Editor), J. Holmes (Editor). Wiley-Blackwell.

Thompson, M.E., Armato, M. (2011) *Investigating Gender*. Polity.

Tkalych M.H. (2015) *Psihologija gendernoi' vzajemodii' personalu organizacij [Psychology of gender interaction of personnel in organizations]*. Kyiv-Zaporizhzhja: ZNU. [in Ukrainian]

Tkalych M.H. (2016) *Genderna psihologija: navchal'nyj posibnyk [Gender Psychology: tutorial]*. Kyiv : Akademvydav. [in Ukrainian]

Marianna Tkalych

DSc in Psychological Science, Ass. Prof., professor of the Department of Psychology, Ukrainian State Employment Service Training Institute, Kyiv (Ukraine)

Tatyana Zinchenko

PhD candidate of the Department of Psychology, Zaporizhzhia National University, Zaporizhia (Ukraine)

Angela Kasyan

PhD student of the Department of Psychology, Zaporizhzhia National University, Zaporizhia (Ukraine)

GENDER IDENTITY: CONTENTS, STRUCTURE, GENDER-ROLE DIFFERENTIATION

ABSTRACT

Gender identity is the most significant of all the social and role identities of an individual, related to his/her general psychological development; it is a mental health indicator, a condition of personality holisms. Gender identity significantly influences the formation and structuring of personal and social-psychological self-determination and is an integral and important component of an individual's Self-concept.

The study aim was to analyze the results of the empirical research (n = 1340) on the gender identity structure and content and to determine the features of gender-role differentiation. Gender identity is a complex qualitative phenomenon, so the projective method of unfinished sentences "I am a man / woman" was used at the research. This method allowed us to determine: the substantive characteristics of the gender component of an individual's self-concept; gender norms, roles and stereotypes in social, professional, family, sexual fields, in perception of external and internal gender characteristics; gender-role differentiation of men and women.

Analysis of the research results showed that the gender component of self-concepts characteristic for women and men is filled with personal characteristics, stereotypical perceptions of masculine and feminine, norms of gender-typical behaviour (mainly at interactions with an opposite gender, the roles of a mother and a father, emotional (female) and instrumental (male) functions) at personal and interpersonal levels. The obtained results reflect current gender norms and stereotypes in the social, professional, family, sexual spheres, in the perception of external and internal gendered personal characteristics. The research

results confirm the existing gender-role differentiations: in addition to answers identical for men and women (for example, related to family, children, care of loved ones), men more often than women identify themselves (as a man) with success, material status, earnings, jobs, goal achievement. Women identify themselves more often with feelings (love, tenderness), attitudes (respect) to other people, they value themselves as a woman the first and foremost, and only after as a personality. Therefore, women's gender identity is of a relational type, and men's gender identity is of an instrumental type and less emotional and communicative.

Keywords: gender, gender identity, gender roles, gender stereotypes, gender role differentiation.

Ткалич Марианна Григорьевна

Доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры психологии Института подготовки кадров Государственной службы занятости Украины, г. Киев (Украина)

Зинченко Татьяна Петровна

Соискатель кафедры психологии Запорожского национального университета, г. Запорожье (Украина)

Касьян Ангела Ивановна

Аспирантка кафедры психологии Запорожского национального университета, г. Запорожье (Украина)

**ГЕНДЕРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ЛИЧНОСТИ:
СОДЕРЖАНИЕ, СТРУКТУРА,
ГЕНДЕРНО-РОЛЕВАЯ
ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ**

АННОТАЦИЯ

Гендерная идентичность является одной из самых существенных из всех социально-ролевых идентичностей личности, связанных с общим психологическим развитием личности, показателем психического здоровья, условием единства личностных проявлений. Она существенно влияет на формирование и структурирование самоопределения в личностном и социально-психологическом смысле и является неотъемлемой и важной составляющей Я-концепции личности.

Цель исследования – проанализировать результаты эмпирического исследования ($n = 1340$) структуры, содержания гендерной идентичности личности, определить особенности гендерно-ролевой дифференциации. Анализ результатов исследования показал, что гендерная составляющая Я-концепции личности как

женщин, так и мужчин наполнена личностными характеристиками, стереотипными представлениями о маскулинном и фемининном, нормами полотилического поведения (в основном во взаимодействии с противоположным полом, роли матери, отца, разделения на экспрессивную функцию (женскую) и инструментальную функцию (мужскую)), и в большинстве своем отражают личностный, межличностный уровень. Большинство результатов отражают актуальные гендерные нормы и стереотипы в социальной, профессиональной, семейной, сексуальной сферах, в восприятии внешних и внутренних гендерно окрашенных характеристик личности. Результаты исследования подтверждают наличие гендерно-ролевой дифференциации: кроме идентичных ответов (например, связанных с семьей, детьми, заботой о близких), мужчины больше, чем женщины отождествляют себя с успехом, материальным статусом, заработком, автомобилем "ерою, достижением целей. А женщины отождествляют себя гораздо больше, чем мужчины с чувствами (любовь, нежность), отношением (уважением) к ней других людей, ее ценностью как женщины (в первую очередь), человека и личности. Итак, гендерная идентичность женщин имеет скорее соотношенческий тип, а гендерная идентичность мужчин – инструментальный тип и менее эмоционально и коммуникативно окрашенный.

Ключевые слова: гендер, гендерная идентичность, гендерные роли, гендерные стереотипы, гендерно-ролевая дифференциация.

Дата отримання статті: 01.01.2020

Дата рекомендації до друку: 22.01.2020

Дата оприлюднення: 30.01.2020