

УДК 316.346.2:17.022.1

**Е. В. Бакаева, асп.****Одесский национальный университет им. И. И. Мечникова,  
Институт социальных наук, кафедра социологии**

## **ТЕНДЕРНЫЕ КОНСТРУКЦИИ ЦЕННОСТНЫХ ПРИОРИТЕТОВ, ИНТЕГРИРУЮЩИХ ОБЩЕСТВО**

**В предложенной работе рассматривается проблема социального конструирования тендера. Определена интегрирующая функция социального конструирования, а также роль тендерных конструкций в обществе. В сообщении рассмотрены различные компоненты социальных конструкций, отражающие возможные измерения социума. Используются данные эмпирического исследования тендерных конструкций, функционирующих в условиях переходного состояния украинского общества.**

**Ключевые слова:** тендерные конструкции, тендерные идеалы, интеграция общества.

Известно, что все в жизни существует в мужском и женском вариантах. Так, сфера чувств, эмоциональные реакции, поведенческие стереотипы, социальные отношения, системы морали, ценностей, целей, культура, быт, политика — не являются нейтральными относительно мужчин и женщин. Соответственно человеческие деяния пронизаны признаками пола, т. е. имеют мужскую или женскую окраску. При этом различия в поведении мужчин и женщин формируются главным образом в процессе их социального обучения и идентификации с определенным тендером, а биологические различия становятся скорее сигналом, нежели причиной дифференциации социальных ролей.

Сегодня вряд ли кто будет отрицать физиологическое своеобразие полов, однако немногие согласятся с тем, что мужчины и женщины имеют принципиально различное социокультурное предназначение. Но именно социально-культурные различия между полами в маскулинном и феминном поведении — различия в мотивах, интересах, личностной направленности и другие — составляют суть тендерных конструкций. Однако реальные различия индивидуализированы: в каждом конкретном случае они могут оказаться не так существенны, как это представлено в тендерных конструкциях, либо значительно превосходить их диапазон. Хотя тендерные различия не являются природно-обусловленными и в связи с этим обязательными в жизни мужчины и женщин, общество конструирует их, вследствие чего они пронизывают все сферы человеческой жизни на всех уровнях.

Возникают вопросы: каковы социальные функции этого конструирования, какую роль в обществе играют тендерные конструкции? Социальное конструирование предполагает формирование посредством культуры, социума черт поведения, считающихся социально соответ-

ствующими мужчинам и женщинам. При этом сами социальные конструкции состоят из различных компонентов. К последним относятся, во-первых, комплекс культурных символов, вызывающих у членов сообщества, принадлежащих к определенной культуре, множественные образы. Во-вторых, это те нормативные требования, которые определяют спектр возможных интерпретаций смысловых значений имеющихся символов и находят свое выражение в научных, правовых, политических, религиозных и педагогических доктринах. В-третьих, это социальные институты и организации, в которые входят не только система родства и семья, но и такие гендерно-дифференцированные институты, как рынок рабочей силы, система образования и государственное устройство. И, наконец, существенное место в тендерных конструкциях занимает такой важнейший элемент, как самоидентификация личности [1, 45].

Как видим, в тендерные конструкции заложены характеристики всех возможных измерений социума: системно-структурного, социокультурного и индивидуально-личностного. Однако сейчас, в процессе перехода от патриархальной культуры к биархальной, где, как предполагается, мужское и женское начала в общественной жизни должны быть относительно сбалансированы, в повседневной жизни мы все же постоянно в той или иной форме сталкиваемся с тендерными различиями, которые являются выражением некоторого соглашения относительно возможности проявлять те или иные качества [2, 18]. В максимально обобщенной форме эти различия представлены тендерными стереотипами, которые, хотя и выражаются завуалированно, но все же по-прежнему существуют.

Хотя тендерные конструкции не представляют собой "фиксированные" условия, и образ пола и нормы поведения мужчин и женщин не являются "естественными" или "определенными нашей природой", а обусловлены обществом и становятся понятными в процессе социальных взаимоотношений. Противостоять уже сложившимся тендерным конструкциям всегда трудно. Освобождение от них похоже на расставание с привычкой. Отчасти они действуют как неосознаваемый, непреднамеренный ответ на то, каковы мужчины и женщины. Тендерные конструкции могут быть заложены в детстве, в родительской семье и закреплены на бессознательном уровне [3, 443].

Однако на фоне провозглашения приоритета прав личности над правами государства в условиях специфического переходного состояния нашего общества происходит изменение уже существующих и формирование новых тендерных конструкций, соответствующих новым потребностям общества. Институционализация тех или иных конструкций обусловлена тем, насколько они удовлетворяют изменяющимся потребностям членов общества. В этом и состоит интегрирующая функция тендерных конструкций. Однако сохранение равновесия в обществе может осуществляться таким образом, что потребности одних людей удовлетворяются за счет других. Хотя сами тендерные конструкции и возникают из потребностей общества, однако распрост-

ранение и ускорение в обществе получают только те из них, которые наиболее адекватны условиям, сложившимся в обществе в определенный период времени. Этим объясняется многообразие тендерных конструкций в различных культурах, а также их изменение со временем. При этом сходные тендерные конструкции в одних обществах могут привести к интеграции, а в других, напротив, его дезинтегрировать.

Приведу далее результаты исследования "Тендерные различия ценностных ориентацией молодежи", проведенного в феврале 2000 г. в городе Одессе. Программа и инструментарий исследования подготовлены автором совместно с А. И. Малык Было опрошено 110 студентов I—III курсов отделений социологии и политологии Института социальных наук Одесского национального университета. В выборку попало 40 мужчин и 70 женщин. Студенческая молодежь — это поколение только вступающее в общественную жизнь, которое адаптируется к сложившимся условиям и ценностям и одновременно противостоит им, пытаясь найти свой путь, изменить социальную реальность. Результаты исследования показали, что в ответах респондентов не существует определённо выраженной направленности на традиционные или модернистские ценности (независимо от пола респондентов).

Таблица 1

**Распределение мнений опрошенных относительно следующего суждения: "Что для Вас является наиболее значимым, наполняет Вашу жизнь ценностями?"**

Ценности	Женщины		Мужчины	
	% от числа опрошенных	ранг	% от числа опрошенных	ранг
Высшее образование	27	7	30	6
Самосовершенствование и развитие	28	6	49	2
Материальное благополучие	44	4	49	2
Счастливая совместная жизнь	53	3	39	4
Высокое положение в обществе, карьера	34	5	36	5
Дружба, любовь	61	1	57	1
Интересная работа	34	5	36	5
Хорошее здоровье	60	2	44	3

Так, при ответе на вопрос "Что для Вас является наиболее значимым, наполняет Вашу жизнь ценностями" на верхний уровень в ранговой шкале у мужчин и у женщин вышла ценность "дружбы и любви". Однако различия в ранжировании ценностей имеются. На втором и третьем месте у женщин ценность хорошего здоровья и счастливой семейной жизни. У мужчин эти места заняли ценности самосовершенствования и развития; материального благополучия и хорошего здоровья. Четвертое место по значимости у женщин заняла ценность материального благополучия, а у мужчин — ценность счастливой семейной жизни, ценность, традиционно не характерная для мужского пола. Остальные же ценности (высшее образование; высокое

положение в обществе, карьера; интересная работа) заняли примерно одинаковое место и у девушек и у юношей.

Итак, несмотря на то, что и у мужчин, и у женщин некоторые ценности занимают различное место, четкой направленности на традиционные или модернистские ценности выявлено не было. Результаты исследования выявили также противоречия и в самих тендерных идеалах (идеализированных представлениях о предназначении, поведении и чувствах мужчин и женщин), выступающих как социальные конструкции. Девушки, например, продемонстрировали традиционное представление о мужчине как о главе семьи, который должен работать и обеспечивать семью, а для женщин это не обязательно. Отвечая на вопрос, должны ли и муж и жена участвовать в создании семейного дохода, именно женщины (38%) чаще, чем мужчины (26%), отвечали отрицательно. С другой стороны, девушки в меньшей степени, чем юноши, согласились с тем, что "быть домашней хозяйкой — такая же работа, как и трудиться за деньги" (32% девушек в сравнении с 50% юношей). Более того, девушки в подавляющем большинстве (80%) утверждали, что именно работа (не домашний труд) лучший способ для них быть независимой.

Как видим, ответы респондентов свидетельствуют о противоречивости тендерных идеалов. Можно привести и другое свидетельство противоречивости последних. Так, и мужчины, и женщины (40%) поддерживают тезис, выражающий традиционную позицию: "иметь работу прекрасно, но что по-настоящему нужно женщине — это дом и дети". Большинство респондентов оказались согласны также с утверждением, что "работающая женщина может обеспечить дома уют и тепло точно так же, как и не работающая".

Анализ полученных данных свидетельствует о том, что не определилась достаточно чёткая тенденция, которая свидетельствовала бы о приоритете традиционных или современных ценностей. В сознании молодёжи пока ещё не сформировались определённые тендерные идеалы. Это можно объяснить тем, что в обществе на данный момент функционируют два противоположных направления: традиционный и современный. "Живучесть" традиционных тендерных идеалов можно объяснить и тем, что, хотя общество существенным образом изменилось и подверглось модернизации, радикальные тендерные идеалы не соответствуют реальным условиям и не могут реализоваться в реальной практике. В качестве заключения можно высказать следующее соображение: вопрос о том, приведёт ли разрушение старых и создание новых конструкций к интеграции нашего общества либо к его дезинтеграции и необходимости создания новых тендерных конструкций, остаётся открытым и требует дальнейшего изучения.

## Литература

1. Репина Л. П. Тендерная история проблемы и методы исследования // Новая и новейшая история. — 1997. — № 6.

2. *Социокультурный анализ тендерных отношений*. Сб. / Ред. Е. Р. Ярская-Смирнова. — Саратов, 1998.
3. *МайерсД. Социальная психология*. — СПб., 1997.

**Е. В. Бакаева**

## **ТЕНДЕРНІ КОНСТРУКЦІЇ ПРІОРИТЕТІВ, ІНТЕГРУЮЧИХ СУСПІЛЬСТВО**

### **Резюме**

У пропонованій роботі розглядається проблема соціального конструювання тендера. Була виявлена інтегруюча функція соціального конструювання, а також роль тендерних конструкцій у суспільстві. У повідомленні розглянуті різні компоненти соціальних конструктів, які відображають всілякі виміри соціума. Використовуються дані емпіричного дослідження тендерних конструкцій, які функціонують в умовах перехідного стану нашого суспільства.

**Ключові слова:** тендерні конструкції, тендерні ідеали, інтеграція суспільства.

**Y. V. Bakaieva**

## **GENDER CONSTRUCTIONS OF IMPORTANT PRIORITIES, WHICH INTEGRATE SOCIETY**

### **Summary**

The problem of social construction of gender is considered examines in the present work. Integrated function of social construction was defined as well as the role of gender construction in society. Different components of social constructs, that reflects all possible measuring of socium were considered. The empirical research data of gender constructions, that function in the conditions of transitional society, were used.

**Keywords:** gender constructions, gender ideals, integration of society.