

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Філологічний факультет
Кафедра загального та прикладного мовознавства

До захисту

Завідувач кафедри

_____ Володимир ГУТОРОВ

(підпис)

(ініціали, прізвище)

“ 23 ” листопада 2023 р.

Репрезентація гендерних стереотипів у свідомості носіїв української та англійської мов

Кваліфікаційна робота
здобувача 2 курсу
другого (магістерського) рівня
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.10 прикладна лінгвістика
освітньо-професійна програма –
Прикладна лінгвістика та англійська мова
ЗАМИШЛЯКА Нікіти Віталійовича

Керівник

Юлія КРАПИВА, канд. філол. наук, доцент,
доцент кафедри загального
та прикладного мовознавства

Оцінка

за національною шкалою _____

Кількість балів: _____

Голова комісії

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

Харків – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Теоретико-методологічні засади дослідження гендеру	5
1.1. Поняття гендеру в лінгвістиці.....	5
1.2. Групи гендерних стереотипів та їх види.....	10
Висновки до розділу 1	16
РОЗДІЛ 2. Репрезентація фемінних та маскулінних характеристик у мовній свідомості носіїв певної мови	19
2.1. Характеристики статей за С. Бем	19
2.2. Поняття мовної свідомості.....	22
2.3. Бачення фемінних та мускулінних характеристик сучасними українцями ..	24
2.4 Бачення фемінних та мускулінних характеристик носіями англійської мови	30
Висновки до розділу 2	36
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	47

ВСТУП

У сучасному суспільстві гендерні стереотипи відіграють суттєву роль у формуванні уявлень, переконань та сприйняття статевих ролей. Занурюючись у глибини культурних інформаційних потоків, можливо виявити ці стереотипи. **Актуальним** є дослідження репрезентації гендерних стереотипів у свідомості носіїв української та англійської мов, що спрямоване на аналіз та порівняння сприйняття статевих ролей, які панують у різних культурах, через призму мовного вираження.

Такий напрям дослідження гендерних стереотипів має важливе значення для розуміння того, як мова, культура та соціальні контексти співвідносяться з формуванням гендерних уявлень. При цьому зіставний аналіз способів, якими українська та англійська мови репрезентують та утверджують гендерні стереотипи, дозволяє встановити їх відмінності та схожість у свідомості користувачів цих мов.

Дипломну роботу виконано у науковому семінарі «Language and Society» відповідно до тематичного плану наукових досліджень кафедри загального та прикладного мовознавства Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Головна мета кваліфікаційної роботи полягає у вивченні та визначенні різниці у сприйнятті гендерних стереотипів носіями української та англійської мови, а також у встановленні впливу культурних особливостей та соціальних контекстів на формування гендерних уявлень в обох мовних середовищах.

Завдання роботи такі:

- 1) з'ясувати поняття гендеру в лінгвістиці;
- 2) визначити поняття «гендерний стереотип»;
- 3) проаналізувати існуючі стереотипи щодо особливостей різних статей;
- 4) провести онлайн-опитування представників україномовного та англійськомовного суспільства з метою встановити, як стереотипні характеристики статей представлені у їх свідомості.

Об'єкт дослідження – гендерні стереотипи, характеристики статей.

Предмет дослідження – використання гендерних стереотипів та характеристик серед україномовної та англomовної спільноти, зокрема їх думки щодо розвитку нейтрального гендеру серед суспільства.

Були використані такі **методи** дослідження: описовий, аналітичний, зіставний, опитування, збір інформації та систематизація даних.

Теоретико-методологічною основою роботи є праці українських та зарубіжних дослідників, таких, як Ю. Адрійченко [Адрійченко, 2020], Н. Гербут [Гербут, 2012], С. Бем [Bem, 1974] та ін.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у проведенні власного опитування щодо зазначеної проблематики на форумах серед україномовних та англomовних користувачів.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості їх використання у лекційних курсах із соціолінгвістики, зокрема гендерної лінгвістики.

Апробація результатів роботи відбувалась під час обговорення в семінарі «Language and Society».

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаної літератури (38 позицій). Загальний обсяг дослідження – 49 сторінок.

РОЗДІЛ 1. Теоретико-методологічні засади дослідження гендеру

1.1. Поняття гендеру в лінгвістиці

Термін гендер виник у Великій Британії і в перекладі з англійської мови означає граматичний рід. Пізніше цей термін почав використовуватися для опису характеристик статі, які відносяться до способу життя, поведінки, намірів, прагнень тощо і не обмежується біологічними ознаками. Концепція гендеру включає в себе не тільки окремих чоловіків і жінок, але також відображає відносини між ними. Вперше ця лексема була введена в науковий обіг психологом Р. Столлером у 1968 р. Докорінні зміни у підході до гендерних досліджень відбулися в 60–70-х роках ХХ століття. Вони були викликані розвитком соціолінгвістики, формуванням постмодерністської теорії пізнання, підйомом феміністського руху. В українському мовознавстві термін гендер з'явився у 80-ті роки минулого століття, тобто пізніше, ніж в інших суспільних науках [Романенко, 2015, с. 79].

Гендер – це соціальний конструкт, який був створений суспільством на певному історичному етапі і репродукується механізмами соціалізації та мовних конструкцій. У сучасній соціальній та гуманітарній науці широко застосовується гендерний підхід, який дозволяє аналізувати процеси формування поведінки, ментальних та емоціональних властивостей особистості залежно від її статі. Мова є одним з найважливіших джерел, що містить гендерну інформацію та закріплює знання про гендер, який є компонентом колективної та індивідуальної свідомості, що виявляється в стереотипах поведінки та закріплюється у мові в процесі спілкування. В англійській мовній спільноті гендерні стереотипи є широко поширеними уявленнями, що визначають очікування, ролі та характеристики, приписані чоловікам та жінкам в суспільстві. Ці стереотипи формують уявлення про те, якими «повинні» бути представники різних гендерів, відіграючи важливу роль у культурі, медіа, освіті та інших аспектах життя. Репрезентація гендерних

стереотипів відбувається через різні засоби, такі як медіа, реклама, література, кіно, а також у взаємодії людей у повсякденному житті.

Розгляньмо основні сфери репрезентації гендерних стереотипів.

Медіа та реклама. Медійні платформи, у тому числі телебачення, кіно, соціальні медіа та онлайн-контент, часто підтримують і утверджують гендерні стереотипи. У фільмах та телепередачах можна спостерігати стереотипні образи чоловіків та жінок, які відображають упереджені уявлення про їхні ролі та характеристики. Реклама також використовує стереотипи для просування товарів чи послуг, часто ставлячи у соціально прийнятому ракурсі ролі чоловіків і жінок.

Література та культурні представлення. У літературі та культурі існує давня традиція утвердження гендерних стереотипів через зображення різних персонажів. Чоловіки часто описуються як сильні, незалежні та активні, тоді як жінки представляються як вразливі, чутливі та зосереджені на родині. Ці уявлення можуть впливати на усвідомлення читачів та глядачів щодо ролей статей у суспільстві.

Освіта та соціальна взаємодія. Гендерні стереотипи також репрезентуються через соціальну взаємодію, особливо на рівні виховання та освіти. Від дитинства людям нав'язуються очікування щодо того, якими повинні бути чоловіки та жінки. Це може проявлятися у виборі іграшок, стереотипних уявленнях про професії чи в обмеженому розумінні ролей в сім'ї.

Вплив гендерних стереотипів спостерігаємо під час самоідентифікації та формування самооцінки. Люди, які не відповідають уявленням про стандартні ролі чоловіків та жінок, можуть відчувати тиск адаптуватися до цих стереотипів, що може впливати на їхню самооцінку.

Гендерні стереотипи також можуть впливати на кар'єрний розвиток та особисті можливості. Вони можуть обмежувати вибір професії, адже деякі галузі вважаються «традиційними» для однієї статі, що може створювати бар'єри для тих, хто не відповідає цим очікуванням.

У суспільстві усвідомлюють, що для зменшення впливу гендерних стереотипів потрібно підтримувати рівність та розуміння між статями. Це може

бути досягнуто через створення умов для вільного розвитку особистості, незалежно від гендерної приналежності, а також через підвищення свідомості про стереотипи та їхній вплив на суспільство. Важливо сприяти різноманітності, дозволяючи людям вільно обирати свій шлях життя, професії та інтереси, незалежно від статевих очікувань.

Саме поняття «гендер» було вилучено з контексту та використовується у різних науках, таких як: соціологія, історія, політика, філософія. Гендер стосується не тільки жінок або чоловіків як окремих індивідів, а й характеризує відносини між ними як соціально-демографічними групами та гендерні відносини у цілому – те, як реалізуються соціальні ролі жінок і чоловіків, дівчат та хлопців, як вони соціально вибудовуються.

У лінгвістиці термін гендер відноситься до соціальної категорії, яка відображає соціально-культурні ролі, які пов'язані зі статтю людини, а не з її біологічними ознаками. Гендер включає у себе різні аспекти соціальної ідентичності, такі як соціальні ролі, стереотипи, норми поведінки і культурні цінності, які пов'язані зі статевою ідентичністю.

У лінгвістиці гендерний аспект стосується того, як мова використовує статеві маркери (наприклад, чоловічий або жіночий рід слів) для вираження гендерних ідентичностей. Також важливим аспектом є те, як мова може відображати та підтримувати соціальні стереотипи про гендер.

У сучасній лінгвістиці існує концепція гендерного рівноправ'я, яка прагне до того, щоб мова була більш інклюзивною та рівноправною для всіх гендерних ідентичностей. Це може включати в себе використання гендерно-нейтральних форм, таких як «він/вона» замість «він» або «вона», або використання інших специфічних виразів, щоб уникнути статевої дискримінації та підтримати гендерну рівність.

Значення гендеру в мові може бути досить суттєвим, оскільки вона може відображати та посилювати стереотипні уявлення про соціальні ролі чоловіків та жінок. Тому в сучасній лінгвістиці все частіше обговорюється проблема гендерного біасу в мові та шляхи його усунення.

Сьогодні фокус аналізу досліджень статі зазнав суттєвих змін: вже не йдеться про те, яким чином біологічна стать впливає на використання мови і комунікативну поведінку.

Наприклад, у французькій мові існує два роди, чоловічий і жіночий. Іменники, які позначають чоловіків, зазвичай належать до чоловічого роду (наприклад, "homme", що означає «чоловік»), тоді як іменники, які позначають жінок, зазвичай належать до жіночого роду (наприклад, "femme", що означає «жінка»). У деяких мовах, таких як німецька, також існує середній рід, до якого можуть належати іменники, які не мають чіткої статі, такі як "Kind" (дитина).

Із 80-х рр. минулого століття поняття «гендер» вже використовували у різних соціальних сферах, оскільки це виявилось корисним для пояснення, яким чином біологічні відмінності перетворюються на економічні, соціальні та політичні між чоловіками і жінками, розмістивши детермінантів статевої нерівності [Андрійченко, 2020, с. 92].

Гендерні дослідження охоплюють декілька масштабних галузей, наприклад:

- мовленнєві: особливості мовної поведінки чоловіків та жінок мають свої статево зумовлені характеристики;
- мовні: система мови та її функціонування можуть стати причиною дискримінації за статевою ознакою, тобто проявів сексизму, аналогічно до расизму [Маслова, 2015, с. 102].

Дослідження у першій галузі займається вивченням впливу соціальних і соціально-демографічних факторів (віку, статі, рівня освіти) на мовленнєву поведінку в процесі комунікації. Проте, деякі дослідники вважають, що не відповідає на запитання про наявність відмінностей в мові між двома головними групами людей – чоловіками та жінками, та що це є недоліком сучасної соціолінгвістики.

Дослідження у іншій галузі аналізують неявні та очевидні структурні відносини домінування, дискримінації та контролю, що виражені у мові. Вчені ділять думку Ю. Габермаса, що мова є засобом соціальної сили та домінування, а також служить для законодавчого закріплення відносин організованою владою. Якщо відносини влади законодавчо закріплені та легітимні, то мова

стає ідеологізованою. Дослідження у цій галузі почалися в Науковому віснику Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія, у 2020 році, № 44 [Андрійченко, 2020, с. 94].

Ще є таке поняття, як «небінарний гендер». Небінарний гендер – гендерна ідентичність, що не входить у бінарну систему маскуліної або фемінної ідентичностей. Небінарні люди можуть ідентифікувати себе з двома або більше гендерами (двогендерні, полігендерні); не мати гендеру (агендерні, безгендерні, гендер-фрі); чи мати коливання ідентичності (гендерфлюїдні). Небінарність – це не те саме, що інтерсексність: більшість інтерсекс-людей ідентифікуються як чоловіки чи жінки. Небінарні люди можуть мати різноманітну сексуальну орієнтацію. У 1980-х роках з'явився термін «гендерквір», який передував терміну «не бінарний». Гендерквір використовується як прикметник для опису будь-яких людей, які не відповідають традиційним гендерним стереотипам, незалежно від того, яку гендерну ідентичність вони обирають. Такі особи можуть відображати свій гендер за допомогою нестандартних методів, що не відповідають бінарним категоріям чоловік і жінка.

Термін гендерквір також використовується для описування гендерної неоднозначності. Термін андрогін часто використовується для опису людей, які відносяться до цієї категорії, оскільки цей термін відображає соціально визначені маскуліні та фемінні риси. Однак, не всі гендерквір ідентифікують себе з андрогінами, багато з них віддають перевагу бути чоловіком, жінкою або поєднанням цих ідентичностей.

Дослідники гендерної проблематики в лінгвістиці зазначають про все більш помітну антропоцентричність у мові. У своїх дослідженнях, зокрема, М. Яцимірська називає антропоцентризм у лінгвістиці «людино-орієнтованим» підходом, який розглядає людину як глибинний центр дослідницької програми і що зближує лінгвістику з іншими галузями знань, де людину визначають як центр уваги. Дослідники доводять, що мова наскрізь антропоцентрична, як засіб, так і результат передачі прийнятих у суспільстві настанов.

Термін «нейтральний гендер» використовується для опису існування гендерної ідентичності, яка не відповідає традиційним ролевим стереотипам. Це

може означати, що людина не ідентифікує себе як жінку або чоловіка, або відчуває себе як частково чоловічою і частково жіночою або як інакшу ідентичність.

Нейтральний гендер може виявлятися в поведінці та одязі, які не відповідають традиційним ролям статей. Наприклад, людина з нейтральною гендерною ідентичністю може обирати одяг, який не має виразної статевої ідентичності, або відмовлятися від традиційних гендерних взуття або аксесуарів.

У світі все більше з'являється можливостей для людей з нейтральною гендерною ідентичністю, що дозволяє їм виявляти свою особистість без потреби пристосовуватися до традиційних гендерних ролей. Наприклад, у деяких країнах дозволяється змінювати своє гендерне відзначення в документах на «нейтральне» або «Х», щоб відображати їхню ідентичність. Також існують створені спеціально для цієї групи людей гендерні проникнення у формі організацій, закладів освіти та культури.

Проте, нейтральний гендер і досі зустрічає виклики та перешкоди в суспільстві, що відповідає традиційним гендерним ролям, тому він залишається предметом дискусії та обговорення.

1.2. Групи гендерних стереотипів та їх види

Гендерні стереотипи, на думку більшості дослідників, – сформовані культурою та розповсюджені в ній узагальнені уявлення (переконання) про те, якими є і як поведуться люди різних статей (чоловіки та жінки). Це загальнопоширені уявлення про те, яким повинен бути чоловік або жінка, що виникають на основі соціальних конструкцій та культурних норм. Вони можуть відображати норми поведінки, зовнішній вигляд, роль в суспільстві та багато інших аспектів життя. Гендерні стереотипи можуть бути позитивними, негативними або нейтральними, але в будь-якому випадку вони мають потенціал впливати на те, як люди бачать інших та себе. Гендерні стереотипи є уявленнями та очікуваннями щодо того, як повинні поводитись люди на основі

їх статі. Ці стереотипи формуються в суспільстві та культурі, і можуть мати негативний вплив на індивідуальний розвиток людей, їхню поведінку, вибори та можливості. На сучасному етапі гендерний аналіз охоплює не лише визначення традиційних соціальних стереотипів маскулінності та фемінності, але й вивчення відмінностей у сприйнятті стереотипу залежно від того, чи він стосується чоловіків чи жінок. Лінгвістичний стереотип є виразом колективного досвіду, який мовець вбирає у свою мовну картину світу, його індивідуальні прототипні концепти базуються на семантичній та енциклопедичній інформації.

Гендерні стереотипи можна розділити на кілька категорій, які визначають очікування та ролі, приписані чоловікам і жінкам у суспільстві.

1. Соціальні ролі. Ця категорія стереотипів визначає очікувані ролі чоловіків і жінок у сім'ї та суспільстві. Чоловікам часто приписують ролі «годувальників» сім'ї, провідників та захисників, тоді як жінки асоціюються з ролями «домогосподарки», матері та годувальниці.

2. Поведінкові стереотипи. Ці стереотипи стосуються очікувань щодо поведінки чоловіків і жінок. Наприклад, від чоловіків може очікуватися бути більш управлінськи орієнтованими, агресивними чи рішучими, тоді як жінок часто сприймають як більш чутливих, співчутливих та емоційно виразних.

3. Професійні стереотипи. Ця категорія стереотипів відображає очікування щодо вибору професії чоловіків і жінок. Наприклад, деякі професії вважаються «чоловічими» або «жіночими», що створює бар'єри для тих, хто хоче обрати нестандартний для своєї статі шлях.

4. Вигляд та зовнішність. Ці стереотипи визначають стандарти краси та зовнішнього вигляду для чоловіків і жінок. Наприклад, від чоловіків може очікуватися бути мускулистими та вишуканими, тоді як жінкам – відповідати певним стандартам зовнішньої краси.

5. Інтереси та здібності. Ця категорія відображає уявлення про те, які інтереси та здібності «природні» для чоловіків і жінок. Наприклад, математика та наукові дисципліни часто асоціюються з чоловіками, тоді як співчуття та мистецтво – з жінками.

6. Сексуальні ролі. Ця категорія стереотипів визначає очікування щодо сексуальної поведінки, привабливості та ролі в інтимних стосунках. Відд чоловіків може очікуватися бути активними та ініціаторами, тоді як жінкам - бути більш пасивними або приймати традиційну роль.

Ці групи гендерних стереотипів можуть відрізнятися в залежності від культурних, соціальних та історичних контекстів. Ці уявлення можуть впливати на поведінку, очікування та можливості чоловіків та жінок, але поступово суспільство дедалі більше рухається до переосмислення та переборення цих стереотипів у зусиллях створення більш рівних умов для всіх.

Розгляньмо більш детально 3 групи гендерних стереотипів, найбільш поширені у суспільстві:

1) До першої групи гендерних стереотипів вчені відносять жіночий та чоловічий різновид праці. Жінкам привласна сфера обслуговуючої праці, а чоловікам у сфері інструментальної та творчої праці. При цьому вплив є прихованим, тобто він у нас на підсвідомому рівні, і через це важко піддається змінам. Найбільш вираженою в Україні формою гендерної нерівності у сфері зайнятості є гендерна професійна сегрегація, негативним проявом якої є те, що жінки концентруються там, де оплата праці є нижчою. Тобто жінки працюють в основному у сферах, де не властива фізична праця. У чоловіків та жінок прогнози соціальної поведінки певної статі формують суспільно схвалений тип поведінки. Історично склалося так, що суспільство виділяє місце жінки в сім'ї, головною сферою її діяльності є родина. Таким чином від жінки не очікують жодних професійних досягнень та кар'єрного росту [Гамулець, 2012, с. 313].

Гендерний стереотип, пов'язаний з різновидами праці, полягає в уявленні, що деякі види робіт підходять або не підходять для певних гендерів. Наприклад, стереотип, що традиційно пов'язує жінок з роллю домогосподарки, може призводити до уявлення, що жінки не підходять для професій, які вважаються чоловічими, таких як інженерія або будівництво. З іншого боку, стереотип, що чоловіки мають бути провідними в управлінні або політиці, може призводити до того, що жінки, які працюють в цих сферах, стикаються з дискримінацією і

перешкодами у своїй кар'єрі. Такі стереотипи можуть обмежувати можливості людей і підтримувати нерівність між гендерами у суспільстві.

2) Друга група стереотипів пов'язана із зовнішністю: ці стереотипи передбачають, що жінки повинні бути красивими та стильними, тоді як чоловіки повинні бути сильними та масивними. Ці стереотипи можуть призводити до того, що жінки відчувають тиск на те, щоб витратити багато часу та грошей задля того, щоб бути красивою. У суспільстві поступово почали забувати про природню красу, яка для багатьох вже є чимось дивним.

Гендерний стереотип про зовнішність полягає в уявленні, що певний зовнішній вигляд підходить або не підходить для певних гендерів. Цей стереотип може включати в себе різноманітні елементи, такі як одяг, зачіска, макіяж і тіло.

Наприклад, в багатьох культурах і суспільствах вважається, що жінки повинні бути більш привабливими, а чоловіки повинні бути більш мускулистими і агресивними. Це може призводити до того, що жінки ставлять перед собою вимоги щодо свого зовнішнього вигляду, а чоловіки відчувають тиск щодо збільшення свого фізичного потенціалу і мускулатури.

Також стереотипи про зовнішність можуть мати інший характер. Наприклад, в деяких культурах жінки повинні одягатися скромно і прикривати своє тіло, тоді як чоловіки можуть носити відвертіші і відкритіші наряди. Це може призводити до того, що жінки відчувають себе обмеженими і несвободними в своїй одежі.

Гендерний стереотип про зовнішність також може включати в себе стандарти краси і вигляду. Наприклад, у багатьох культурах вважається, що жінки повинні мати довге волосся, тонку талію і гладку шкіру, а чоловіки повинні мати густу щетину і мускулясті тіла. Це може призводити до того, що людина відчуває себе невпевненою зі своїм виглядом і ставить перед собою нездійсненні цілі щодо свого зовнішнього вигляду.

3) До третьої групи стереотипів відносяться статеві ролі: ці стереотипи передбачають, що жінки повинні займатись побутовими справами, піклуватись про дітей та бути підлеглими в родині, тоді як чоловіки повинні бути

провідниками родини, забезпечувати матеріально і робити важливі рішення. Ці стереотипи можуть обмежувати можливості жінок займатись кар'єрою, а також можуть зменшувати можливості чоловіків бути більш емоційно чутливими і займатись домашніми справами.

Якщо говорити про цей гендерний стереотип більш докладно, то можна виділити, що гендерні стереотипи про ролі у суспільстві є вкоріненими переконаннями про те, які ролі повинні виконувати чоловіки та жінки в суспільстві на підставі їх статі. Такі стереотипи визначають, які заняття, професії, соціальні позиції, хобі та інтереси вважаються прийнятними для чоловіків і жінок, і які, навпаки, вважаються неприйнятними або незвичайними.

Наприклад, гендерний стереотип про те, що чоловіки повинні бути головними годувальниками родини, а жінки – домогосподарками та доглядати за дітьми, може призвести до того, що жінки мають менше можливостей для кар'єри та доходів, тим самим зменшуючи їхню економічну незалежність. Крім того, цей стереотип може призвести до того, що чоловіки, які займаються домашніми справами та доглядом за дітьми, стають предметом насмішок або неприйнятності з боку оточення, що ще більше підтримує цей стереотип.

Інший гендерний стереотип полягає у тому, що чоловіки повинні бути більш агресивними та конкурентними, а жінки – більш залагодженими та співпрацюючими. Це може призвести до того, що жінки мають менше можливостей для лідерства та прийняття рішень у робочому середовищі, оскільки їх сприймають як менш конкурентоздатних.

Також існують гендерні стереотипи про те, що чоловіки повинні бути сильними та незалежними, а жінки – слабкими та потребують захисту.

Гендерні стереотипи можуть мати різні форми та проявлятися у багатьох аспектах життя, включаючи сімейне життя, освіту, роботу, масову культуру та соціальні стосунки. Один з найбільш розповсюджених проявів гендерних стереотипів – це розподіл ролей у сім'ї. Жінки часто вважаються тими, хто повинен займатися доглядом за дітьми та домашніми справами, тоді як чоловіки повинні забезпечувати матеріальну підтримку родини. Це може обмежувати

можливості жінок розвивати свої професійні навички та кар'єру, а також чоловіків – брати більшу участь у вихованні дітей та сімейному житті.

Іншим проявом гендерних стереотипів є очікування відповідного одягу та зовнішності. Жінкам часто диктується, як вони мають виглядати та поводитися, щоб відповідати стереотипним уявленням про жіночність. Це може призводити до того, що жінки почуваються обмеженими у виборі свого стилю та зовнішнього вигляду. Також, чоловікам часто накладаються певні вимоги щодо їх зовнішнього вигляду та поведінки, відповідно до стереотипних уявлень про маскуліність.

На основі цього стереотипу формуються уявлення про розподіл сімейних обов'язків: обов'язок жінки — прибирати, готувати їжу, мити посуд, а чоловік, в свою чергу, має добувати гроші, їжу. Ці уявлення закладаються ще з народження, на це впливає виховання батьків та оточення. Саме у багатьох родин мати виконує функції господарки, а батько заробляє гроші, годує родину. Советська влада активно прагнула запровадити концепцію «працюючої матері» [Романенко, 2015, с. 81]. Це вдалося досягти, використовуючи жіночі періодичні видання. Жіноча преса була важливим джерелом інформації для радянських жінок, оскільки з її сторінок вони не тільки дізнавалися про новини суспільства, нові рецепти страв та поради щодо краси і здоров'я, але також непомітно ставали жертвами добре продуманої пропаганди певних ідей, поглядів, стандартів поведінки, моральних норм, вимог і цінностей. Жіноча преса впливала на уявлення про позицію та роль жінки в суспільстві, формувала образ ідеальної матері і дружини, вправної майстрині, працівниці і господині, чим впливала на стереотипи та цінності суспільства [Романенко, 2015, с. 81].

Я вважаю це не поганим, але, на мою думку, жінки повинні також працювати та у родині обов'язки повинні розподілятися 50\50. В Україні, на відміну від країн Заходу, питання гендерних стереотипів не дуже хвилює суспільство, тому що в основному усі були виховані за стандартними поняттями країн колишнього радянського союзу. Феміністичний рух в Україні не набирає ніяких обертів, на відміну від США, де постійно демонстранти пропагують свої наративи серед місцевого населення, основне питання яке їх хвилює, це «слабкість жінок». В

Україні ж члени феміністичного руху вимагають рівності у політичному та суспільному житті. Наприклад, в Україні феміністки хочуть, щоб кількість депутатів та депутаток була рівна, так само й з міністерськими кріслами.

Взагалі актуалізація питання гендерних стереотипів не отримує належної підтримки навіть серед жіночого населення, оскільки в гуманітарних сферах (в Україні) немає ніяких проблем, як це може здатись на перший погляд, хоча для мешканок Сполучених Штатів Америки це може здатися дивним через різний менталітет.

Висновки до розділу 1

Поняття гендеру є складною та багатогранною концепцією, яка відображає соціокультурні уявлення про статеві ролі та їх вираження через мову. Україномовна та англійська мовні спільноти мають відмінності у сприйнятті та вираженні гендерних концепцій через лінгвістичні особливості кожної мови.

Українська мова, як і багато інших європейських мов, має різні форми для чоловічого, жіночого та середнього роду. Граматичний рід української мови додає певні рівні складності у вираженні гендерних аспектів. Це може відображати соціокультурні уявлення про ролі чоловіків та жінок. Українська мова, хоча й має словникові варіанти для відображення гендерних характеристик, проте існують граматичні та лексичні стереотипи, що відображають соціально-культурні уявлення про гендер.

Англійська мова, навпаки, не має вираженого граматичного роду та, на перший погляд, може здаватися менш чутливою до гендерних відмінностей через відсутність різниці у формах слів. Проте, англійська також має відбити у собі стереотипи та вирази, що відображають соціокультурні уявлення про гендер. Наприклад, у вживанні особових займенників (he, she), виборі лексичних одиниць чи у використанні певних фраз можуть містити у собі гендерні аспекти.

Мова, як механізм вираження, відіграє важливу роль у формуванні уявлень про гендерні ролі та стереотипи. Лінгвістичні особливості можуть впливати на

сприйняття гендерних норм у суспільстві. Розуміння цих особливостей сприяє усвідомленню впливу мови на утвердження чи руйнування гендерних стереотипів, сприяючи створенню більш толерантного та рівноправного середовища для всіх, незалежно від їх статі чи гендерної приналежності. Таке усвідомлення важливо для розвитку сучасного суспільства, сприяє створенню рівноправних умов для всіх його членів.

Проаналізувавши тенденцію впливу гендерних та статевих відносин, які формувались з давніх часів по сьогодні, можна зробити певний висновок, що гендерні стереотипи, які підсвідомо реалізуються у повсякденному житті, формують таке поняття, як «роль у суспільстві за статевою приналежністю», та певні соціальні реальності. Гендерна культура передається з покоління у покоління, що формує у нас певні норми, які з часом трансформуються, але не суттєво. Гендерні стереотипи виконують роль формування моделі мислення, поведінки, ролі у житті, що все далі і далі передається у спадкоємство нашим дітям.

Суспільство поступово розвивається, і ці всі стереотипи розмиваються з часом, але все ж таки, більшість чоловіків вважає себе «сильною статтю». На мою думку, ми все ж таки дійдемо до такого, коли жінки будуть працювати на рівні з чоловіками, але щоб це було не примусово, а за власним бажанням, потребами.

Сучасні діти все більш стають освіченими, вже всі розуміють, що багато чого їм було нав'язано в дитинстві. Саме з дитинства у нас з'являється перша уява про світ, де і формуються певні стереотипи, одні з яких – гендерні.

Було зазначено, що у світі поступово з'являються нові види гендеру, і з часом вони будуть прийняті суспільством, оскільки це вже незворотній процес. Зараз, більшій частині людства є дивним так звані «невідомі гендери», «трансгендери». Але люди які підтримують це, постійно про себе нагадують та борються за свої права. Так було і раніше з «ЛГБТ» ком'юніті: люди виходили на мітинги, нагадували про себе, і з часом суспільство приймало нові правила гри. Я вважаю, що через невеликий проміжок часу ми вже будемо сприймати «мультигендерність» як щось звичайне, типове. Я сподіваюсь, що усі

стереотипи, пов'язані із зовнішністю, обов'язками зникнуть, і великої різниці у суспільстві не буде між усіма.

РОЗДІЛ 2. Репрезентація фемінних та маскулінних характеристик у мовній свідомості носіїв певної мови

2.1. Характеристики статей за С. Бем

Публікації С. Л. Бем розкривають її внесок у гендерну психологію, особливо щодо гендерної схеми, гендерної ролі та інших аспектів гендеру.

Гендерна схема (Gender Schema Theory) [Bem, 1974] – це концепція, яка пояснює те, як індивіди виробляють уявлення про гендер та використовують це для розуміння світу. С. Бем розглядає, які гендерні очікування і ролі впливають на сприйняття та поведінку особистості.

Гендерна роль (Gender Role), у теорії С. Бем [Bem, 1974], – розуміння того, як суспільство формує очікування та стереотипи, пов'язані з ролями чоловіків та жінок.

Дослідниця запропонувала концепцію андрогінності [Bem, 1974] – про стан, коли людина поєднує в собі як жіночні, так і чоловічі риси, що призводить до більш гнучкої та різноманітної гендерної поведінки.

Інноваційні були і її підходи до дослідження – С. Бем використовувала експериментальні методи та психологічні тести для вивчення гендерних впливів на сприйняття та поведінку. Деякі дослідники підтримують та розширюють її теорії, а інші висловлюють зауваження щодо обмежень теорії гендерної схеми та поняття андрогінності.

Загалом роботи цієї дослідниці стали фундаментальними для розвитку гендерної психології, сприяючи розумінню та дослідженню впливу гендерних ролей та гендерних очікувань від індивідів.

Згідно з теорією андрогінності [Bem, 1974], такі поняття, як фемінність та маскулінність є не протилежними, а радше незалежними поняттями. Саме ця теорія сповідує таку ідеологію, що кожна людина володіє як фемінними, так і маскулінними характеристиками, і результат праці залежить від вміння проявляти їх правильно, незалежно від обставин, що виникають.

Опитування С. Бем (опитування BSRI) [Bem Sex-Role Inventory] призначено для визначення «гендерної типізованості» або «гендерної нетипізованості» особистості.

Гендерна особистість, за С. Бем, – це «когнітивний конструкт, що є результатом вrostання в культуру» [Bem, 1974]. Під гендерною типізованістю особистості (вираженою маскулінністю у чоловіків і фемінністю у жінок, що виявляються за допомогою опитування BSRI) розуміють засвоєну готовність бачити реальність як природно поділену на поляризовані статеві та гендерні категорії, що відбивається, зокрема, і на самооцінці.

С. Бем розглядає гендерно типізованих особистостей «як людей, найвищою мірою долучених до своєї рідної культури, чий спосіб переробки інформації міг служити вікном у наше розуміння культури в цілому» [Bem, 1974]. Відповідно, гендерна нетипізованість – це незалежність індивідуальної свідомості від гендерних категорій, як культурного конструкту в сприйнятті світу і себе. Конкретно під гендерною нетипізованістю дослідниця розуміє андрогінію особистості.

Пізніше був виділений тип «гендерна недиференційованість», який можна віднести до проявів гендерно нетипізованої особистості, але в порівнянні з андрогінністю – з негативним знаком.

Протягом наступних 40 років опитування BSRI отримало високу популярність в емпіричних дослідженнях гендерної психології. Досвід масового застосування дозволив виявити його основні переваги та недоліки, більш чітко визначити його можливості і вимоги до використання. Базовою і незмінною вимогою до цього опитування є дотримання змістової валідності його шкал – фемінність і маскулінність, оскільки відповідно до концептуальної основи, їх зміст являє собою стереотипні уявлення в певній культурі про «суто чоловічі» і «суто жіночі» особистісні параметри.

Кроскультурні дослідження показують, що зміст шкал маскулінність і фемінність опитування BSRI тільки частково підтверджується на інших культурах. Наприклад, дослідження в Мексиці 1987 року підтвердило тільки вісім пунктів шкали маскулінність і десять пунктів шкали фемінність, а також

додатково виявило характеристики, які не були представлені в BSRI: *зрілий, грубий, ледачий* як маскулінні і *духовна, великодушна, релігійна, нерішуча* як фемінні. Дослідження в Японії також показало серйозні культурні обмеження опитування: були підтверджені тільки 12 характеристик шкали «маскулінність» і 7 – шкали «фемінність».

Згідно з опитуванням С. Бем, розподіл особистісних характеристик відбувся таким чином. До **маскулінних** якостей відносяться такі характеристики: *поводить себе як лідер, агресивний, чесний, аналітичний розум, спортивний, напористий, любить змагатись, відстоює свою думку, доміантний, сильний, має лідерські здібності, незалежний, індивідуальний, легко приймає рішення, мужній, сподівається тільки на себе, самодостатній, сильна персона, бажання мати визначену позицію, любить ризик* [Бем, 1974].

До **фемінних** якостей відносяться такі характеристики: *лагідний, веселий, схожий на дитину, співчуваючий, не використовує погані слова, готовий потішати інших, жіночий, любить їсти, добрий, довірливий, любить дітей, вірний, уважний за потребами інших, сором'язливий, ніжний, розуміючий, сердечний, поступливий* [Бем, 1974].

До **нейтральних** якостей відносяться такі характеристики: *вміння пристосовуватись, марнославний, добросовісний, ввічливий, дружлюбний, щасливий, готовий допомогти, невмілий, ревнивий, приємний, легко піддається змінам у настрої, надійний, скритий, відвертий, серйозний, тактичний, театральний, правдивий, непередбачений, неорганізований* [Бем, 1974].

Середні значення оцінки експертами власної маскулінності та фемінності подано у таблиці 2.1.

Можна побачити, що наведені в таблиці середні значення маскулінних і фемінних якостей, що характеризують експертів-чоловіків та експертів-жінок, не тільки підтверджують велике бажання відповідних якостей статі, але вони розподілились симетрично. Жінки та чоловіки однаково оцінили бажані якості, що відповідають окремій статі. Чоловіки бачуть себе більш маскулінними ніж фемінними, так само і жінки.

Таблиця 2.1.

**Середні значення оцінки експертами
власної маскулінності та фемінності**

Якості	Експерти-чоловіки	Експерти-жінки
Маскулінні	5,59	3,46
Фемінні	3,63	5,55
Різність	1,96	2,09

2.2. Поняття мовної свідомості

Мовна свідомість – це загальна усвідомленість людиною мови як засобу комунікації і джерела інформації. Це складна система знань, переконань, стереотипів і умінь, пов'язаних з мовою, які впливають на сприйняття, використання та оцінку мовних виразів.

Мовна свідомість – це складний та багатогранний концепт, що відображається через усвідомлення та розуміння людиною мови як системи, що впливає на сприйняття, аналіз та використання мовних структур, понять, звичаїв та норм. Це поняття включає в себе різноманітні аспекти, такі як мовні знання, вміння сприймати, розуміти та продукувати мовлення, а також соціокультурні контексти, в яких мова використовується.

Мовна свідомість формується через взаємодію індивіда з мовою впродовж життя. Це включає в себе розвиток мовленнєвих навичок у ранньому дитинстві, навчання мові та літературі в школі, культурне сприйняття мови в суспільстві, індивідуальні мовні практики, використання та сприйняття інших мов, а також соціальні чи політичні контексти, що впливають на мовні уподобання та ставлення до мови.

Мовна свідомість охоплює різні аспекти, до яких зараховано:

1) мовні знання – знання про мовні структури, правила, лексику, фонетику та семантику, які допомагають розуміти та вирішувати мовні завдання;

2) мовне сприйняття – індивідуальна спроможність сприймати мовлення, розрізняти фонему, слухати, читати та розуміти мову;

3) мовне вироблення – здатність висловлювати думки та ідеї за допомогою мови, як у писемній, так і усній формі;

4) мовна рефлексія – уміння аналізувати та розуміти мову, виявляти її особливості, а також сприймати та оцінювати мовні явища та вирази.

Мовна свідомість тісно пов'язана з культурними, історичними та соціальними аспектами, які впливають на сприйняття мови та її використання в різних сферах життя.

Мовна свідомість є динамічною та еволюційною, оскільки змінюється під впливом нових технологій, культурних тенденцій, мовних та лінгвістичних відкриттів. Також вона відрізняється в різних культурних контекстах та між індивідами, враховуючи їхні індивідуальні мовні досвід та сприйняття.

Розуміння мовної свідомості важливе для лінгвістичних та культурологічних досліджень, розвитку мовленнєвих навичок, а також для побудови толерантного та відкритого суспільства, яке поважає культурну різноманітність та мовні права кожного індивіда.

Мовна свідомість охоплює такі аспекти:

- Фонетичний аспект: знання про звуки, їх комбінації та вимову в мові.
- Лексичний аспект: словниковий запас, знання про значення слів, синоніми, антоніми, фразеологізми та інші мовні одиниці.
- Граматичний аспект: знання про правила будови речень, словосполучень, частин мови, форми і часи.
- Синтаксичний аспект: уміння будувати логічні і зрозумілі речення, розуміння мовних структур та зв'язків між ними.
- Семантичний аспект: розуміння значення слів і фраз, вміння розрізняти тонку семантику, виявляти відтінки значення.

– Прагматичний аспект: усвідомлення мовних норм, правил ввічливості, контекстуального використання мови та розуміння комунікативних намірів інших людей.

Мовна свідомість формується в процесі навчання мови, спілкування з оточуючими людьми, а також через сприйняття літератури, медіа та інших джерел інформації. Вона включає як вивчені правила і знання, так і інтуїтивне розуміння мовних явищ.

Мовна свідомість важлива для ефективного використання мови у спілкуванні, розуміння текстів, творчого мислення, вивчення мови як іноземної та взаєморозуміння між мовними спільнотами. Вона допомагає людині усвідомлювати та аналізувати мовні процеси, виражати свої думки, розуміти думки інших людей та взаємодіяти з ними за допомогою мови.

2.3. Бачення фемінних та мускулінних характеристик сучасними українцями

Я створив анкету та поширив її через соцмережі, форуми, щоб кожен зміг пройти опитування [\[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdN0YMSiIIIfP3GeXSEUw8xAz40rwVObVfJq5N5nCUho1Fia-w/viewform\]](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdN0YMSiIIIfP3GeXSEUw8xAz40rwVObVfJq5N5nCUho1Fia-w/viewform) (17 респондентів).

В анкеті респонденти вказують свою стать і вік. Більшість респондентів є жінки (8 чоловіків, 9 жінок), середній вік опитуваних – 25,2 років (див. діаграму на рис. 2.1).

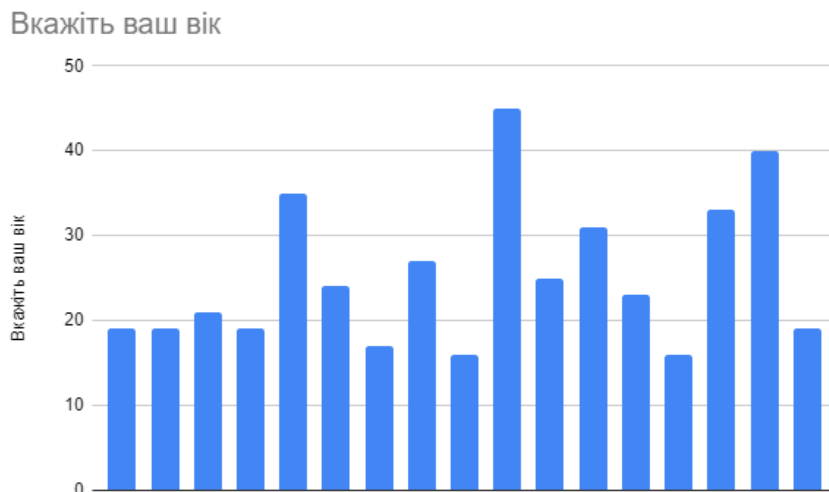


Рис. 2.1.

Вік респондентів

Завдання для опитуваних – віднести характеристики до певної статі.

У своєму опитуванні я використав такі характеристики людини: *агресивна, амбіційна, аналітична, конкурентоздатна, домінантна, вольова, незалежна, самодостатня, впевнена в собі, ласкава, жаліслива, лагідна, урочиста, вірна, сором'язлива, симпатична, довірлива, дбайлива, поступлива, чутлива до потреб інших людина.*

Згідно з опитуванням Сандри Бем [Bem, 1974, с. 2], до чоловічих характеристик належать: агресивний, амбіційний, аналітичний, конкурентоздатний, домінантний, вольовий, незалежний, самодостатній, самовпевнений.

До жіночих характеристик належать: ласкава, довірлива, симпатична, дбайлива, сором'язлива, вірна, поступлива, урочиста, жаліслива, лагідна, чутлива до потреб інших.

За результатами мого опитування, жінки відповіли таким чином (див. таб. 2.2).

Таблиця 2.2.

Віднесення характеристик до певної статі (респонденти-жінки)

Характеристика людини	Жіноча	Чоловіча	Обох
Агресивна	11,1%	55,6%	33,3%
Амбіційна	44,4%	33,3%	22,2%
Аналітична	22,2%	55,6%	22,2%
Конкурентоздатна	33,3%	22,2%	44,4%
Домінантна	-	66,7%	33,3%
Вольова	11,1%	-	88,9%
Незалежна	44,4%	11,1%	44,4%
Впевнена в собі	44,4%	22,2%	33,3%
Самодостатня	22,2%	33,3%	44,4%
Ласкава	66,7%	11,1%	22,2%
Жаліслива	44,4%	22,2%	33,3%
Урочиста	11,1%	11,1%	77,8%
Лагідна	44,4%	-	55,6%
Довірлива	33,3%	22,2%	44,4%
Вірна	44,4%	-	55,6%
Чутлива до потреб інших	55,6%	-	44,4%
Сором'язлива	33,3%	33,3%	33,3%
Симпатична	22,2%	22,2%	55,6%
Дбайлива	22,2%	22,2%	55,6%
Поступлива	11,1%	44,4%	44,4%

З таблиці 2.2 ми бачимо, що респонденти-жінки вважають себе більш рівними, ніж слабкішими за чоловічу стать. Тобто жінки майже не визнають переваги чоловіків у таких характеристиках як: *амбіційність, конкурентоздатність, вольовність, незалежність, впевненість у собі, самодостатність.*

Ці дані відрізняються від результатів опитування Сандри Бем [Bem, 1974]. Порівнявши фемінні характеристики з опитування С. Бем [Bem, 1974] із результатами моєї анкети (див. таб. 2.2), можна побачити, що жінки відносять фемінні характеристики (за анкетною С. Бем [Bem, 1974]) собі, а маскуліні характеристики розподіляють більш порівну між 2 статями.

За іншими результатами опитування, респонденти-чоловіки відповіли так (див. табл. 2.3).

За результатами моєї анкети (див. таб. 2.3), ми можемо побачити, що чоловіки вважають себе «сильною статтю», а жінок – «слабкою», більш ніжною, ласкавою. Чоловіки виокремлюють себе як більш твердих, холоднокровних лідерів.

Сприйняття жінок як менш сильних або більш фемінних ніж чоловіки в українському суспільстві може бути зумовлене різноманітними факторами, включаючи культурні норми, соціальні очікування, вплив медіа, психологічні аспекти та історичний контекст. Давайте розглянемо кілька ключових причин, що можуть впливати на це сприйняття:

1. Культурні норми та традиції: В Україні, як і в інших країнах, існують традиційні уявлення про гендерні ролі. Жінкам часто приписується більш фемінні риси, такі як чутливість, емоційність, турбота про сім'ю та дім, тоді як чоловікам – роль захисника, домінантності та сили. Ці уявлення можуть бути закріплені через культурні норми, передавані через покоління та підтримані у сім'ї, освіті, медіа та інших аспектах життя.

2. Соціальні очікування: Українське суспільство може мати певні очікування стосовно жіночої ролі. Жінки можуть зазнавати тиску з боку соціуму щодо досягнення певних стандартів, пов'язаних з жіночістю та роллю в сім'ї, що може сприйматися як більш фемінне.

3. Медіа та культурні впливи: Представлення жінок у медіа, рекламі, кіно та інших культурних формах може підсилювати уявлення про їхню фемінність та слабкість. Часто жінок зображають у ролі м'яких, чутливих та залежних від чоловіків, що може впливати на сприйняття їхньої сили та незалежності.

Таблиця 2.3.

Віднесення характеристик до певної статі (респонденти-чоловіки)

Характеристика людини	Жіноча	Чоловіча	Обох
Агресивна	37,5%	12,5%	50%
Амбіційна	12,5%	62,5%	25%
Аналітична	-	87,5%	12,5%
Конкурентоздатна	12,5%	62,5%	25%
Домінантна	12,5%	87,5%	-
Вольова	-	50%	50%
Незалежна	25%	50%	25%
Впевнена в собі	12,5%	37,5%	50%
Самодостатня	-	87,5%	12,5%
Ласкава	75%	-	25%
Жаліслива	100%	-	-
Урочиста	37,5%	12,5%	50%
Лагідна	100%	-	-
Довірлива	62,5%	12,5%	25%
Вірна	-	50%	50%
Чутлива до потреб інших	50%	25%	25%
Сором'язлива	87,5%	-	12,5%
Симпатична	62,5%	-	37,5%
Дбайлива	62,5%	37,5%	-
Поступлива	50%	50%	-

4. Психологічні аспекти: Внутрішні переконання, самоідентифікація та усвідомлення гендерної ролі можуть впливати на сприйняття самої жінки про себе. Тиск соціуму або внутрішні переконання можуть призвести до того, що жінки бачать себе як більш фемінні та менш сильні в порівнянні з чоловіками.

5. Історичний контекст: Історично, жінкам надавалася обмежена роль в суспільстві, особливо щодо влади, рішень та зайняття важливих позицій. Це

може вплинути на сприйняття жінки як менш сильної або менш домінуючої особи.

Важливо враховувати, що це сприйняття може бути складним та змінюватися з часом під впливом культурних та соціальних змін. Багато жінок активно працюють над переглядом цих стереотипів і прагнуть до більшої рівності та визнання своїх можливостей та сил у суспільстві.

У той же час, деякі жінки не зовсім з цим згодні, і охарактеризували себе як рівних з чоловіками. Ось і виокремлюється різниця в уявленні своєї ролі у житті чоловіків та жінок.

Відповідно до даних з обох таблиць (див. таб. 2.2 та таб.2.3), ми можемо побачити, що результати мого опитування співпадають з результатами опитування Сандри Бем, характеристики, що відносяться до маскулінних і фемінітивних, збігаються з анкетуванням С. Бем [Bem, 1974].

Респонденти-чоловіки вважають себе сильними, незалежними, самодостатніми, амбіційними, що збігається з результатами аналізу С. Бем [Bem, 1974].

У багатьох культурах, включаючи Україну, спостерігається тенденція до сприйняття чоловіків як домінантних та більш мускулінних осіб порівняно з жінками. Це може бути ускладнене і залежить від різноманітних факторів, які включають культурні норми, історичний контекст, вплив медіа, релігійні або традиційні погляди, а також соціальні структури та психологічні фактори. Давайте розглянемо кілька ключових причин, чому чоловіки можуть бачити себе домінантнішими та мускуліннішими в українському суспільстві:

1. Культурні норми та традиції: Україна, як і багато інших країн, має історичні та культурні норми, що відображають гендерні ролі. Традиційно, у багатьох суспільствах, включаючи українське, чоловіки сприймаються як домінантніші та мускулінніші, тоді як жінки частіше асоціюються з образом ніжності та емоційної чутливості. Це може бути утверджене через культурні норми, які переймаються через покоління та підтримуються у сім'ї, освіті, медіа та інших аспектах життя.

2. Психологічні та соціальні чинники: Психологічні аспекти, такі як самоідентифікація та усвідомлення своєї гендерної ролі, можуть впливати на те, як чоловіки сприймають свою маскуліність. У соціумі також існує тиск на чоловіків щодо досягнення соціальних очікувань, що пов'язані з маскуліністю та силою.

3. Медіа та реклама: Представлення чоловіків у медіа, рекламі, кіно та телевізійних програмах може підтримувати і зміцнювати ці стереотипи. Часто чоловіки зображаються у ролі сильних, домінантних та мускулистих осіб, що може підсилювати уявлення про їх маскуліність в суспільстві.

4. Соціальні очікування: Українське суспільство, як і багато інших, може мати свої очікування стосовно чоловічої ролі, які спонукають чоловіків відповідати певним стандартам маскуліності, включаючи фізичну силу та домінантність.

5. Еволюція ролі гендеру: Останнім часом спостерігається зростання усвідомлення гендерних ролей, їх впливу та сприйняття. Суспільство намагається переглянути старі стереотипи та переоцінити ролі чоловіків та жінок в новому світі.

Важливо пам'ятати, що ці стереотипи можуть бути ускладнені та змінюватися з часом під впливом культурних та соціальних змін. Також варто визнати різноманіття у сприйнятті гендерних ролей серед різних людей та груп українського суспільства.

2.4 Бачення фемінних та мускулінних характеристик носіями англійської мови

Я зробив анкету, яку могли пройти усі охочі [<https://forms.gle/dKxpj55iwur7uLXh8> (9 респондентів)].

В анкеті респонденти вказують свою стать і вік. Більшість респондентів є чоловіки (6 чоловіків, 3 жінки), середній вік опитуваних – 19,4 роки (див. діаграми на рис. 2.2 і рис. 2.3).

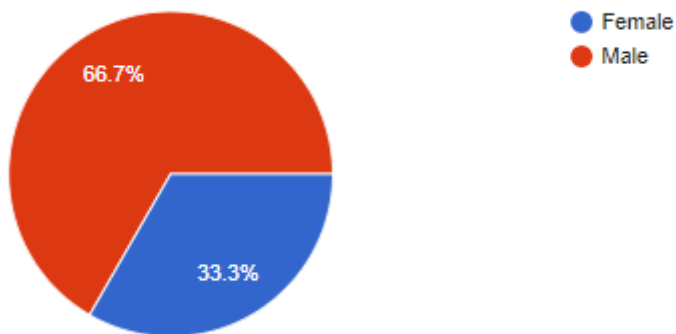


Рис. 2.2.

Стать респондентів

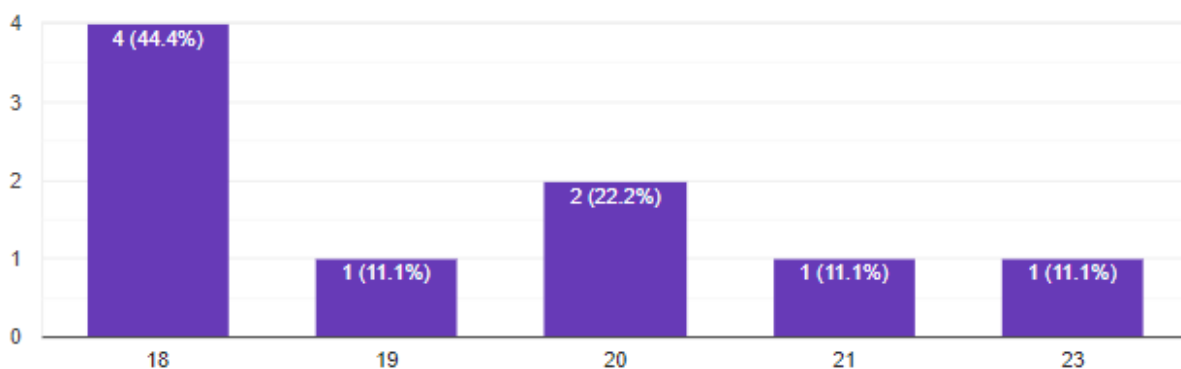


Рис. 2.3.

Вік респондентів

Завдання для опитуваних – віднести характеристики до певної статі.

У своєму опитуванні я використав такі характеристики: aggressive, ambitious, competitive, dominant, forceful, independent, self-reliant, affectionate, compassionate, flatterable, gentle, gullible, loyal, shy, sympathetic, tender, yielding.

Згідно з опитуванням Сандри Бем [Bem, 1974, с. 2], до чоловічих характеристик належать: aggressive, ambitious, competitive, dominant, forceful, independent, self-reliant, self-sufficient.

До жіночих характеристик належать: affectionate, compassionate, flatterable, gentle, gullible, loyal, shy, sympathetic, tender, yielding.

Підсумувавши отримані результати, я склав таблиці (див. таб. 2.4, 2.5).

Таблиця 2.4.

Віднесення характеристик до певної статі (респонденти-жінки)

	Respondent 1	Respondent 2	Respondent 3
Aggressive	Male	Both	Male
Ambitious	Female	Both	Both
Competitive	Male	Both	Both
Dominant	Male	Both	Both
Forceful	Female	Male	Male
Independent	Male	Both	Both
Self-reliant	Male	Both	Both
Self-sufficient	Male	Both	Both
Affectionate	Female	Female	Female
Compassionate	Female	Female	Female
Flatterable	Male	Male	Male
Gentle	Female	Female	Female
Gullible	Female	Both	Both
Loyal	Male	Female	Female
Shy	Male	Female	Both
Sympathetic	Female	Female	Female
Tender	Female	Female	Female
Yielding	Male	Female	Female

У цій таблиці ми бачимо, що респонденти-жінки вважають себе більш рівними, ніж слабкішими за чоловічу стать. Ці дані відрізняються від

результатів опитування Сандри Бем [Bem, 1974]. Порівнявши фемінні характеристики з опитування С. Бем [Bem, 1974] з результатами моєї анкети (див. таб. 2.4), можна побачити, що жінки відносять «фемінні» характеристики (за анкетною С. Бем [Bem, 1974, с. 2]) собі.

Сприйняття рівності чоловіків і жінок базується на комплексі факторів, які включають культурні, соціальні, економічні та особистісні аспекти. Сучасне розуміння рівності гендерів ставить під сумнів традиційні стереотипи, що розглядали жінок як слабшу чи менш конкурентоспроможну половину населення.

Перш за все, уявлення про рівність ґрунтується на принципах справедливості та правах людини. Жінки відчувають потребу визнавати свої права на ті ж можливості та повагу, що й чоловіки. Це необхідно у відповідності до принципів суспільної справедливості та забезпечення рівних умов для всіх.

Підтримка рівних прав жінок та чоловіків базується також на фактах та дослідженнях. Часто ці дослідження показують, що дискримінація за статевою ознакою негативно впливає на суспільний розвиток та процвітання. Відсутність рівних умов у роботі, освіті, управлінні та інших сферах життя призводить до втрати потенціалу та обмежує можливості розвитку суспільства в цілому.

Крім того, жінки відчувають силу та потенціал у собі через свої досягнення. Вони реалізують свої здібності в усіх сферах життя, включаючи науку, бізнес, політику та мистецтво. Численні приклади успішних жінок доводять, що стать не є обмеженням для досягнень.

Культурні зміни в сприйнятті гендерних ролей також грають ключову роль в утвердженні ідеї рівності. Сучасні суспільства набувають більш прогресивне та відкрите бачення статевої ролі. Підтримка рівності іноді стає механізмом подолання стереотипів та передбачень, що раніше обмежували можливості жінок.

Крім цього, велика кількість жінок бере участь у боротьбі за рівність, вони стали активними учасницями різних рухів та організацій, що підкреслює їхню готовність виступати за свої права та вимагати рівних можливостей у всіх сферах суспільства.

У підсумку можу сказати, що сприйняття жінками себе як рівних чоловікам спирається на низку причин, що включають бажання справедливості, підтримку наукових досліджень, власні досягнення та роль суспільних змін у культурному сприйнятті статевих ролей. Це впливає на їхню впевненість у власних здібностях та створює основу для позитивних змін у сприйнятті рівності між статями.

За результатами моєї анкети, ми можемо побачити, що чоловіки вважають себе «сильною статтю», а жінок – «слабкою».

Респонденти-чоловіки вважають себе сильними, незалежними, самодостатніми, амбіційними, що збігається з результатами аналізу С. Бем [Bem, 1974].

Чоловіки та жінки переживають вплив гендерних стереотипів, які формуються у суспільстві через культурні, соціальні та індивідуальні фактори. Одним з таких стереотипів є уявлення про маскуліність як характеристику, яка традиційно пов'язується з чоловічістю, а уявлення про фемінність – з жіночістю. Це може впливати на спосіб, яким чоловіки вважають себе більш маскулітними, ніж жінки.

Перше, що варто врахувати, це соціальне виховання та уявлення, які формують гендерні стереотипи. У багатьох культурах, соціальна роль чоловіка часто асоціюється з маскулітністю, що означає вищі стандарти сили, стійкості, самостійності, сміливості та лідерства. Ці стереотипи можуть бути вбудовані в уявлення про чоловіків у вихованні, освіті, культурних та медійних впливах.

Також, самоідентифікація чоловіків як маскулітних може бути пов'язана з бажанням відповідати соціальним очікуванням і визнанню своєї гендерної ідентичності. Чоловіки можуть відчувати потребу у відчутті своєї маскулітності, адаптуючись до стереотипів, які ставлять їм у завдання досягнути певних стандартів чоловічості.

Таблиця 2.5.

Віднесення характеристик до певної статі (респонденти-чоловіки)

	Respondent 1	Respondent 2	Respondent 3	Respondent 4	Respondent 5	Respondent 6
Aggressive	Male	Both	Male	Male	Male	Male
Ambitious	Male	Male	Male	Male	Male	Both
Competitive	Male	Male	Male	Male	Both	Both
Dominant	Male	Male	Male	Male	Both	Both
Forceful	Male	Male	Male	Male	Male	Male
Independent	Male	Male	Male	Male	Male	Both
Self-reliant	Male	Male	Male	Male	Male	Male
Self-sufficient	Male	Male	Male	Male	Male	Male
Affectionate	Female	Female	Both	Female	Both	Both
Compassionate	Female	Female	Both	Female	Both	Both
Flatterable	Female	Female	Male	Female	Female	Female
Gentle	Male	Female	Female	Female	Female	Female
Gullible	Male	Both	Female	Female	Female	Female
Loyal	Both	Both	Both	Both	Both	Both
Shy	Both	Both	Both	Female	Both	Female
Sympathetic	Female	Female	Both	Female	Both	Female
Tender	Female	Female	Female	Female	Female	Female
Yielding	Both	Female	Both	Female	Female	Female`

Додатково, біологічні відмінності також можуть впливати на сприйняття маскулінності та фемінності. Фізіологічні різниці, такі як вищий рівень тестостерону у чоловіків, можуть бути пов'язані з розвитком м'язової маси, сили та інших атрибутів, які часто асоціюються з маскулінністю.

У медіа та рекламі також відображається уявлення про маскулінність, представляючи чоловіків у ролі сильних, енергійних, впевнених у собі та успішних. Це може підтримувати чоловіків у сприйнятті себе як більш маскулінних, ніж жінки.

Проте важливо пам'ятати, що ці стереотипи не охоплюють всіх чоловіків або жінок і можуть бути суб'єктивними у своїй природі. Багато чоловіків можуть відчувати тиск відповідати цим стандартам маскулінності, в той час як інші можуть відчувати більшу свободу у вираженні різноманітності власної особистості.

Отже, чоловіки вважають себе більш маскулініми, ніж жінки, в значній мірі через гендерні стереотипи, соціальні очікування, внутрішні бажання відповідати цим очікуванням та біологічні фактори. Усвідомлення та діалог щодо цих стереотипів можуть сприяти більш рівному та вільному вираженню гендерної ідентичності.

Сприйняття гендерних стереотипів може відрізнятись між західними країнами та Україною через культурні, історичні, соціальні та політичні контексти, які впливають на уявлення про гендер та ролі чоловіків і жінок. Ось деякі ключові аспекти порівняння:

1. Культурні особливості та традиції:

- У країнах Заходу, таких як країни Європи та Північної Америки, спостерігається більша відкритість до різноманіття гендерних ролей. Тут відбувається активний рух у боротьбі зі стереотипами, підтримкою гендерної рівності та інклюзії різних гендерних ідентичностей;

- Україна має свої традиційні гендерні уявлення, які можуть бути більш консервативними. Тут може бути більш виражена традиційна модель гендерних ролей, де чоловіки сприймаються як доміантніші, а жінки – відповідальними за сім'ю та дітей.

2. Соціальні та економічні впливи:

– Економічна та соціальна розвинутість країн Заходу часто сприяє більш прогресивним уявленням про гендер та ролі. Висока рівність статей, розвинута освіта та економіка можуть сприяти більшому зростанню свідомості про гендер.;

– В Україні соціально-економічні виклики, а також вплив традиційних цінностей, можуть зберігати старі гендерні стереотипи в суспільстві.

3. Рухи громадської активності та політичні ініціативи:

– Західні країни: Активні громадські рухи, феміністичні організації та політичні ініціативи активно сприяють розвитку гендерної рівності та боротьбі зі стереотипами.

– Україна: Останнім часом в Україні спостерігається зростання уваги до цих питань. Громадські ініціативи працюють над сприянням рівності статей та подоланням стереотипів, але зусилля ще потребують розвитку та підтримки.

4. Медіа та культурні впливи:

– У медіа країн Заходу може бути більше уваги до представлення різноманітності гендерних ролей та ідентичностей.

– Традиційні стереотипи можуть бути більш укоріненими в українських медіа та культурі, але останнім часом відбувається зміна у сприйнятті цих питань.

Загалом, відмінності в сприйнятті гендерних стереотипів між західними країнами та Україною зумовлені культурними, соціальними та політичними різницями, але за останні роки спостерігається зростання уваги до гендерної рівності.

Висновки до розділу 2

Ми бачимо, що жінки ставляться більш прагматично до характеристик, більшість з них відносять «маскулінні» характеристики до обох статей, що не збігається з думками чоловіків. Можна побачити, що відповіді жінок дещо відрізняються від статистики С. Бем, але можливою причиною розбіжностей є мала кількість респондентів. Жінки вважають себе такими ж амбіційними,

самостійними, самодостатніми як чоловіки, що не притаманно відповідям «сильної» статі. Все ж таки існує невелика тенденція щодо рівності обох статей, і простежується вона в основному у відповідях, що надали жінки. Більшість жінок, згідно з опитуванням, вважає себе рівними з чоловіками, такими ж амбіційними, самостійними, самодостатніми. Чоловіки ж, в свою чергу, вважають рівними такі характеристики, як: вірний, сором'язливий, що відрізняється від думок жінок. Деякий дисбаланс думок можна побачити з отриманих даних, але все ж таки можна зробити висновок, що характеристики *ласкава, довірлива, симпатична, дбайлива, сором'язлива, вірна, поступлива, урочиста, жаліслива, лагідна, чутлива до потреб інших* відносяться більше до жіночої статі, що збігається з таблицею характеристик С. Бем.

Різниця між результатами опитування полягає в тому, що чоловіки категорично вважають себе сильнішими за жінок, а жінки вважають себе більш рівними. Жінки визначили, що їм більше притаманні м'які характеристики, ніж чоловікам, які теж так вважають. Жіночі характеристики з мого опитування, повноцінно збігаються з такими у опитуванні С. Бем. Жінки все ж таки в підсвідомості вважають себе більш ніжними, лагідними за чоловіків, але певні маскулінні характеристики поділяють порівну. Я підтримую думку про те, що жінки можуть бути такими ж амбітними, як і чоловіки, мати гарну посаду, досягати певних висот.

У сприйнятті гендерних стереотипів в україномовному та англійськомовному середовищі існують певні відмінності, які відображають культурні та соціальні особливості кожного з цих середовищ.

Україномовна спільнота, враховуючи традиційні цінності та культурні уявлення, може мати більш прив'язана до стереотипів сприйняття гендерних ролей. Традиційні очікування та ролі чоловіків і жінок у суспільстві можуть бути більш жорсткими та чітко визначеними. Україномовна культура може надавати великого значення традиційним гендерним ролям, де жінки співвідносяться з обов'язками у сфері дому та сім'ї, тоді як чоловікам присвоюються ролі годувальників сім'ї і захисників. Це може створювати певні очікування та обмеження щодо реалізації особистого потенціалу та вибору кар'єрного шляху.

Натомість, англomовна культура, хоча також може мати стереотипи, проте відображає більшу різноманітність та гнучкість у розумінні гендерних ролей. Сучасне англomовне середовище частіше відкрите для різноманіття та більшого спектру гендерних виборів. Зазвичай більше акцентується на індивідуальній свободі та можливостях, де жінки та чоловіки мають більше варіативності в обранні кар'єрних шляхів та вирішенні особистих цілей.

Слід відзначити, що в останні роки у багатьох країнах, включаючи і Україну, спостерігається збільшення уваги до рівноправ'я та рівності статей. Це призвело до більшої уваги до гендерних питань, зменшення стереотипів та підвищення усвідомлення про необхідність більш рівного та інклюзивного суспільства.

Несуттєво, у якій культурі, гендерні стереотипи можуть впливати на багато аспектів життя, включаючи освіту, професійний розвиток, сімейні стосунки та соціальну взаємодію. Розуміння різниці у сприйнятті гендерних стереотипів між україномовною та англomовною культурами важливе для розвитку більш толерантного та рівноправного суспільства, де будуть заохочені індивідуальність, різноманіття та можливості для всіх, незалежно від статі чи гендерної належності.

ВИСНОВКИ

Люди поступово змінюють своє сприйняття гендерних стереотипів через низку факторів, які включають в себе еволюцію соціокультурного середовища, зміни в освіті, розвиток медіа, активну громадську діяльність, наукові відкриття та зміни в політичному і економічному ландшафті. Ось деякі ключові фактори, що сприяють цьому процесу:

1. Соціокультурні зміни: Суспільство постійно зазнає змін у соціальних, економічних і культурних аспектах. Старі гендерні моделі можуть втрачати свою актуальність через розвиток соціальних цінностей, прийняття різноманітності та більшої відкритості до інклюзивності.

2. Роль освіти: Освіта відіграє важливу роль у формуванні гендерних уявлень. Зміна у навчальних програмах, уведення гендерних студій та освітніх ініціатив спрямованих на підвищення усвідомленості, може впливати на переосмислення стереотипів.

3. Розвиток медіа: Медіа великою мірою впливають на гендерні уявлення. Зміна підходу до представлення героїв у фільмах, серіалах, журналах на користь різноманітності гендерних ролей допомагає руйнувати старі стереотипи.

4. Громадська думка та активізм: За останні роки зросла активність громадських організацій, феміністичних груп, ініціатив і платформ, які працюють над розширенням обізнаності про гендер та підтримкою рівності.

5. Наукові дослідження: Наукові відкриття в галузі психології, соціології, гендерних досліджень розкривають нові аспекти гендерних стереотипів та допомагають людям зрозуміти їхню умовність і штучність.

6. Політичний та економічний вплив: Зміни у політичному ландшафті та економічному розвитку можуть впливати на гендерні стереотипи. Політичні рішення, які сприяють рівності, а також розвиток рівних можливостей у сфері праці, можуть сприяти змінам у гендерних уявленнях.

7. Глобалізація та культурний обмін: Сучасний світ відкритий для культурного обміну та глобальної взаємодії, що дозволяє розповсюджувати нові гендерні уявлення та ідеї.

Ці фактори взаємодіють між собою, створюючи середовище, де зміна гендерних стереотипів є постійним та динамічним процесом. Це сприяє розширенню горизонтів у розумінні гендерної ідентичності та сприяє руху до більш рівних та інклюзивних суспільств.

Дослідження стосовно самооцінки маскулінності серед англомовних та україномовних груп може бути складним, оскільки сприйняття маскулінності відрізняється в різних культурах і може залежати від різних чинників, таких як соціальні стереотипи, традиції, культурні особливості та індивідуальні переконання.

Наукові дослідження показують, що у багатьох культурах існує соціальна уява про те, як повинен поводитися «справжній чоловік» або «жіночний» ідеал, що визначається певними рисами поведінки та характеристиками. Однак ці уявлення можуть бути різними в різних культурах і групах людей.

У країнах англомовного світу, включаючи США, Велику Британію, Канаду та інші, відбувається активне обговорення та переосмислення традиційних уявлень про маскулінність та жіночність. Зростає увага до різноманіття гендерних ролей, сприйняття гендерної ідентичності та відмови від стереотипів.

Україна також пройшла подібний шлях у боротьбі за рівність гендерів та зміни уявлень про маскулінність і жіночність. В останні роки спостерігається збільшення уваги до прав жінок, створення сприятливих умов для розвитку їхнього потенціалу та протидії стереотипам.

Щодо того, хто більш схильний вважати себе більш маскуліним серед англомовних та україномовних груп – чоловіки чи жінки, можна сказати, що це залежить від культурних особливостей кожної окремої групи. У деяких культурах чоловіки можуть відчувати більший тиск щодо дотримання стереотипів маскулінності, що може призвести до більшої схильності вважати себе маскуліними порівняно з жінками.

Однак зростаюча свідомість про різноманіття гендерних ролей може призвести до зміни цих уявлень. Жінки можуть більше або менше ідентифікувати себе з маскулініними рисами в залежності від індивідуальних уподобань та внутрішньої самоідентифікації.

Зокрема, у країнах, де відбуваються активні дискусії щодо ролі гендеру, більша увага приділяється вивченню і прийняттю різноманіття гендерних ідентичностей. Це може призвести до того, що як чоловіки, так і жінки можуть по-різному сприймати себе у контексті маскуліності та жіночності.

У кінцевому підсумку, самооцінка маскуліності серед англomовних та україномовних груп може бути комплексним і залежить від багатьох чинників, таких як культурні впливи, суспільні очікування, особисті переконання та індивідуальні досвіди. Чоловіки і жінки можуть мати різні погляди на власну маскуліність залежно від унікальних умов свого оточення та індивідуальних переконань.

Проаналізувавши статті, різні опитування, та провівши своє аналогічне опитування, я дійшов до думки, що незважаючи на світові тенденції щодо «рівності» обох гендерів, суспільство не сприймає це повністю. Чоловікам притаманні сильні якості характеру, а жінкам більш м'які, що можна побачити з опитування С. Бем і власного опитування, і можна зробити висновок, що світове населення вважає жінок слабкішими за чоловіків, так званою «слабкою статтю». Тенденція «рівності» серед жінок у світі стає все більш масштабною, але на даний момент ми можемо бачити, що більшість людей не готові сприймати жінок, як рівних за характеристиками з чоловіками, хіба що деякий відсоток все ж таки змінив свою думку. Опитування Сандри Бем проводилося у 1974 році, і результати її опитування відрізняються від результатів мого опитування. Жінки прагнуть бути більш самостійними та вважають себе рівними з чоловіками, а ось результати опитування респондентів-чоловіків збігаються з результатами С. Бем. З цього можна зробити висновок, що лише невеликий відсоток опитуваних змінили свою думку. У світі не може існувати рівноправ'я, адже більшість не вважає обидва гендери рівними, що впливає на кар'єру, соціальне життя, рівень послуг тощо. Саме на підсвідомому рівні формуються стереотипи

щодо гендерної нерівності, не однакове відношення одної статі до іншої формує гендерну нерівність. Чоловіки вважають себе сильнішими, більш самодостатніми, більш незалежними, жорсткішими, вони не визнають рівність з жінками, саме це і формує певний дискомфорт для «слабкої статі» у суспільстві. Чоловік асоціюється у суспільстві з такими рисами, як рішучий, сильний, холонокровний, може виконувати важливі задачі, може брати відповідальність. Більшість жінок з мого опитування вважає, що вони так само амбіційні, сильні, самодостатні. Цікаво, що в деяких країнах у більшості сімей панує патріархат, де жінка готує, прибирає, виконує усі функції домогосподарки, а чоловік заробляє гроші, виступає у ролі добувача. У таких сім'ях в основному мати виховує дитину, що прививає їй такі ж самі традиції. У свідомому віці діти вже можуть визначатися зі своєю роллю у житті. Як правило, більшість дітей з патріархальних сімей, де чоловік головний, за все вирішує тільки він, а жінка відповідає за накритий стіл та чисту одягу, зароджуються такі стереотипи, як «чоловік повинен бути сильним, головним, рішучим, відповідати за все, а жінка повинна підкорятися йому, бути домогосподаркою». Через такі правила життя, багато жінок не працюють, а лише слідкують за домішкою. Чоловікам вкладають у голову з самого дитинства, що вони не повинні бути м'якими, ніжними, і т.д., бо це дуже жіночно. Але суспільство поступово змінюється, і ми бачимо динаміку серед опитуваних, що жінки так само вважають себе амбіційними, перспективними, незалежними, сильними. І тому, можливо, через декілька десятків років, 2 статі будуть повноцінно рівними між собою, у порівняннях, у правах, зникнуть перепони у різних сферах життя. На мою думку, чоловікам все ж таки більш притаманні жорсткі характеристики, такі як: сильний, самодостатній, агресивний, я пояснюю це тим, що навіть в опитуваннях Сандри Бем, та в моїй анкеті, респонденти-жінки вказали, що «фемінні» характеристики притаманні в основному жінкам. Але, я вважаю, ще раз це зазначу, що як жінки, так і чоловіки можуть займати керівні посади, досягати успіхів, мати амбіції, і т.д. Це не залежить від статі людини, це скоріш залежить від бажання, мотивації щось для цього робити. Так, багато жінок було виховано «скромними», і багато саме через це не досягає успіхів в кар'єрі, більшість

обирає працювати на непримітних посадах. Дуже багато стереотипів з'являється з дитинства, що з часом стає зрозуміло, бо ми починаємо дивитися на проблеми ширше, ніж раніше. Проаналізувавши різні дослідження, можна зробити висновок, що чоловіча стать сприймається сильною, незалежною, амбіційною. Звісно, ми не кажемо про усіх, але більшість вважає так. Опитування Сандри Бем нам цьому доказ. Роль жінок не можна применшувати, адже вони більш успішні за чоловіків у різних сферах, починаючи з творчих, закінчуючи кулінарними, це моя суб'єктивна думка. На моє переконання, людям з самого дитинства повинні вкладати у голову, що не має суто жіночих чи суто чоловічих справ, інтересів, занять тощо, кожен має жити, як йому захочеться, і тому люди почнуть все менше звертати увагу на свій гендер, та будуть робити, те, що їм до душі, носити улюблений одяг не задумуючись, що про тебе скажуть на вулиці. Саме це вирішить ще одну проблему – булінг. Багато дітей через ті ж самі гендерні стереотипи піддаються постійним образам: хтось вдягнув не ту футболку, чи штани дуже широкі – дуже гарний привід для приниження «не такого» як усі. Але щодо характеристик, я не вважаю жінок рівними по силі, з чоловіками. Генетично так склалося, що більшість чоловіків крупніше за жінок. Навіть якщо подивитися візуально, складається враження, що тільки через те, що чоловік вище, то він сильніше, що й розвиває саме таке уявлення. Усі стереотипи викоренити не можливо, але суттєво зменшити їх роль у суспільному житті можливо, доповідаючи дітям про таку проблему з раннього віку, висвітлюючи зазначене питання у новинах, телепрограмах, фільмах, серіалах тощо. Але я вважаю що це має бути здійснено обережно, не використовуючи елементи пропаганди, адже це може викликати зворотну реакцію. Люди повинні усвідомлювати та поступово змінювати свою думку, реакцію на якісь явища, дії, і тому подібне. Адже змусити людину думати, діяти та реагувати по іншому не можна, тільки висвітлення проблеми допоможе задуматись про неї, а не примушення.

Зміна у сприйнятті гендерних стереотипів суттєва з багатьох причин, і це є важливою складовою сучасного суспільства, яке працює над розвитком рівних

та інклюзивних умов для всіх. Нижченаведені аргументи розглядають як ключові для зміни у світосприйнятті гендерних стереотипів:

1. Рівність та справедливість: Гендерні стереотипи створюють нерівність у суспільстві. Вони обмежують можливості та очікування для осіб на основі їхньої статі, утверджуючи певні ролі та обмеження. Зміна у сприйнятті допоможе підтримати більшу рівність між чоловіками та жінками у всіх сферах життя, включаючи робоче середовище, освіту, політику та багато інших аспектів.

2. Культурне різноманіття: Зміна у сприйнятті гендерних стереотипів сприяє більшій культурній різноманітності та інклюзії. Вона дозволяє кожній особі вільно вибирати свою гендерну ідентичність та відчувати себе комфортно в суспільстві, не боячись поганих стереотипів або прикмет.

3. Здоров'я та благополуччя: Гендерні стереотипи можуть впливати на здоров'я та психічне благополуччя. Суворі очікування та обмеження, які ставляться перед чоловіками та жінками, можуть призводити до стресу, низької самооцінки та невдач. Зміна у сприйнятті сприятиме створенню більш підтримуючого та відкритого оточення для кожної особи.

4. Економічний вплив: Рівність в гендерах сприяє економічному розвитку. Забезпечення рівних можливостей для чоловіків і жінок у робочих місцях, управлінні та підприємництві стимулює інновації, творчість та ефективність, що призводить до загального підвищення економічного добробуту.

5. Боротьба з насильством та дискримінацією: Гендерні стереотипи часто підтримують насильство, дискримінацію та нерівність. Зміна у сприйнятті допомагає суспільству розуміти, що такі стереотипи ведуть до несправедливості та негативного впливу на життя людей.

6. Розвиток суспільства: Зміна гендерних стереотипів сприяє розвитку суспільства. Це дозволяє суспільству стати більш відкритим, толерантним та прогресивним, забезпечуючи рівність прав для всіх його членів.

Отже, зміна у сприйнятті гендерних стереотипів є критично важливою для розвитку сучасного суспільства, що працює над створенням більш справедливого, рівного та інклюзивного оточення для всіх його членів. Це

сприяє розвитку культури толерантності, поваги до індивідуальної свободи та відкритості до різноманітності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Bell Hooks "Feminist Theory: From Margin to Center" 1984 с. 33-37
2. Raewyn Connell "Gender and Power: Society, the Person, and Sexual Politics" 1987 с. 187-193
3. Anne Fausto-Sterling "Sexing the Body: Gender Politics and the Construction of Sexuality" 2000 с. 234-236
4. Deborah Cameron "The Myth of Mars and Venus: Do Men and Women Really Speak Different Languages?" 2007 с. 2-4
5. М. В. Кравченко "Гендерна ідентичність та репрезентація українських жінок у медіа" 2021 с. 55-62
6. Н. М. Виноградова "Гендерна ідентичність у сучасному українському суспільстві" 2020 с 15-17
7. В. І. Коваленко "Гендерна рівність та стереотипи українців" 2013 с. 4-9
8. О. В. Кушніренко "Гендерні ролі в українському суспільстві: історичний аспект" 2019 с. 217-220
9. Л. П. Заяць "Гендерні стереотипи в українському суспільстві: аналіз та перспективи" 2012
10. С. О. Литвиненко "Гендерні стереотипи в українському суспільстві: динаміка та особливості" 2012 с. 33-34
11. "Гендерні стереотипи та перспективи їх подолання в українському суспільстві" - О. С. Савченко
12. Л. С. Дмитрієва "Мовна реалізація гендерних стереотипів українців" 2020 с. 12-18
13. І. О. Мельник "Поняття гендерних стереотипів у сучасному українському мовленні"

14. О. П. Горбенко "Соціокультурні виміри гендерних стереотипів в українській мові" 2023 с. 31-36
15. А. Сміт «Гендерна соціологія»
16. В. Л. Лапшина, «Гендерні стереотипи в професійній сфері: витоки, стан та перспективи існування» - 2020
17. Фролов Р.С «Гендерні стереотипи та їх прояви» 2020
18. «Гендерні стереотипи» - Wikipedia
19. Надія Гербут «Теоретико-методологічні засади гендерних досліджень» 2012 с. 1-12
20. Barbara Ehrenreich "The Hearts of Men: American Dreams and the Flight from Commitment" 1983
21. S. Bem «Bem Sex-Role Inventory» 1974.
22. Chimamanda Ngozi Adichie "We Should All Be Feminists" 2014
23. Judith Butler "Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity" 1990 с. 64-71
24. Gloria Anzaldúa - "Borderlands/La Frontera: The New Mestiza" 1987 с. 11-15
25. Michael Kimmel - "Manhood in America: A Cultural History"
26. S. Bem "The measurement of psychological androgyny". () 1974
27. U.S. issues its first passport with 'X' gender marker (CNCB) 2021
28. Адрійченко Ю. В. <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2020.44.21>
29. Гендерні стереотипи та їх реалізація у мовній картині сербського соціуму / Дарія Гамулець. 2020
30. Лариса Магдюк «Гендерні стереотипи. Вплив гендерних стереотипів на представлення жінок і чоловіків на ринку праці» 2011 с.7-11
31. Ірина Ковальчук - "Гендерна семантика в українській мові"
32. Лариса Лисенко - "Мовні засоби репрезентації гендерної ідентичності"

33. Маслова Ю. П. “Особливості розвитку гендерних лінгвістичних досліджень в Україні й закордоном//Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна. 2015. Вип. 57. С. 100–105.
34. Наталія Вовкодав - "Гендерні стереотипи в українській мові"
35. Оксана Мельник - "Гендерна лінгвістика: теоретичні аспекти"
36. Основи теорії гендеру: юридичні, політологічні, філософські, педагогічні, лінгвістичні та культурологічні засади: монографія / ред. Л. Р. Наливайко, І. О. Грицай. К.: «Хай-Тек Прес», 2018. 348 с.
37. Романенко О. В. До питання історії появи у лінгвістиці термінів гендер, маскуліність, фемініність//Мова. 2015. № 23. С. 79–83.
38. Тетяна Іванова - "Гендерна лексика: відображення соціокультурних стереотипів" 2011

A handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, overlapping strokes that form a stylized, abstract shape.

Анотація

Замишляк Н. В. Репрезентація гендерних стереотипів у свідомості носіїв української та англійської мов

Сучасне суспільство активно переосмислює ролі гендерів та стереотипи, пов'язані із чоловіками та жінками. Ця дипломна робота спрямована на аналіз репрезентації гендерних стереотипів у мовній свідомості представників української та англійської культур. Вона ставить за мету дослідити відмінності та схожості у сприйнятті гендерних стереотипів у вищезазначених мовних спільнотах та визначити вплив культурних контекстів на їх формування.

Методологія дослідження базується на комплексному підході, включаючи опитування та спостереження. Дослідження спрямоване на виявлення стереотипів, які створюються та поширюються у спільноті кожної з досліджуваних мовних груп.

Під час аналізу встановлено, що існують певні відмінності у сприйнятті гендерних характеристик між українцями та англійськими особами, що може бути пов'язано з культурними особливостями та медійним впливом.

Отримані результати є актуальними у контексті формування світогляду та усвідомлення впливу гендерних стереотипів на суспільство. Вони можуть слугувати основою для вироблення стратегій, спрямованих на підвищення гендерної освіченості та припинення упереджень у суспільстві.

Проведене дослідження надає поглиблене розуміння впливу суспільних чинників на формування гендерних стереотипів, а також пропонує окремі стратегії подолання цих стереотипів у сучасному світі.

Ключові слова: гендер, стать, стереотип, мовна свідомість, носій української мови, носій англійської мови, спільнота.

Summary

Zamyshlyak N. Representation of gender stereotypes in the consciousness of Ukrainian and English speakers

This research focuses on analyzing the perception of gender stereotypes among individuals from Ukrainian and English-speaking communities. The primary objective is to explore the multifaceted dimensions of gender-based perceptions prevalent within these linguistic groups, considering societal context.

The study employs a multifaceted methodology, encompassing surveys and observations. It aims to identify, dissect, and comprehend the prevalence of gender stereotypes within both Ukrainian and English-speaking societies.

By comparing and contrasting the perception of gender characteristics between Ukrainian and English speakers, the investigation helps to discern distinctive cultural influences and differences in the interpretation of gender stereotypes.

The research seeks to provide insights into the gender marked adjectives and how they manifest gender roles differently within Ukrainian and English-speaking communities.

This examination is aimed at contributing to a deeper understanding of the complexities surrounding gender stereotypes and their portrayal in diverse cultural contexts.

Key words: gender, sex, stereotype, language consciousness, Ukrainian speaker, English speaker, community