

Кабалевская А.И. Представления о гендерных стереотипах в современной социальной психологии



English version: [Kabalevskaya A.I. Ideas of gender stereotypes in modern social psychology](#)

Психологический институт Российской академии образования, Москва, Россия

[Сведения об авторе](#)

[Литература](#)

[Ссылка для цитирования](#)

Статья посвящена проблемам социального познания. Рассматриваются механизмы стереотипизации и гендерные стереотипы как детерминанты взаимодействия гендерных подгрупп; понятие социального стереотипа – как близкое к понятиям «аттитюд» и «представление». Семантика содержания гендерных стереотипов определяется внутренним механизмом репрезентации индивидом всей системы социальных отношений. Выделяются виды гендерных стереотипов. Делается вывод об открытой попытке женщин претендовать на мужские социальные роли как о псевдоэмансипации, ибо социокультурная значимость собственно феминности не повышается. Рассматриваются свойства гендерных стереотипов, механизм их формирования, обусловленный процессом социализации, а также вопрос о формировании гендерных вербальных клише в культуре языка. Рассматриваются функции гендерных стереотипов. Подчеркивается роль социальных функций механизма стереотипизации в межгрупповых отношениях, служащих для объяснения, оправдания и сохранения «гендерной асимметрии». Делается вывод о социальном, в том числе и гендерном, стереотипе как опоре в конструировании индивидом непротиворечивой и упорядоченной картины социального мира.

Ключевые слова: гендерные стереотипы, гендерная группа, межгрупповые отношения, механизм стереотипизации

На сегодняшний день поиск человеком какой-либо опоры в процессе категоризации воспринимаемого мира в ситуации социальной неопределенности предопределяет интерес современной социальной психологии к исследованию детерминант процесса социального познания. Поиск и нахождение способов конструирования индивидом непротиворечивой и упорядоченной картины социального мира предполагает обращение к изучению ряда социально-психологических механизмов, одним из которых является механизм стереотипизации и связанная с ним проблематика изучения социальных стереотипов. В этой связи нам предстоит рассмотреть понятие гендерного стереотипа как разновидность социального стереотипа, определив его место в контексте взаимодействия гендерных подгрупп.

Гендерный стереотип как регулятор межгруппового взаимодействия

Говоря о регуляции межгруппового взаимодействия, о регуляции поведения и деятельности людей, необходимым представляется рассмотреть те факторы, которые непосредственно влияют на

процесс общения и взаимодействия двух групп – «женщин» и «мужчин». Весь этот процесс опосредован множеством факторов: позициями участников взаимодействия, ролевыми ожиданиями, характером ситуации и видом взаимодействия, будь то кооперация или же конкуренция. Кроме того, человек обладает сложной системой различных диспозиционных образований, которые регулируют его поведение и деятельность. При анализе межгруппового взаимодействия в концепции диспозиционной регуляции социального поведения [Ядов, 1995] становится очевидным обращение к анализу «базовых социальных установок», социальных стереотипов по сути.

Понятие социального стереотипа было бы непрофессионально полностью обособлять от других близких и даже рядоположенных понятий, таких как аттитюд и представление, ведь грань между началом влияния одного и окончанием влияния другого эфемерна и никогда нельзя точно говорить о том, что в конечном счете сыграло ключевую роль и привело к тому или иному результату [Донцов, Емельянова, 1987]. Особенно сближаются в понимании и интерпретации социальные установки и социальные стереотипы, когда речь идет об аутостереотипах, представленных на уровне индивидуального сознания и обращенных к самой личности [Шихирев, 1999; Краснова, 2004; Рябова, 2008]. Механизмами стереотипов, обеспечивающих их действие и формирование, являются диспозиционные установки. Когнитивная часть стереотипов выполняет функцию основных законов гендерно-ролевой идеологии, а аффективная сторона стереотипа отвечает за соблюдение этих «законов» [Рябова, 2008].

Для нас важно обратить внимание и на тот факт, что «в диспозиционной системе имеет место позитивно-негативная асимметрия: на стадии адаптации к новым условиям ведущую роль в регуляции поведения принимают на себя диспозиции, связанные со стремлением не уклоняться от принятой субъектом социальной нормы, в дальнейшем же лидируют позитивные диспозиции как готовность к реализации интернализованных (т.е. усвоенных) субъектом ценностей и социальных установок. Осознанные диспозиции преимущественно доминируют в регуляции социального поведения в таких ситуациях, которые требуют активного напряжения усилий субъекта. В привычной же ситуации на первый план выдвигаются полуосознаваемые или неосознаваемые диспозиции, то есть социальные стереотипы» [Ядов, 1995, с. 175]. Таким образом, социальные, в том числе гендерные, стереотипы следует рассматривать как ключевую диспозицию, опосредующую взаимодействие на межгрупповом уровне.

Итак, гендерные стереотипы – это социально конструируемые категории «маскулинность» и «феминность», которые подтверждаются различным (в зависимости от пола) поведением, различным распределением внутри социальных ролей и статусов и поддерживаются психологическими потребностями человека вести себя в социально желательной манере и ощущать свою целостность и непротиворечивость. Д.Шнайдер выделяет «большую тройку» исследовательских стереотипов: гендерные, возрастные и расовые [Schneider, 2004; Рябова, 2008].

Гендерные стереотипы являются разновидностью социальных стереотипов, складываются в процессе общественной коммуникации, передаются индивидом в процессе социализации и играют важную роль в поддержании гендерной стратификации как вертикальной (мужчина «выше» на социальной лестнице, женщина – «ниже»), а не как горизонтальной (на основе гендерного равенства) [Краснова, 2004]. Бинарные оппозиции, «встроенные» в них, предопределяют положение человека в обществе, профессию, его стремления, цели и ценности [Селиванова, 2006; Fazio, Olson, 2003]. Идеи «мужественности» и «женственности» выступают как архетипы поведения, взаимодействий с другими людьми, социальных ожиданий и оценок. Уходя корнями в философию, мифологию и религию, эти идеи «мужественности» и «женственности», представленные в оппозициях власти и подчинения, порядка и хаоса, активности и пассивности, силы и слабости и др., ложатся в основу семантики гендерных стереотипов, закрепляясь в языке и тем самым предопределяя методы их исследования [Брагина, 2009]. «Язык как средство бытийствования стереотипов выражает коммуникативный и кумулятивный аспект гендерной системы общества» [Селиванова, 2006, с. 141].

Подобно тому как в лингвистике единое осознание смысла текста как разделяемого всеми достигается только путем существования общих (сформировавшихся под влиянием конкретной культуры), часто неосознаваемых пресуппозиций (как отвергаемых значений текста), так и в социальном познании социальные стереотипы (гендерные в частности) наполняются общей семантикой, погруженной в мир смыслов [Аллахвердов, 2000; Fazio, Olson, 2003]. Так, стереотип существует на пересечении вербально-ассоциативного (слова и конструкции), лингвокогнитивного (представление знаний о ситуации) и мотивационно-аффективного (механизмы оценки) уровней языковой личности [Буторина, 2009]. Таким образом, семантика содержания гендерных стереотипов становится внутренним механизмом репрезентации индивидом всей системы социальных отношений, определяя их одновременно и как форму существования массового сознания, посредством которой детерминируются процессы межгруппового взаимодействия в обществе.

Виды гендерных стереотипов

Рассматривая виды гендерных стереотипов, мы видим, что среди них могут быть выделены три группы [Пушкарева, 2003].

Первая группа – это стереотипы «мужественности» и «женственности»: эталоны, или, точнее, нормативные представления о том, какими психологическими и поведенческими свойствами должны обладать мужчины и женщины. Так, мужчина олицетворяет творческое начало, он активен; а женщина – репродуктивное, она пассивна. «Мужское» подразумевается лучше и выглядит самодостаточным, предполагает успешное исполнение задуманного, и наоборот. В целом мужчинам приписывается больше положительных качеств, нежели женщинам [Пушкарева, 2003].

Подобная «несправедливость» нередко трактуется с обращением к идеям постфрейдизма, согласно которым мужчиной, в отличие от женщины, не рождаются, им становятся. Д.Гилмор, решая загадку мужественности, объясняет природу данного явления регрессией и ее связью с социальной ролью: психическое единство ребенка с матерью сменяется после порога сепарации-индивидуации осознанием своего «Я» и формированием гендерной идентичности. Для мальчиков подобный процесс происходит в более острой форме, а маскулинность выступает как новый и независимый социальный статус, который маркирует противоположность матери, и перманентная битва за мужественность – это борьба с регрессией. Мужчины являлись основными акторами социального действия, и мужественность была институционализована [Бендас, 2005]. Маскулинность стала культурным выражением господства социальной группы, и в этом смысле феминность более связана с биологическим полом, а обладание статусом, ресурсами и престижем предназначается для мужчин и подпитывает миф о женской пассивности, сложившийся в силу не биологических, а культурных причин.

Вторая группа гендерных стереотипов закрепляет семейные и профессиональные роли в соответствии с полом. Половые роли как существующие в обществе стереотипы полоролевого поведения бытуют в виде представлений и ожиданий, которым каждый человек должен соответствовать, чтобы быть понятым и принятым. Они всегда нормативны [Пушкарева, 2003].

Для женщин главными социально-половыми ролями в соответствии со стереотипом являются роли семейные (мать, воспитательница, хозяйка), для мужчин – профессиональные. Успешность мужчины согласно стереотипному восприятию оценивается по его профессиональным достижениям, женщины – по наличию семьи и детей [Гендерные стереотипы в меняющемся обществе, 2009]. В культуре народов Кавказа подобные тенденции обострены по сравнению с православным обществом: здесь центр пространства семьи – среда женская. Женскому началу не свойственна мобильность, что делает женщину в глазах мужчин ущербной и малодеспособной. Но «защита родового гнезда» мужчиной осуществляется во многом благодаря женщинам, которые

создают «оболочку» сродни материнскому чреву в виде одежды, добропорядочной репутации жены, наследников, что позволяет мужскому миру проявлять активность на ближних и дальних рубежах. Воспроизведение в социализации патриархальных гендерных стереотипов и статусов значимо и для народов Индии – независимое поведение женщины осуждается обществом. Все это подтверждает большую устойчивость и ригидность гендерных стереотипов, и даже их межкультурный статус.

Именно этой группой стереотипов и определяется «нормальность» женщины и мужчины, и она лежит в основе формирования негативных стереотипов (когнитивного компонента предубеждений) [Краснова, 2004]. Сегодня открытая попытка женщин претендовать на мужские социальные роли, по сути, есть псевдоэмансипация, ибо социокультурная значимость собственно феминности не повышается [Савельев, 2007]. И только подлинное развитие женственности – индустрия женской привлекательности и создание образа женственности, свободного от мужской оценки, – та ниша, где феминность пытается прорваться и занять равный с маскулинностью статус.

Интересно, что «маскулинность» определяется в большей степени социальными ролями, которые исполняет мужчина, а феминность связывается с природными (внешность), внутренними, индивидуально-личностными чертами. В связи с этим интересен также и тот факт, что люди с маскулинным и феминным типами гендерной идентичности в содержании гендерных стереотипов при восприятии образа (как мужчины так и женщины) в целом обнаруживают в качестве критериев оценки разные основания: так, маскулинные представители оценивают образ с точки зрения активности и достижений в деятельности, тогда как феминные основываются на большем числе описательных характеристик, основной из которых является привлекательность.

Исходя из этого главный для нас вывод заключается в том, что отсутствие отношений конкуренции между феминностью и маскулинностью, поиск такого поля взаимоотношений, где они не соперничали бы между собой, поможет в преодолении гендерных стереотипов [Савельев, 2007]. Тогда и в речевой практике (а именно в речевом поведении) их действительные изменения станут возможны только тогда, когда не просто изменятся речевые клише, а произойдут изменения в собственно ментальных стереотипах как «системе образов» [Буторина, 2009]. Однако маскулинизированные социальные институты пока не дают возможности двигаться дальше.

И, наконец, *третья* группа стереотипов касается различий в разделении труда. Согласно концепции «естественной дополнителности полов» удел женщин – дополнительный обслуживающий характер (экспрессивная сфера социальной жизни), а область деятельности мужчин – творческий, созидательный, руководящий труд (инструментальная сфера социальной жизни) [Пушкарева, 2003].

Свойства гендерных стереотипов

Стереотип является формой познания не только для личности, но и для социальных групп [Рябова, 2008]. В этом смысле наибольший интерес для нас будут представлять те свойства, которые наиболее значимы в контексте взаимоотношений гендерных групп.

К ним относятся, *во-первых*, схематичность как продукт группового обобщения и связанная с ней когнитивная функция гендерного стереотипа. В этимологии слова «стереотип» прослеживаются его семантика и соответствующие ей значения – «твердого», «засохшего» (греч.), а также «символа», «(про)образа», «изображения» (лат.).

Во-вторых, эмоционально-оценочный характер гендерных стереотипов, который во многом связан с социальной функцией стереотипа. Важно лишь подчеркнуть, что аффективный и когнитивный компоненты относительно независимы друг от друга в стереотипе [Донцов, Стефаненко, 2008]. *В-третьих*, разделяемость: стереотипы являются разделяемыми представлениями, иначе они не имели бы столь сильного влияния на социальное поведение групп. Поскольку стереотипы разделяются

большинством представителей группы, это позволяет говорить о культурной легитимности стереотипа. *В-четвертых*, гендерные стереотипы формируют социальную субъектность мужчин и женщин – как на уровне индивидов, так и в межгрупповых отношениях, поэтому они чрезвычайно устойчивы, консервативны и сравнительно медленно модифицируются под воздействием социально-культурных условий [Стефаненко, 2007; Рябова, 2008].

Но одновременно гендерные стереотипы могут считаться и гибкими, так как их содержание корректируется в зависимости от социального контекста, например от статуса субъекта и объекта стереотипизации. Так, С.Фиске установила, что «группы с более высоким статусом обычно рассматриваются как более компетентные, а низкостатусные – как обладающие хорошими навыками межличностного общения» [Рябова, 2008, с. 51]. Именно подобные проявления гендерного стереотипа мы и находим в отношениях гендерных групп. Кроме того, важно понимать, что на содержание гендерных стереотипов оказывают влияние и изменение статуса, и возрастной, и этнический факторы [Schneider, 2004]. Так, информация о статусной позиции индивида снижает роль гендерных стереотипов в его восприятии.

Формирование гендерных стереотипов

Вопрос о формировании гендерных стереотипов традиционно рассматривается в связи с вопросом социализации. Кратко напомним о нем, не вдаваясь в детали существования социального и индивидуального подходов к природе стереотипов. Так, результатом категоризации социального опыта, предопределенного культурой и воспитанием, являются социальные (и гендерные) стереотипы. Формируемые в процессе взаимодействия людей представления о социальных связях и отношениях носят преимущественно прикладной характер и в силу этого приобретают форму типизации – привычных оценок, ожиданий, взглядов и предубеждений [Doise et al., 1999]. Последние со временем становятся предписаниями, которые направляют и корректируют поведение, общение и деятельность людей. «Когнитивная сторона процесса усвоения гендерной роли, самокатегоризация и познавательная информация, получаемая ребенком от взрослого, становятся основополагающими элементами при формировании гендерного стереотипа как моральной ориентации» [Цит. по: Хвостов, 2000, с. 197].

Социальный конформизм (напомним, что женщины более конформны к групповому давлению) стимулирует выполнение этой предписанной (ожидаемой) роли, придает ей социальный статус (посредством общественной поддержки и признания) и предопределяет функциональное состояние его носителя (социальную идентификацию). Под воздействием механизмов социальной идентификации социум распадается на группы, устанавливаются сферы влияния каждой общности, формируются барьеры между ними, которые призваны сохранять социальную дистанцию между гендерными группами [Стефаненко, 2007]. Как справедливо замечает Т.Рябова, «стереотипы не только устанавливают неравенство: они его оправдывают» [Рябова, 2008].

Рассматривая вопрос о формировании гендерных вербальных клише, следует также обратиться к культуре языка, в которой гендерные стереотипы, согласуясь с практиками повседневности, формируют обыденное сознание и опосредуют в него миф как «само собой разумеющееся знание», «знание здравого смысла» [Брагина, 2009]. Через пресуппозиции и признаки всеобщности (хорошо известно, что ... все знают, что ... и т.д.) высказывания приобретают свойства повседневности и неопровергаемости.

Противопоставления (мужчина – женщина) в некоторых своих значениях приобретают провокативный характер и, центрируясь на отрицательных оценках (и соответствующей интерпретации как гендерно-дифференцируемой), становятся основой для формирования устойчивых предубеждений в отношении гендерных подгрупп. Так, «в них проявляется война полов, мифологическая по сути и регулярно мифологизируемая» [Брагина, 2009, с. 355]. Таким способом

они легализуются, закрепляют свой статус и получают вербальное выражение в форме устойчивых и воспроизводимых фрагментов текста (клише, идиом, устойчивых словосочетаний). Одним из частых проявлений таких высказываний является повседневное городское общение – микродиалоги в типичных коммуникативных ситуациях. Таким образом, само содержание стереотипа предопределяется контекстом его использования.

Итак, мы подошли к вопросу о функциях гендерных стереотипов.

Функции гендерных стереотипов

Особое внимание в данном разделе будет уделено гендерным стереотипам микроуровня, то есть соотносению их воздействия с объективными интересами гендерных групп как социальных субъектов.

Условно можно разделить функции гендерных стереотипов на две группы: психологические и социальные.

К *психологическим* относятся когнитивная и ценностно-защитная функции. Когнитивная (когнитивно-адаптационная) функция, состоящая в упрощении и систематизации знания, полученного индивидом из окружающей среды, которая служит для экономии усилий индивида при восприятии сложных объектов [Андреева, 2005; Рябова, 2008; Донцов, Стефаненко, 2008; Буторина, 2009]. За пределы самой первичной информации об объекте индивид в процессе познания выходит лишь тогда, когда данный объект становится релевантным его текущим целям. То есть субъект стереотипизации наделяет объект социальной ролью и статусом, что позволяет ему интерпретировать поведение другого, а также предсказывать его в дальнейшем, так как знание, полученное об одном представителе группы, индивид распространяет на всю группу.

Ценностно-защитная функция, связанная с созданием и поддержанием ценностей индивида и группы. Стереотипы активируются не только для объяснения, но и для оправдания и защиты своих взглядов и поведения [Стефаненко, 2007], а также для поддержания групповых ценностей, оправдания и рационализации поведения по отношению к чужой группе (как оправдание дискриминационного поведения). Проведение границы с аутгруппой способствует и поддержанию коллективной самооценки – как ингрупп, так и аутгрупп [Рябова, 2008; Стефаненко, 2007; Донцов, Стефаненко, 2008]. Кроме того, уровень негативной стереотипизации аутгруппы возрастает в случае непосредственной экономической и политической угрозы с ее стороны.

Социальные функции направлены на поддержание социального порядка и обусловлены способностью стереотипов выступать фактором социальных отношений. Это, во-первых, функция поддержания социального контроля, а именно системы процессов и механизмов, обеспечивающих поддержание социально приемлемых образцов поведения и функционирования социальной системы в целом. Она осуществляется в форме самоконтроля, в основе которого лежат ценности, нормы, ролевые ожидания, обычаи, интернализированные в процессе социализации, и в форме внешнего контроля в виде совокупности системы поощрений и принуждений (социальных санкций).

Стереотипы включаются в практики нормализации, устанавливающие различия между нормой и девиацией [Рябова, 2008]. Ингрупповой прототип отражает обобщенный образ типичного представителя данной группы [Андреева, 2005]. Прототипичность связана с феноменом деперсонализации, поскольку она подразумевает восприятие других с точки зрения групповых норм (теория самокатегоризации Дж.Тернера [Тернер, 2003]). Прототип устанавливает эталон поведения, обладающий нормативным характером [Андреева, 2005]. Кроме того, гендерный стереотип становится элементом внутреннего социального контроля, поддерживающим социально приемлемые образцы поведения.

Нормативность очень важна для гендерных стереотипов в силу значимости для индивида гендерной идентичности. В этом смысле мужчины не меньше женщин испытывают на себе влияние нормативности гендерных стереотипов, демонстрируя окружающим иногда чрезмерные «стандарты мужественности». Кроме того, нормативность влияет и на самооценку и уровень притязаний мужчин и женщин. Так, из идей Р.Мертонa появилась гипотеза «самореализующегося пророчества». Поэтому если женщина развивает негативный стереотип женственности, то она программирует себя на неудачу. Исследователи показали [Рябова, 2008], что мужчины также программируют свое поведение в соответствии со стереотипами маскулинности (доминирование, высокая конкурентоспособность, успешность), но в случае неудачи мужчины испытывают больший стресс и у них в отличие от женщин сильнее понижается самооценка.

В целом важным для нас становится тот факт, что характерной особенностью женщин как гендерной группы является склонность приписывать положительные качества группе мужчин и недооценивать достоинства собственной группы, что является следствием низкого статуса группы женщин. В межгрупповых отношениях социальные функции стереотипизации служат для объяснения, оправдания и сохранения существующих отношений, поддерживая тем самым сложившуюся «гендерную асимметрию» [Стефаненко, 2007; Брагина, 2009].

Кроме того, к социальным функциям относятся функция социализации и интеграционная функция. Последняя выступает как фактор консолидации не только «групп» мужчин и женщин, но и социума в целом. Напомним, что на институциональном уровне гендерные стереотипы включены в производство и поддержание гендерного неравенства, которое пронизывает структуру и функции всех общественных институтов – от семьи до государства. Поскольку происходящие социальные процессы весьма динамичны, нормативно-ценностные ориентиры населения пребывают в стохастическом состоянии, возникает интерсубъективная потребность в «незыблемых» ценностях и образцах «социально должного» поведения, и гендерные стереотипы способны выполнять эту функцию. Кроме того, гендерные стереотипы призваны маскировать, затушевывать существующие гендерные проблемы или предлагать мнимые подходы к их решению.

К консолидирующей функции относится также способность проводить границы между *своими* и *чужими*, а также оценивать соответствие членов ингруппы аутостереотипу, что служит причиной продуцирования внутренних иерархий и границ и оценки других как «внутренне чужих», например [Рябова, 2008]. Стереотип, как правило, фиксирует именно отличительные черты социальной группы, дифференцирует их. В теории социальной идентичности акцентирована роль сравнения в социальной категории: оценки групп носят относительный характер – оценка ингруппы осуществляется в зависимости от оценки аутгруппы, в этом смысле гетер- и аутостереотипы взаимосвязаны.

Социальная категоризация выступает как неотъемлемая часть любых межгрупповых отношений [Стефаненко, 2007]. Именно стремление к позитивной идентичности достигается путем сравнения с аутгруппой (процесс межгрупповой дифференциации) и атрибуции ей негативных качеств. В этом смысле аутостереотипы, как правило, более позитивны, чем гетеростереотипы, – становятся основанием для поддержания позитивной групповой идентичности. Как результат этого были получены три важных следствия: представители аутгруппы воспринимаются, во-первых, как более отличающиеся от представителей ингруппы, чем в действительности; во-вторых, как более однородные, чем представители ингруппы; в-третьих, как менее позитивные.

Кроме того, при легитимных отношениях между группами (как в случае гендерных групп и гендерной иерархии) удастся достичь позитивной социальной идентичности и избежать конфликта. Уровень негативной стереотипизации возрастает в отношении членов двойных аутгрупп (например, женщина-водитель нерусской национальности).

Кратко рассмотрим достижение групповой идентичности индивидом, и в связи с этим обратимся к

теории самокатегоризации Дж.Тернера. В соответствии с ней актуализация групповой идентичности приводит к тому, что и себя индивид воспринимает в терминах групповой принадлежности, то есть деперсонализируется (самостереотипизация) – движется к полюсу социальной идентичности на континууме. Важным становится и то положение, что представители низкостатусных групп для сохранения положительной социальной идентичности выбирают для сравнения те критерии, по которым они превосходят высокостатусную группу [Рябова, 2008; Стефаненко, 2007].

Так, при рассмотрении проблематики гендерных стереотипов на межгрупповом уровне важно понимать их функции и то, как они организуют и детерминируют как поведение субъектов стереотипизации (аутостереотипы), так и интерпретацию ими действий и поведения других групп.

Заключение

Представив достаточно полную картину того, чем же является гендерный стереотип, как он формируется, какие виды его выделяют многие авторы и, наконец, каким функциям он служит, – то есть в целом, раскрыв причины, которые вызывают и актуализируют его в современных условиях, мы с полной уверенностью можем сделать выводы, касающиеся роли гендерного стереотипа в межгрупповом взаимодействии.

Во-первых, гендерные стереотипы отражают некоторые объективные характеристики позиции гендерных групп. Во-вторых, гендерные стереотипы приемлемы как для мужчин, так и для женщин, однако выраженность критической рефлексии выше у женщин. И, в-третьих, существующие гендерные стереотипы являются непосредственными детерминантами межгрупповых отношений, во многом регулируют их и служат теми интересубъективными конструктами, к которым представители гендерных групп апеллируют в разных жизненных ситуациях.

У.Липпман подчеркивал, что проблема современного человека заключается не в том, чтобы привести индивиду свой внутренний мир в согласие с реальностью, а в том, что именно эта реальность оказывается для него недостижимой. Задача стереотипа – помочь человеку существовать в этом мире и быть социально точным, опираясь на «образы в наших головах» [Донцов, Стефаненко, 2008; Андреева, 2005].

[Литература](#)

Аллахвердов В.М. Сознание как парадокс. СПб.: ДНК, 2000.

Андреева Г.М. Психология социального познания: учеб. пособие. 3-е изд., испр. М.: Аспект Пресс, 2005.

Бендас Т.В. Гендерная психология: учеб. пособие. СПб.: Питер, 2005.

Брагина Н.Г. Мифология стереотипа и обыденное знание // Стереотипы в языке, коммуникации и культуре: сб. статей / сост. и отв. ред. Л.Л.Федорова. М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2009. С. 348–356.

Буторина Е.П. Стереотипы в описании черт характера при деловом общении // Стереотипы в языке, коммуникации и культуре: сб. статей / сост. и отв. ред. Л.Л.Федорова. М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2009. С. 378–394.

Гендерные стереотипы в меняющемся обществе: опыт комплексного социологического

исследования / под ред. Н.М.Римашевской. М.: ИЭП РАН, 2009.

Донцов А.И., Емельянова Т.П. Концепция социальных представлений в современной французской психологии. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987.

Донцов А.И. Стефаненко Т.Г. Социальные стереотипы: Вчера, сегодня, завтра // Социальная психология: хрестоматия / сост. Е.П.Белинская, О.А.Тихомандрицкая. М.: Аспект Пресс, 2008. С. 170–187.

Краснова О.В. Стереотипы и аттитюды к пожилым людям: (опыт соц.-психол. исслед.). М.: Прометей, 2004.

Пушкарева Н.Л. Гендерная асимметрия социализации ребенка в традиционной русской семье // Гендерные стереотипы в прошлом и настоящем / отв. ред. И.М.Семашко. М.: ИЭА РАН, 2003. С. 4–25.

Рябова Т.Б. Пол власти: гендерные стереотипы в современной российской политике. Иваново: Изд-во Иван. гос. ун-та, 2008.

Савельев Ю.Б. Либеральный гендерный порядок и гендерные стереотипы // Гендерные стереотипы в современной России / сост. и общ. ред. И.Б.Назарова, Е.В.Лобза. М.: Макс Пресс, 2007. С. 39–48.

Селиванова О.С. Гендерные стереотипы как способ репрезентации патриархатной культуры: социально-философский анализ: дис. ... канд. филос. наук. Екатеринбург, 2006.

Стефаненко Т.Г. Этнопсихология: учеб. для вузов. 4-е изд., испр. М.: Аспект Пресс, 2007.

Тернер Дж. [Turner J.] Социальное влияние. СПб.: Питер, 2003.

Хвостов А.А. Гендерные особенности морального сознания // Вопросы психологии. 2000. N 1. С. 195–206.

Шихирев П.Н. Современная социальная психология: учеб. пособие. М.: Наука, 1999.

Ядов В.А. Социологическое исследование: Методология, программа, методы. Самара: Изд-во Самар. ун-та, 1995.

Doise, W., Dubois, N., Beauvois, J-L. La construction sociale de la personne. Grenoble: Presses univ. de Grenoble, 1999.

Fazio, R.H., Olson, M.A. Implicit measures in social cognition research: Their meaning and use // Annual Review of Psychology. 2003. Vol. 54(1). P. 297–327. doi:10.1146/annurev.psych.54.101601.145225

Schneider D.J. The psychology of stereotyping. New York: Guilford press, 2004.

Поступила в редакцию 14 декабря 2011 г. Дата публикации: 17 апреля 2012 г.

[Сведения об авторе](#)

Кабалевская Александра Ивановна. Аспирант, лаборатория психологии подростка,
Психологический институт Российской академии образования, ул. Моховая, д. 9, стр. 4, 125009
Москва, Россия
E-mail: kabalevskaya@rambler.ru

[Ссылка для цитирования](#)

Стиль psystudy.ru

Кабалевская А.И. Представления о гендерных стереотипах в современной социальной психологии. Психологические исследования, 2012, No. 2(22), 4. <http://psystudy.ru>. 0421200116/0016.

ГОСТ 2008

Кабалевская А.И. Представления о гендерных стереотипах в современной социальной психологии // Психологические исследования. 2012. № 2(22). С. 4. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: чч.мм.гггг). 0421200116/0016.

[Последние цифры – номер госрегистрации статьи в Реестре электронных научных изданий ФГУП НТЦ "Информрегистр". Описание соответствует ГОСТ Р 7.0.5-2008 "Библиографическая ссылка". Дата обращения в формате "число-месяц-год = чч.мм.гггг" – дата, когда читатель обращался к документу и он был доступен.]

[К началу страницы >>](#)