

**Ильиных Светлана Анатольевна**

доктор социологических наук, профессор,  
исполняющий обязанности  
заведующего кафедрой социологии  
Новосибирского государственного университета  
экономики и управления

## **ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ КАК ЛАБИРИНТ ПОВСЕДНЕВНОСТИ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН**

---

**Аннотация:**

*В статье рассматривается понятие «гендерный стереотип», трактуемое как схема, которая становится в результате культурной укорененности повседневной «фактичностью». Гендерные стереотипы обладают таким свойством, как управление обработкой поступающей информации: индивид запоминает лишь ту информацию, которая служит подтверждением данных стереотипов. Индивид не изменит свои стереотипы, даже если запомнит противоречащую схеме информацию. В статье автор приводит результаты эмпирического исследования, раскрывающего гендерные стереотипы в отношении конфликтов в организациях. При этом выявляется, что гендерные стереотипы слабо работают в ситуации абстракции: вероятно, в данном случае начинают действовать другие шаблоны. При оценке реальной ситуации включаются гендерно-стереотипизированные представления.*

**Ключевые слова:**

*гендерные стереотипы, гендерные схемы, повседневная «фактичность», конфликт, причины конфликтов в организации, женщины-руководители, мужчины-руководители.*

---

**Ilyinykh Svetlana Anatolyevna**

D.Phil. in Social Science, Professor,  
Acting Head of Social Science Department,  
Novosibirsk State University of  
Economics and Management

## **GENDER STEREOTYPES AS A MAZE OF EVERYDAY LIFE FOR MEN AND WOMEN**

---

**Summary:**

*The article deals with gender stereotype interpreted as a scheme that becomes everyday "factuality" in the issuance of cultural rootedness. Gender stereotypes have such a property as management of incoming information processing: a person remembers only the information that confirms these stereotypes. The person wouldn't change the stereotypes even if remembers information rebutting the scheme. The author presents the empirical research results, revealing gender stereotypes of corporate conflicts. It has been found that the gender stereotypes work poorly in the abstract situation: perhaps, in this case, other patterns are reinforced. The gender-stereotyped ideas are involved when assessing a real situation.*

**Keywords:**

*gender stereotypes, gender schemes, casual "factuality", conflict, causes of corporate conflicts, women leaders, male leaders.*

---

Гендерные стереотипы – это стандартизированные представления о моделях поведения и чертах характера, соответствующие понятиям «мужское» и «женское». Они являются наиболее ярким и эффективным механизмом формирования традиционного гендерного поведения и социальных ролей [1, с. 16]. Гендерные стереотипы являют собой продукт культуры, в котором отражаются представления о чертах и свойствах личности в соответствии с полом, о моделях и нормах поведения мужчин и женщин. Стоит отметить, что культурная укорененность стереотипов приводит к тому, что они становятся повседневными «фактичностью». Введение такого понятия, как «повседневные «фактичности»», призвано показать, что именно характер повседневности не позволяет оценить их в критической плоскости и взглянуть на содержательную сторону стереотипа в ином ключе.

Гендерные стереотипы, хотя и выступают разновидностью социальных стереотипов, все же имеют особенности. Во-первых, они представляют пример гендерных шаблонов, гендерных схем. Гендерные схемы – это когнитивные проекции гендера. Специфика гендерных схем заключается в том, что «они управляют процессами обработки поступающей информации таким образом, что люди начинают воспринимать, запоминать и интерпретировать ее в соответствии с их ожиданиями и их представлениями о гендере» [2, с. 203].

Во-вторых, гендерные стереотипы приводят к тому, что заставляют обратить внимание на пол, если мужчины и женщины составляют очевидное меньшинство при выполнении одной и той же роли. Наиболее яркий пример – роль руководителя для женщины. В этом случае из-за повышенного внимания деятельность женщины-руководителя оценивается по чрезвычайно строгим критериям. Внимание окружающих фокусируется на женщине – топ-менеджере в особо сложных ситуациях, когда ей необходимо проявить качества, несовместимые с гендерно-стереотипной ролью, отводимой женскому полу. В данном случае «срабатывает» еще одна особенность гендер-

ных стереотипов как гендерных схем. С.Т. Фиске и С.Е. Тейлор установили: чем чаще активируются схемы, тем они более доступны и тем чаще они будут использоваться [3]. Это явление носит название эффекта прайминга. Для нас важно в данном случае то, что из-за эффекта прайминга гендерные стереотипы в отношении женщины – топ-менеджера (как, впрочем, и многие другие) мгновенно активируются при даже незначительном внимании, не говоря уже о более пристальном в сложных ситуациях.

В-третьих, посредством гендерных стереотипов осуществляется управление обработкой поступающей информации. Этот процесс состоит в том, что индивид запоминает лишь ту информацию, которая служит подтверждением данных стереотипов. Индивид не изменит свои стереотипы даже в том случае, если запомнит противоречащую схеме информацию. Схемы могут вполне сохранять свою прочность даже при непосредственном контакте с опровергающими их доказательствами. Это называется «эффектом устойчивости» [4, с. 211]. Суть его состоит в том, что в ситуации несогласованности с имеющимся стереотипом могут возникнуть новые подкатегории или подтипы, позволяющие сохранить общий стереотип. При этом когнитивная схема такова, что понимается, что он подходит не для всех элементов данной категории.

В-четвертых, гендерные стереотипы как шаблоны, схемы предшествуют самому действию: каждый индивид (мужчина, женщина), вступая в социальный мир, обязан выбирать из готового набора стереотипов. Проявление мужчинами и женщинами гендерно-стереотипного поведения зависит от особенностей ситуации и того поведения, которое считается в данной ситуации «правильным». Иными словами, социальные модели поведения, как правило, являются регламентированными. Такая регламентация стереотипизируется, а затем функционирует в коллективном сознании по схеме «правильное/неправильное», и это становится повседневной «фактичностью».

В-пятых, благодаря гендерному стереотипу, его институционализации и ритуализированности, каждому из полов в конкретной культуре приписывается ряд обязательных норм и оценок, регламентирующих его поведение [5]. В результате формируются определенные стереотипы роли и восприятия женщин и мужчин, складывающиеся на основе жизненного опыта, частой повторимости ролевых признаков, характеризующих поведение, манеру говорить и т. д.

Итак, мы описали некоторые особенности гендерных стереотипов. Как было показано, гендерные стереотипы выступают как гендерные схемы, шаблоны, которые трудно изменяются. Они фиксируются в языке, что приводит к ритуализации гендера. Кроме того, они становятся повседневными «фактичностью».

Гендерные стереотипы охватывают все аспекты жизнедеятельности – повседневности. Одним из таковых является топ-менеджмент. Согласно сложившимся стереотипам, эта сфера деятельности менее всего соответствует женским моделям поведения. Однако, как известно, в реальной практике женский топ-менеджмент не такая уж и редкость. Но, несмотря на это, женщины-руководители рассматриваются весьма и весьма критично. Тщательному анализу подвергаются их стиль руководства, умение выстраивать внешние связи, способность разрешать критические ситуации, поведение в конфликтах и многое другое. Чаще всего управленческие стратегии женщин противопоставляются мужским. Так, исследователи говорят о том, что в ситуациях, требующих наказания подчиненных, женщины-руководители, как правило, прибегают к мерам морального и психологического воздействия, а мужчины-руководители – к административным мерам [6]. Женщины склонны к оправдыванию своих подчиненных, к более подробному обоснованию своих решений и поступков. Отношение мужчин совершенно иное: они лаконичны и сдержанны.

В случае возникновения конфликтов в организации женщины проявляют более чуткое и внимательное отношение к людям, почти всегда допускают их мирный исход. И.В. Грошев указывает, что у мужчин-менеджеров при преодолении конфликтов явно выражена стратегия конкуренции, а у женщин – сотрудничество и приспособление [7, с. 126]. Т.О. Соломанидина отмечает, что при принятии решений женщины, в отличие от мужчин, склонны к колебаниям, для мужчин же характерен «синдром мужественности», что может способствовать восприятию женщин как более «мягких» руководителей, а возможно, и сомневающийся [8]. Мужчины более уверены в себе, последовательны и настойчивы в достижении цели, склонны к самоанализу и независимости, воспринимают действительность в «крупном плане». Для женщин более характерны проявления неуверенности в своих способностях, неуравновешенность, стремление отложить реализацию намерений на неопределенный срок, тревожность, внимание к деталям и мелочам, подозрительность, конформность (зависимость) и вербальная агрессивность.

Действия женщин-руководителей чаще направлены на перестройку в области отношений, а мужчин – в области правил и норм. При этом женщины выбирают более осторожные стратегии [9]. Мужчины склонны при принятии решений к более высокой степени риска, что обусловлено их высокой степенью агрессивности, независимостью в действиях, выраженной потребностью в преобладании, самоутверждении. У женщин-руководителей риск положительно коррелирует с самоуспешностью и отрицательно – с ответственностью, у мужчин положительно – с социальной

и эмоциональной стабильностью и значимо отрицательно – с активностью, ответственностью и стремлением к доминированию.

В исследовании, проведенном О.В. Шевцовой в Саратовской области на выборочной совокупности, включающей 30 менеджеров среднего и высшего звена двух коммерческих организаций, было выявлено, что женщина-руководитель часто направляет свою деятельность на постепенные преобразования [10]. Женщина-руководитель не стремится к использованию рискованных действий, выбирая стратегию «маленьких действий», что в целом характеризует склонность не к стратегическому, а к тактическому планированию. Участие женщин в конфликтах более эмоционально выражено, чем у мужчин. Они не задерживают отрицательные эмоции долго внутри себя, при этом выходят из конфликта быстро и «мягко».

Гендерные стереотипы как повседневные «фактичности» нуждаются в эмпирической проверке. Для того чтобы выявить наличие гендерных стереотипов в отношении такого аспекта, как конфликты в организации, мы провели исследование в организациях малого бизнеса г. Новосибирска. Выборочная совокупность составила 1 354 респондента. Для формирования выборочной совокупности использовался кластерный двухступенчатый отбор. Кластеры формировались в соответствии с ОКВЭД.

В рамках статьи представим результаты, которые касаются распределения ответов по двум вопросам. Первый касался оценки причин конфликтов в организации. Согласно гендерным стереотипам, мужчины и женщины имеют разное представление о причинах конфликтов. Как показало исследование, действительно, мужчины в 2 раза чаще говорят о плохом планировании деятельности и несоответствующей нагрузке, в 3,5 раза чаще – о противоречиях между подразделениями. Женщины же предлагали другие варианты. Так, они в 2,7 раза чаще ссылаются на поступки коллег, которые нельзя игнорировать, в 2,5 раза чаще – на личные особенности и характер коллег, в 1,5 раза чаще – на неудовлетворительную работу коллег.

Как видим, причины конфликтов, отмеченные мужчинами, в большей мере лежат в плоскости управления, а выделенные женщинами – в плоскости межличностных отношений. Очевидно, что те схемы, которые были заложены в процессе социализации, проявились и в данном случае. Это еще раз доказывает, что гендерные стереотипы существуют в виде повседневной «фактичности». Таким образом, оценивая причины конфликтов, выделенные мужчинами и женщинами, можем говорить о проявлении гендерных стереотипов, поскольку в целом они соответствуют гендерному распределению «мужских» и «женских» ролей.

Ответы на второй вопрос отражали мнения о более умелом руководителе при решении конфликтных ситуаций. Гендерные проявления выявлялись при оценке умения руководителя разрешать конфликты в абстрактных организациях и собственной организации. В отношении абстрактных организаций многие респонденты высказали нейтральную позицию: в одних случаях более умелым является мужчина, в других – женщина. Распределение ответов респондентов, выявляющих мнения в отношении собственной организации, показало, что во всех кластерах возросло число мужчин-респондентов, называющих мужчину более умелым управленцем. Женщину как более умелого руководителя оценили лишь женщины-респонденты одного кластера. Если рассмотреть распределение ответов с точки зрения пола, то для абстрактных организаций в 20,8 % случаев мужчины-респонденты называли лучшим управленцем при конфликтах мужчину, а в 79,2 % – и мужчину, и женщину. В своей организации 45,8 % мужчин-респондентов назвали лучшим руководителем при конфликтах в своей организации мужчину, 4,2 % женщин – женщину. Таким образом, респонденты продемонстрировали наличие гендерных стереотипов. И это вновь свидетельствует о том, что преодолеть гендерные схемы пока невозможно, поскольку они существуют в виде повседневной «фактичности».

Итак, проведенное исследование со всей очевидностью позволяет сделать вывод о том, что гендерные стереотипы весьма устойчивы. При этом выявлена интересная особенность: гендерные стереотипы слабо работают в ситуации абстракции. Вероятно, в данном случае начинают действовать другие шаблоны. Полагаем, что шаблоны в ситуации абстракции близки к «идеальной» картине мира, то есть они представляют собой не то, как есть на самом деле, а то, как должно быть в идеале. При оценке реальной ситуации включаются гендерно-стереотипизированные представления.

При этом исследования показывают, что в реальной практике женщины имеют некоторые преимущества для успешного управления организацией. Мужчины-руководители чаще всего используют агрессивный подход в процессе управления организацией, подчиняя себе коллектив, при этом выступают основными явными лидерами, единолично сосредоточивая властные полномочия. В то же время женщины более склонны к социальному партнерству, стремятся к профессиональному развитию и повышению самооценки работников, разделяя с ними власть [11]. Однако, несмотря на это, как видим, работают гендерные схемы – повседневные «фактичности».

Реальная практика показывает, что женский менеджмент отличается «ситуативностью». В отличие от мужчины-руководителя женщина-руководитель реализует стратегии не только выживания, но и развития организации. Она склонна к осторожному выстраиванию более сложных отношений с коллегами и партнерами, избегая при этом ненадежных соглашений и рискованных сделок [12]. И вновь в данном случае можно говорить о том, что, несмотря на это, действуют гендерные схемы.

Чтобы изменить сложившуюся ситуацию, нужна глубокая работа с сознанием, с гендерными схемами. Существенным при этом является понимание того, что сами по себе гендерные стереотипы не безобидны, так как они значительно ограничивают возможности для самореализации каждого человека. Это трудная и кропотливая работа, но она очень важна, поскольку уход от стереотипов позволит обрести внутреннюю гармонию и свободу и женщинам, и мужчинам.

#### **Ссылки:**

1. Берн Ш. Гендерная психология: законы мужского и женского поведения. СПб., 2007.
2. Там же. С. 203.
3. Fiske S.T., Taylor S.E. *Social cognition*. New York, 1984.
4. Берн Ш. Указ. соч. С. 211.
5. Ильиных С.А. Гендерная концепция организационной культуры : автореф. дис. ... д-ра социол. наук. Новосибирск, 2009.
6. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании. М., 2003.
7. Грошев И.В. Гендерные особенности конфликтности на предприятиях и в организациях // Социологические исследования. 2007. № 6. С. 122–130.
8. Соломанидина Т.О. Указ. соч.
9. Там же.
10. Шевцова О.В. Гендерные аспекты менеджмента [Электронный ресурс] // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 3. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/03/4665> (дата обращения: 24.10.2016).
11. Там же.
12. Попова Л.В. Лидерский потенциал женщин в информационном обществе // Материалы Второй Международной междисциплинарной научно-практической конференции. Минск, 2001. С. 187–201.

#### **References:**

- Byrne, S 2007, *Gender psychology: the laws of male and female behavior*, St. Petersburg, (in Russian).
- Fiske, ST & Taylor, SE 1984, *Social cognition*, New York.
- Groshev, IV 2007, 'Gender features of conflicts in companies and organizations', *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, no. 6, p. 122-130, (in Russian).
- Ilyin, SA 2009, *Gender concept of organizational culture*, D.Phil. thesis abstract, Novosibirsk, (in Russian).
- Popova, LV 2001, 'Leadership potential of women in the information society', *Materialy Vtoroy Mezhdunarodnoy mezhdistsiplinarnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*, Minsk, pp. 187-201, (in Russian).
- Shevtsova, OV 2014, 'Gender aspects of management', *Ekonomika i menedzhment innovatsionnykh tekhnologiy*, no. 3, viewed 24 October 2016, <<http://ekonomika.snauka.ru/2014/03/4665>>, (in Russian).
- Solomanidina, TS 2003, *The organizational culture of the company*, Moscow, (in Russian).