

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Гуманітарно–правовий факультет

Кафедра психології

Кваліфікаційна робота

(тип кваліфікаційної роботи)

Магістр

(освітній ступінь)

на тему «Особливості гендерних стереотипів у керівників сучасних
організацій»

ХАІ.704.7–96п1/2.23В.053.9998243 КР

Виконав: здобувачка 2 курсу групи № 7–96п1/2

Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»

(код та найменування)

Спеціальність 053 «Психологія»

(код та найменування)

Освітня програма «Психологічне консультування та психотерапія»

(найменування)

Утенкова Т. В.

(прізвище та ініціали здобувача)

Керівник: Яковенко О.К.

(прізвище та ініціали)

Рецензент: Приходько Д. П.

(прізвище та ініціали)

Харків – 2023

Міністерство освіти і науки України
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Факультет Гуманітарно-правовий факультет

Кафедра психології

Рівень вищої освіти другий магістерський

Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»

(код і найменування)

Спеціальність 053 «Психологія»

(код і найменування)

Освітня програма «Психологічне консультування та психотерапія

(найменування)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Ю. І. Гулий

(підпис)

(ініціали та прізвище)

«01» вересня 2022 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Утенкова Тетяна Володимирівна

(прізвище, ім'я та по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи Особливості гендерних стереотипів у керівників сучасних організацій

керівник кваліфікаційної роботи Яковенко О. К. канд. психол. наук, доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом Університету №1700-уч від «20» грудня 2022 року.

2. Термін подання здобувачем кваліфікаційної роботи «20» січня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи: виявити та описати гендерні стереотипи осіб уповноважених призначати керівний склад.

4. Зміст пояснювальної записки: Провести теоретичний аналіз літератури гендерної диференціації прийняття управлінського рішення; Виявити які існують відмінності у стереотипах чоловіків та жінок про образ керівника. Виявити гендерні стереотипи, що беруть участь у формуванні ідеального образу керівника, що враховується в оцінці професійного потенціалу осіб, які претендують на керівні посади. Розробити тренінгову програму.

5. Перелік графічного матеріалу:

Рис. – 1

Табл. – 7

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Яковенко О. К. канд. психол. наук, доцент каф. 704	11.10.22	31.10.22
2	Яковенко О. К. канд. психол. наук, доцент каф. 704	01.11.22	18.11.22
3	Яковенко О. К. канд. психол. наук, доцент каф. 704	19.12. 22	06.01.23

Нормоконтроль _____ С. В. Кузьміна «20» січня 2023 р.
(підпис) (ініціали та прізвище)

7. Дата видачі завдання «01» вересня 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів кваліфікаційної роботи	Примітка
1.	Затвердження теми, мети та завдань кваліфікаційної роботи	01.09.22-07.10.22	
2.	Складання плану роботи	08.10.22-10.10.22	
3.	Аналіз літературних джерел. Написання першого розділу кваліфікаційної роботи	11.10.22-31.10.22	
4.	Визначення психодіагностичного інструментарія для проведення практичної частини дослідження. Написання другого розділу кваліфікаційної роботи.	01.11.22-18.11.22	
5.	Проведення практичної частини дослідження.	21.11.22-09.12.22	
6.	Статистична обробка отриманих даних.	12.12.22-16.12.22	
7.	Написання третього розділу кваліфікаційної роботи.	19.12. 22-06.01.23	
8.	Написання загальних висновків. Оформлення списку використаних літературних джерел, додадку(ків) та змісту.	09.01. 23–11.01.23	
9.	Передзахист.	12.01.2023	
10.	Внесення коректив до тесту кваліфікаційної роботи.	13.01.23-17.01.23	
11.	Оформлення та підписання відповідної документації(висновок керівника, висновок кафедри, рецензія та довідка на предмет наявності порушень академічної доброчесності)	10.01.23-20.01.23	
12.	Підготовка електронної презентації та тексту доповіді.	18.01.23-19.01.23	
13.	Строк подання здобувачем роботи на кафедру.	20.01.23	
14.	Захист.	24.01.23	

Здобувач _____
(підпис)

Т. В. Утенкова
(ініціали та прізвище)

Керівник кваліфікаційної роботи

(підпис)

О. К. Яковенко
(ініціали та прізвище)

Реферат

Кваліфікаційна робота: 63 с., 1 рис., 7 табл., 3 дод., 32 джерел.

Ключові слова: АДМІНІСТРАЦІЯ, ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ, ПІДБІР КАДРІВ, КЕРІВНИК.

Об'єкт дослідження – гендерні стереотипи. Предмет дослідження гендерні стереотипи, що впливають на створення ідеального образу керівника у поданні осіб уповноважених призначати керівний склад. Мета дослідження – виявити та описати гендерні стереотипи осіб, уповноважених призначати керівний склад. Методи дослідження: теоретичний аналіз проблеми дослідження; психодіагностичні методики; та методи математичної статистики. Висновки: у керівників-чоловіків та керівників-жінок складовий образ керівника - комунікативний, організаторський. Гендерні стереотипи мають біполярний характер. Тиск гендерних стереотипів спотворює об'єктивність сприйняття особистості в оцінці її професійних здібностей.

Abstract

Qualifying paper: 63 pages, 1 pictures, 7 tables, 3 appendices, 32 sources.

Key words: LOCAL SELF-GOVERNMENT ADMINISTRATION, GENDER STEREOTYPES, RECRUITMENT, MANAGER.

Object of research is - gender stereotypes. The subject of the research is gender stereotypes affecting the creation of an ideal image of the manager in the presentation of persons authorized to appoint the management staff. The purpose of the research is identify and describe the gender stereotypes of persons authorized to appoint management staff. Methods of research: theoretical analysis of the research problem; psychodiagnostics, methods of mathematical statistics. Conclusions: male managers and female managers have a communicative, organizational image of a manager. Gender stereotypes have a bipolar character. The pressure of gender stereotypes distorts the objectivity of the perception of an individual in the assessment of his professional abilities

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЯВИЩ ГЕНДЕРУ ТА ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ПИТАННІ КЕРІВНИЦТВА ТА ЛІДЕРСТВА	5
1.1 Поняття та аналіз основних теоретичних підходів до визначення сутності гендерних стереотипів	5
1.2 Напрями вивчення гендерних стереотипів як соціально- психологічного феномена	15
1.3 Гендерні стереотипи у контексті професійного відбору на керівні посади.....	19
РОЗДІЛ 2. ПРОЦЕДУРА ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	26
2.1 Характеристика вибірки.....	26
2.2 Характеристика методів дослідження	26
РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У КЕРІВНИКІВ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	29
3.1 Аналіз результатів дослідження.....	29
3.2 Аналіз результатів програми тренінгу спрямованого на розширення уявлень про гендерні стереотипи з метою формування професійних перспектив у роботі	37
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	50
ДОДАТКИ.....	53
Додаток А Результати за методикою семантичного диференціалу (СД) О.Л. Кустовой.....	53
Додаток Б Середні значення за методикою «Мої уявлення про керівника» Л.І. Дементій.....	54
Додаток В Програма тренінгу	55

ВСТУП

Актуальність дослідження: в останнє десятиліття гендерний підхід, у вивченні соціальних явищ, набув практичної спрямованості, у тому числі, у формуванні та структуруванні взаємин людей у трудових та професійних колективах, будучи одним із дієвих важелів вибудовування внутрішньокорпоративних зв'язків для досягнення максимальної продуктивності робочого персона, що впливає на економічну успішність організації.

Вивчення гендерних ролей, сформованих під впливом стереотипних поглядів за статево-рольовому принципу, досить актуально у економічній та соціальній сферах України, тому що містять у собі додаткові ресурси економічного розвитку, звільняючи від звичного «усередненого погляду» на процеси, мотиви, цінності, культурні норми та інші важливі чинники, що впливають на економічну ефективність суб'єктів господарювання. Саме тому економіка має спиратися на дослідження гендерних явищ, що дозволяють зрозуміти, як гендерні відмінності впливають на ділову активність тих чи інших суб'єктів ринкової економіки, які гендерні моделі досягнення успіху в бізнесі існують, як вони трансформуються з часом. Інтерес у даному випадку викликають методи та форми лідерства, що виявляються в економічній сфері чоловіками та жінками, а також стереотипні погляди на належну поведінку чоловіка або жінки-керівника. Очікувана поведінка, що приписується керівнику за статево-рольовим ознакою, впливає як на його призначення посаду, а й у його сприйняття трудовим колективом і керівництвом.

Об'єкт дослідження – гендерні стереотипи.

Предмет дослідження – гендерні стереотипи, що впливають на створення ідеального образу керівника у поданні осіб уповноважених призначати керівний склад.

Мета дослідження – виявити та описати гендерні стереотипи осіб уповноважених призначати керівний склад.

Відповідно до даної мети були поставлені наступні завдання:

1. Провести теоретичний аналіз робіт із проблем гендерної диференціації прийняття управлінського рішення;

2. Виявити які існують відмінності у стереотипах чоловіків та жінок про образ керівника.

3. Виявити в емпіричному дослідженні гендерні стереотипи, що беруть участь у формуванні ідеального образу керівника, що враховується в оцінці професійного потенціалу осіб, які претендують на керівні посади.

4. Розробити тренінгову програму.

Методи дослідження: теоретичний аналіз проблеми дослідження; психодіагностичні; теоретичний аналіз наукової літератури; методика особистісних семантичних диференціалів (О. Л. Кустової), методика «Мої уявлення про керівника» (Л. І. Дементій); та методи математичної статистики: Т-критерій Вілкоксона; U-критерій Манна-Уїтні.

Дослідження проводилося в м. Київ. Муніципальні службовці які займають керівні посади в кількості 20 чоловіків віком від 30 до 45 років, 20 жінок віком від 30 до 45 років.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЯВИЩ ГЕНДЕРУ ТА ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ПИТАННІ КЕРІВНИЦТВА ТА ЛІДЕРСТВА

1.1 Поняття та аналіз основних теоретичних підходів до визначення сутності гендерних стереотипів

Законом встановлено, що для заміщення посад муніципальної служби претендент повинен відповідати кваліфікаційним вимогам до рівня професійної освіти, стажу муніципальної служби або роботи за спеціальністю, напрямом підготовки, знанням та вмінням, які необхідні для виконання посадових обов'язків, а також за наявності відповідного рішення представника наймача (роботодавця) – до спеціальності, напрямку підготовки [2].

Відповідність претендента на посаду є підставою брати участь у конкурсі на її заміщення. Приймати ж рішення керівник буде виходячи зі своїх внутрішньо-особистісних міркувань серед яких, можливо, знайдуться такі поширені кліше як «керувати не жіноча справа», «чоловік-лідер», «чоловіки-керівники працюють ефективніше».

Подібна усталена в суспільстві ідентифікація статей та наділення їх певним набором якостей змушує задуматися про природу подібного явища, що отримав у науковій літературі назву «гендерні стереотипи».

Повсякденна реальність доводить, що гендер є однією з найбільш значущих соціальних категорій у житті кожної людини. У побутовій взаємодії та щоденному спілкуванні вироблені особливі набори норм поведінки та ситуативних реакцій за критерієм статевої приналежності, причому очікування соціуму стосовно представників однієї статі істотно відрізняється від вимог до представників іншої статі. Різниця затверджена лінгвістично: одиниці мови та спеціальні термінологічні мовні засоби по-різному описують жінок та чоловіків, дівчаток та хлопчиків. На цьому складається певний

«комплект» описових категорій, реалізований у стереотипах – конкретних формах прояви соціальної свідомості.

Негативний вплив данного феномена на оцінку роботодавцем здібностей претендентів на роботу було продемонстровано в експерименті Д. Тейнора. Так, групі учасників експерименту, що складається з представників обох статей, було запропоновано прослухати записи співбесід проведених з претендентами на вакантну посаду. Випробуваними, в ході проведення експерименту, давалася оцінка - чоловіка оцінювали вище ніж аналогічно жінку, що пройшла співбесіду. При цьому чоловік, який не пройшов співбесіду, оцінювався нижче ніж жінка, яка мала аналогічні результати. Подібний результат, як було показано дослідниками, став наслідком стереотипів, що склалися про властиву чоловікам компетенцію, в той час як успіх жінки пояснювався везінням або високим рівнем мотивації і як наслідок при невдачі до жінки проявляється велика поблажливість [13].

Таке дослідження професійної діяльності було проведено 1970 р. Е. Емсвейлером. У ході експерименту студентам було запропоновано пояснити причини професійного успіху чоловіка та жінки. Відповідно було зроблено висновок, що професійні успіхи чоловіка, як очікуваний результат, частіше пов'язують із стабільними факторами, що відповідають таким суто чоловічим якостям як висока компетентності у суспільній та професійній сфері. Успіхи жінки частіше пов'язують із випадковими факторами (удача, везіння) [17, 22].

Як і будь-яке явище гендерні стереотипи мають свою неповторну природу неодноразово відзначену різними дослідниками, зокрема Є. Ю. Терешкової [3], О. Рябовим [1], Ж. Чернової [13], О. А. Вороніної [15], А. В. Меренкова [8], І. В. Кльоціною [7].

Так, серед найбільш характерних рис можна відзначити, що властивий стереотип яскраво виражений емоційно-оцінний характер [6]. Можна легко помітити емоційне забарвлення будь-якого з існуючих стереотипів, наприклад, наділення жінок такими якостями як слабкість, емоційна нестійкість, примхливість, а чоловіків, розважливність, витривалість.

Сформовані гендерні стереотипи демонструють стійкість тобто здатність існувати в незмінному вигляді протягом тривалого періоду часу (роки, сторіччя). Експеримент проведений А. В. Лібнім підтвердив, що гендерні стереотипи, щодо типових чоловіків і жінок, за останні століття змінилися незначно [6]. Найчастіше витoki виникнення тих чи інших існуючих у суспільстві гендерних стереотипів загублені у багатовіковій історії людства, що робить їх не менш актуальними у суспільстві. Не буде помилкою твердження, що у формуванні даного стереотипного мислення відіграла роль біологічна складова, у тому числі, здатність жінки до дітородіння, її вразливості в цей період часу та закономірне наділення чоловіків функціями захисника та здобувача. І не дивлячись на те, що в сучасному суспільстві жінки все частіше заміщають посади в професіях, які ще не давно вважалися суто чоловічими, а досягнутий рівень розвитку суспільства дозволяє зняти з чоловіків функцію єдиного здобувача в сім'ї, від жінки, як і раніше, потрібно бути зразковою господинею будинку, а від чоловіка реалізуватися у професійній сфері.

І все ж, стереотипи, що склалися, незважаючи на всю їх стійкість, схильні до таких же змін, як і будь-яке інше суспільне явище. Пішли в минуле прийняті раніше на правах аксіоми твердження про безпорадність і слабкість жінки, другорядність її ролі в суспільстві. Проте, кісткова природа гендерних стереотипів, що склалися одного разу, не дозволяє їм бути досить гнучкими, щоб бути чуйним барометром сучасного суспільства і явищ, що відбуваються в ньому.

Дослідження, створені задля вивчення об'єктивності відображення реальності у сповідуваних суспільством гендерних стереотипах, розпочато 1980 р. За результатами дослідження вчені дійшли висновку, що гендерні стереотипи не точні і в одному випадку було констатовано факт, що гендерні стереотипи серйозно переоцінюють різницю між чоловіком і жінкою, інші дослідження показали, що ці відмінності недостатньо виражені в стереотипах.

Так, С. Брейер, на підставі уявлень про «чоловічих і жіночих» академічних дисциплін, що склалися в суспільстві, проаналізувала ступінь об'єктивності оцінки рівня знань студентів у порівнянні з їх реальними оцінками результатом чого став висновок, що громадська оцінка успіхів студентів-дівчат частіше знижуються в порівнянні з оцінкою студентів-юнаків особливо з дисциплін традиційно вважаються чоловічими (фізика, математика) [8].

Вченими, під час проведенного в 1982 р. у двадцяти п'яти країнах Європи, Азії, Африки та Америки дослідження, вдалося встановити найбільш типові стереотипи, що приписуються за гендерною ознакою. Тим часом проведене в 1990 р. тими ж вченими дослідження виявило невідповідність уявлень, що склалися у юнаків і дівчат, з тими гендерними стереотипами, які були сформульовані в ході попереднього дослідження [4].

Властивістю гендерних стереотипів є їхнє безумовне прийняття більшістю індивідів у межах соціальної спільності.

Крім зазначеного, гендерні стереотипи, несучи у собі основні риси представників соціальної спільності, мають характер загальноприйнятої в соціумі норми поведінки, з якою не можна не рахуватися. Як писав І. С. Кон гендерні ролі завжди пов'язані з певною нормативною системою, яку особистість засвоює у своїй свідомості та поведінці» [5]. Відповідно гендерні ролі це соціальний прояв гендерної ідентичності людини, що має вираз у демонстраційній моделі поведінки, що дозволяє іншим людям ідентифікувати людину, віднісши її до чоловічої або жіночої статі.

У роботі І. С. Клеціна зазначала, що успішність виконання ролі індивідом залежить від таких факторів як [15]:

1. Знання ролі та уявлення про правила та обов'язки, пов'язані з цією роллю;
2. Значимості виконуваної ролі;
3. Вміння виконувати цю роль;
4. Вміння рефлексувати свою рольову поведінку.

Гендерні групи, як будь-яке явище, несе в собі певне функціональне призначення. В першу чергу «соціальне» [7], що має на увазі під собою використання стереотипів як інструмент для пояснення відносин, що склалися в суспільстві, виступаючи гарантом їх стабільності.

Єдиний інформаційний простір дозволяє шляхом створення простих категорій (гендерних стереотипів) схематичним чином донести до членів суспільства інформацію про найскладніші явища та процеси. У процесі пізнання протягом усього життя ми сприймаємо і приймаємо як незаперечний закон найрізноманітніші гендерні стереотипи: «ти дівчинка і повинна вміти готувати», «ти хлопчик і маєш бути сильним» [5]. Тим часом у ході зіткнення з різними соціальними групами одні стереотипи ми відкидаємо, але неминуче вживаємо інші. Цей процес називається «ресоціалізація» [6] під яким відповідно до Е. Гідденса розуміється «руйнування раніше засвоєних і образів поведінки з засвоєнням чи виробленням нових» [19].

Але все ж таки, найбільш важливою функцією, яку виконують гендерні групи, є підтримка ідентичності та згуртованості групи, зміцнення внутрішньогрупових зв'язків за принципом «свій-чужий», «ми-вони», що дозволяє використовувати об'єкт, що протиставляється, як фон для побудови власного ідеалу і призводить до формування бінарних груп, що мають полярні значення [6].

Розглянемо найбільш значущі фактори, що є причиною стійкості та поширеності гендерних стереотипів. До важелів підтримки стабільності сформованих у суспільстві гендерних стереотипів відносять такі соціальні інститути як сім'я, освіта [17], релігія [4]. До окремої групи можна віднести вплив ЗМІ, чия продукція споживається всіма віковими групами та соціальними верствами. Як писала Н. І. Ажгіхіна у своїй статті «гендерні стереотипи в сучасних мас-медіа» – «існування журналістики неможливе без стереотипів» [3].

Найбільш відомою концепцією, предметом вивчення якої була сім'я як середовище в якій формуються гендерні стереотипи, стала теорія сегрегації-

конвергенції, розроблена Е. Маккобі, в якій простежує механізм зближення та поділу статей. Згідно з цією теорією в дитинстві обидві статі співіснують в умовах статевої сегрегації, але в подальшому починається процес сепарації статей, який ініціюється дівчатками, що дає поштовх для об'єднання хлопчиків у групи за статевою ознакою та формування особливого духу «маскулінності». У підсумку оформляються окремі стійкі субкультури за гендерно-статевою ознакою з проявом тенденції до подібної сегрегації у всіх галузях суспільного життя, що виявляється найбільш яскраво у професійній діяльності. Але подружні, батьківські та сексуальні відносини демонструють такі явища у суспільстві як конвергенція, тобто сходство статі. Сегрегація та конвергенція два способи встановлення взаємодії статей, що мають тенденцію змінюватися [8].

Крім того, питання ролі сім'ї, як інституту підтримки та просування гендерно-рольових стереотипів при вихованні молодого покоління, було порушено в роботі Н. Ходоров, яка зробила успішну спробу синтезу соціологічної та психоаналітичної теорій. Згідно запропонованої Н. Ходоров концепції, поведінка матері в сім'ї, при вихованні дітей, залежить від статі дитини і спрямована на її навчання з метою засвоєння дитиною її гендерної ролі. У зв'язку з чим акцент у вихованні дівчат робиться на засвоєння нею ролі господині і матері, а хлопчиків орієнтують на громадську діяльність [2].

Тим не менш, не можна заперечувати той факт, що на зміни гендерних стереотипів можуть впливати вік людини, яка сповідує їх, її статева приналежність та соціальний статус [7]. Так, вченими зазначається, що стереотипне мислення, в оцінці учасників соціальних явищ, найбільш розвинене молодіжне середовище [25] з віком гендерні стереотипи коригуються під впливом здійснюваної діяльності, займаного соціального рівня, зайнятому місці у тому чи іншому класі [16].

Аналогічним чином формуються стереотипи щодо груп людей, об'єднаних однією професією чи родом діяльності. До найбільш відомих стереотипів суспільного сприйняття відносяться твердження [24]:

1. Представники білої раси більш компетентні у роботі;
2. Військові – грубуваті та прямолінійні;
3. Старше покоління – консерватори, а молоде – максималісти.

На гендерні стереотипи також впливають такі чинники як етнічна і расова приналежність. Наприклад, стереотип - про спокій, повільність і незворушність естонців, про експресивність італійців, про гарячий темперамент кавказців. Так званий «національний характер» – це погляд з боку, що виник на підставі стереотипів, що існують, і висловлюваний навіть тими людьми, які ніколи раніше не стикалися у прямому спілкуванні з італійцем чи естонцем. Такі судження називаються етнічним стереотипом.

Щодо кожної нації та раси у нас неминуче складається набір стереотипів службовців для їхньої ідентифікації. Цікавим у разі є дослідження, проведене 1999 р. А. В. Кирилінної, під час якого респондентам пропонувалося співвіднести ті чи інші якості особистості з маскулінністю чи фемінінністю. Результат дослідження не виявив серйозних відмінностей у змісті національних гендерних стереотипів, відмінності були лише уявленні про жіночу слабкість, пасивність, інтелектуальні здібності жінки в порівнянні з чоловіком [8].

Найбільш популярною теорією, що пояснює причину високого рівня узгодженості стереотипів, є теорія «нестачі контакту» через яку відсутність або недостатність міжгрупового контакту є причиною для вироблення стереотипів щодо інгрупи. Теорія «самокатегоризації» Дж. Терненра пропонує інше пояснення, згідно з яким узгодженість уявлень про гендерні стереотипи продиктована потребою групи у соціальній ідентичності [6].

Кількість існуючих у суспільстві гендерних стереотипів неминуче вимагає їх об'єднання у групи з будь-якої ознаки й у літературі є маса матеріалу з цього питання, наприклад І. С. Клеціна у своїй роботі «гендерна соціалізація» [20] виділяла три групи гендерних стереотипів:

1. Маскулінні і фемінінні стереотипи, що протиставляється один одному. Як свідчить дослідження І. С. Клеціною маскулінність чи мужність

наділяється активно-творчою характеристикою на протилежність фемінінності (жіночності), що характеризується як пасивно-репродуктивний початок [6].

І. С. Конон, даючи поняття маскулінності та фемінінності вказував, що це насамперед психічні та поведінкові особливості індивіда властиві, на думку соціуму, чоловікам (маскулінність) чи жінкам (фемінінність) [4].

2. Уявлення про розподіл соціальних ролей у сімейній та професійній сферах. З цього погляду чоловікам приписується активна громадська діяльність, а найбільша роль для жінки полягає в сім'ї (мати, дружина, господиня). Як зазначає І. С. Клеціна «чоловіків прийнято оцінювати за професійними успіхами, а жінок-за наявності сім'ї та дітей» [7]. В ході проведення опитування встановили, що розподіл обов'язків та повноважень у сімейному житті подружжя суворо диференціюється респондентами, незалежно від їх вікової та статевої приналежності (в опитуванні брали участь різностатеві люди від 18 до 60 років). До типово жіночих - віднесли господарські справи по будинку (прибирання, приготування їжі, миття посуду, прання та прасування білизни та одягу). До чоловічих функцій у сім'ї, як з'ясувалося з опитування, віднесено фінансове забезпечення всіх членів сім'ї, ремонт та підтримання нормальної роботи механізмів у будинку, винесення побутового сміття.

3. Співвідношення специфіки трудової діяльності з гендерною ідентичністю [5]. Традиційно склалася думка, що нормою для чоловіка є вибір професій пов'язаних із творчою чи керівною діяльністю. Жінка ж цінується за старанність. Подібний підхід продиктований біологічними відмінностями та особливостями статей. Найбільш яскравою ілюстрацією даного твердження є перелік важких робіт та робіт зі шкідливими чи небезпечними умовами праці, при виконанні яких забороняється застосування праці жінок [1]. І все ж таки не можна не відзначити, що навіть цей список піддається перегляду.

Викладене свідчить про те, що гендерні стереотипи беруть участь у формуванні суспільних та соціальних взаємозв'язків, надаючи тим самим

вплив на розвиток суспільства шляхом формування гендерних схем керуючих процесами обробки інформації, що надходить через призму уявлень про гендер.

У першу чергу це впливає з самих гендерних стереотипів, які мають характер загальноприйнятих і подій, що розділяються.

Ш. Берн, у своїй роботі «гендерна психологія», вказує, що гендер дитини впливає на очікування, сприйняття та поведінку щодо нього її батьків, за допомогою яких вони формують у дитини уявлення про себе та свою гендерну ідентичність. Цей процес отримав назву «гендерної соціалізації», що знайшов відображення в різних наукових теоріях розроблених, у тому числі в контексті відомих концепцій, в основі яких лежать теорії соціального навчання, когнітивного розвитку, моделювання, статевої типізації або в руслі спеціально розроблених теорій, що трактують механізми засвоєння статевої ролі посередництвом теорій гендерної схеми чи психології статі [27].

Як наслідок процесу гендерної соціалізації - індивід, задовольняючи свою потребу у причетності до будь-якої соціальної групи чи класу, змушений відповідати стереотипам сповідуваним цією групою. Закономірним наслідком недотримання зазначеного правила є суспільне нерозуміння, осуд чи відторгнення [9].

Силу впливу, чинного гендерними стереотипами, можна оцінити згадавши твердження Г. Олпорта згідно з яким «люди, які є жертвами забобонів, зазвичай розвивають у собі саме ті якості, які відповідають цим забобонам» [6]. Результат засвоєння та прийняття суспільством подібних гендерних стереотипів був найбільш яскраво продемонстрований в експерименті проведеному Б. Скрипнеком та М. Снайдером під час якого групам, розділеним на пари, пропонувалося виконати ряд завдань зі своїм партнером, який поміщався окремо до сусідньої кімнати. При цьому, випробувані один одного попередньо не бачили, стать партнера їм відома і спілкуватися вони з ним могли тільки подаючи звуки. Результатом експерименту став висновок про те, що вибір завдань собі та партнеру носив

яскраво виражене гендерне забарвлення. Так, жінки, якщо були впевнені, що їх партнером у сусідній кімнаті є чоловік, вибирали собі легше завдання [15].

Є кілька підходів щодо визначення «гендерний стереотип».

На думку А. В. Меренкова, це «стійкі програми сприйняття, цілепокладання, і навіть поведінки людини, залежно від прийнятих у цій культурі і правил життєдіяльності представників певної статі» [9].

І. С. Клеціна вважає, що «під гендерними стереотипами розуміються стандартизовані уявлення про моделі поведінки та риси характеру, що відповідають поняттям «чоловіче» та «жіноче» [6].

Гендерний стереотип, у визначенні Г. Мюнстерберга - це стійкі сценарії сприйняття людей, встановлення цілей їх дій, поведінкового аспекту, створені на основі прийнятих у даному соціо-культурному шарі правил та норм життєдіяльності щодо представників тієї чи іншої статі [15].

Гендерні стереотипи у наукових працях Т. Говорун, М. Кіммела, С. Оксамитової визначаються як різновид соціальних стереотипів, детерміновані культурою, спрощені, стійкі, емоційно забарвлені образи поведінки, риси характеру чоловіків та жінок, які значно впливають на формування гендерно-рольового репертуару особистості та її поведінки [3].

Існує ще одне соціологічне розуміння гендерних стереотипів, що тлумачить їх як конкретно-історичні (характерні для даної історичної доби та конкретного суспільства) уявлення про типологічні відмінності між жінками та чоловіками. Психологи, що спеціалізуються на гендерній проблематиці, при поясненні поняття гендерного стереотипу акцентують увагу на стандартизованості уявлень про типові моделі поведінки, властивості та риси характеру, які у суспільній свідомості відповідають образу чоловіка та жінки [7].

Таким чином, з дослідженого нами вище матеріалу випливає, що гендерні стереотипи є багатofакторним конструктом гендерних характеристик, що включає гендерну ідентичність з позиції маскулінічних або

фемінінних рис особистості, а так само стереотипи та установки, пов'язані з вибором моделі поведінки.

Формування гендерних стереотипів проводиться під інформаційним, і навіть нормативним впливом, під яким мається на увазі прагнення відповідати встановленим у суспільстві гендерним ролям. Тим самим у ході соціалізації ми засвоюємо, що індивіду в залежності від його статі будуть властиві різні моделі поведінки, інтереси та особисті якості.

При цьому, гендерні стереотипи мають біполярний характер несучи в собі з одного боку функцію схематизації сприйняття світу для полегшення процесу встановлення міжособистісного контакту, а з іншого боку виступаючи перешкодою у розвитку індивідуальних рис виходять за рамки усталених статево-рольових стереотипів, перебільшуючи відмінності між різними інтерпретаціями вчинків залежно від гендерної ідентифікації суб'єкта, що оцінюється.

1.2 Напрями вивчення гендерних стереотипів як соціально-психологічного феномена

Сформовані концепції, у сфері вивчення гендерних стереотипів, за історію свого існування неодноразово піддавалися перевірці, знаходячи підтвердження у нових дослідженнях. У наявних нині великих теоретичних матеріалах умовно можна назвати кілька основних напрямів:

1. Гендерні стереотипи з позиції культури;
2. Виходячи з існуючих расових та етнічних забобонів;
3. Міжособистісні стосунки;
4. З позиції когнітивного підходу, а також навчання.

Розглядаючи докладніше зазначені вище напрями насамперед, звернемося до вивчення стереотипів до культурної особливості спільнот їх сповідуючих. Прихильники цього напрямку бачать вирішення питання зміни гендерних стереотипів у зміні культурних стандартів [2, 8; 13].

Відмінним від цієї концепції є напрям, у якому наголос у поясненні гендерних стереотипів робиться на індивідуальні особливості особистості. Подолання стереотипів в даному випадку можливе за допомогою зміни поглядів особи, яка є їх прихильником.

Найбільш яскравими представниками цього напрямку є Т. Адорно, Є. Френкель-Брюсвік, Д. Лівенсок та Р. Сенфорд з їхньою теорією авторитарної особистості, основним висновком якої було твердження про те, що негативне ставлення до аут-групи варто шукати в особистості його носія. З метою перевірки теорії дослідники розробили Е-шкалу, що вимірює ставлення тестованих до різних груп меншин і F-шкалу відмінною рисою якої був той факт, що одне і те ж твердження могло бути пов'язане з декількома субшкалами [4].

Таким чином, в ході експерименту були виділені риси, що найбільш притаманні авторитарній особистості, такі як:

1. Підтримка цінностей властивих класу суспільства, до якого належить «особистість - конвенціоналізм»;

2. Відсутність критичного ставлення до ідеалів, що пропагуються, – «авторитарне раболепство»;

3. Схильність відкидати індивідів, які не поділяють загальноприйняті стереотипи - «авторитарна агресія»;

4. Оцінка власної долі з точки зору року - «забобона»;

5. Віра у негативні процеси, що відбуваються у світі та проекція власних імпульсів на зовнішній світ;

6. При цьому демонструється неприйняття всього виконаного фантазії, чуттєвого – «анти-інтрацепція»;

7. Категоризація мислення у таких поняттях як «сильний-слабкі», «панування - підпорядкування» які демонструють культ сили;

Загальна ворожість та очорнення всього людства.

Оскільки кореляція між F і E шкалами становила 0,75 - це вказувало прямий зв'язок особистості та її ставленням до меншин [4].

3. Фрейд, що став основоположником психодинамічної теорії, так само вважав, що причини відносин, що склалися, необхідно шукати в особистості. При цьому Фрейд схилився до думки, що міжгруповий конфлікт є обов'язковим явищем у суспільстві і відповідає природі людини. Дотримуючись даної концепції З. Фрейд у своїй роботі «психологія мас та аналіз людського Я» висвітлив механізм утворення штучних натовпів (армія, церква) та причин їх агресії до представників аут-груп встановивши, що група це насамперед цілісна система яка для самозбереження примушує індивідів, які у її середовище, регресувати. Причиною конфлікту стають відносини членів групи та її лідера якого вони відчують і ідентифікують одне одного виходячи з цього почуття [9].

Перелічені теорії є найбільш відомими, але не єдиними, що пояснюють існування стереотипів за допомогою індивідуальних особливостей особистості. Цей список можна доповнити такими теоретичними концепціями як теорія символічного расизму, модель дисоціації, теорія фрустрації агресії.

Наступним великим блоком робіт з вивчення гендерних стереотипів є теорії, в основі яких лежить когнітивний підхід, згідно з яким необхідність швидкої адаптації до різноманітних умов людського суспільства не дає індивіду час для вивчення кожної нової групи з позиції її унікальності, а змушує приймати запропоновані стереотипи як джерело базової інформації. В даному випадку відбувається процес категоризації спрямований на вироблення саме тих стереотипів, які, не суперечать цінностям особистості, були б найбільш ефективними для її соціалізації. При цьому стереотипи визнаються наслідком раціонального процесу пізнання, який сам по собі не досконалий і може породити неточні стереотипи.

Найбільш помітними роботами в цьому напрямі є дослідження Г. Теджфела [7], Б. Ешфорта [5], Ф. Маїла [16].

Ввівши поняття «соціальна ідентичність» Г. Теджфел висунув теорію формування стереотипів як результату процесу категоризації та індивідуалізації особистості із соціальною групою несе емоційну і ціннісну

складову цього факту. За теорією Теджфела насамперед відбувається процес розшарування групи на «Я» та «Інші» і лише в подальшому інгрупа протиставляється аут-групам. Відповідно змінити стереотипи можливо лише у вигляді зміни міжгрупових відносин. Причину явища стереотипізації Г. Теджфел бачив у прагненні до позитивної ідентичності шляхом диференціації своєї групи від аут-групи, що атрибутується негативними характеристиками [9].

Процес глобалізації та попередній їй у період ведення великої колоніальної політики більшістю європейських країн став поштовхом до розгляду питання гендерних стереотипів у ракурсі проблем расових і етнічних забобонів. Наявні в цій галузі теоретичні концепції мають загальну схожість у висновку про причини стереотипізації як когнітивний процес, що проходить на тлі недостатності інформації про об'єкт вивчення. Тим часом даний фактор не є єдиним каталізатором процесу. Зближення між групами, що відбувається на тлі глобалізації, розширення інформаційного простору щодо стереотипованих груп не призводить до зникнення стереотипів.

Отже, можна дійти невтішного висновку, що у реальних якостях стереотипної групи, конструюванні міжгрупових зв'язків на засадах асиметричності і нерівноцінності. Цей висновок дозволяє переглянути процес формування расових і етнічних забобонів як наслідок встановлення владних відносин. За висловом М. Пікерінга подібне протиставлення груп є «способом дати оцінку та зафіксувати у певній позиції інший народ чи іншу культуру з особливою та привілейованою перспективою» [3]. П. Бурдьє вважав, що подібна репрезентація груп має на меті встановлення влади над іншими групами та реалізації політики маніпуляції [11].

Окремою групою робіт у вивченні гендерних стереотипів є концепції, створені в рамках запропонованої С. Бем теорії гендерних схем, що поєднує в собі теорію соціального навчання та когнітивного розвитку. С. Бем було висловлено припущення, що спочатку установки про типовість чи не типовість гендерно-статевої поведінки засвоюються нами в процесі соціалізації через

інститут сім'ї шляхом навчання. У подальшому засвоєні таким чином індивідами асоціативні зв'язки беруть участь як базова структура налаштованої на угруповання інформації, що надходить щодо стереотипованого об'єкта, на категорії мускулінності і фемінінності [5].

Таким чином, на підставі викладеного вище теоретичного матеріалу, ми можемо сформулювати декілька основних блоків напрямів у вивченні гендерних стереотипів.

Одним з таких напрямків є розгляд гендерних стереотипів у контексті вивчення факторів, що їх формують, таких як, наприклад, культурні особливості групи, що використовує дані стереотипи, а також расові та етнічні забобони. Іншим великим блоком є вивчення гендерних стереотипів у контексті особливостей особистості, якій ці стереотипи притаманні. Розгляд гендерних схем з позиції соціального навчання та когнітивного розвитку став основою для створення іншого напрямку у вивченні даного феномену.

Але, незважаючи на різний підхід в інтерпретації феномена гендерних стереотипів, вчені сходяться у визначенні природи стереотипів як форми представлення характеристик аут-груп, що приписуються.

1.3 Гендерні стереотипи у контексті професійного відбору на керівні посади

Спробу встановлення причин меншої успішності жінок у професійній сфері порівняно з чоловіками зробила М. Хорнер, ввівши поняття «страх успіху» пояснивши його, низькою мотивацією у жінок [23].

Дана концепція виявилася настільки успішною, що надалі отримала розвиток у роботах П. Кланс і С. Імс, які встановили під час проведеного аналізу, що жінки, незважаючи на їхню класифікацію та вміння, здебільшого сприймають свої професійні успіхи як незаслужені. Цей феномен отримав назву «феномен самозванця» і вкоренився у свідомості як жінок, а й чоловіків [7].

Як наслідок, просування жінок на управлінські та більш відповідальні посади обмежують штучно створені бар'єри, соціальні настанови та нормативи, об'єднані в загальний термін «скляна стеля», запропонована у 80-х роках минулого століття Л. Мартін для позначення штучно створених бар'єрів, заснованих на стереотипах, які не дозволяють кваліфікованим працівникам, та насамперед жінкам, просуватися по службі та обіймати керівні посади у своїх організаціях [26].

Аналізуючи досвід управління звернемося до даних які свідчать, що структура керівного складу не однорідна і попри динамічне проникнення жінок на управлінський склад, традиційно питому вагу у ній займають чоловіки. За період з 2008 р. на даний час відсоткова величина жінок у сфері управління порівняно з чоловіками збільшилася лише на 11%. При цьому заробітна плата, що виплачується керівникам, демонструє більш консервативну природу. [24]

Тим часом, бізнес під керівництвом жінок продовжує стрімко освоювати нові галузі. За результатами досліджень, проведених французькими та британськими дослідниками, фірми під управлінням жінок демонструють більш високий прибуток і розвиваються вдвічі швидше [15].

Тим часом частка жінок у складі керівників підприємств та організацій, як і раніше, залишається низькою. Як стверджує М. Кімел, на топ рівнях управління державою та великими корпораціями існує так званий «гомосоціальний світ», до якого жінкам потрапити дуже важко [21].

Такі вчені як С. Картер, А. Жарден, М. Хеннінг та Д. Віткін наступним чином класифікували недоліки, що перешкоджають досягненню жінкою успіху у професійній сфері [20]:

1. Підвищена емоційність;
2. Пізніше початок своєї кар'єри;
3. Менша в порівнянні з чоловіком схильність до ризику;
4. Недооцінка ролі особистих контактів.

Як вважає І. В. Васильєв, всередині організацій можуть існувати норми,

за якими на високі посади призначаються лише чоловіки. Якщо правила, що існують в установі або організації, прямо не вказують на призначення на керівні посади чоловіків, то призначення людини на посаду керівника часто відбувається за звичкою. Остання часто продиктована загальновизнаним гендерним стереотипом [13].

Н. Хілл наголошував, що схильність до лідерства не є єдиною умовою для успішної ділової організації. Чимало важливими є: «Непохитна сміливість, впевненість у собі; самоконтроль; гостре відчуття справедливості; чіткість та визначеність рішень; визначеність планів; звичка робити більше, ніж зобов'язаний; ввічливість та особиста привабливість; співчуття та розуміння. Такі якості, властиві жінкам, як гнучкість, націленість на співробітництво, емоційність, інтуїція, жіночність, скрупульозність, вміння цінувати своїх ділових партнерів часто відіграють значно більшу роль, ніж авторитарні, жорсткі методи» [8].

Відмінності у підходах до організації управління було наочно продемонстровано у роботах Ф. Н. Портнова та Е. С. Чавунової встановили, що чоловіки насамперед зосереджуються на якості роботи, що забезпечують ефективність професійної діяльності. Жінки-керівники більш орієнтовані на моральні якості, а також якості, що забезпечують інтерактивну функцію спілкування [7].

Питаннями специфіки лідерства з погляду гендерного підходу займалися як і В. А. Хащенко, Н. М. Хащенко та О. Л. Журавльова Серед висновків зроблених даними вченими є і такий, згідно з яким гендер визначає стиль управління, вираженість окремих компонентів управління та способи взаємодії з колективом. Так для жінок більш характерним є комбінований та проміжний стилі лідерства. При цьому комбінований стиль управління, що поєднує в собі директивний, колегіальний та потуральний компоненти, забезпечує жінкам у порівнянні з чоловіками велику соціально-психологічну ефективність. [28].

Підтвердження об'єктивності зроблених висновків знайшлося у

результатах досліджень проведених О. Самарцевою та Т. Фоміною, а також А. Є. Чиріковій [5]. Дані дослідники у своїх наукових дослідженнях базувалися на чотирьох способах побудови владних відносин між керівником та підлеглими запропонованих В. В. Радаєвим [12]:

Бюрократизм характеризується адміністративною ієрархією з чітко визначеними функціональними обов'язками та мірою відповідальності кожного. Контакти між керівником та підлеглими не виходять за межі службових питань.

Патерналізм характеризується ієрархічністю відносин, у яких керівник одноосібно приймає рішення, позаробочі проблеми підлеглих так само входять у сферу турботи керівника у ролі «хазяїна».

Фратерналізм має тенденцію до згладжування ієрархій, рішення приймаються колегіально, підлеглі мають певну самостійність у виконанні роботи, відносини носять неформальний характер. Керівник бере на себе роль лідера.

Партнерство - не має яскраво вираженої ієрархії. Рішення є наслідком загального обговорення. Працівники самостійні у виконанні закріплених за ними функцій та несуть відповідальність за її результати. Керівник приймає функцію «координатора».

При цьому, О. Самарцева та Т. Фоміна при аналізі стратегій управління, що проводяться чоловіками та жінками, виділяли наступні складові: спосіб прийняття та реалізація рішень, організації контролю, форма відповідальності, встановлена з підлеглими дистанція, спосіб організації праці в колективі, залучення до проблеми підлеглих [4].

В результаті були отримані дані, що підтверджують, що жінки-керівники схильні в управлінській діяльності дотримуватися фратерналізму (лідер) та партнерства (координатор). Крім того, вченими зазначається, що жінками, на відміну від чоловіків, частіше демонструються змішані стилі управління, вирізняючись пластичністю у виборі стратегії управління та застосовуючи різні стилі лідерства залежно від умов у яких доводиться діяти,

наприклад, «координатор-лідер», «координатор -начальник».

При виборі стратегії взаємодії з підлеглими жінка-керівник найчастіше орієнтується або на фретеналістичний стиль (повне ігнорування ієрархічної підпорядкованості) або на бюрократичний (чітке вибудовування меж спілкування). При прийнятті рішення жінка так само схильна до фратерналістичної або бюрократичної моделі поведінки тобто колективного чи одноосібного прийняття рішення. Жіночий варіант організації праці найчастіше характеризується чітким розподілом функцій які водночас можуть передаватися у разі потреби іншим виконавцям.

Дослідження довели помилковість усталеного стереотипу про пріоритетність у стратегії управління жінок-керівників орієнту на формування відносин у колективі. Подібний напрямок складає всього 40%, а спрямованість на виконання завдання та досягнення мети у - 60%, що не відрізняється від показників чоловіків-керівників. Крім того, в ході досліджень не було знайдено підтвердження тези про меншу ефективність жіночого стилю керівництва в порівнянні з чоловічим у зв'язку з концентрацією уваги на побудові гармонійних усередині колективних зв'язків [6].

Цікавим є і той факт, що для жінок характерне домінування інтуїтивних стратегій над раціональними, що дозволяє формувати творчі лінії поведінки у діловому середовищі.

Таким чином, ми можемо зробити висновок про те, що творчо використовуючи свій потенціал, жінка вибудовує свою успішну лінію управління. Різний підхід до питання управління у чоловіків і жінок не дає можливості однозначно відповісти-хто є в даному питанні краще. Маючи різні стилі поведінки і мислення чоловіка і жінки, однак, мають однаково рівні можливості для досягнення ефективних результатів і характеристика статі в даному випадку не є перешкодою.

Отже, аналіз існуючих підходів до питання визначення та інтерпретації феномена гендерних стереотипів, у тому числі, на прикладі робіт А. В.

Меренкової, І. С. Клеціної, Г. Мюнстерберга, Т. Говорун, М. Кіммела, С. Оксамитової, дозволив нам зробити висновок про дане явище як про багатофакторний конструкт гендерних характеристик, що включає гендерну ідентичність з позиції маскулінних або фемінінних рис особистості, а так само стереотипи і установки, пов'язані із вибором моделі поведінки.

Гендерні стереотипи мають біполярний характер, несучи в собі, з одного боку, функцію схематизації сприйняття світу для полегшення процесу встановлення міжособистісного контакту, а з іншого боку виступаючи перешкодою у розвитку індивідуальних рис, що виходять за рамками усталених статево-рольових стереотипів, перебільшуючи відмінності застосовуючи різні інтерпретації вчинків залежно від гендерної ідентифікації оцінюваного суб'єкта, і навіть «покарання» їх недотримання, зокрема, у вигляді не розуміння, осуду чи відторгнення індивіда. Кісткова природа гендерних стереотипів, що склалися одного разу, не дозволяє їм бути досить гнучкими, щоб бути чуйним барометром сучасного суспільства і змін, що відбуваються в ньому.

Теоретичні концепції, розроблені в цій галузі, не мають загального уявлення про характер та причини цього феномену. На даний момент можна виділити три напрямки, що найбільш сформувалися у вивченні гендерних стереотипів.

Одним з таких напрямів є розгляд даного явища в контексті вивчення факторів, що їх формують, таких як, наприклад, культурні особливості групи використовує дані стереотипи, а також расові та етнічні забобони. Іншим великим блоком є вивчення гендерних стереотипів у контексті особливостей особистості, якій ці стереотипи притаманні. Розгляд гендерних схем з позиції соціального навчання та когнітивного розвитку став основою для створення іншого напрямку у вивченні даного феномену. Відсутність єдиного напрямку у вивченні феномена гендерних стереотипів дозволяє поглянути на це явище як на багатофакторний конструкт, але перешкоджає розробці єдиної теоретичної бази.

Безумовним є негативна складова даного феномену, що ставить перед суспільством необхідність проведення роботи з розширення традиційно сформованої думки про безумовну об'єктивність гендерних стереотипів, що приписують жінкам, у тому числі пасивно-репродуктивний початок.

В даному випадку спірною є не сама теза про наявність відмінностей між чоловіками та жінками, скільки якісна оцінка цих відмінностей у частині інтелектуальної, характерологічної та поведінкової реакції, у тому числі, у професійній сфері, що неодноразово вказувалися дослідниками.

Сформовані під впливом різних соціальних та громадських інститутів, що підтримують, у тому числі, гендерний підхід у питанні виховання особистості, чоловіки та жінки очікувано демонструватимуть різні підходи та стилі в управлінні, що було наочно показано у дослідженнях В. А. Хащенко, О. Л. Журавльової, вивчали це питання у цих способів організації праці, контролю, прийняття рішень, форми відповідальності й взаємовідносини з колективом.

В ході досліджень не було знайдено підтвердження тези про меншу ефективність жіночого стилю керівництва у зв'язку з концентрацією уваги на побудові гармонійних усередині колективних зв'язків.

Різний підхід до питання управління у чоловіків і жінок не дає можливості однозначно відповісти: «хто в цьому питанні найкращим?». Таким чином, маючи різні стилі поведінки і мислення чоловіка і жінки, однак мають однаково рівні можливості для досягнення ефективних результатів, і характеристика статі в даному випадку не є перешкодою.

РОЗДІЛ 2. ПРОЦЕДУРА ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1 Характеристика вибірки

Дослідження проводилося в м. Київ. Муніципальні службовці які займають керівні посади в кількості 20 чоловіків віком від 30 до 45 років, 20 жінок віком від 30 до 45 років.

2.2 Характеристика методів дослідження

Для вирішення завдань, було обрано такі діагностичні методики:

Методика особистісних семантичних диференціалів О. Л. Кустової;

Одним із методологічних інструментаріїв експериментальної психосемантики. Метод особистісних семантичних диференціалів є ряд прикметників і описових тверджень про деякі риси характеру особистості властиві самому кореспонденту чи іншій людині. Виявлення, виділення та вивчення подібних структур у свідомості людини, що беруть участь у формуванні сприйняття та усвідомлення суб'єктом різних аспектів буття, є самоціллю діагностики існуючих стереотипів.

Процедура проведення дослідження за допомогою методу особистісного семантичного диференціала досить стандартна і включає проведення факторного аналізу результатів оцінки заданих образів отриманих за допомогою обробки біполярних і унітарних шкал, утворених «особистісними» прикметниками і описовими характеристиками. У загальних рисах метод семантичних диференціалів є поєднанням контрольованих асоціацій і процедур шкалювання різної комбінації яких дозволяє оцінити об'єкт, що вимірюється, по ряду біполярних градуальних шкал, полюси яких задані за допомогою вербальних антонімів. За допомогою факторного аналізу оцінюється ступінь кореляції шкал та проводиться угруповання високорегульованих шкал у фактори.

Мета роботи полягала у складанні ідеального образу керівника, в рамках наведених вище шкал, з позиції «чоловік на відміну від жінки» та «жінка на відміну від чоловіка» для наочної демонстрації протиставлення деяких характеристик, що надаються особам, що належать до різних гендерних груп.

Методика «Мої уявлення про керівника» Л. І. Дементій;

Мета вивчення уявлень про образ ідеального керівника. Дана методика пропонує оцінити респондентам якості керівника таким чином: важливо – від 10 до 20 балів, не має значення – від 0 до 10 балів.

1. Група якостей «Організаторські та комунікативні якості»:

- Спрямованість на цілі діяльності;
- Діяльність, організація діяльності;
- Домінування, владність;
- Впевненість в собі;
- Вимогливість;
- Впертість, негативізм;
- Поступливість, компромісність;
- Залежність, підпорядкування;
- Тактовність;
- Чуйність.

2. Друга група якостей «Лідерські та організаційні якості»:

- Самоврядування;
- Розуміння своїх цілей;
- Вміння вирішувати проблеми;
- Творчий підхід;
- Вплив на оточуючих;
- Знання правил організаційної роботи;
- Організаторські здібності;
- Вміння працювати із групою.

Методи математико-статистичної обробки даних: U-критерій Манна-Уїтні використовується для оцінки відмінностей між двома незалежними вибірками за рівнем будь-якої ознаки, що вимірюється кількісно. Крім того, використовувався непараметричний статистичний W-критерій Вілкоксона, який використовується для перевірки відмінностей між двома вибірками парних або незалежних вимірювань за рівнем будь-якої кількісної ознаки, вимірюної в безперервній або порядковій шкалі. У разі критерій використовувався для пов'язаних вибірок для порівняльного аналізу даних усередині груп респондентів.

РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У КЕРІВНИКІВ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

3.1 Аналіз результатів дослідження

Результати за методикою семантичного диференціалу (СД) представлені в Табл. 3.1 та Рис. 3.1 (Додаток А).

Таблиця 3.1

Результати за методикою семантичного диференціала (СД) О. Л. Кустовой середні значення (критерій U Манна-Уїтні)

Шкали	Середні значення Чоловіки	Середні значення Жінки
Оцінка, загальна привабливість	4,2	6,3
Особистість	4,2	5,2
Емоційність	5,6	6,3
Соціальний статус	4,7	7,2
Залежність	4,1	4,1
Емпатійність	7,3	7,5
Сучасність	6,6	4,8
Фемінінність	4,9	4,6
Маскулінність	7,2	4,4
Андрогінність	6,2	6,4

Згідно з даними Табл. 3.1, найбільш значущими якостями керівника для чоловіків є такі: емпатійність, маскулінність, сучасність, емоційність та андрогінність.

Найбільш значущими якостями керівника для жінок є: особистість, емоційність, емпатійність. Також значущі такі якості, як привабливість, соціальний статус, андрогінність.

Результати методики дозволяють зробити висновок, що для жінок є характерним наділяти образ ідеального керівника різними властивостями. Жінкам властиво звертати увагу і на привабливість, і соціальний статус.

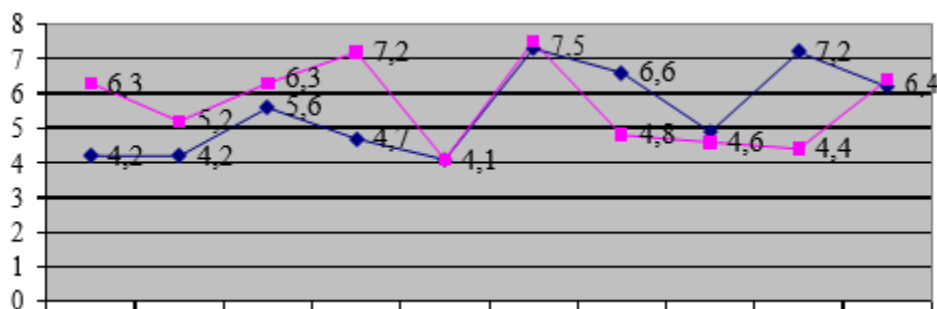


Рис. 3.1 Середні значення за методикою семантичного диференціала (СД) О. Л. Кустовой

Жінки виділяють такі критерії, як емоційність та емпатійність. Для чоловіків характерно наділяти керівника більш конкретними характеристиками – емпатійність, маскуліність, сучасність, емоційність та андрогінність.

У уявленні жінок ідеальний керівник має бути наділений почуттям гумору, бути фізично розвиненим, здоровим, обов'язково привабливим. У поданнях чоловіків у керівника обов'язково мають бути розвинені такі якості, як оригінальність у судженнях.

Менш значущими для жінок виявилися такі якості керівника, як прагнення лідерства, підприємливість, вміння приймати рішення, наявність інтуїції; для чоловіків – взаємодопомога, підтримка у важкій життєвій ситуації, взаємоповага, увага.

Аналіз результатів за методикою «Мої уявлення про керівника» Л. І. Дементій представлені у Табл. 3.2 (Додаток Б).

Результати за методикою «Мої уявлення про керівника» Л. І. Дементій

Дефініції	Чоловіки	Жінки
Організаторські та комунікативні якості		
Спрямованість на цілі діяльності	12,27	8,13
Діловитість, організація діяльності	11,78	8,09
Домінування, владність	7,35	10,41
Впевненість в собі	10,54	10,99
Вибагливість	8,06	10,17
Впертість, негативізм	7,37	5,73
Поступливість, компромісність	4,77	3,53
Залежність, підпорядкування	4,09	6,49
Тактовність	11,10	4,02
Чуйність	10,29	4,71
Лідерські та організаційні якості		
Самоврядування	17,83	7,37
Розуміння своїх цілей	19,29	4,77
Вміння вирішувати проблеми	18,62	4,09
Творчий підхід	16,30	16,00
Вплив на оточуючих	20,09	12,12
Знання правил організаційної роботи	7,37	15,18
Організаторські здібності	4,77	12,38
Працювати з групою	4,09	14,45

Згідно з даними таблиці, для чоловіків найбільш значущі такі організаторські та комунікативні можливості керівника: спрямованість на цілі діяльності (CP = 12,27), діяльність, організація діяльності (CP = 11,78), тактовність (CP = 11,10), Упевненість у собі (CP = 10,54), чуйність (CP = 10,29). Для жінок більш значущі такі організаторські та комунікативні здібності керівника: впевненість у собі (CP = 10,99), домінування, владність (CP = 10,41), вимогливість (CP = 10,17).

Для чоловіків більш значущі такі лідерські та організаційні якості керівника: вплив на оточуючих (CP = 20,09), розуміння своїх цілей (CP = 19,29), вміння вирішувати проблеми (CP = 18,62), самоврядування (CP = 17,83). Для жінок більш значущі такі лідерські та організаційні якості керівника: творчий підхід (CP = 16,0), знання правил організаційної роботи (CP = 15,18), вміння працювати з групою (CP = 14,45), організаторські здібності (CP = 12,38).

Результати за методиками були опрацьовані методом статистичного аналізу для двох незалежних вибірок за допомогою U-критерій Манна-Уїтні, W-критерій Вілкоксона.

Статистичні дані критерію за методикою семантичного диференціалу (СД) О.Л. Кустовой представлені у Табл.3.3

Таблиця 3.3

Статдані критерію а за методикою СД О.Л. Кустовой

Шкали					
	Привабли вість	Особистість	Емоцій ність	Соціальний статус	Залежність
Статистика U Манна-Уїтні	306,500	469,000	462,000	491,500	462,000
Статистика W Вілкоксона	985,500	987,000	1002,000	869,500	1002,000
Z	-4,993	-1,110	-1,854	-4,396	-1,854

Шкали					
Емпатійність		Сучасність	Феміність	Маскуліність	Андрогіність
Статистика U Манна-Уїтні	306,500	266,500	454,000	491,500	462,000
Статистика W Віллоксона	985,500	874,500	947,000	869,500	985,000
Z	-4,993	-4,365	-1,245	-4,396	-1,714
Асимпт. знч. (двостороння)	,000	,000	,036	,000	,054

Аналізуючи результати Табл. 3.3, можна зробити висновок, що найбільш значущі відмінності за допомогою застосування U-критерію Манна-Уїтні та W-критерію Уїллоксона були отримані за наступними шкалами:

1. «Привабливість» ($Z = -4,993$, $p < 0,05$);
2. «Соціальний статус» ($Z = -4,396$, $p < 0,05$);
3. «Сучасність» ($Z = -4,365$, $p < 0,05$);
4. «Маскуліність» ($Z = -4,396$, $p < 0,05$).

Охарактеризуємо виділені респондентами основні риси образу керівника у сприйнятті чоловіків та жінок згідно з методикою семантичного диференціалу (СД) О. Л. Кустовой.

Такий критерій, як оцінка, загальна привабливість характерний для більшості жінок (80%). Фактор привабливості, сформований такими якостями як краса, чарівність, щирість і доброзичливість, в цілому, збігається при оцінці власного образу з образом керівника.

Для чоловіків фактор привабливості в образі керівника не значимий, вони вважають за краще оцінювати керівника з позиції ділових якостей.

Шкала «Емоційність» була виділена здебільшого чоловікам (60%). Емоційність, на думку респондентів-жінок, виявляється у щирих почуттях керівника, в умінні відчувати емоційний стан свого підлеглого. Чоловіки

оцінюють емоційність керівника як якість, яка необхідна для вирішення організаційних питань, наприклад, запровадження переговорів.

Шкала «Соціальний статус» виділена жінками, що говорить про те, що даний фактор має гендерні характеристики та більш властивий жінкам.

Для жінок важливо, щоб керівник займав певне місце в суспільстві, а не тільки в організації, був лідером і користувався популярністю у оточуючих.

Шкала «Андрогінність» значуща як чоловіків (60%), так жінок (65%). Як жінки, і чоловіки приписують керівнику традиційне для управлінця поведінка – вміння делегувати повноваження, вміння встановлювати взаємовідносини з підлеглими, вміння розподіляти свій час .

Шкала «Маскулінність» характерна майже всім респондентів-мужчин (90%).

Дані якості приписуються образу ідеального керівника чоловічої статі. Так ідеальний керівник наділений такими якостями, як цілеспрямованість, відповідальність, сміливість, рішучість.

Шкала «Особистість» більш значуща для жінок (55%). Жінки цієї групи наділяють образ ідеального керівника такими якостями, як щирість, вміння висловити свою думку, індивідуальність.

Шкала «Залежність» має значення лише для невеликої кількості чоловіків і жінок (20%). Керівник, чоловіками та жінками, сприймається як сильна та незалежна особистість, здатна виявити турботу про своїх підлеглих.

Шкала «Сучасність» значима лише чоловікам (70%).

Для респондентів цієї групи важливо, щоб їх керівник відповідав вимогам сучасності: одягався (одягалася) модно, мав сучасне мислення, міг себе проявити в суспільстві.

Статистичні дані критерію за методикою «Мої уявлення про керівника» Л. І. Дементій представлені Табл. 3.4.

Статистичні дані критерію а «Мої уявлення про керівника» Л.І.

Дементій

Дефініції	Статистика U-Манна- Уїтні	Статистика W Вілкоксона	Z	Асимпт. знч.(двостор)
Спрямованість на цілі діяльності	369,000	874,000	-4,420	,000
Діловитість, організація діяльності	296,000	502,000	-3,960	,000
Домінування, владність	302,000	412,000	-3,970	,000
Впевненість в собі	456,000	547,000	-1,118	0,063
Вибагливість	517,000	621,000	-0,962	0,102
Впертість, негативізм	469,000	623,000	-0,879	0,245
Поступливість, компромісність	428,000	598,000	-1,110	0,054
Залежність, підпорядкування	429,000	623,000	-1,136	0,018
Тактовність	341,000	487,000	-4,440	,000
Чуйність	365,000	512,000	-4,360	,000
Самоврядування	352,000	413,000	-4,240	,000
Розуміння своїх цілей	318,000	415,000	-4,110	,000

Дефініції	Статистика U-Манна- Уїтні	Статистика W Вілкоксона	Z	Асимпт. знч.(двостор)
Вміння вирішувати проблеми	369,000	487,000	-3,740	,000
Творчий підхід	488,000	569,000	-1,187	0,241
Вплив на навколишніх	456,000	584,000	-1630	0,241
Знання правил організаційної роботи	354,000	457,000	-4,120	,000
Організаторські здібності	327,000	402,000	-4,640	,000
Вміння працювати з групою	361,000	419,000	-4,440	,000

Аналізуючи результати Табл. 3.4, можна зробити висновок, що найбільш значущі відмінності за допомогою застосування U-критерію Манна-Уїтні та W-критерію Уїлкоксона були отримані за наступними шкалами:

1. «Спрямованість на цілі діяльності» ($Z = -4,420, p < 0,05$);
2. «Діловитість, організація діяльності» ($Z = -3,960, p < 0,05$);
3. «Домінування, владність» ($Z = -3,970, p < 0,05$);
4. «Тактичність» ($Z = -4,440, p < 0,05$);
5. «Чуйність» ($Z = -4,360, p < 0,05$);
6. «Самоврядування» ($Z = -4,240, p < 0,05$);
7. «Розуміння своїх цілей» ($Z = -4,110, p < 0,05$);
8. «Уміння вирішувати проблеми» ($Z = -3,740, p < 0,05$);

9. «Знання правил організаційної роботи» ($Z = -4,120, p < 0,05$);

10. «Організаторські здібності» ($Z = -4,640, p < 0,05$);

11. «Уміння працювати з групою» ($Z = -4,440, p < 0,05$).

Жодна характеристика образу керівника у чоловіків не відповідала найнижчому та найвищому значенню прояву цих якостей. Три якості: спрямованість, діловитість та психологічний такт зайняли вершину ієрархії властивостей особистості керівника з погляду їхньої значущості для чоловіків. Впертість, впевненість і домінування виявилися тими якостями, які чоловіки сприймали насамперед у реальному керівнику як належне. Інші організаторські та комунікативні якості були оцінені як якості, які можна розвинути у будь-якого потенційного керівника. Жодна з показників в оцінці чоловіків не відповідала низького ступеня вираженості. Від ідеального керівника жінки очікували на виразність усіх показників лідерства на достатньому рівні, крім прояву знання правил організаторської роботи (середній рівень межував з достатнім). Однак у керівника жінки лише два з дев'яти показників прояви лідерства сприймали на достатньому рівні (самоврядування та творчий підхід), решта якостей – на середньому.

Для жінок у образі керівника найважливішим виявилися впевненість і творчий підхід, чоловікам – вимогливість, спрямованість мети діяльності, діловитість і організація діяльності.

3.2 Аналіз результатів програми тренінгу спрямованого на розширення уявлень про гендерні стереотипи з метою формування професійних перспектив у роботі

Після аналізу результатів емпіричного дослідження було розроблено та апробовано в роботі зі співробітниками адміністрацій муніципальних утворень тренінгову програму «Подолання гендерних стереотипів у керівників».

Відмінною особливістю даної програми є те, що основою є такий теоретичний конструкт, як «гендерні стереотипи». Програма базується на результатах, одержаних в емпіричному дослідженні.

Метою програми є подолання гендерних стереотипів у контексті професійного відбору.

До завдань програми належить:

1. Розширення знань та уявлень про поняття «гендер».
2. Формування розуміння гендерних ролей у розподілі праці.
3. Формування навичок подолання гендерних стереотипів. Пояснення до тренінгу.

«Гендер» є спірним терміном. Тренеру варто витратити час на початку тренінгу на пояснення ключових термінів, доки учасники не будуть впевнені, що вони розуміють ці терміни.

«Гендер» є емоційною темою. Біологічна стать є невід'ємним і одним із найбільш значущих факторів нашого самовизначення, що впливає на подальше прийняття на себе стереотипів та установок, пов'язаних з вибором моделі поведінки, що диктуються суспільством. Наша гендерна ідентичність, з позиції маскулінних чи фемінінних рис особистості, схематизує наше сприйняття світу, диктуючи правила взаємодії із зовнішнім світом та порядок встановлення міжособистісних контактів. Більше того, суспільство надає нам певний набір характеристик, моделей поведінки та соціальних ролей, орієнтуючись на нашу гендерну ідентичність. Обговорення гендерних питань у ході тренінгу може вплинути на поведінку учасників.

«Гендер» політичне питання, питання гендера пронизують усі аспекти соціальної структури, від сім'ї до державних установ. Якщо учасники, в силу культурних особливостей, не звикли аналізувати або ставити під сумнів існуючу ситуацію, вони, найімовірніше, будуть нервувати або відчувати недовіру. Це може спричинити загальне неприйняття теми тренінгу.

«Гендер» часто помилково класифікується як «жіноче питання». Слід на початку тренінгу зруйнувати в учасників стереотип сприйняття дискусії з

гендерних питань як виключно «жіночого питання» зосередженого на проблемах придушення жінок тощо. При поясненні всеосяжного поняття «гендер», яке стосується як жінок, так і чоловіків, необхідно використовувати яскраві приклади, тематичні дослідження та пояснювальні вправи, щоб зміцнити правильне розуміння цього терміна.

«Гендер» є серйозною темою. Дуже важливим є її правильне розуміння та практична реалізація отриманих знань з урахуванням одержаних уроків. Разом з тим, тренеру рекомендується під час проведення тренінгу поживавити навчальний процес, заохочуючи учасників до здорового гумору на цю тему. При цьому необхідно дотримуватись балансу та чітко визначити межу, щоб учасники не перевели тему тренінгу в об'єкт глузування.

Умови проведення тренінгу:

1. Участь – має на увазі рівне залучення до тренінгу всіх учасників.
2. Добровільна участь – участь у тренінгу має бути добровільною.
3. Обмін досвідом та знаннями – під час тренінгу має бути використано якнайбільше інтерактивних методів.
4. Зручний для учасників час – тренінг може бути проведений у кілька етапів або одним циклом, але так, щоб час проведення був максимально зручним для всіх учасників.

Визначення кількості учасників для тренінгів: 15-20 осіб. У зв'язку з тим, що на тренінгу використовується багато інтерактивних методів навчання, у великих групах не всі учасники зможуть бути активними під час тренінгу. Таким чином, деякі учасники можуть залишитися за спинами активніших учасників. Проте, розмір групи також залежить від тривалості тренінгу та специфіки аудиторії, а також часто група готова використовувати інтерактивні методи роботи.

Методи, що використовуються у тренінгу:

1. Індивідуальна робота;
2. Робота у малих групах;
3. Загальна дискусія;

4. Міні-лекція;
5. Мозковий штурм;
6. Рольові ігри;
7. Тематичні дослідження (історії із життя, приклади);
8. Презентації;
9. Питання та відповіді.

Тренер не повинен обмежуватись використанням лише одного інструменту. Використання різних методик протягом тренінгу які допоможуть утримувати увагу учасників, тренінг відбиває реальну життєву ситуацію, що передбачає змішаність форм поведінки. Календарно-тематичний план тренінгу наведено в Табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Календарно-тематичний план тренінгу

Тема	Час проведення	Методи та прийоми
Знайомство	1,5 години	Відкриття Знайомство Правила Очікування учасників та завдання тренінгу Розклад тренінгу
Гендер, концепція гендеру і розвитку	1,5 години	Короткий вступ до сесії Мозковий штурм або робота у малих групах Презентації груп Міні-лекція
Гендерні ролі і поділ праці	2,5 години	Короткий вступ до сесії Мозковий штурм та робота в малих групах Презентації груп Міні-лекція
Формування навичок подолання гендерних стереотипів	2,5 години	Короткий вступ до сесії Мозковий штурм або робота у малих групах Презентації груп Міні-лекція

Обов'язково необхідно наприкінці тренінгу провести оцінку тренінгу для того, щоб дізнатися, наскільки тренінг був корисним, методи та пояснення доступні для учасників, а також важлива оцінка для аналізу того, як і що має бути покращено у наступних тренінгах. Для проведення оцінки необхідно підготувати анкету зворотного зв'язку або оціночний лист. Після закінчення тренінгу треба роздати анкети учасникам та провести аналіз відповідей.

Очікувані результати:

1. Розширено знання та уявлення про гендер, гендерні ролі;
2. Сформовано навички подолання гендерних стереотипів.

Після реалізації програми тренінгу з керівним складом адміністрацій муніципальних утворень було повторно застосовано методику семантичного диференціалу (СД) О.Л. Кустовий та методика «Мої уявлення про керівника» Л.І. Дементій. Результати були опрацьовані методом факторного аналізу Табл. 3.6. – 3.7.

Таблиця 3.6

Зведена таблиця даних факторного аналізу. Група жінок

Характеристики аналізу	Компонент				
Взаєморозуміння – неузгодженість	,894				
Конфліктність – неконфліктність	,884				
Зацікавлення – байдужість	703				
Доброта – агресивність		,782			
Щирість – нещирість		,702			
Наявність ділових якостей – відсутність ділових якостей			,821		
Емоційність – відсутність емоційності			,734		

Характеристики аналізу	Компонент				
Професійний статус – відсутність професійного статусу					
Вміння вирішувати виробничі завдання – невміння вирішувати виробничі завдання					
Відкритий – закритий				,753	
Товариський - сором'язливий				,689	
Різноманітний – одноманітний				,582	
Традиційний – незвичайний					,752
Привабливий-непривабливий					703
Значимість віку незначущість віку					,729

В результаті факторного аналізу було отримано п'ять основних компонентів (факторів), що описують 6967% дисперсії даних. Найбільш прийнятною була визнана факторна структура даних після використання Varimax-обертання.

Таблиця 3.7

Зведена таблиця даних факторного аналізу. Група чоловіків

Характеристики аналізу	Компонент				
Агресія – відсутність агресії	,711				
Взаємодопомога відсутність взаємодопомоги	,605				
Емоційний комфорт – дискомфорт	,603				

Характеристики аналізу	Компонент				
Відсутність партнерських відносин відносини – наявність партнерських відносин	,783				
Чесність – відсутність чесності		,965			
Щирість – нещирість		,956			
Відкритість – закритість		,545			
Професійний статус – відсутність професійного статусу			,821		
Прагнення кар'єри – відсутність прагнення до кар'єри			,734		
Відповідальний - безвідповідальний				,753	
Активний – пасивний				,689	
Інтелігентний – неінтелігентний				,582	
Фізичне здоров'я – відсутність фізичного здоров'я					,855
Спортивний – неспортивний					,625

Опишемо результати факторного аналізу.

Група жінок-керівників (73,19% загальної дисперсії).

До першого чинника, названого «Ставлення до ідеального керівника» (15,74% дисперсії) увійшли шкали «взаєморозуміння – неузгодженість» ($a=0,894$, $p < 0,05$), «конфліктність – неконфліктність» ($a=0,884$, $p < 0,05$), «зацікавленість - байдужість» ($a = 0,703$, $p < 0,05$). У даному факторі зібрані

найбільш уподобані жінками-керівниками уявлення про належні якості керівника, які були виділені в процесі аналізу результатів, отриманих за методиками. У поданні жіночої статі керівник наділявся такими якостями як відкритість та зацікавленість у взаєминах, а також взаєморозуміння з підлеглими. При цьому гендерні характеристики значних результатів не отримали.

До другого фактора «духовні цінності» (15,60% дисперсії) увійшли такі змінні: «доброта – агресивність» ($a=0,782$, $p < 0,05$), «щирість - закритість» ($a = 0,702$, $p < 0,05$). Це свідчить про те, що жінки-керівники вважають, що керівник обов'язково повинен мати такі якості, як щирість, чесність, радість, розуміння та взаємодопомога. Зазначимо, що у цьому випадку жінки-керівники також не віддають перевагу у виборі на керівну посаду чоловікам чи жінкам. Важливим є не гендерний аспект, а особистісні характеристики та моральні якості.

Третій фактор (20,47% від усіх дисперсій) «професійні цінності» включає наступні компоненти - «ділові якості» ($a = 0,821$, $p < 0,05$) та «емоційність» ($a = -0,734$, $p < 0,05$). Цей чинник відбиває цінність ділових та особистісних якостей керівника. Для респондентів цієї групи важливим є діловий підхід до управління та емоційне ставлення до підлеглих. Зазначимо, що гендерний фактор для жінок-керівників не має значущості, важливим є наявність професійних якостей.

Четвертий фактор «Комунікативні якості» (11,45% дисперсії) утворений шкалами, «відкритий - закритий» ($a = 0,753$, $p < 0,05$),

товариський - сором'язливий ($a = 0,689$, $p < 0,05$), «різноманітний - одноманітний» ($a = 0,582$, $p < 0,05$). Даний фактор показує, що жінки-керівники віддають перевагу таким якостям ідеального керівника, як відкритість для комунікації, товариськість, різноманітна в ситуаціях комунікації. Гендерний чинник значимості немає.

У п'ятий фактор «Зовнішні дані» (9,93% дисперсії) увійшли шкали «традиційний - незвичайний» ($a = 0,755$, $p < 0,05$), «значимість віку -

незначущість віку» ($a = -0,729$, $p < 0,05$), «привабливий - непривабливий» ($a = 0,703$, $p < 0,05$). Даний фактор показує, що респонденти цієї групи велике значення надають зовнішнім даним при призначенні на керівні посади, виділяючи такі якості, як привабливість, фізичне здоров'я, притому не вказуючи, чоловік це чи жінка.

Група чоловіків-керівників (69,89% загальної дисперсії).

До першого чинника, названого «взаємини керівника з підлеглими» (16,87% дисперсії) увійшли шкали «Відсутність партнерських відносин – наявність партнерських відносин» ($a=0,783$, $p < 0,05$), «агресія - відсутність агресії» ($a = 0,711$, $p < 0,05$), «Взаємодопомога – відсутність взаємодопомоги» ($a = 0,605$, $p < 0,05$), «Емоційний комфорт – дискомфорт» ($a = 0,603$, $p < 0,05$). В даному факторі зібрані найбільш уподобані респондентами даної групи уявлення про образ керівника, які були виділені у процесі аналізу результатів, отриманих за методиками. Так для респондентів цієї групи найбільш значущим є такий фактор, як партнерські відносини керівника із співробітниками, відсутність агресії у відносинах, взаємодопомога. Гендерні переваги не виявлено.

До другого фактора «моральність відносин» (15,12% дисперсії) увійшли такі змінні: «чесність – відсутність чесності» ($a = 0,965$, $p < 0,05$), «щирість – нещирість» ($a = 0,956$, $p < 0,05$), «відкритість - закритість» ($a = 0,545$, $p < 0,05$). Це свідчить про те, що респонденти цієї групи віддадуть перевагу моральним якостям кандидату на керівну посаду. Гендерні переваги, як і раніше, не зафіксовані.

Третій фактор (16,47% від усіх дисперсій) «професійна спрямованість» Включає наступні компоненти «професійний статус – відсутність професійного статусу» ($a=0,821$, $p < 0,05$) та «прагнення кар'єри – відсутність прагнення кар'єри» ($a=-0,734$, $p < 0,05$). Цей фактор відображає уявлення про професійні якості та прагнення кандидата на керівну посаду. Встановлено, що для чоловіків-керівників, як і для жінок-керівників, головним при призначенні на керівну посаду є професійні якості кандидата, а не гендерна приналежність.

Четвертий фактор «особистісні якості» (11,45% дисперсії) утворений шкалами, «відповідальний - безвідповідальний» ($\alpha = 0,753$, $p < 0,05$), «активний - пасивний» ($\alpha = 0,689$), «інтелігентний - неінтелігентний» ($\alpha = 0,582$, $p < 0,05$). Цей фактор показує, що респонденти цієї групи віддають перевагу таким кандидатам на керівну посаду, які мають такі характеристики: відповідальність, активність у відносинах, інтелігентність. Гендерні переваги не виявлено.

П'ятий фактор «фізичний розвиток» (9,98% дисперсії), що включає такі шкали як «фізичне здоров'я – відсутність фізичного здоров'я» ($\alpha=0,855$, $p < 0,05$), «спортивний – неспортивний» ($\alpha=-0,729$, $P < 0,05$). Цей фактор показує, що чоловіки велике значення надають фізичному розвитку та здоров'ю кандидата на керівну посаду, виділяючи такі якості, як фізичне здоров'я, спортивність. Гендерні переваги під час аналізу не виявлено.

Таким чином, загальні висновки за результатами факторного аналізу:

Для жінок-керівників головним для призначення на керівну посаду в кандидаті є взаєморозуміння, відкритість та зацікавленість у процесі комунікації. Жінки-керівники вважають, що у взаємовідносинах з керівником обов'язково має бути щирість, чесність, радість, розуміння та взаємодопомога. Для респондентів цієї групи важливим є діловий підхід до управління та емоційне ставлення до підлеглих. Жінки віддають перевагу таким якостям, як відкритість для комунікації, товариськість, різноманітний підхід у ситуаціях комунікації. Гендерна приналежність кандидата на керівну посаду для жінок-керівників не має значення.

Для чоловіків-керівників при призначенні на керівну посаду найбільш значущим є такий фактор, як уміння кандидата на керівну посаду встановлювати партнерські відносини, відсутність агресії у відносинах, взаємодопомога, моральна сторона відносин, професійні якості кандидата, відповідальність, активність у відносинах, інтелігентність, а також важливим є здоров'я майбутнього керівника. Гендерна приналежність кандидата на керівну посаду для респондентів не має значення.

Поданий перелік свідчить про ефективність програми тренінгу у нових образах керівників у респондентів-чоловіків широко представлені раніше слабо виражені або зовсім відсутні фемінні характеристики, такі як взаємодопомоги, партнерські відносини, відсутність агресії. Для жінок навпаки втратило значення раніше значна характеристика – соціальний статус керівника і віддається перевага діловому підходу, що демонструється їм.

Факторний аналіз підтвердив ефективність тренінгової програми з формування професійних перспектив «Подолання гендерних стереотипів у керівників».

Отже, найбільш значущими якостями для керівника в уявленні чоловіків є: маскулінність, сучасність, емоційність, а також значуще для обох статей явище андрогінності та емпатійність. При цьому розуміння емоційності у чоловіків і жінок по-різному. Чоловіки мають на увазі під цим явищем якість, яка необхідна для вирішення організаційних питань, наприклад, запровадження переговорів. Шкала маскулінності для опитаних містить такі якості як цілеспрямованість, відповідальність, сміливість, рішучість тощо. крім того, у поданні чоловіків у керівника обов'язково мають бути розвинені такі якості, як оригінальність у судженнях. Чоловіки вважають за краще оцінювати керівника з позиції ділових якостей. Згідно з шкалою «Сучасність» для чоловіків важливо, щоб їхній керівник відповідав вимогам сучасності.

Менш значущими для чоловіків виявилися такі якості керівника як взаємодопомога, підтримка у важкій життєвій ситуації, взаємоповага, увага.

Для чоловіків у образі керівника найважливішим виявилися: вимогливість, спрямованість на цілі діяльності, діяльність, організація діяльності та психологічний такт. Впертість, впевненість і домінування виявилися тими якостями, які чоловіки насамперед сприймали в реальному керівнику як належне. Таким чином, чоловікам більш властиво виділяти у керівнику комунікативні та когнітивні якості.

Найбільш значущими якостями керівника для жінок є: особистість, емоційність, емпатійність. Також значущі такі якості, як привабливість,

соціальний статус, андрогінність. Фактор привабливості сформований такими якостями як краса, чарівність, щирість і доброзичливість. Емоційність у розумінні жінок виявляється у щирих почуттях керівника, у вмінні відчувати емоційний стан свого підлеглого. Соціальний статус був найбільше виділений жінками, що говорить про його гендерну характеристику. В даному випадку жінкам важливо, щоб керівник займав певне місце в суспільстві, а не тільки в організації, був лідером і користувався популярністю у оточуючих. Крім того, жінки наділяють образ керівника такими якостями, як щирість, вміння висловити свою точку зору.

Таким чином, для жінок в образі керівника найважливішим виявився впевненість і творчий підхід.

Як жінки, так і чоловіки приписують керівнику традиційне для управлінця поведінка – вміння делегувати повноваження, вміння встановлювати взаємовідносини з підлеглими, вміння розподіляти свій час.

ВИСНОВКИ

1. Очікування щодо образу, якостей та характеристик керівника формуються під впливом, у тому числі гендерних стереотипів. Гендерні стереотипи мають біполярний характер, несучи в собі з одного боку функцію схематизації сприйняття світу для полегшення процесу встановлення міжособистісного контакту, а з іншого боку стимулюючи в нас схильність акцентувати увагу на прикладах, що підтверджують наші стійкі переконання щодо статево-рольових стереотипів. Гендерні стереотипи визначають статусні характеристики чоловіків і жінок у багатьох сферах життя, у тому числі, професійному. Гендерні стереотипи формуються в людини протягом усього життя під впливом громадських та соціальних інститутів і примушують особистість до визначення себе за допомогою гендерної ідентичності з позиції маскулінних або фемінінних рис особистості, а також прийняття стереотипів та установок, пов'язаних із вибором моделей поведінки.

2. У представленні керівників-чоловіків та керівників-жінок складовий образ керівника - комунікативний, організаторський та лідерські якості різні, і мають, у тому числі, гендерну характеристику.

3. Вплив гендерних стереотипів веде до посилення статево-рольових характеристик, що може гальмувати особистісний та професійний розвиток людини. Тиск гендерних стереотипів спотворює об'єктивність сприйняття особистості в оцінці її професійних здібностей, що може призводити до необ'єктивності під час вирішення питання призначення на посаду.

4. На підставі проведеного емпіричного дослідження можна порекомендувати розроблену та апробовану в роботі тренінгову програму «Подолання гендерних стереотипів у керівників». Відмінною особливістю даної програми є те, що основою є такий теоретичний конструкт, як «гендерні стереотипи». Основним висновком є те, що гендерна приналежність кандидата на керівну посаду для жінок-керівників та чоловіків – керівників після проведення тренінгу значення не має..

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аганина, Р. Н. Гендерные стереотипы / Р. Н. Аганина. – М.;, 2020. – 369 с.
2. Свенцицкий, А. Л. Краткий психологический словарь: А. Л. Свенцицкий. – М.: Проспект, 2013. – 512 с.
3. Ениколопов, С. Н. Адаптация методик исследования посттравматических стрессовых расстройств / С. Н. Ениколопов. – Психологическая диагностика, 2014, – 338 с.
4. Айзенк, Г. Ю. Природа интеллекта – битва за разум / Г. Айзенк, Л. Кэмин, А. Озерова. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2002. – 352 с.
5. Барановская, М. С. Пятифакторная модель личности / М. С. Барановская. – М.;, 2015. – 256 с.
6. Бакулева, К. К. Психологические аспекты изучения будущего руководителя / К. К. Бакулева. – М.;, 2014. – 632 с.
7. Берман, Н. Д. К вопросу о цифровой грамотности / Н. Д. Берман. – М.;, 2017. – 328 с.
8. Барановська, Л. В. Педагогіка та психологія вищої школи / Л. В. Барановська. – Київ: НАУ, 2015. - 240 с.
9. Бондаровська, В. М. Духовність та моральні цінності сучасної української молоді деякі соціально-психологічні аспекти / В. М. Бондаровська. - К.: Науково-дослідний інститут «Проблеми людини», 2019. – 244 с.
- 10.Булах, І. С. Консультативна психологія / І. С. Булах. - К.: Нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова, 2012. – 458 с.
- 11.Бурлачук, Л. Ф. Психотерапія / Л. Ф. Бурлачук, А. С. Кочарян, М. Е. Жидко. – СПб. : Питер, 2012. – 496 с.
- 12.Васянович, Г. П. Основи психології / Г. П. Васянович. - К.: Педагогічна думка, 2012. – 114 с.
- 13.Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации / С. М. Виноградова. – М.: Юрайт, 2015. – 405 с.
- 14.Воляннюк, Н. Ю. Соціальна психологія / Н. Ю. Воляннюк. - К.: КПІ ім. І.

- Сікорського, 2019. – 254 с.
15. Галузинский, В. М. Основы педагогики та психології вищої школи / В. М. Галузинский. - Київ, 1995. – 279 с.
 16. Галян, І. М. Психодіагностика / І. М. Галян. - К. : Академвидав, 2011. – 464 с.
 17. Галян, О. І. Експериментальна психологія / О. І. Галян. - К.: Академвидав, 2012. – 400 с.
 18. Дейнека, О. С. Особенности мотивации персонала при вахтовом методе труда в условиях / О. С. Дейнека. – Крайнего Севера. Новосибирск: Изд-во РАН, 2013. – 380 с.
 19. Дейнека, О. С. Психология превентивной политики правонарушений в экономике и бизнесе / О. С. Дейнека. – М.: Когито-Центр, 2013. - 410 с.
 20. Дейнека, О. С. Экономическая психология / О. С. Дейнека. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2020. – 160 с.
 21. Кабаченко, Т. С. Методы психологического воздействия / Т. С. Кабаченко. – М., 2019. – 544 с.
 22. Калятин, В. О. Персональные данные в Интернете / В. О. Калятин. – М.: Когито-Центр, 2017. – 386 с.
 23. Крайнюков, С. В. Влияние современных информационных технологий на картину мира человека / С. В. Крайнюков. – Социальная психология и общество, 2019. – 341 с.
 24. Калайтан, Н. Л. Структурні особливості соціального та емоційного інтелекту студентів першого курсу вищого технічного навчального закладу / Н. Л. Калайтан. - Вісн. Харків нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Сер. Психологія, 2012. – 204 с.
 25. Манойло, А. В. Государственная информационная политика в особых условиях / А. В. Манойло. – М.: МИФИ, 2013. – 388 с.
 26. Методи соціальної психології / В. Б. Шапар, В. О. Копилов, Ю. І. Кисіль та ін. – Харків : ХАІ, 2002. – 76 с.
 27. Назайкин, А. Н. Эффективный руководитель / А. Н. Назайкин. – М.: Солон-

- пресс, 2014. – 561 с.
28. Настроение : психол. словарь-справочник / М. И. Дьяченко, Л. А. Кандыбович. – Минск : Харвест, 2004. – С. 214.
29. Научитель, О. Д. Соціально-психологічний тренінг / О. Д. Научитель, Ю. І. Гулій / Активне соціально-психологічне навчання – Харків : ХАІ, 2011. – 41 с.
30. Смирнов, Б. А. Психология деятельности в экстремальных ситуациях / Б. А. Смирнов, Е. В. Долгополова. – Харків : Гуманитарный центр, 2007. – 276 с.
31. Современная психология : справ. руководство / под. ред. В. Н. Дружинина. – М. : ИНФРАМ, 1999. – 688 с.
32. Тиньков, О. М. Інженерна психологія / О. М. Тиньков. – Харків : ХАІ, 2011. – 72 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Результати за методикою семантичного диференціалу (СД) О.Л. Кустовой

Чоловіки		Жінки	
Дескриптор	Середнє значення (n=20)	Дескриптор	Середнє значення (n=20)
Непритомні-Чуттєві	2,37	Непритомні-Чуттєві	2,63
Холодні-теплі	2,27	Холодні-теплі	2,63
Нерішучі-Рішучі	2,5	Люблячі-Ненависні	2,43
Звичні-Незвичні	2,43	Нерішучі-Рішучі	2,43
Непотрібні-Необхідні	2,2	Звичні-Незвичні	2,47
Легкі-Важкі	-2	Непотрібні-Необхідні	2,4
Що беруть участь-Небайдужі	2,6	Невиховують-Виховують	-1,73
Прийняті-Відкидані	2,27	Що беруть участь-Небайдужі	2,8
Нерозуміючі-Розуміючі	2,5	Непереживаючі-Переживаючі	2,4
Гарний/некрасивий	2,7	Прийняті- Відкидані	2,53
Прості-Складні	-1,8	Гарний/некрасивий	2,57
Злі-добрі	2,47	Суворі-Нестрогі	2,63
Войовничі-Мирні	2,47	Головні-Другорядні	2,4
Упорядковані-Хаотичні	2,3	Напружені-Розслаблені	-1,7
Розважливі-Безкорисливі	2,23	Прості-Складні	-1,93
Конфліктні-Безконфліктні	-2,1	Злі-добрі	2,4
		Щасливі-сумні	2,37
		Войовничі-Мирні	2,4

Середні значення за методикою «Мої уявлення про керівника» Л.І.

Дементій

Дефініції	Чоловіки	Жінки
Спрямованість на цілі діяльності	12,27	8,13
Діловитість, організація діяльності	11,78	8,09
Домінування, владність	7,35	10,41
Впевненість в собі	10,54	10,99
Вибагливість	8,06	10,17
Впертість, негативізм	7,37	5,73
Поступливість, компромісність	4,77	3,53
Залежність, підпорядкування	4,09	6,49
Тактовність	11,10	4,02
Чуйність	10,29	4,71
Самоврядування	17,83	7,37
Розуміння своїх цілей	19,29	4,77
Вміння вирішувати проблеми	18,62	4,09
Творчий підхід	16,30	16,00
Вплив на оточуючих	20,09	12,12
Знання правил організаційної роботи	7,37	15,18
Організаторські здібності	4,77	12,38
Вміння працювати з групою	4,09	14,45

Програма тренінгу

Заняття 1

Мета: ознайомлення з явищем та складання уявлення про проблему

Час: Учасникам дається 15 хвилин, щоб представити себе через асоціацію з будь-яким предметом [15]

Завдання Допомогти учасникам познайомитись один з одним.

Дії тренера

1. Скажіть учасникам, що у них є 15 хвилин, щоб знайти в приміщенні відповідний предмет, який найяскравіше зміг би описати індивідуальність людини або будь-які риси її характеру.
2. Через 15 хвилин попросіть учасників зібратися та розпочати презентацію.
3. Нехай учасники представляться, покажуть обраний предмет та пояснять, чому він асоціюється з особистістю учасника. Наприклад, «Мене звать Світлана. Я взяла камінь, тому що він твердий, як і моя внутрішня сила, але водночас поверхня каменю гладка. Цей камінь уособлює мій характер»

Вправа «На перший погляд»

Після короткого погляду на зовнішність сусіда праворуч учасник висловлює свою думку про людину. Представлена таким чином людина поправляє та дає правильну інформацію. Вправа доводить, що зовнішність часом буває оманлива [44].

Завдання: Допомогти учасникам запам'ятати імена та дізнатися про базову інформацію один про одного. Показати учасникам, що не завжди перше враження, що ґрунтується на оцінці зовнішніх даних, буває правильним. Допомогти учасникам створити невимушену атмосферу спілкування.

Підготовка: Необхідно поставити стільці довкола.

Дії тренера

1. Коли учасники сядуть у коло, скажіть їм, що вони мають лише кілька секунд, щоб оглянути свого сусіда праворуч. На основі враження від цього першого погляду учасник має описати свого сусіда. Поясніть, що ми часто робимо

висновки про людей, судячи з їхньої зовнішності, і ця вправа допоможе зрозуміти, наскільки точними бувають такі оцінки.

2. Учасник повинен висловити припущення про ім'я, вік, сімейний стан та хобі/інтереси свого сусіда.

3. Якщо інформація помилкова, то учасник, що представляється.

4. Коли всі учасники будуть представлені, коротко обговоріть з учасниками, який висновок можуть зробити за результатами виконаного вправи.

Вправа «Очікування від тренінгу»

Опис: Вправа триватиме 30 хвилин у групі з 20 учасниками. У виконанні вправи задіяно всіх учасників. Поставте запитання та дайте час кожному обміркувати свою відповідь. Прослідкуйте, щоб кожен учасник відповів на запитання. Не обговорюйте і не засуджуйте відповіді учасників – всі відповіді цінні.

Завдання: Визначити очікування учасників від тренінгу.

Матеріали: Картки (білі чи кольорові). Папір та ручки. Клейка стрічка або паперовий скотч.

Ключові питання: Для виконання першого завдання задайте прості питання, наприклад, такі як:

Що таке гендер? У чому причина гендерних стереотипів? Чи впливає гендер на ваше життя? Якщо так, то як? Як гендер впливає на вас як на чоловіка/жінку? Чи можете ви оцінювати оточуючих у не рамок гендерних стереотипів? Дайте приклади. Чи є щось, що ви не можете робити, тому що ви жінка? Чи є щось, що Вам не дозволено буде зробити, тому що ви жінка/чоловік?[71]

Дії тренера

Проведіть два обговорення (старайтеся не змішувати дискусії), використовуйте два різні аркуші для запису відповідей учасників. Зазначайте відповіді учасників у своїх записах. Якщо можливо, запам'ятайте відповіді учасників. Наприкінці тренінгу можна запитати кожного індивідуально, чи змогли вони отримати нові знання на тренінгу, чи змінили вони свою думку.

Друга частина дискусії для збору очікувань учасників тренінгу: Задайте питання відкритого типу та дайте можливість кожному учаснику відповісти індивідуально. Запишіть їх відповіді. Запис відповідей на картках дасть змогу групувати очікування.

Заняття 2

Процес:

1. Тренер оголошує початок нової сесії.
2. Сесія починається з вправи мозкового штурму, учасники повинні розповісти про своє розуміння гендера. Тренер записує висловлювання учасників у двох стовпцях, поділяючи значення на соціальні та біологічні ознаки.
3. Міні-лекція з розуміння гендера. Пояснення до терміна «гендер» має бути дано як резюме наприкінці загальної дискусії.
4. Вправа для учасників з виявлення соціальних та культурні бар'єри.
5. Після виконаних вправ тренер дає більше інформації за терміном «гендер», концепцією гендера, роль гендера у контексті сталого розвитку.

Вправа «Очікування щодо чоловіків та жінок»

Опис: До кінця вправи в учасників чітко сформується розуміння терміна «гендер», ґрунтуючись на власному досвіді.

Час: 35 хвилин

Запитання для загального обговорення:

Чому ви обрали цю відповідь? У чому схожість і різниця між характеристиками, що визначають гендер та стать? Що показує ця вправа? Що це означає для нашої роботи?

Дії тренера

Крок 1. Індивідуальна робота (7 хвилин). Підготуйте 5 аркушів фліп-чарту з поширеними висловлюваннями про жінок та чоловіків. Напишіть кожне висловлювання так, щоб залишилося місце для нотаток. Серед висловлювань можуть бути, наприклад, такі:

Хлопчики грубі, дівчата ніжні. Чоловіки добрі будівельники, жінки ні. Жінки народжують, чоловіки не можуть. Жінки краще дбають про інших. У жінок має бути довге волосся, у чоловіків коротке. Чоловікам не потрібна ніжність, вони менш чутливі ніж жінки. Жінки можуть годувати дітей грудьми, чоловіків немає.

Попросіть учасників підійти до висловлювань і відзначити «згодні» або «не згодні» під кожним висловлюванням, використовуючи при цьому зелений колір як колір згоди - біологічної відмінності, і синій колір як колір незгоди - гендерного стереотипу.

Крок 2. Загальне обговорення (15 хвилин). Порахуйте кількість позначок «гендер» та «стать». Обговоріть висловлювання з учасниками (наприклад, чому жінки менші? Чи зустрічалися комусь високі жінки? Чи зустрічалися комусь невисокі та худі чоловіки?). Під час обговорення допоможіть учасникам зрозуміти, що різні висловлювання відображають прийняті очікування щодо чоловіків і жінок, засновані лише на біологічних відмінностях і укорінених, не завжди обґрунтованих гендерних стереотипах.

Крок 3. Міні-лекція (10 хвилин). Наприкінці вправи поясніть учасникам різницю між біологічними характеристиками та гендером. Поясніть, що таке «гендер» і що таке «гендерні ролі». Дозвольте учасникам змінити свої позначки після міні-лекції та пояснити причини зміни думки.

Вправа «Я можу і я міг/могла б»

Опис: До кінця вправи учасники матимуть уявлення про гендерні ролі прийняті в суспільстві, ґрунтуючись на власному досвіді.

Час: 35 хвилин

Запитання для загального обговорення: Чому ви обрали цю відповідь? - Яка різниця між «могу» та «міг/могла б»? Ця різниця справді відчутна і чи скоріше створена штучно? Яка різниця між очікуваннями, пов'язаними зі статтю та гендером? Що показує ця вправа? Що це означає для нашої роботи?

Дії тренера

Крок 1. Індивідуальна робота (7 хвилин). Попросіть учасників, жінок та чоловіків підійти до заздалегідь підготовленим фліп-чартам та написати свою думку. Для учасників-чоловіків: Я чоловік... я можу Якби я був жінкою, я міг би... Я жінка, я можу... Якби я була чоловіком, я могла б....

Крок 2. Загальне обговорення (15 хвилин). Обговоріть кожне висловлювання, питаючи чоловіків, чому вони думають, що вони не можуть робити щось, наприклад, готувати їжу чи стежити за дітьми. Під час обговорення допоможіть учасникам зрозуміти, що різні висловлювання щодо поведінки або зовнішнього вигляду чоловіків і жінок відображають прийняті очікування від чоловіків і жінок, при цьому більшість висловлювань відноситься до біологічних відмінностей статі, а не до гендеру.

Крок 3. Міні-лекція (10 хвилин). Наприкінці вправи поясніть учасникам, що таке «гендер» і що таке «гендерні ролі».

Визначення гендерних ролей та ролей, обумовлених підлогою

Опис: До кінця вправи учасники розуміють різницю між гендерними ролями та ролями, зумовленими статтю. А також об'єктивні та суб'єктивні причини та судження, що їх формують.

Час: 35 хвилин

Дії тренера

Крок 1. Робота у групах (10 хвилин). Розділіть учасників на групи (не більше 6 осіб у кожній групі). Працюючи у групах, учасники повинні визначити, які ролі є гендерними, а які зумовлені біологічною статтю людини. У ході проведення даної класифікації учасників групи повинні вказати критерії, за якими проведена градація.

Крок 2. Презентації та загальне обговорення (15 хвилин). Під час презентації напрацювань тренер може вносити уточнення щодо розмежування гендерних ролей та ролей. У ході обговорення розглядаються критерії, за якими була проведена класифікація. Дається оцінка їхньої об'єктивності.

Крок 3. Індивідуальна робота (10 хвилин). Учасники поділяються на пари і обговорюють концепцію ролей. Вони мають намагатися опрацювати визначення концепцій.

Заняття 3

Процес:

1. Тренер оголошує початок нової сесії.
2. Учасники виконують вправи.
3. Після виконання вправ група обговорює гендерні ролі у трудовій сфері, визначені культурою та суспільством.

Вправа «Образ керівника жінка та чоловік»

Час: 50 хвилин

Дії тренера

Крок 1. Робота у групах (15 хвилин). Поділіть учасників на малі роздільні групи; на групу чоловіків та на групу жінок, з максимальною кількістю учасників до 7 осіб. (Кількість груп залежить від загальної кількості учасників.) Завдання для групи жінок: попросіть учасниць описати образ чоловіка. Наголосіть, що описати треба буде не лише зовнішній вигляд, а й характер, навички та можливості. Завдання групи чоловіків: попросіть учасників описати образ керівника жінки. Також наголосіть, що описати треба буде не лише зовнішній вигляд, а й характер, навички та можливості.

Після завершення роботи кожна група має презентувати свої результати.

Крок 2. Загальне обговорення (15 хвилин). Після презентацій груп тренер ставить додаткові запитання до груп. Тренер веде загальне обговорення з кожної презентації та допомагає групам знайти коріння ідеалізованих образів. Наприклад, якщо якістю «сильна» група наділила образ чоловіка, запитайте, чому жінка не може бути сильною. Тренер має допомогти групам, зрозуміти гендерні ролі.

Крок 3. (5 хвилин) Мозковий штурм на тему «Формування та підтримка гендерних стереотипів» метою якої було формування уявлень про гендерні технології та інститути гендерної соціалізації.

Крок 4. Міні-лекція (15 хвилин). Наприкінці вправи тренер роз'яснює вплив гендерних стереотипів на процес соціалізації, що формуються під впливом традицій, релігії, сім'ї, друзів, освітніх установ, ЗМІ.

Вправа «Гендерна рівність»

Час: 20 хвилин

Дії тренера

Міні-лекція чи загальне обговорення (20 хвилин).

Запитайте групу, чи чули вони колись термін «гендерна рівність». Попросіть групу пояснити, що це означає. Дайте можливість висловитись кожному учаснику. Запитайте учасників, чи є гендерна рівність у їхніх спільнотах? Під час обговорення записуйте всі висловлювання учасників щодо причин нерівності у різних сферах. Якщо учасники не обговорюватимуть наступні пункти, поставте їм додаткові запитання та ініціюйте обговорення наступних питань:

Чоловіки найчастіше отримують більшу заробітну плату, ніж жінки, хоча вони виконують ту саму роботу в однаковому обсязі. Чоловіки частіше обіймають високі посади, їм належать провідні ролі у різних галузях. Жінки відповідальні за доглядом за всіма членами сім'ї, особливо за тими, хто хворий.

Запитайте учасників, що станеться, якщо в спільнотах зникне баланс і гендерна рівність, наприклад, що станеться, якщо права жінок ігноруватимуться? Що станеться, якщо права чоловіків абсолютно ігноруватимуться? Після обговорення цих питань поясніть учасникам, що таке «гендерна рівність» та «гендерна дискримінація», якщо буде необхідно, поясніть ці терміни з використанням місцевих та національних прикладів (законодавство, розробка національних програм, проектів тощо). Запитайте учасників, наскільки їм зрозуміла тема, та при необхідності дайте відповідь на додаткові запитання.

Заняття 4

Процес:

1. Тренер оголошує початок нової сесії.

2. Сесія починається із вправи мозкового штурму. Тренер записує висловлювання учасників.

3. Вправа для учасників щодо виявлення гнучкості та умовності багатьох гендерних стереотипів.

Вправа «Значення гендерних стереотипів у сприйнятті та оцінки різних аспектів реальності»

Час: 1.5 години

Дія тренера

Крок 1. Робота у групах. Попросіть групу описати суспільство вільне від гендерних стереотипів в аспекті трудової діяльності під час обіймання керівних посад. Задайте учасникам такі питання: вплив гендерних стереотипів на сприйняття та поведінку людей?; Чи є гендерна рівність у їхніх спільнотах? Під час обговорення записуйте всі висловлювання учасників щодо причин нерівності у різних сферах.

Крок 2. Запропонувати групі відібрати гендерні стереотипи, що несуть у собі позитивний заряд у розвиток індивідуальності кожного члена суспільства з позиції вдосконалення його професійних здібностей.

Стимулювати роботу в групі такими питаннями як:

1. Чи є необхідність у перегляді та позбавленні деяких прийнятих у суспільстві гендерних стереотипів і чому?

2. Як можна позбавитися стереотипного мислення формованого під впливом гендерної ідентифікації статей? Запитайте учасників про можливі доповнення та практичні рекомендації як можна змінити гендерні стереотипи у спільнотах. Запишіть речення.

Крок 4. Міні-лекція (10 хвилин). Зауважте, необґрунтованість деяких застарілих уявлень про характеристики, що присвоюються за статевим критерієм і що гендерні ролі можна змінити. Ролі чоловіків і жінок (які формуються суспільством), включаючи ролі, пов'язані з сімейним життям, працевлаштуванням та кар'єрою, можуть бути змінені. Зробіть огляд пропозицій учасників щодо зміни гендерних ролей.

Вправа «Руйнування стереотипів»

Опис: Учасникам пропонується провести обговорення наявності у гендерних стереотипах позитивних та негативних ефектів

Час: 1 год

Дії тренера

Крок 1. Загальне обговорення та міні-лекція Учасникам процесу пропонується з урахуванням освоєного раніше під час тренінгу матеріалу дати оцінку свого ставлення до явища «гендер» та «гендерні стереотипи». Робота будується за принципом обговорення по черзі, коли кожен учасник висловлює аргументи за чи проти. Тренер роз'яснює роль гендерних стереотипів у обмеженні можливості самореалізації та внутрішніх конфліктах.

Крок 2. Робота з групою. Групі пропонується переглянути та скоригувати, якщо з'явиться бажання, складені на початку експерименту образи керівників чоловіка та жінки. У ході порівняння образів керівника отриманих на початку тренінгу та наприкінці групи задається питання про причини внесених коригувань. Обговорюється питання про можливу гнучкість та умовність багатьох прийнятих гендерних стереотипів.