

самыми безалаберными являются, по мнению психологов, художники.

Третий фактор представлен противопоставлением качеств: честолюбивый, посредственный в оппозиции к сильному, пассивному и лицемерному. Ранжирование по оси данного фактора выглядит так: художники, лингвисты, юристы, экономисты, программисты, социологи и психологи.

Четвертый фактор является униполярным и включает в себя переменные: спокойный, скромный, самокритичный, самодовольный. Повидимому, взаимосвязь этих качеств можно объяснить так: уравновешенность и умение выделить собственные недостатки повышает самооценку и поэтому приводит к высокомерию. И опять психологи оставляют данный фактор себе, за ними идут художники, социологи, программисты, юристы, экономисты и лингвисты.

Таким образом, восприятие других и себя студентами – психологами опосредовано как общими, так и специфическими категориями-факторами. Интересно отметить, что при ранжировании студентов по оси какого-либо фактора психологи ставят себя на первое место. Значит, эталоном-системой отсчета, по отношению к которому оцениваются другие, является образ собственного автостереотипа, а фактически собственного Я. Таким образом, психологи смотрят на другого человека не «глазами клиента», как требует профессия, а относительно своего Я.

Данные, полученные в ходе исследования, могут быть использованы для разработки дисциплины «Введение в профессию», а также в качестве диагностического материала в работе психологической службы вуза.

Д.П. Фидря  
г. Екатеринбург, РГППУ

### **Исследование представлений о мужественности и женственности в студенческой среде\***

С раннего детства мы сталкиваемся с гендерными стереотипами. Через воспитание, научение, социализацию мы получаем упрощенную, схематизированную информацию о своем и противоположном поле. Это приводит к становлению личности и к формированию навыков общения.

---

\* Научный руководитель: Бастрарева Н.С. - к. филос. н., доцент кафедры ПП

Гендер — термин, используемый в настоящее время при обсуждении различий и сходства между мужчинами и женщинами, их социальными ролями.

Гендерная роль – внешнее проявление моделей поведения и отношений, которые позволяют другим индивидам судить о степени принадлежности кого-то к мужскому или женскому полу.

В рассуждении об интерпретации маскулинности и фемининности важно достичь соответствия лексике, принятой международным сообществом: ведь иначе могут возникнуть разночтения, поскольку «мужественность» или «мужество» переводится на английский язык как «смелость». Поскольку в русском языке «мужественность» означает «силу», «смелость», т.е. ассоциируется с положительными атрибутами, в первую очередь, мужского идеала, то если о женщине говорят, что она «мужественно переносит трудности», это означает, что женщину положительно оценивают за те качества, которые приписывают мужчине, хотя и полагают их гендерно-нейтральными. Однако если мы скажем «маскулинная женщина», это уже будет понято нами как «мужеподобная женщина». Выражение «женственный мужчина» вообще звучит плохо. Итак, воспользуемся определением, данным в психологическом словаре: Маскулинность и фемининность — это нормативные представления о соматических, психологических и поведенческих свойствах, характерных для мужчин и женщин, элемент полового символизма, связанный с дифференциацией половых ролей.

Социализация — это способы формирования умений и социальных установок индивидов, соответствующих их социальным ролям. В другой формулировке социализация — это процесс, посредством которого индивидом усваиваются нормы его группы таким образом, что через формирование собственного «Я» проявляется уникальность данного индивида как личности. И.С. Кон определяет гендерную социализацию как процесс формирования мужской или женской идентичности в соответствии с принятыми в обществе культурными нормами.

Следовательно, этот процесс можно рассматривать двояко. С одной стороны, социализация может пониматься как интернализация социальных норм: социальные правила становятся внутренними для индивида в том смысле, что они более не навязываются посредством внешней регуляции, а как бы налагаются индивидом са-

мим на себя, являясь, таким образом, частью его «Я». С другой стороны, социализация может пониматься как существенный элемент социального взаимодействия. Это основывается на предположении о том, что люди стремятся к возвышению в собственных глазах посредством достижения высокого статуса и одобрения со стороны других, при этом индивиды социализируются по мере приведения своих действий в соответствие с ожиданиями других.

Выделяют три стадии социализации: начальную — социализация ребенка в пределах семьи; среднюю — обучение в школе; социализацию взрослого человека — этап принятия социальными деятелями тех ролей, к которым они не могли полностью подготовиться в ходе первых двух стадий.

Под стереотипом в психологии понимают упрощенно схематизированное, зачастую искаженное или даже ложно характерное для сферы обыденного сознания представление о каком-либо социальном объекте. Впервые термин «социальный стереотип» ввел У. Липпман. Он определил социальные стереотипы как картинки мира в голове человека, которые экономят его усилия при восприятии сложных социальных объектов и защищают его ценности, позиции и права. Иногда под стереотипами понимают устойчивые, регулярно повторяющиеся формы поведения.

Гендерные стереотипы можно разделить на три группы:

Первая группа стереотипов связана с нормативными представлениями о соматических, психических, поведенческих свойствах, характерных для мужчин и женщин. Это стереотипные представления о том, что мужчины компетентны, доминантны, независимы, агрессивны, самоуверенны, склонны мыслить логически, хорошо управляют своими эмоциями; стереотипные представления о том, что женщины пассивны, зависимы, сверхэмоциональны, не уверены в себе, заботливы и нежны. Такой стереотип представляет собой специфическую конструкцию психологических черт, поведенческих моделей, навыков, видов деятельности, которая подразумевает сепарированность мужчин и женщин, разделение мужской и женской сфер деятельности. Согласно распространенным представлениям, подтверждаемым рядом исследований, женщины менее агрессивны, более склонны к опеке и более чувствительны. Однако

бывают и активные, агрессивные и сухие женщины. Разные мужчины также демонстрируют поведение в диапазоне от жесткости до нежной заботы. Женщины во главу угла ставят отношения между людьми, а мужчины — результат работы. Гендерные различия возникают у детей с раннего возраста — в играх, общении со взрослыми и сверстниками.

Вторая группа гендерных стереотипов — это стереотипы, которые касаются содержания мужского и женского труда. Так, женской сферой деятельности считается обслуживающая, исполнительская. Мужская сфера деятельности — это инструментальная, творческая, организаторская.

Проблема полового разделения труда, под которым понимается распределение занятий между женщинами и мужчинами, базирующееся на традициях и обычаях, сказывается на формировании стереотипа о мужских и женских профессиях. Не секрет, что после заключения брака жизнь мужчины претерпевает значительно меньше изменений, чем жизнь женщины. Домашний труд женщины не принято считать ни трудом, ни заслугами, поскольку это ее «прямые обязанности» и оценке они не подлежат. И в связи с этим можно утверждать, что и в трудовом процессе часто переплетаются гендерные и экономические отношения. Оба эти начала связаны друг с другом еще со времен индустриальной революции. Владельцы фабрик определили работницам задачи, подобные тем, что выполнялись женщинами дома, тем самым создав феномен «женской работы», а затем рационализировали обесценивание этой работы.

Устойчивая тенденция трудоустройства мужчин и женщин по строго определенным профессиям, отраслям и должностным позициям называется гендерной профессиональной сегрегацией (или профессионального разделения по признаку пола).

Третью группу гендерных стереотипов составляют те, которые связаны с распределением семейных и профессиональных ролей. Мужские роли — это профессиональные, а женские — это семейные роли. Наиболее распространенный стереотип в этой сфере гласит: «Настоящая женщина мечтает выйти замуж и родить детей, заниматься домом, а настоящий мужчина мечтает профессионально реализоваться, сделать хорошую карьеру». Подобные стереотипы во многом определяют жизненные

стратегии и практики, которые выбирают женщины и мужчины на протяжении своей жизни.

На основе изученной информации я провела опрос и проанализировала результаты гендерных представлений о мужественности и женственности в студенческой среде. Цель моего опроса — выявить отношения: 1) девушек к идеальному и реальному мужчине; 2) юношей к идеальной и реальной девушке. В своей работе я хотела указать на гендерные различия между представлениями юношей и девушек. Задача опроса являлась формулировка десяти качеств идеальной и реальной девушки у юношей, а так же десяти качеств идеального и реального юноши у девушек. Результаты сравнения приведены ниже:

1) Идеальный юноша в представлениях девушек.

Пять популярных качеств	Пять непопулярных качеств
Честный — 70%	Состоятельный — 10%
Умный — 60%	Любящий — 6%
Общительный — 50%	Воспитанный — 6%
Спортивный — 40%	Рациональный — 6%
Аккуратный — 40%	Без вредных привычек — 6%

2) Реальный юноша в представлениях девушек.

Пять популярных качеств	Пять непопулярных качеств
Симпатичный — 70%	Индивидуальность — 6%
Добрый — 60%	Безграмотный — 6%
Общительный — 50%	Курящий — 6%
Умный — 50%	Верующий — 6%
Заботливый — 30%	Капризный — 6%

3) Идеальная девушка в представлениях юношей.

Пять популярных качеств	Пять непопулярных качеств
Красивая — 90%	Самостоятельная — 10%
Умная — 80%	Способная прощать — 10%
Понимающая — 70%	Стройная — 6%
Веселая — 70%	Инициативная — 6%
Любящая — 30%	Высокая — 6%

4) Реальная девушка в представлениях юношей.

Пять популярных качеств	Пять непопулярных качеств
Умная — 100%	Ревнивая — 10%
Заботливая — 70%	Добрая — 10%
Добрая — 60%	Талантливая — 6%
Веселая — 60%	Сексуальная — 6%
Доверчивая — 40%	Пассивная — 6%

На основе рассмотренного опроса мы можем увидеть, что у студентов уже сложились некие гендерные представления о противоположном поле. Так же можем заметить, что не всегда желаемое совпадает с реальным представлением. Остается лишь пожелать всем студентам приблизиться к своему идеалу.

Э.Г. Хакимова  
г. Екатеринбург, РГППУ

**Социокультурная детерминация психических процессов на высших уровнях развития психики**

Доминирование социокультурных факторов в процессах развития и самоорганизации — специфическая особенность человеческой психики, становление которой всегда осуществляется в определенном культурном контексте, посредством усвоения или «присвоения» норм, ценностей, коммуникативных средств, знаний, традиций, символов и других продуктов конкретной культуры.

Попытки выделить специфически человеческие социокультурные факторы развития психики предпринимались, начиная со второй половины XIX в.:

1. в так называемой *психологии народов*, основатели которой (М. Лацарус, Х. Штейнталь, В. Вундт) полагали, что высшие уровни психического могут быть адекватно познаны лишь через обращение к формирующим их факторам коллективной жизни;

2. в *понимающей психологии* (В. Дильтей), где акцентировалась зависимость личности от феноменов культуры, зафиксированных в знаково-символических формах.

Эти школы психологии развивали классическую идею немецкой идеалистической философии о связи индивидуального духа и духа объективного надличностного, выражающего себя в культуре (дух народа, дух целого). Со-