



Харківський гуманітарний університет
«Народна українська академія»
Факультет «Соціальний менеджмент»
Кафедра соціології

Кваліфікаційна робота магістра

на тему «ГЕНДЕРНІ ПРОЯВИ СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН НА
СУЧАСНОМУ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ»

Виконала студентка 6 курсу, групи СМ-61
спеціальності 054 – Соціологія

Чернядева Вероніка Павлівна ЧВЧ

Керівник: д. соціол. н., проф.

К. Г. Михайльова К. Г. Михайльова

Рецензент: к. філос. н. доц.

Г. Г. Фесенко Г. Г. Фесенко



Харків – 2018

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГЕНДЕРНОГО АНАЛІЗУ СУСПІЛЬСТВА.....	7
1.1. Методологія гендерного аналізу: основні маркери і категорії.....	7
1.2. Гендерні стереотипи як фактор конструювання соціальних відносин у сучасному суспільстві.....	21
1.3. Типізовані конструкти гендерних відносин у трудовій сфері	35
Висновки за першим розділом.....	47
РОЗДІЛ II ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ	49
2.1. Загальні аспекти гендерної ситуації на сучасному ринку праці України.....	49
2.2. Сегрегація сучасного ринку праці за шкалою «маскулінність-андроґінність-фемінність».....	54
2.3. Гендерна стереотипізація на ринку праці та в сучасних організаціях.....	62
2.4. Приховані гендерні позиції сучасних роботодавців.....	74
Висновки за другим розділом.....	84
ВИСНОВКИ	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	92
ДОДАТОК. Елементи програми соціологічного дослідження гендерної стереотипізації в сучасних організаціях (на прикладі ООО «KOFEIN»).....	98

ВСТУП

Сучасні соціальні відносини значно трансформуються. В умовах формування постмодерного суспільства його розвиток набуває нових граней, надає можливість розкриття своїх здібностей, знімає певні обмеження, які зазвичай носили вигаданий характер. У цій динаміці важливе місце посідають гендерні відносини – побудовані на взаємодії не лише біологічних статей, а й, перш за все, на основі сформованих соціальних та психологічних особливостей людей.

Ринок праці не є виключенням, але він і досі представляє собою досить консервативну систему, яка розміщує людей на його «лініях» за ознаками, які сьогодні можуть бути не визначальними для успіху у тій чи іншій справі. Поряд з цим, на ньому можемо спостерігати і інноваційні тренди, які рушать ці стандарти та виводять на новий рівень забезпечення населення робочими місцями та державу – якісними працівниками. Дослідження цих аспектів здається нам вельми актуальним.

Коло цих проблем завжди цікавило вчених. Проблематика гендеру стала традиційною для таких дослідників, як І. Кон, С. Бем, А. Лангеноль, Дж. Ст. Міль, Г. Спенсер, Е. Дюркгейм, Г. Зіммель, П. Бергер, Ж. Міллер, Д. Спенс та ін. Вони досліджували, перш за все, саму можливість використання гендерного ракурсу в аналізі суспільства.

Поєднання такого ракурсу з аналізом психологічних та соціально-психологічних детермінант соціальної поведінки призвело до акцентування ролі стереотипізації мислення у соціальній взаємодії. Протягом століть стереотипи вивчалися багатьма дослідниками, зокрема, У. Ліппманном, Т. Шібутані, В. Трусовим, Л. Стріклендом, А. Бодалевим та ін. Особлива увага щодо стереотипів присутня у роботах, пов'язаних з іменами П. Шихирева, Ю. Шерковіна, К. Гаджієва, І. Кона, В. Ядова, Л. Зака, Г. Кондратенко та ін. У сфері гендерних відносин ґрунтовні дослідження

стереотипів здійснюють сьогодні Т. Віноградова, Т. Говорун, О. Кікінежді, В. Семенов, П. Горностай та ін.

Ринок праці – також особлива зона досліджень. Тут широко представлені роботи О. Голятина, А. Котляр, Р. Капелюшнікова, М. Палагнюка, Б. Акерля, С. де Бовуар, О. Шишлової, В. Кагана та ін. Зокрема, в них показано, що існує гендерна сегрегація, а разом із гендерними стереотипами вони створюють перешкоди на шляху до пропорційного заповнення вільних робочих місць чоловіками й жінками та роблять ринок праці неефективним.

До числа гендерних проблем, що привертають увагу дослідників, можна віднести гендерну асиметрію на ринку праці, що виражається у вертикальній і горизонтальній сегрегації за ознакою статі; стійку кореляцію між часткою жінок, зайнятих в тій чи іншій професійній групі, і рівнем середньої оплати праці; новий «формат» суміщення жінками професійних і сімейних обов'язків тощо. Поряд з цим такий аналіз здійснюється переважно у категоріях статі, а самі гендерні особливості залишаються позаувагою.

Це і визначило проблематику магістерської роботи.

Об'єкт магістерської роботи – гендерні прояви соціальних відносин у сучасному суспільстві.

Предмет магістерської роботи – особливості гендерних проявів соціальних відносин на сучасному ринку праці України.

Метою роботи є виявлення особливостей гендерних проявів соціальних відносин на сучасному ринку праці України.

Завдання роботи:

1. Визначити теоретичні основи та категорійний ряд для аналізу гендерних відносин у сучасному суспільстві.
2. Дослідити роль гендерних стереотипів у конструюванні соціальних відносин.
3. Виокремити основні гендерні маркери, якими маркеруються люди на ринку праці.

4. Виявити основні прояви сегрегації сучасного ринку праці за шкалою «маскуліність-андроґінність-фемінінність».

5. Схарактеризувати стереотипізацію в сучасних організаціях (на прикладі ООО «KOFEIN»).

6. Визначити приховані гендерні позиції сучасних роботодавців.

У якості наукової новизни роботи можна розглядати висновки, які сприяють розвитку гендерних досліджень:

уперше

- на основі виявлених маркерів маскуліності та фемінінності розроблено систему відповідних маркерів для дослідження прихованих гендерних пріоритетів роботодавців;

набули подальшого розвитку:

- методики дослідження гендерних особливостей розвитку суспільства;
- уявлення про гендерні тенденції соціальних відносин на сучасному ринку праці.

удосконалено:

- характеристики маскулінних та фемінінних сфер на ринку праці України.

Емпіричну базу роботи склали авторські дослідження:

1. «Гендерні пріоритети сучасного ринку праці Харківської області» (аналіз друкованого (газета «Прем'єр») та електронного (сайт rabota.ua) засобів масової інформації, які спеціалізуються на пошуці робочої сили (жовтень 2015 року, проаналізовано 3300 об'єктів)).

2. Дослідження гендерних стереотипів у сучасних організаціях (на прикладі ООО «KOFEIN») (жовтень 2017 року, n=80).

У роботі також використано результати досліджень, проведених щодо проблематики гендерних особливостей сучасного ринку праці різними дослідницькими центрами (посилання на них наведено у тексті роботи).

Теоретичне значення роботи полягає у розвитку теоретичних уявлень щодо гендерних особливостей сучасного ринку праці України та методичних

можливостей їх вимірювання.

Практичне значення роботи визначається можливостями подальшого розвитку досліджень цього напрямку та використанням висновків для удосконалення гендерних відносин на ринку праці. Результати роботи можуть бути використані у навчальних курсах, при розробці тренінгів.

Основні результати та висновки магістерської роботи пройшли апробацію на міжнародних студентських конференціях: «Освіта в умовах глобалізації» з темою виступу та публікації «Роль освіти у подоланні гендерної стереотипізації сучасної особистості» (квітень 2016 року); «Світ університету: вистроювання взаємовідносин із зовнішнім середовищем в умовах постійних змін» з темою виступу та публікації «Роль університетів у формуванні гендерної культури особистості» (квітень 2017 року); а також на Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук у галузі «Гендерні дослідження» (м. Бердянськ, 17-18 березня 2016 року; III місце) з роботою на тему «Гендерні пріоритети на сучасному ринку праці»; на регіональному конкурсі молодих вчених «Гендерна політика очима української молоді» (м. Харків, 30 листопада 2016 року; I місце) з роботою на тему «Гендерні пріоритети на сучасному ринку праці (на прикладі м. Харків)»; а також на Всукраїнському конкурсі «Завтра.ua» (2017 року, вихід до фіналу).

За темою магістерської роботи опубліковано дві статті та три тези.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГЕНДЕРНОГО АНАЛІЗУ СУСПІЛЬСТВА

1.1. Методологія гендерного аналізу: основні маркери і категорії

В основі гендерного аналізу суспільства лежить категорія «гендер». Відзначимо, що термін «гендер» з'явився порівняно недавно, в 1975 році, у зв'язку з явними розмежуваннями соціальних, культурних і політичних аспектів у розрізненні чоловічого і жіночого, пов'язуючи їх з поняттями статі та гендеру.

Введення цього поняття було покликане розділити біологічні та інші характеристики чоловіків і жінок. У результаті термін «стать» наділявся характеристиками, які описують біологічні відмінності між людьми, що визначаються генетичними особливостями побудови клітин, анатомо-фізіологічними характеристиками і дітородними функціями. А термін «гендер» було запропоновано розглядати як соціальну стать, як продукт культури, соціально-біологічну характеристику, яка вказує на соціальний статус і соціально-психологічні характеристики особистості, які пов'язані зі статтю і сексуальністю, але формуються через взаємодію з іншими людьми.

Звернення до численних визначень гендеру дозволяє нам стверджувати, що не має значних розбіжностей у його трактуванні. Так, гендер являє собою визначення жінок і чоловіків на основі їх соціальної ролі [33]. Це не те саме, що стать (біологічні особливості жінок і чоловіків) [18].

Гендер визначається поняттям задач, функцій і ролей, призначених суспільством жінкам і чоловікам у їх суспільному та особистому житті [41]. Він трактується також, як соціальна стать, що визначає поведінку людини в суспільстві і те, як ця поведінка сприймається. Всі ці аспекти чоловічого і жіночого задаються в першу чергу суспільством як певний соціальний норматив.

У словнику гендерних термінів гендер – це «змодельована суспільством і підтримувана соціальними інститутами система цінностей, норм і характеристик чоловічої і жіночої поведінки, стилю життя і способу мислення, ролей і відносин жінок і чоловіків, придбаних ними як особистостями в процесі соціалізації, перш за все визначається соціальним, політичним, економічним і культурним контекстами буття й фіксує уявлення про жінку та чоловіка залежно від їх статі» [10].

Узагальнення різних трактувань гендеру надає нам можливість стверджувати, що у найбільш вживаному вигляді визначення гендеру виглядає наступним чином: «гендер – соціально-біологічна характеристика, через яку визначаються поняття «чоловік» і «жінка», психосоціальні, соціокультурні ролі чоловіка і жінки як особистостей, а також психо-біологічні особливості, на які впливає біологічна стать, цілісна психічна репрезентація статі, сповнена неповторним динамічним глибинним, когнітивним та поведінковим поняттям жіночого та чоловічого, здобута індивідом у результаті набуття індивідуального гендерного досвіду» [6]. Тобто це – деякий соціальний конструкт, що визначає соціальну стать людини. Саме таке розуміння гендеру ми будемо використовувати у своїй магістерській роботі.

Слід підкреслити, що специфіка гендерних досліджень визначає міждисциплінарний характер теоретичних конструктів, які можуть використовуватися для аналізу соціальних процесів крізь призму гендерних граней. Більш того, незважаючи на те, що поняття «гендер» виникло лише у другій половині XX ст., питання про рівність чоловіків та жінок у різних сферах життєдіяльності суспільства підіймалися і у класичних соціальних теоріях. Значну долю серед них посіли і соціологи.

Як відзначають дослідники, «більшість соціальних теоретиків вважали цей розподіл священним і непорушним, вважаючи самореалізацію жінок можливою лише в рамках приватного домашнього світу. Досить часто соціологічні теорії ігнорували жінок взагалі, або відводили їм другорядні ролі. Проте вплив описаного соціального контексту на окремих авторів був досить складним і

суперечливим. Ніколи соціальна теорія не дотримувалася єдиного трактування «жіночого питання» [51]. Так, наприклад, Джон Стюарт Мілль виступав за надання жінкам середнього класу доступу до освіти та професійної діяльності [39]. Герберт Спенсер еволюціонував від профеміністської до антифеміністської позиції [48]. Він вважав, що фізичні і психічні відмінності між чоловіками і жінками сформувалися у міру їх адаптації до батьківського і материнського обов'язку в ході людської еволюції. Ці відмінності виявляють себе, перш за все, в розбіжностях між інтелектуальним і емоційним початками. Він надавав також значення фізичним відмінностям жінок від чоловіків: менший розмір їх тіла і мозку він вважав не тільки результатом еволюції, але і свідомством їх інтелектуальної слабкості в порівнянні з чоловіками. Г. Спенсер вважав, що всі ці відмінності сформувалися в результаті історичних взаємовідносин статей, які будувалися як відносини сильного і слабого. Чоловіки варварських племен, на думку Г. Спенсера, були не тільки сильними і хоробрими, але і агресивними, жорстокими і егоїстичними. Щоб фізично вижити у взаєминах з такими чоловіками, жінки змушені були розвивати в собі здібності до них підлаштовуватися, вгадувати їх настрої, виконувати їх бажання. При цьому найбільш brutальні були і найбільш успішними, відповідно жінки, які мали потребу в фізичному і економічному і захисті для себе і дітей, вважали за краще мати саме таких чоловіків, незважаючи на те що вони з ними гірше поводитись. Рецидиви таких дружинських смаків Г. Спенсер вважав поширеними і в сучасному йому цивілізованому суспільстві. Спілкування з такими чоловіками в ході еволюції розвили у жінок такі якості, як чутливість і інтуїцію, оскільки вони повинні бути «по одному руху, тону голосу або виразу обличчя враз вгадувати в своєму дикуні-чоловікові його бажання» [48].

Еміль Дюркгейм стверджував, що фізична і культурна диференціація між чоловіками і жінками весь час збільшується. Вчений дійшов висновку, що «чим глибше ми звертаємося в минуле, тим менш значущими стають відмінності між чоловіками і жінками - в зовнішності, фізичній силі, побудові мозку, а також виконанні соціальних ролей і функцій» [22].

Г. Зіммель, на відміну від Е. Дюркгейма, підкреслював, що поділ праці за статевою ознакою призводить до того, що жінки сприймаються лише через призму відносин із чоловіками. Самі ж по собі жінки – «ніщо», тому що доступні їм ролі не мають жодних специфічних незалежних жіночих якостей: «Все приниження жінки виходить із того, що існування жінки оцінюється за критеріями, змодельованим для протилежної статі» [25].

Із класичних соціальних теорій можна зробити висновок, що, по-перше, частіше за все, категорії чоловічого та жіночого протиставляються одна одній. По-друге, атрибути чоловічого та жіночого можуть «перетікати» один в один та по різному бути присутніми в людях. По-третє, перші дві тези визначають різний ступінь затребуваності сполучень «чоловіче-жіноче», які можуть бути наявними у суспільстві, у різних сферах життєдіяльності. Саме остання теза має особливе значення для нашого дослідження.

Автори сучасності теж розглядають питання гендеру та його проблематику. Але сучасні дослідники мають інші акценти щодо ролі жінок у суспільстві та специфіки їх взаємовідносин із чоловіками. Наприклад, М. М. Палагнюк, розглядає гендерну проблематику та виклики сучасності. Він здійснює аналіз гендерної проблематики, що є визначальною й актуальною для сучасного суспільства; надає історичний огляд феміністично-філософських концепцій і робить акцент на необхідності переосмислення ролі жінки в культурі та суспільстві. При цьому поняття гендер у його дослідженнях постає у соціокультурному та персонологічному контекстах як особливий метод впорядкування соціальної практики [14].

Б. Акерля, розглядає глобальні фемінізми: теорію та етику для вивчення гендерної несправедливості. Глобальна справедливість, на думку автора, потребує форми фемінізму, яка має відношення до різних його напрямів. Мова йде про глобальний фемінізм. Глобальні феміністки стурбовані тим, як проводяться дослідження і з якою метою вони застосовуються. Глобальні феміністки дотримуються ідеї про те, що контексти мають значення, і ідея про

те, що найпотужніші сили несправедливості щодня впроваджуються в нормативні структури цих контекстів [14].

Узагальнення теоретичних конструктів щодо гендерного ракурсу погляду на суспільство дає нам можливість погодитись, що наукова культура введення та використання поняття гендеру пов'язана з розбіжністю біологічних і соціальних, культурних, психологічних характеристик особистості, а значить і з потребою осмислення цього неспівпадіння крізь призму розгляду категорій чоловічого і жіночого.

Для вирішення завдань нашої роботи важливим вбачається виокремлення маркерів розподілу чоловіче – жіноче у гендерному ракурсі, а для цього необхідно концептуалізувати феномени маскулінності та фемінінності.

У найбільш загальному вигляді маскулінність і фемінінність (від лат. *masculinus* - чоловічий і *femininus* - жіночий) – нормативні уявлення про соматичні, психічні і поведінкові властивості, що характерні для чоловіків і для жінок; елемент статевого символізму, пов'язаний із диференціацією статевих ролей. Також у розумінні маскулінності і фемінінності включають нормативні уявлення і установки, якими мають бути чоловіки і жінки [26].

Зупинимось на цих категоріях детальніше.

Маскулінність трактується як комплекс тілесних, психічних і поведінкових особливостей, що розглядаються як чоловічі.

Існують різні концепції маскулінності, які варіюються від есенціалістської до соціально-конструктивістської. Есенціалістський підхід розглядає маскулінність як наслідок біологічної відмінності чоловіка від жінки, соціально-конструктивістський підхід – коли жіночий досвід і жіноча суб'єктивність аналізуються за допомогою єдиного дискурсу та розглядаються як єдині. Як приклад першого визнається екзистенціалістська методологія С. де Бовуар, за допомогою якої вона спробувала пояснити феномен гендерної нерівності та причини походження сексизму в суспільстві та культурі. Вона

намагалася відповісти на питання, чому саме чоловік, а не жінка, завжди боровся за право власності в історії.

Протилежний полюс досліджень складає соціальний конструктивізм.

Соціальний конструктивізм – соціологічна теорія пізнання, розвинена Пітером Бергером і Томасом Лукманом в їхній книзі «Соціальне конструювання реальності». Мета соціального конструктивізму – виявлення способів, за допомогою яких індивідууми і групи людей беруть участь у створенні соціальної реальності. Ця теорія розглядає шляхи створення людьми соціальних феноменів, які інституціоналізуються і перетворюються в традиції, і гендер не є виключенням. Соціальне конструювання реальності йде постійно, це динамічний процес; реальність перевідтворюється людьми під впливом її інтерпретації і знань про неї. П. Бергер і Т. Лукман наводять докази на користь того, що будь-яке знання, включаючи базове, таке, як сприйняття реальності виходячи зі здорового глузду, відбувається і підтримується за рахунок соціальних взаємин. Відповідно соціально-конструктивістський підхід визначає маскулінність у термінології гендерних очікувань, що стає основою для досліджень щодо кола проблем. Наприклад, І. Кон розглядає маскулінність в історичному контексті, виходячи з соціально-конструктивістського підходу.

У найбільш розповсюдженому розумінні, маскулінність – набір характерних рис, ознак, способів поведінки та ролей, що широко визнаються притаманними чоловічому гендеру у межах певного суспільства у визначений історичний період [59]. Модель маскулінності формується на підставі характеру соціальних відносин, самоідентифікацій та орієнтацій особистості, а також її біологічних характеристик.

Кожному суспільству притаманна своя модель маскулінності, яка набуває нормативності й стає орієнтиром у процесі соціалізації індивідів, що ідентифікують себе з чоловіками.

Маскулінності зазвичай протиставляють фемінінність. Фемінінність (фемінінність, жіночність) являє собою сукупність характеристик, пов'язаних

із жіночою статтю, або характерними формами поведінки, що очікуються від жінки в даному суспільстві, або ж «соціально визначений вираз того, що розглядається як позиції, внутрішньо властиві жінці» [13].

У широкому розумінні фемінінність – це «властивість особистості, що передбачає відповідність жінки власній психологічній статі, дотримання жіночих статево-рольових норм, типової для жінки поведінки, цінностей, установок» [19]. Фемінінність пов'язується з емоційністю, м'якістю, чуйністю, нормативністю, комунікативними навичками, сензитивністю, здатністю до емпатії. Фемінна жінка вважається більш реалістичною, практичною, уразливою, безпосередньою і пасивною, ніж жінка з не такою однозначно домінуючою жіночністю. Виражена фемінінність передбачає переважання несвідомого рівня саморегуляції, схильність до інтуїтивного досягнення дійсності, чітку материнську орієнтацію.

Займаючись дослідженнями даного кола питань, Ж. Міллер припустила, що такі риси фемінінності, як емоційність, вразливість і інтуїція – це не слабкість, а особлива сила, яка може стати істотною для побудови кращого суспільства, і що ці риси чоловіки могли б розвивати в собі.

Наш аналіз концептів маскулінності та фемінінності дозволяє виокремлювати дві моделі їх співвідношення. Перша – чіткий розподіл на протиставлення. В цьому розподілі також можна говорити про жорсткий та м'який варіанти. Жорсткий діє за дихотомічним принципом. А м'який – допускає перетини. Так, існує уявлення, що фемінінність – особлива «рівно-но-різна» протилежність маскулінності, що також невірно, оскільки маскулінні риси (стійкість, самодостатність, сміливість та ін.) вважаються цінними для всіх людей, включаючи жінок, а фемінінні – бажані тільки для жінок з точки зору їх привабливості для чоловіків.

Другий підхід співвідношення маскулінності та фемінінності має в основі відсутність жорстких кордонів між ними. Більш того, таке сприйняття фемінінності і взаємне використання її рис і характеристик маскулінності також бачиться нам важливим для аналізу трудової сфери, оскільки існують

уявлення про жіночі і чоловічі професії і сфери трудової діяльності, і дослідники сходяться на думці, що існує більше, ніж два гендери, а також на тому, що можливі різні моделі маскулінності та фемінінності.

Даний підхід бачиться нам більш ефективним для дослідження гендерних пріоритетів ринку праці, оскільки саме гендерні очікування у тому чи іншому соціальному полі лягають в основу конструювання опису вакансій тих чи інших посад.

У цьому зв'язку важливо, як відзначається в сучасних дослідженнях, що «певні риси, що приписуються маскулінності і фемінінності, є транскультурними (наприклад, ототожнення маскулінності з силою, агресивністю, а фемінінності з м'якістю і ніжністю). Як системне ціле, образи маскулінності і фемінінності є історичними і етноспецифічними. При вивченні цих образів необхідно враховувати принципову асиметрію статевих ролей і те, чію точку зору (чоловічу або жіночу) висловлює даний стереотип» [43].

Погодимося, що для вирішення питання про те, які ознаки є маскулініними чи фемінініними необхідно первинне допущення альтернативності: всі ознаки є або маскулініними, або фемінініними. Спроби визначення чітких, не двозначних атрибутів маскулінності і фемінінності відносяться до давніх часів. На рівні ж наукового осмислення вчені, наприклад Г. Спенсер, надають значення фізичним відмінностям жінок від чоловіків.

Аналіз різних сучасних інтерпретацій маскулініних і фемінініних рис (наприклад, [2; 7; 9; 10; 13; 27]) дозволив нам виділити більше 40 таких маркерів (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Основні маркери фемінінності та маскулінності

<i>Маркери фемінінності</i>	<i>Маркери маскулінності</i>
Конформність	Сила
Здатність підлаштовуватися	Хоробрість
Старанність	Агресивність
Пасивність	Жорстокість
Чуйність	Егоїзм
М'якість	Діловитість
Дбайливість	Прагматизм
Емоційність	Орієнтація на зовні
Готовність до виховання	Незалежність
Консенсусність	Крупномасштабність мислення
Орієнтованість на обслуговування	Раціональність
Дрібномасштабність	Самоповага
Скромність	Потреба в соціальному успіху
Інтуїція	Суб'єктність
Готовність учитися	Панування
Податливість	Активність

Проте дослідники відзначають, що поява цих маркерів диференціюється залежно від культурних особливостей народу, його історії, а також сфери дослідження. Останній ракурс і представляє для нас інтерес з точки зору вивчення гендерних пріоритетів сучасного ринку праці. Саме тому ми звузили перелік базових маркерів маскулінності і фемінінності до тих, які можуть активно проявляється на ринку праці.

Поряд з цим, на думку сучасних вчених, маскулінність не обов'язково притаманна чоловікам так само, як фемінінність - не є виключно жіночою характеристикою. «Такі фемінінні властивості, як щиросердність, емоційність, інтуїтивність, вітальність, у значній мірі властиві і чоловікам, набуваючи виразності у міру наближення до особистісної зрілості. З іншого

боку, серед жінок нерідко зустрічаються такі маскулінні якості, як безкомпромісність, наполегливість, розвинута мотивація досягнення, ініціативність, високий інтелект і свобода від стереотипів» [43]. У житті сучасного суспільства зустрічається чимало фемінінних чоловіків і маскулінних жінок.

Дійсно, тривалий час вважалося, що маскулінність та фемінінність – це протилежні полюси однієї шкали, тобто висока маскулінність розглядається як низька фемінінність (і навпаки). В сучасних же наукових концепціях статі і статево-рольової поведінки ці властивості розглядаються як відносно незалежні один від одного конструкти. Тобто можливий одночасно високий розвиток обох характеристик, або одночасно низький рівень цих статево-рольових проявів.

Поєднання високого розвитку фемінінності та маскулінності в одній людині (незалежно від її статі) отримало назву андрогінність.

Андрогінність – одночасна присутність в однієї людини стереотипних для даного суспільства ознак чоловіка і жінки (необов'язково у рівній мірі). Розрізняють психологічну андрогінність, яка проявляється у поведінці та виявляється у високих показниках одночасно за шкалами маскулінності і фемінінності; іміджеву андрогінність, яка є поєднанням у зовнішньому вигляді чоловічих і жіночих рис [58].

У ряді досліджень андрогінність розглядають як окрему область гендерного континууму. При цьому андрогінність не слід змішувати з гермафродитизмом – наявністю морфологічних ознак обох статей.

Тема андрогіна цікавила мислителів протягом всієї історії розвитку людства. Ідея андрогінії була сформульована Платоном у 385-380 рр. до н.е. у діалозі «Пір». Міф про андрогіна розповідає про предків людей, які були наділені ознаками чоловічого та жіночого начал, мали свержсилу та особу гармонію існування.

«У сучасності ми нерідко спостерігаємо реалізацію даної ідеї в різних сферах соціального життя, коли урахування та сполучення фемінінних та

маскулінних якостей та прийомів дозволяють досягати цілісності й завершеності у починаннях, досягати успіху» [55]. Саме це визначає наш інтерес до андрогіна як моделі гендера на сучасному ринку праці.

У 70-80-ті рр. XX ст. спостерігався підйом дослідницького інтересу до тематики андрогіна. Особливий внесок у цей процес внесла американська дослідниця С. Бем, яка обґрунтувала новий тип людини – «психологічний андрогін» [57]. Відповідно до теорії С. Бем, людина, незалежно від своєї біологічної статі, може мати як традиційно жіночі (фемінінні), так і традиційно чоловічі (маскулінні) риси.

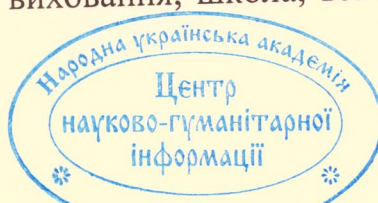
Ще одна дослідниця – Д. Спенс – вважала, що в андрогінній особистості гармонійно поєднуються найбільш яскраві якості фемінінного та маскулінного типів, доповнюючи один одне.

На думку сучасних вчених, «андрогінні особистості мають кращу адаптивність, відрізняються специфічними творчими здібностями, мають високу самооцінку, психологічно більш благополучні» [55]. У підсумку, андрогінність стала розглядатися як важлива особистісна та перевага людини, яка має психологічну природу.

Саме тому, поряд з поляризацією чоловічого та жіночого начал, багато які культури високо цінують їх сполучення, суміщення в одній особі – андрогінію як деякий «постгендер» (О. Шишлова).

У науці андрогінія розглядається як особистісна характеристика, не пов'язана з порушеннями статевого розвитку або статево-рольової орієнтації. Розвинута андрогінія в людини, незалежно від її статі, передбачає багатий арсенал і гнучкість її рольової поведінки, високі соціально-адаптивні здібності й інші важливі якості.

Слід зазначити, що гендерні відмінності людини формуються у процесі її соціалізації – навчання ролі чоловіків і жінок, який активно відбувається від перших днів народження до статевозрілого віку, і меншою мірою – пізніше. На це впливають: сімейне виховання, школа, взаємодія з іншими дітьми та



ігрова активність тощо. Розуміння відмінностей між статями формується починаючи приблизно з двохрічного віку.

Підсумком гендерної соціалізації є гендерна ідентичність. Гендерна ідентичність – усвідомлення індивідом себе як представника даної статі, відчуття свого жіночого, або чоловічого тіла, усвідомлення своєї приналежності до чоловічої, жіночої або якоїсь іншої статі у соціальному контексті. Гендерна ідентичність не є автоматичною надбудовою над біологічною статтю, вона поетапно формується в особистості у ході виховання та соціалізації [20].

Гендерну ідентичність слід відрізняти від статевої ідентичності. Статева ідентичність – єдність поведінки й самосвідомості індивіда, які зараховують себе до певної статі і орієнтується на вимоги відповідної статевої ролі. В. Є. Каган визначає статева ідентичність як співвіднесеність особистості з тілесними, психофізіологічними, психологічними та соціокультурними значеннями маскулінності і фемінінності [32]. Він розрізняє такі види статевої ідентичності:

1) базова ідентичність – співвіднесеність особистості з традиційними, висхідними до філогенетичних, статевих відмінностей, уявленням про маскулінності і фемінінності; цей вид ідентичності детермінований психофізіологічно;

2) рольова ідентичність – співвіднесення поведінки і переживань особистості з існуючими в даній культурі і в даний час статево-рольовими стереотипами; цей вид ідентичності детермінований впливом середовища;

3) персональна ідентичність – інтеграція першої та другої ідентичностей, вона характеризує співвіднесеність особистості з маскулінністю і фемінінністю в контексті індивідуального досвіду міжособистісного спілкування та спільної діяльності.

На думку В. Каган, якщо базова ідентичність стабільна, то на рівні рольової і персональної ідентичності йде безперервний процес статевої ідентифікації.

Поряд з цим, важливо усвідомлювати, що статева та гендерна ідентичності перетикаються.

Як вже зазначалося вище, гендерні маркери відносно маскулінності та фемінінності диференціюються в різних суспільствах, формуючи певні очікування від виконання особистістю своєї гендерної ролі.

Гендерна роль – це диференціація діяльності, прав та обов'язків індивідів залежно від їх статевої приналежності; відноситься до виду соціальних ролей, є нормативною, висловлює певні соціальні очікування (експектації) [56]. Як зазначає І. С. Кон, «гендерні ролі завжди пов'язані з певною нормативною системою, яку особистість засвоює і переломлює у своїй свідомості і поведінці» [32]. Гендерна роль – нормативний різновид поведінки людини в суспільстві, те, що очікується та вимагається від неї як від представника конкретної статі; диференціація діяльності, статусів, прав і обов'язків залежно від статевої приналежності людини.

Частіше за все гендерні ролі обумовлені диференціацією людей у суспільстві за ознакою статі. На рівні культури вони існують у контексті певної системи статевої символіки та стереотипів маскулінності та фемінінності. Гендерні ролі завжди пов'язані з певною нормативною системою, яку особистість засвоює і відбиває у своїй свідомості та поведінці.

Таким чином, гендерні ролі можна розглядати як зовнішні прояви моделей поведінки та стосунків, які дозволяють іншим людям судити про приналежність індивіда до чоловічої або жіночої статі. Іншими словами, гендерна роль – це соціальний прояв гендерної ідентичності індивіда.

Очевидно, що проблематика гендеру існує на рівні суспільства та кожного індивіду. Саме тому має місце і своєрідна суспільна оцінка індивідуальних гендерних ідентичностей.

При збігу біологічних статево-рольових стереотипів із гендером статево-рольова поведінка може бути схарактеризована як нормативна; за відсутності такого збігу є підстави вести мову про гендерні інверсії.

Існує багато форм і видів порушень статевої та гендерної ідентичності, які не обов'язково пов'язані з функціональними та органічними розладами статевої сфери. Серед таких порушень можна назвати трансвестизм та транссексуалізм. Перший з названих вважається легшою формою порушення статевої ідентичності, ніж другий. Трансвестизм – це прагнення грати роль протилежної статі, що проявляється в перевдяганні, використанні імені та запозиченні інших рольових атрибутів протилежної статі, хоча це не супроводжується повним усвідомленням себе особою протилежної статі. Трансвестизм не слід плутати з проявами фемінінності чоловіків чи маскулінності жінок, хоча трансвестит часто відповідає таким характеристикам. Існують перехідні, недевіантні прояви часткового запозичення статевих та гендерних ролей, які не призводять до значної статево-рольової інверсії [21].

Таким чином, гендерні маркери, сформовані на рівні суспільства, виступають нормативними «знаками» щодо жінок і чоловіків.

Як було показано вище, сама постановка питання про гендер передбачає певну (часто значну) відмінність між його чоловічим та жіночим варіантом, тобто певну статево-рольову (гендерну) диференціацію, яка виявляє себе в:

- статево-віковому поділі праці (при прийманні людини на роботу звертається увага на її стать; якщо ця робота стереотипно вважається чоловічою, то жінку на цю роботу не візьмуть; приділяється увага віку на деяких пропозиціях о роботі, навіть вказані рамки бажаного віку для працевлаштування);
- специфіці процесів гендерної соціалізації (батьки, народжуючи дитину, теж починають певний процес соціалізації - можна побачити саме якими іграшками граються діти, наприклад: дівчатка граються ляльками, а хлопчики машинками, і батьки також спостерігають на що діти звертають увагу);
- сімейній статевій стратифікації (це залежить від того, хто «головний» у сім'ї; традиційно це чоловік, саме тому від заробляє гроші, а жінка стежить за дітьми, наводить лад у хаті);

- особливих моделях (нормах) поведінки (кожна людина має свою модель поведінки, але поведінка чоловіка та жінки дуже відрізняється, чоловіки більш сильні, стрессостійкі, а жінки більш м'які та емоційні);

- розподілі реальних прав та обов'язків (це має зв'язок з сімейно-статевою стратифікацією, але слід теж пам'ятати, що жінка має право на роботу, кар'єру).

У цілому, можна говорити, що з третьої чверті XX ст. наука збагатилася ще одним ракурсом розгляду суспільства – гендерним. Його основні складові базуються на соціальному розподілі жінок і чоловіків за своїми якостями і функціями, нормативи щодо яких формуються у суспільстві, а особистість отримує їх у процесі гендерної соціалізації. Кожна стать, яка маркерується своїми рисами одного з двох класів – маскулінності і фемінінності – наділяється гендерною роллю, які розподіляють людей за статусом, видом діяльності, моделями поведінки тощо.

1.2. Гендерні стереотипи як фактор конструювання соціальних відносин у сучасному суспільстві

Як показано у підрозділі 1.1., гендерні відносини формуються у матриці соціальних норм, взаємовідносин, інститутів. Але, поряд з цим, значну роль у конструюванні соціальних відносин відіграють стереотипи, в тому числі гендерні.

Протягом століть стереотипи вивчалися багатьма дослідниками, зокрема, У. Ліппманном, Т. Шібутані, В. Трусовим, Л. Стріклендом, А. Бодаєвим та іншими. Особлива увага щодо стереотипів присутня у роботах, пов'язаних з іменами П. Шихирева, Ю. Шерковіна, К. Гаджієва, І. Кона, В. Ядова, Л. Зака, Г. Кондратенко та інших. В їхніх роботах найчастіше зустрічається визначення стереотипу як «образу» або «набору якостей», як досить примітивного або емоційно забарвленого уявлення про дійсність, що

неадекватно відображає об'єктивні процеси. У сфері гендерних відносин ґрунтовні дослідження стереотипів здійснюють сьогодні Т. Віноградова, Т. Говорун, О. Кікінежді, В. Семьонов, П. Горностай та ін.

Стереотипи є об'єктом наукових досліджень як набір упереджених, негнучких суджень про особистість або групи, заснованих на їх фізичному вигляді, характері, соціальних ролях. Сюди відносяться стать, етнічна приналежність, вік, фізична сила, клас, сімейний стан, мова, національність, релігія, сексуальна орієнтація тощо.

Вважається, що дитина народжується і з молоком матері вибирає колискові, казки, перекази і легенди, які належать його етносу. Підростаючи, малюк засвоює норми і приписи, що характерні для його сім'ї і роду в цілому. Освітні установи вносять свій внесок. Так поступово формується стереотипне мислення. Людина буквально «обростає» стереотипами.

Започаткована Т. Адорно і групою дослідників спроба теоретичного осмислення феномену стереотипу до цих пір вважається однією з найбільш розроблених концепцій. Теоретичною основою даної концепції став класичний фрейдівський психоаналіз. Стереотип розглядається авторами «Авторитарної особистості» (1950) передусім як продукт групової діяльності, як готові формули, що сприймаються ззовні. Однак індивід має великі можливості «добудови» загальноприйнятого образу, надання йому специфічних рис.

Концепція ж «потреби в статусі та приналежності» А. Маслоу відрізняється від теорії стереотипу Т. Адорно - стереотип тут інтерпретується як емоційно забарвлений негативний образ. Даний підхід постулює стереотип не як групове утворення, а як особистісне, індивідуальне. Ключова ідея цієї теорії - люди дотримуються певних поглядів, які задовольняють їхні неусвідомлені потреби. Будь-яка загроза соціальному статусу свідомо чи несвідомо сприймається індивідом як звинувачення у власній неповноцінності, загрозове руйнуванням внутрішнього комфорту, внаслідок

розбіжності реального образу і «ідеального Я». Саме в спробі вирішити внутрішній конфлікт слід шукати витоки стереотипів.

Таким чином, існує, як мінімум два ракурси сприйняття стереотипів – як змінний продукт групової людської діяльності та як індивідуальний негативно забарвлений образ. З нашої точки зору, стереотипи є переважно груповим утворенням. Але, поряд з цим, у суспільстві можуть бути наявні також і індивідуалізовані стереотипні утворення.

Узагальнюючи наявні розробки стереотипів, можна зробити висновок що, стереотип - це спрощений стандартизований, стійкий, ціннісно визначений, емоційно насичений образ (схема, кліше, шаблон), який уособлює суть уяви про соціальний об'єкт (індивіди, групи, явище або процес). Стереотип – це «сформований за конкретних соціальних умов образ людини, яким користуються як штампом» [36].

В основі формування стереотипу лежить реальний соціально-психологічний феномен узагальнення, схематизації, генералізації даних життєвого досвіду на основі можливих джерел інформації. Стереотипи активно розділяються спільнотою, історично і систематично формуються і закріплюються в соціокультурному досвіді, відрізняються одноманітністю. Вони виявляють і транслиують себе за допомогою усталених образів поведінки соціальних суб'єктів (соціальних груп, індивідів).

Стереотипи слід відрізнити від такого феномену, як уявлення. Уявлення – «гнучкий набір суджень, заснованих на життєвому досвіді індивіда. Уявлення схильні до модифікації в процесі отримання додаткового життєвого досвіду, вони нагадують будівельні кубики і дозволяють осмислювати соціальний досвід, допомагають прогнозувати поведінку оточуючих. Стереотипи, навпаки, формуються в домінуючій політичній, соціальній та культурній системі цінностей і просуваються різними інститутами (наприклад, через культурні традиції, релігію, засоби масової інформації), прямий або непрямий контроль над якими здійснює домінуюча соціальна група. Стереотипи застосовуються для виправдання привілеїв і дискримінації

індивідів і груп у суспільстві в плані доступу до ресурсів або працевлаштування» [44].

Звернення до аналізу стереотипів передбачає привернення уваги до їх функціональної навантаженості. Наш аналіз показав, що стереотипи виконують ряд функцій, які охоплюють дві ключові зони – внутрішню та зовнішню. В першому аспекті важливості набуває захист особистості від внутрішніх конфліктів, породжених шляхом соціального та психологічного дискомфорту, у другому - ідентифікація особистості з групою.

Функції стереотипів можна також умовно підрозділити на «позитивні» і «негативні». Основним позитивним аспектом стереотипу є економія розумової діяльності людини. Людина, яка за своє життя не може знати все про всіх, на основі досвіду інших може мати уявлення про багато речей, навіть якщо вони не мають відношення до її реальності. Негативний аспект впливу стереотипу зводиться до того, що особистий досвід (навіть одноразовий), який підтверджує вірність того чи іншого стереотипу закріплюється в підсвідомості і заважає сприймати людей, явища по-іншому.

Підвищений інтерес соціологічної науки до стереотипів пояснюється віднесенням їх до розряду регулюючих станів соціальної поведінки особистості. Якщо соціальна психологія займається дослідженням стереотипу на індивідуальному рівні, то соціологія виходить з розуміння стереотипу як власне соціального феномену з певною роллю в процесі регуляції соціальних комунікацій, соціальної поведінки.

На думку вчених, актуальність вивчення стереотипів в соціології полягає, по-перше, в тому що все життя людина сприймає і реагує на процеси у значній мірі через свої стереотипи; по-друге, взаємодіє з людьми на підставі стереотипів; по-третє, робить частину своїх умовиводів і висновків на підставі свого стереотипного мислення.

Узагальнюючи ці позиції, слід зазначити, що стереотип здатний: 1) формувати спрощене уявлення, спрямоване на упорядкування досвіду та інформації; 2) володіти можливістю деформувати свідомість і поведінку; 3)

нести спотворення (співвідноситися ні з реальністю, а з упередженістю), 4) протистояти новому знанню; 5) мати підвищену стійкість, «закритість».

Сьогодні прийнято говорити про наступні види стереотипів, які мають значення для дослідження суспільства:

- соціальні стереотипи;
- стереотипи мислення
- стереотипи поведінки;
- етнокультурні стереотипи;
- стереотипи реагування;
- стереотипи спілкування і т. д.

Найбільшу значущість для нас, з точки зору нашої магістерської роботи, мають соціальні стереотипи.

Соціальні стереотипи є різновидом стереотипів і являють собою один з найбільш яскравих феноменів функціонування суспільства.

За У. Ліппманом, соціальні стереотипи - це впорядковані, схематичні, детерміновані культурою «картинки» світу «в голові» людини, які заощаджують його зусилля при сприйнятті складних соціальних об'єктів і захищають його цінності, позиції і права.

Т. Шибутані визначає соціальний стереотип як «популярне поняття, що означає приблизне угруповання людей, з точки зору якоїсь легко помітної ознаки, що підтримується широко поширеними уявленнями щодо властивостей цих людей» [30].

У найбільш поширеному значенні соціальний стереотип – «це образ або уявлення про суспільне явище чи об'єкти, зазвичай емоційно забарвлені і стійкі. Соціальний стереотип – це суспільно-значуще утворення свідомості і поведінки людей, в якому продукує звичний образ їхнього ставлення до тієї чи іншої життєвої ситуації. Соціальні стереотипи виступають стійкими оціночними уявленнями людей один про одного, що формуються в їх взаєминах» [30].

На основі поглядів У. Ліппмана сьогодні виділяють чотири основні характеристики соціального стереотипу:

- соціальні стереотипи у вигляді чітких та зрозумілих образів перехоплюють інформацію на її шляху до свідомості людини та тим самим економлять її зусилля при сприйнятті складних соціальних об'єктів. Соціальний стереотип є завжди простішим і зрозумілішим, ніж реальна дійсність. Відмінна риса стереотипу полягає в тому, що він починає діяти ще до того, як вмикається розум. Ця форма сприйняття накладає специфічний відбиток на данні, які сприймаються органами відчуттів людини ще до того, як ці данні досягають свідомості [34];

- для соціальних стереотипів характерними є стійкість та непохитність, вони протистоять освіті та критиці. Якщо реальна дійсність відповідає очікуванням від неї, то стереотип додатково зміцнюється у майбутньому. Якщо реальний досвід не відповідає стереотипу, то найчастіше він сприймається як виключення, що лише підтверджує правило [47]. Таким чином людина захищає власну картину світу. Важливо відмітити, що система стереотипів не є нейтральною. Це не просто механічне впорядкування реальності або спрощений шлях сприйняття оточуючої дійсності, це дещо більше. Стереотипи є гарантією самоповаги людини, проєктують у зовнішній світ усвідомлення її власної значущості, захищають її права та становище у соціальній ієрархії. Стереотипи наповнені почуттями, з якими вони асоціюються. Стереотипи – це бастіон традиції, сховавшись за стінами цього бастіону, людина почувається у безпеці [47];

- всі соціальні стереотипи частково або повністю є хибними. Якщо соціальні статуси і соціальні ролі роблять життя в середині суспільства прозорим, передбачуваним та санкціонованим, то соціальні стереотипи нав'язують конкретній людині певні риси характеру або поведінкові особливості виключно через її соціальний статус або приналежність до тієї чи іншої соціальної групи. Соціальні стереотипи не розглядають конкретне соціальне явище, конкретний соціальний процес, конкретну соціальну

організацію або конкретну людину, вони надають всім соціальним проявам загальні стандартизовані характеристики крізь призму соціального середовища, в якому вони існують. Як зазначає У. Ліппман, «наша філософія містить у собі цілу низку більш або менш систематизованих образів, які служать для опису невидимого світу. Причому ці образи служать не тільки для його опису, але й для судження про нього. Отже, стереотипи насичені преференціями, приязню або неприязню, асоціюються із страхами, бажаннями, потягами, гордістю, надіями. Об'єкт, який активізує стереотип, оцінюється у зв'язку із відповідними емоціями. Ми не починаємо з того, що вивчаємо людину, а потім оцінюємо її як погану. Ми відразу ж бачимо лиходія. Так само як відразу бачимо добродішного священика, позбавленого гумору англійця, недбало вдягненого художника, хитру східну людину, мрійливого слов'янина, непостійного ірландця, стовідсоткового американця тощо» [34];

- люди набувають соціальних стереотипів ззовні, а не формують їх на основі власного досвіду. Власний досвід індивіда виступає в даному випадку інструментом зміцнення або відкидання соціальних стереотипів, які вже існують в суспільстві.

Соціальні стереотипи з'являються в результаті психологічних процесів, які природним і неминучим чином ведуть до їх формування та збереження. Основними чинниками формування соціальних стереотипів є як особистий досвід людини, так і вироблені суспільством норми.

Американський соціальний психолог Г. Тешфелл вважав, що виникнення соціальних стереотипів пов'язане з психологічними особливостями людської природи. На його думку, люди схильні категоризувати оточуючих по грубих неточних ознаках, а результати цього мають високу міцність.

Соціальні стереотипи змінюються з часом, за умови економічних і політичних змін в державі, але дуже повільно. Коли виникає соціальна напруженість, соціальні стереотипи загострюються.

У наші часи соціальні стереотипи є невід'ємним елементом повсякденного життя. Вони формуються відносно легко, оскільки соціалізація і культура породжують у нас ряд очікувань щодо поведінки та рис інших людей. Завдяки соціальним стереотипам індивіди формують свою соціальну поведінку, встановлюють соціальні зв'язки, здійснюють соціальний контроль.

Останнім часом в соціології активно застосовуються інноваційні підходи до аналізу суспільства один з таких є гендерний підхід, який дозволяє розглянути соціальні стереотипи з особливої точки зору, подивитися на особливості поведінки індивіда в залежності від статі та уявлень про фемінінність та маскуліність в межах культури окремого суспільства. Мова в данному випадку йде про гендерні стереотипи.

Гендерні стереотипи – «уявлення про якості і норми поведінки чоловіків і жінок» [8]. Вони є передумовою конструювання гендеру та гендерної поведінки; це уявлення в суспільстві про соціальні ролі чоловіків і жінок, їхні психологічні та фізіологічні особливості; це стійкі для даного суспільства в даний історичний момент уявлення про відмінності між чоловіками і жінками.

Розуміння гендерного стереотипу надзвичайно важливо, оскільки кожна людина, незалежно від її гендерної приналежності, є індивідуальністю, зі своїм набором психологічних якостей і властивостей, співвідношенням маскуліності і фемінінності у психіці. Знання цих особливостей дозволяє кожній індивідуальності і суспільству в цілому бути більш продуктивними, такими що розвиваються, і гармонійними в будь-якій сфері діяльності.

Гендерні стереотипи утворилися на основі того, що статева ідентичність відчувається більш яскраво, ніж всі інші ідентичності. В основі їх осмислення лежать розробки відомих західних, російських та українських психологів і соціологів, таких як Л. Колберг, Е. Маккобі, К. Джеклін, А. Ерхард, С. Бем, Н. Смелзер, І. Кленіна, М. Арутюнян, М. Баскова, Н.Лавриненко, Т.Гурко та інші.

Узагальнення теоретичних розробок щодо сутності гендерних стереотипів дає нам можливість стверджувати, що різні дослідники розуміють

термін «гендерні стереотипи» по-різному: 1) це систематизований набір уявлень про персональні характеристики чоловіків і жінок; 2) це схематизовані узагальнені образи маскулінності і фемінінності [7]; 3) це соціально конструйовані категорії «маскулінність» і «фемінінність», які підтверджуються різною, в залежності від статі, поведінкою, різним розподілом чоловіків і жінок усередині соціальних ролей і статусів і які підтримуються психологічними потребами людини ввести себе в соціально бажаній манері і відчувати свою цілісність, несуперечність тощо.

Як і стереотипи взагалі, гендерні стереотипи формуються, як вважають дослідники, починаючи з раннього дитячого віку в процесі соціалізації – засвоєння пануючих в даному культурному середовищі уявлень про правильну поведінку, розподіл здібностей і обов'язків тощо. Підсумком соціалізації є освоєння певної соціальної ролі [13].

Людина виконує різні соціальні ролі, в тому числі гендерні. Як вже зазначалося нами у підрозділі 1.1., гендерна роль обумовлює норми поведінки рекомендованого характеру, виходячи з належності до чоловічої або жіночої статі та особливостей культури країни. Роль чоловіка чи жінки в суспільстві визначається багатьма усталеними протягом століть традиціями та укладом. Саме тому досі не зжили себе стереотипи, відгомін яких простежується в прислів'ях і приказках різних народів:

- жінка – берегиня вогнища;
- чоловік – добувач;
- жінка без діток, як дерево без гілок;
- самотня жінка – птах безкрилий;
- чоловік без дружини, що сарай без даху;
- чоловік обіцяє, чоловік виконує;
- мужик не кочеток, а любить побитися.

Відповідно від представників тієї чи іншої статі очікується виконання певних дій, що співвідносяться з гендерними ролями та стереотипами.

Вчені виділяють три умовні групи гендерних стереотипів. Перша група стереотипів базується на відповідних уявленнях про психологічні риси та якості особистості чоловіків та жінок - стереотипи “maschile – feminnile”. Згідно з цими стереотипами чоловіки та жінки є протилежностями. Чоловікам приписується активне, творче начало, здатність вирішувати проблеми, застосовувати розвинуте логічне мислення та власну компетентність. Жіноче ж начало – природно-репродуктивне і тому жінка повинна бути покірною, залежною, емоційною.

У рамках цієї групи стереотипів чоловікам приписують такі якості як рішучість, наполегливість, відвага, впевненість в собі, вміння вести підприємницьку діяльність. Жінкам – нерішучість, пасивність, обережність. Чоловіків вважають більше схильними до лідерства, ніж жінок, більш амбіційними. Жінка вважається істотою, схильною до покірності, слабкості, залежності.

В основу виокремлення другої групи стереотипів покладені соціальні начала. Дана група стереотипів закріплює професійні ролі чоловіків і жінок. Відповідно до цих стереотипів, для жінки головними є ролі сімейні (жінка, мати, господарка), а для чоловіків – ролі професійні.

До третьої групи гендерних стереотипів вчені відносять стандартизовані уявлення, які пов'язані з відмінностями у змісті праці – жіночої та чоловічої. Місце жінки - у сфері виконавчої та обслуговуючої праці, чоловіка - у сфері інструментальної праці, тобто творчої.

Усі три групи стереотипів тісно переплетені між собою, мають міцні позиції в суспільстві, а тому суттєво впливають на нього. При цьому даний вплив є прихованим і тому дуже важко піддається коригуванню.

Існує думка, що гендерні стереотипи - це атавізми, що виникли давно і при певних умовах, а з плином часу втратили свою актуальність. Наприклад, розвиток сучасного суспільства, технологічний прорив зрівнюють працю чоловіків і жінок, тому уявлення про те, що саме чоловік є здобутчиком і годувальником родини є застарілим. Високооплачувана робота вже не є

фізично важкою, сьогодні і жінки, і чоловіки працюють приблизно в однакових умовах, забезпечуючи родину на однаковому рівні. Водночас, гендерні стереотипи сформували традицію, в якій виховання дітей і домашнє господарство майже повністю виконує жінка. Відповідно, гендерні стереотипи здійснюють великий вплив на процес соціалізації як дитини, так і дорослої людини, визначають напрямок соціалізації і формують певну нормативну систему.

Гендерна «нормативна» система функціонує саме через ряд стереотипів – стандартних моделей поведінки, які напрацьовані у суспільстві і базуються на відповідному тлумаченні понять «чоловіче» і «жіноче».

Згідно суспільних стереотипів, які значною мірою визначають особливості соціальної поведінки людини, для чоловіка нормативною і бажаною вважається виражена маскулінність. Для сучасної європейської жінки, навпаки, надмірна фемінінність не є в тій мірі нормативною і бажаною, в якій маскулінність – для чоловіка.

Підпорядкування гендерних норм може спостерігатися у поведінці, але не в системі вірувань (поступливість), або і в поведінці, і в системі вірувань (схвалення, інтерналізації), або може визначатися бажанням бути схожим на однолітка або рольову модель (ідентифікацію).

Люди в різному ступені підпорядковуються традиційним гендерним ролям, причому деякі надзвичайно гендернотипізовані. Підпорядкування гендерних норм може спостерігатися у поведінці, але не в системі вірувань (поступливість), або і в поведінці, і в системі вірувань (схвалення, інтерналізації), або може визначатися бажанням бути схожим на однолітка або рольову модель (ідентифікацію). Люди в різного ступеня підпорядковуються традиційним гендерним ролям, причому деякі надзвичайно полотипізовані у тих, хто мав досвід критичного переживання гендерної соціалізації, коли будь-яке відхилення від статевої ролі неминуче спричиняло за собою жорстокі соціальні наслідки.

Стереотипні гендерні атрибути вважаються «справжніми» не тільки тому, що їх сприймають як внутрішні диспозиції, але так само тому, що суспільство прийшло до одностайної думки про істинність цих стереотипів.

Гендерні стереотипи прийняті всіма членами суспільства, тому що, незважаючи на те, що на рівні свідомості ми від них відмовляємося, ми як і раніше, чинимо відповідно до них і бачимо, як інші люди роблять теж саме у повсякденному житті, в якій чоловікам і жінкам відводяться різні ролі і статус. Гендерні стереотипи тиражуються в засобах масової інформації, і ці уявлення проникають в наші думки, хоча ми цього не усвідомлюємо. У результаті вважається, що чоловіки і жінки мають стереотипні риси.

Оскільки стереотипи стають якщо не явними, то непрямыми цінностями, чоловіки і жінки намагаються культивувати в собі ці стереотипні риси. Цей тиск, який підштовхує до бажаної поведінки, підкріплюється ще й тиском нерівного статусу чоловіків і жінок, і тиском очікувань спостерігачів.

Насправді люди намагаються підтримувати такий образ «Я», щоб він був соціально бажаним і в той же час відповідав їхнім думкам про самих себе. Незважаючи на те, що зазначені мотиви можуть вступати в конфлікт, вони сприяють гендерно-стереотипній поведінці, таким чином, створюючи ще один доказ «істинності» стереотипів. Оскільки стереотипи базуються на цінностях, то як чоловіки, так і жінки ведуть себе на людях більше стереотипно, ніж без свідків. Проблема, яка створюється стереотипами, полягає в тому, що вони примушують нас вірити в стереотипні думки навіть тоді, коли стереотипні риси насправді не існують. Перцепції і дії людей обумовлені їхнього обізнаністю про соціальні очікування і практики, що в той же час визначаються їх поведінкою.

Таким чином, по-перше, ми «бачимо», ніби чоловіки і жінки мають стереотипні риси, незалежно від реального стану речей, і, таким чином, помилково подумки «підтверджуємо» стереотипні пророцтва. По-друге, ми ставимося до чоловіків і жінок так, ніби їм властиві стереотипні риси. Оскільки ми схильні вести себе так, щоб відповідати очікуванням

спостерігачів, то наша поведінка насправді служить підтвердженням пророцтв, і в стереотипах з'являється крупиця правди. По-третє, стереотипи змушують нас надавати перевагу чоловікам в якості керівників і чекати, що жінки будуть мати підлеглий статус. У результаті поведінка, необхідна для виконання керівної ролі, здається типово маскуліною, а поведінка, необхідна в підлеглому стані, – фемініною. Традиційні гендерні стереотипи фактично є характеристиками статусу. Оскільки чоловіки і жінки до цих пір мають нерівний статус, в наших соціальних взаємодіях поступаємо відповідно зі стереотипами і кожен день бачимо, як інші теж наслідують їх. Така поведінка і такі спостереження є головним підтвердженням стереотипних пророцтв. Стереотипи відбивають відмінності в статусі і в той же час сприяють їхньому збереженню [5].

Гендерні стереотипи можуть змінюватися залежно від соціальних, економічних чи політичних змін, але цей процес відбувається досить повільно [21]. Тому і сьогодні досить поширеними є певні стереотипи щодо відмінностей чоловіків та жінок.

Серед них:

1. Відмінності між чоловіками й жінками мають суто біологічну природу, отже, є неподоланими й вічними. Як, писав про це фундатор психоаналізу З. Фрейд, “Анатомія – це доля...”.

Саме поняття “гендер” передбачає той момент, що основна маса відмінностей між статями має не природне (природжене) походження, а є наслідком виховання, соціалізації, впливу культури й суспільства. Це теж факт, який важко заперечувати.

2. На відміну від чоловіків, жінки мають нижчі інтелектуальні здібності, нелогічне, ірраціональне мислення і, як наслідок, нижчу професійну компетентність. Звідси – поширене уявлення про жінок як гірших працівників на відповідальних посадах і в інтелектуальних професіях.

Дослідження доводять хибність цього твердження. Демонструвати високі розумові й організаційні здібності здатні і жінки.

3. На відміну від жінок, чоловіки менш емоційні, нездатні до співчуття й співпереживання. Наприклад, українським чоловікам він вартує десь 12 років життя – саме такою є різниця в середній тривалості життя чоловіків і жінок. Хлопчика змалечку привчають стримувати свої почуття, не плакати. (“Ти ж хлопець! Солдат!”). А як, писав видатний хірург Пирогов, «Невиплакані сльози змушують плакати внутрішні органи» [21]. То ж ранні інфаркти й інсульты в чоловіків – це прямий наслідок стереотипного уявлення про «чоловічу нечутливість» ...

4. Жінки від природи мають потребу у створенні сім’ї та народженні дітей, в той час як чоловікам це зовсім не потрібно.

Безумовно, зазначені стереотипи обумовлені не природою, а суспільством. Для багатьох сучасних жінок шлюб і народження дитини є безумовною перешкодою для їх кар’єрних планів, тому у всьому світі зростає показник середнього віку материнства. І це та об’єктивна реальність, яку приходится враховувати державам, плануючи свою демографічну політику.

Як вже зазначалося, гендерні стереотипи функціонують як на рівні індивіда, так і на рівні суспільства. Відповідно можна виділити два рівні впливу гендерних стереотипів: індивідуальний (перш за все на гендерну ідентичність) та колективний (перш за все через гендерні ролі), мова про які йшла у підрозділі 1.1.

Гендерні стереотипи часто діють як соціальні норми. Нормативний та інформаційний тиск змушує нас підкорятися гендерним нормам. Дія нормативного тиску полягає в тому, що ми намагаємося відповідати гендерним ролям, щоб отримати соціальне схвалення і уникнути соціального несхвалення. Про інформаційний тиск можна говорити, коли ми починаємо вважати гендерні норми правильними, тому що перебуваємо під впливом соціальної інформації. Ми живемо в культурі, де чоловіки зазвичай займаються одними речами, а жінки – іншими, де гендерні відмінності вважаються природними, а тому ми приймаємо гендерні ролі і підкоряємося їм.

Таким чином, гендерні стереотипи дуже сильні і приймаються навіть тими групами, щодо яких вони створені. Стереотипи мають тенденцію рано засвоюватися і змінюються вони з великою складністю. У підсумку, можна стверджувати, що вони конструюють соціальні відносини. Відповідно, гендерні стереотипи виступають важливими конструкторами і сучасної трудової сфери та її елементів. Однак зауважимо, що в їх основі – стійке уявлення про маскулінність і фемінінність. Тому для вирішення завдань нашої роботи необхідно проаналізувати маркери маскулінності і фемінінності у контексті їх прояву в явному чи неявному вигляді в сучасній трудовій сфері.

1.3. Типізовані конструкти гендерних відносин у трудовій сфері

У більшості культур відмінності між чоловіками і жінками є фактором, що істотно впливає на організацію багатьох аспектів повсякденного життя.

У 1981 році С. Бем висловила припущення, що крім навчання специфічним поняттям і формам поведінки, що асоціюються в даній культурі з уявленнями про чоловіків або жінок, дитину також навчають сприймати і організовувати інформацію відповідно гендерним схемам - психічним структурам, що організують перцептуальний і концептуальний світ індивідуума відповідно до гендерних категорій (чоловік- жінка, маскулінний-фемінінний).

Дослідники вважають, що інструментальність (орієнтація на речі, панування, суб'єктність) у протилежність експресивності (орієнтація на людей, турбота, спілкування) проявляється, в тому числі, в інтересах і вимогах, пропонованих людьми до своїх занять. «Мета-аналіз шести проведених за останні 40 років голландських досліджень, сукупним об'єктом яких було понад 14 000 чоловіків і жінок, починаючи зі старшого шкільного віку, показав стабільність гендерних відмінностей у цьому питанні. Те ж продемонстрував і мета-аналіз 242 американських вибірок (321 672 чоловіків

і хлопчиків і 316 842 жінок і дівчаток) з 1970 по 1998 рік, завдяки яким досліджувались гендерні відмінності у властивостях роботи, якій надається перевага. Хоча різниця в перевагах чоловіків і жінок невелика, вона здебільшого збігається з гендерними стереотипами» [31].

Слід зазначити, що багато властивостей професій стали для жінок в 1980-1990-х роках більш важливими, ніж в 1970-х, що свідчить про підвищення рівня жіночих домагань у міру зменшення гендерних бар'єрів. Коріння даної тенденції лежить в історичних фактах і залученості жінок і чоловіків у трудову діяльність.

Так, «індустріальна революція в міру свого розвитку залучила багатьох жінок до лав промислової робочої сили. Технічні інновації першої половини XIX-го ст. дозволили ефективно експлуатувати працю жінок і дітей, яким можна було менше платити. До початку 1830-х рр. жінки в Англії становили більше половини дорослої робочої сили... Така пропорція створювала специфічну соціальну атмосферу: з одного боку, жінки були явно перевантажені, тому багато з перших робочих жіночих організацій підтримували вимоги «сімейної зарплати» для чоловіка, але з іншого боку, володіли певною економічною і особистою незалежністю» [51].

Однак розвиток сфери трудових відносин з активізацією жінок у ній призвів до неоднозначної реакції на ці процеси: з одного боку, суспільство давало і дає можливість жінкам реалізувати себе в професійно-трудої сфері, а з іншого - висуває ряд вимог і обмежень, пов'язаних з гендерними стереотипами.

У цьому зв'язку часто говорять про гендерну нерівність. Гендерна нерівність - це «розбіжність статусних позицій жінок і чоловіків у різних сферах життєдіяльності суспільства, обумовлена гендерними факторами: гендерною соціалізацією, гендерними ролями, гендерними стереотипами, дискримінаційними практиками та ін., що визначають можливості формування та реалізації їх соціального - об'єктивного і суб'єктивного - потенціалу» [1].

Гендерна нерівність, маючи історичні та структурні передумови, одночасно консервується поглядами про роль та місце жінки. З одного боку, певне поширення (хоча й не панівне) мають погляди стосовно того, що жінки мають поступатися чоловікам правом на роботу і що жінкам не слід посідати керівні посади. З іншого боку, уявлення про те, що жінка може працювати та заробляти нарівні з чоловіками і, одночасно, що жінка передусім є відповідальною за дім та дітей, консервують подвійне навантаження жінок фактичною роботою. Причому ці уявлення широко підтримуються не тільки чоловіками, а й самими жінками, і не зазнають істотних змін упродовж останніх років.

Гендерна нерівність обумовлює різні можливості реалізації своїх прав чоловіками і жінками у структурі влади, сфері освіти та зайнятості, доходу, власності та у багатьох інших сферах життєдіяльності людини.

Її визнання є важливим у розумінні тенденцій сучасного ринку праці. Однак гендерна нерівність не є позитивно очікуваним феноменом - наприклад, сьогодні на законодавчому рівні в описах вакансій не може бути присутньою стать, а роботодавець не має права відмовити у прийомі на роботу за цією ознакою людини. Тому сьогодні вона набуває скоріше латентні форми, у тому числі і через використання маркерів маскулінності і фемінінності в описах вакансій.

Таким чином, для гендерного аналізу сучасного ринку праці виявляється важливим звернення уваги на основі маркери маскулінності та фемінінності, які можуть визначати пріоритети роботодавців та працівників у тому числі і на основі гендерних стереотипів.

Аналіз літератури дозволяє виділити декілька форм гендерної нерівності, що здійснюють вплив на гендерну структуру ринку праці.

1. «Скляна стеля» - коли просування по службі або кар'єрна драбина жінок впирається в невидиму перешкоду, нічим не схарактеризовану, крім гендерних уподобань. Її відсутність означає, що кожен співробітник, незалежно від статі, повинен мати рівну можливість з іншими, за інших рівних

умов, досягти будь-яких кар'єрних щаблів, що враховують тільки його навички і професійні характеристики (див. рис. 1.1).

Термін «скляна стеля» вперше використали в американському менеджменті в 80-х роках минулого століття. Він відображає практично непомітний, як скло, бар'єр, який заважає жінкам просуватися службовими сходинками. Він, як стеля, заважає рухатися вгору в службовій ієрархії.

Поняття «скляна стеля» означає особливу форму дискримінації — непомітну і прозору, але настільки міцну, що людина не в змозі подолати цей бар'єр. «Скляної стелі», за американською теорією, жінки досягають і в контексті посади, і на рівні оплати праці.

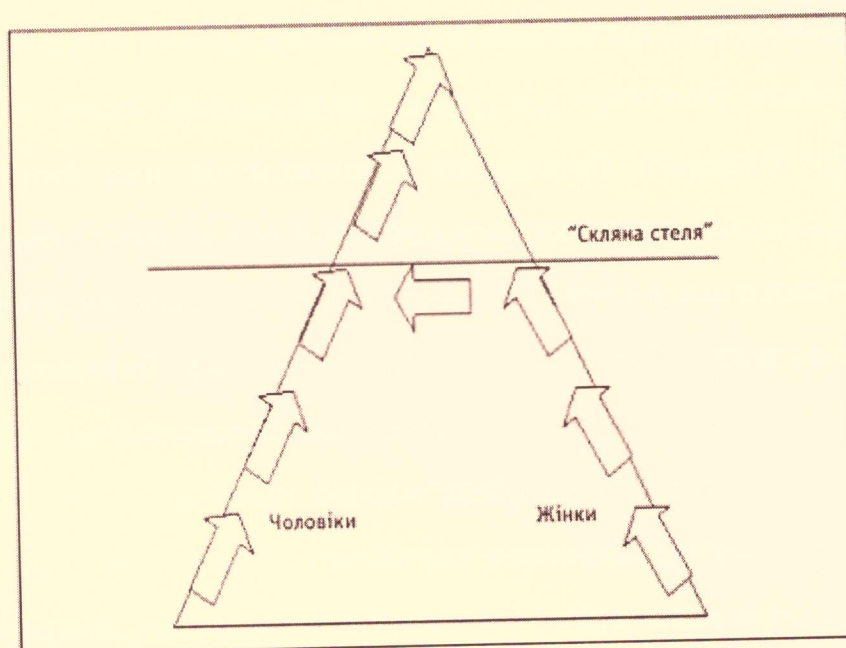


Рис. 1.1. Модель «скляної стелі» [2]

У першому аспекті, якщо жінка досягла високого кар'єрного рівня, чоловічий колектив, як правило, сприймає її кар'єрні амбіції як посягання на свою «територію». «Стара-добра компанія чоловіків-приятелів ніколи не відкріє жінці двері в свої секретні коридори» [12].

У другому аспекті, як демонструють дослідження, рівні заробітної плати чоловіків та жінок істотно відрізняються: у чоловіків – 2538 грн., у жінок –

1974 грн. (77,8% «чоловічої» заробітної плати). Визначальним фактором зазначеної різниці є категорії посад, що їх обіймають представники обох статей [12].

Частіше за все зі скляною стелею стикаються жінки, але також цей термин використовується щодо більшості соціальних меншин, які не є домінуючими серед загального населення в даному суспільному і часовому просторі. Соціальна меншість зовсім не обов'язково має бути меншиною в кількісному відношенні; вона може представляти групу, ущемлену в своєму соціальному статусі, освіті, працевлаштуванні, медичній допомозі і політичних правах [11]. У той час як кількість чоловіків і жінок у більшості суспільств приблизно рівна, статус жінок як підпорядкованої групи призвів до того, що в деяких суспільствах жінки можуть вважатись меншинами.

Як демонструють дослідження, ефект від наявності «скляної стелі» особливо помітний при дослідженнях конкретних компаній. Наприклад, майже дев'яносто п'ять відсотків топ-менеджерських вакансій великих компаній зайняті чоловіками, хоча чоловіки становлять усього лише половину співробітників компанії. Другу половину працівників становлять етнічні меншини і жінки, які знаходяться на більш низьких посадах [28].

«Скляна стеля» у вигляді бар'єру майже непомічена і прозора, але ґрунтовна, оскільки жінці важко прорватися через неї і рухатися по кар'єрних сходах. Загострюють ситуацію ще й звичні стереотипи про «слабкість», підпорядкованість та неконкурентоздатність жінок у традиційно чоловічому світі, про які йшла мова у підпункті 1.2. У такому контексті у жінок не так яскраво, як у чоловіків, виражене прагнення до лідерства, домінування і потреба у визнанні. Зате жіночий підхід відрізняється більшою гнучкістю, компромісністю, орієнтацією на побудову команди. Крім того, жінок ніхто не позбавляє обов'язків з догляду за дитиною, чоловіком, будинком, батьками тощо. Повноцінна декретна відпустка і вроджена орієнтація переважно на сімейні, а не на кар'єрні цінності, також даються взнаки.

Поряд з цим, М. Ворона зазначає, що причиною існування «скляної стелі» є особливості не тільки попиту, а й пропозиції праці. Оскільки константність традиційних гендерних ролей не можна розглядати як практику обов'язкового «нав'язування» їх жінкам, це такою мірою є результатом вільного та добровільного вибору з їхнього боку [12].

У підсумку, можна погодитися, що «скляні стелі» над собою створюють самі жінки, не виправдано низько оцінюючи свої можливості на ринку праці. Жінка з певним рівнем освіти, досвідом і реальними вміннями у більшості випадків запросить на 30-40% меншу зарплатню, ніж кандидат-чоловік з аналогічним профілем.

Таким чином, «скляна стеля» стає одним з проявів гендерних відносин у трудовій сфері.

2. «Скляні стіни» – горизонтальна гендерна сегрегація праці, коли жінки мають менший доступ до професій і видів діяльності, які забезпечують надалі значне вертикальне кар'єрне зростання. «Скляні стіни» сприяють концентрації жінок у тих галузях, які є менш дохідними, надають менший доступ до фінансових і економічних ресурсів, і тому забезпечують менший доступ у владні структури. Так, у сфері культури, охорони здоров'я або соціального забезпечення, є менші перспективи в кар'єрі, ніж в управлінській та фінансовій галузях. Тому за наявності «скляних стін» обмеженість вертикального просування вже визначена вибором професійної сфери діяльності [15].

М. В. Ворона зазначає, що «модифікацією моделі «скляної стелі» є модель «скляної стелі та скляних стін» (див. рис. 1.2). У цьому випадку вертикальна сегрегація доповнюється горизонтальною, тому жінки мають менший доступ до професій та видів діяльності, які забезпечують значне вертикальне кар'єрне зростання. В ситуації «скляної стелі та скляних стін» селекція настає при виборі сфери діяльності або навіть при виборі професійної освіти. Жінки можуть обирати такі сфери діяльності, які не пропонують значного кар'єрного зростання» [34].

Зі «скляною стелею» також тісно пов'язане явище «липкої підлоги». Це поняття означає, що жінки, порівняно з чоловіками, довше затримуються на низьких позиціях службової кар'єри. Чоловіки на початкових стадіях кар'єри швидше піднімаються на наступний щабель. Більш швидкий кар'єрний старт чоловіків забезпечує їм формування необхідного професійного та управлінського досвіду і таким чином дозволяє їм випередити жінок для зайняття вищих керівних посад, тобто призводить до ситуації «скляної стелі» [12].

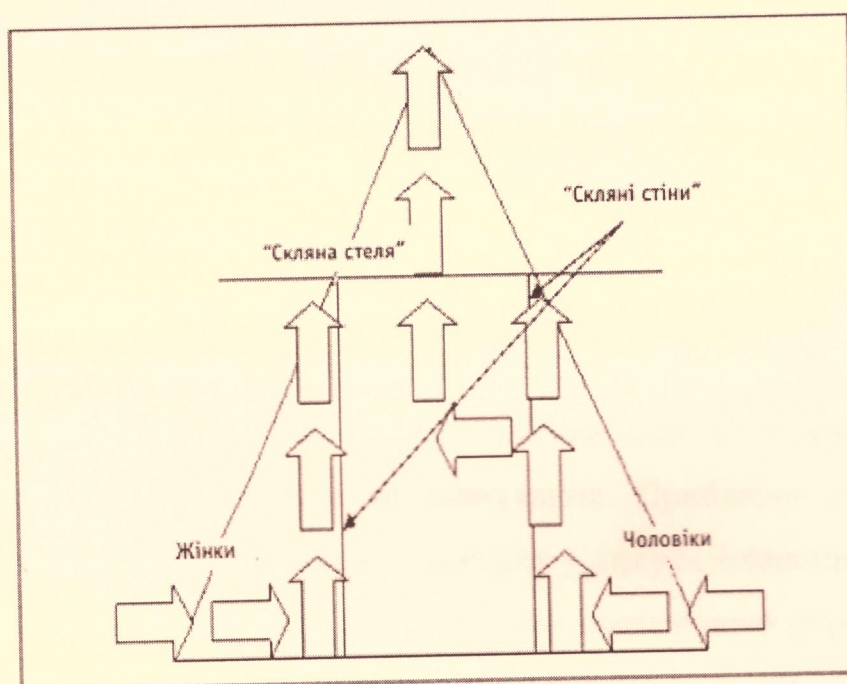


Рис. 1.2. Модель «скляної стелі» та «скляних стін» [2]

3. «Позиційний ухил» - феномен, пов'язаний із професійними ярликами. Наприклад, вважається, що жінка краще підходить для секретаря, що ущемлює права чоловіків на заняття даної посади. А ось у службі безпеки компанії перевага віддається чоловікам, що ущемлює права жінок. Чоловічими професіями, зазвичай, прийнято вважати ті, в яких застосовується значна фізична сила, яка в більшості випадків не притаманна жінкам, а також професії, за якими потребується постійна зосередженість і неабияка увага. З таких професій можна виділити різноманітних механіків, токарів, монтажників, конструкторів, водіїв автотранспортних засобів, вантажників,

кранівників, такелажників тощо. Певною мірою ще залишається упередженість щодо обіймання жінками керівних посад, більшість з яких посідають чоловіки (оскільки прийнято вважати, що жінка не може приймати кардинальних і різких рішень у випадках форс-мажорних обставин), але, як свідчить практика, вона поступово зникає.

Жіночі професії, як правило, характеризуються значним терпінням, легкою фізичною працею та роботою з документами. Класичними прикладами таких професій є маляр, бухгалтер, продавець-консультант, секретар керівника, друкарка, сестра-господиня, нянька, економка тощо. До жіночих професій керівного складу, зазвичай, належать посади головних бухгалтерів, директорів дитячих садків, начальників відділу кадрів.

Статистичні дані певною мірою підтверджують такий тип гендерних відносин на сучасному ринку праці (див. рис. 1.3).

Так, за даними сучасних дослідницьких центрів, чоловіки домінують на позиціях керівників майже у всіх сферах. Жінки мають перевагу щодо керівництва лише у сферах освіти та харчування. Приблизно однаковий розподіл жінок та чоловіків на керівних посадах у сферах охорони здоров'я та надання соціальної допомоги; обов'язкового соціального страхування; мистецтва, спорту, розваг, діяльності домашніх господарств.



Рис. 1.3. Розподіл керівників та фізична особа-підприємець (ФОП) за статтю в межах кожної секції класифікації видів економічної діяльності (КВЕД)

4. «Зменшення покладених обов'язків і відповідальності» - вид гендерної нерівності, пов'язаний з обсягом і характером трудової діяльності. У його рамках тим чи іншим професійним функціям приписується гендерна пріоритетність, пов'язана з маркерами маскулінності і фемінінності.

Вважається, що чоловіки мають виконувати більш відповідальну роботу, а жінки – виконавську. Відповідно і кількість обов'язків диференціюється.

Вочевидь такий гендерний конструкт є непродуктивним з точки зору використання потенціалу особистості (незалежно від статі).

5. «Інтерв'ювання та перелік запитань при прийомі на роботу» - більш тонкий рівень гендерних уподобань, який частіше за все проявляється у проведенні співбесіди чоловіків і жінок по-різному. Наприклад, у жінки прийнято запитувати про наявність дітей або перспективах у цьому плані, хоча дані характеристики мають нульовий вплив на якість ведення справ співробітником на роботі [16].

Щодо чоловіків можуть бути наявні питання про шкідливі звички, уподобання тощо, які також можуть враховуватись роботодавцем, але не мати безпосереднього відношення до посади, на яку претендує людина.

Коригування цієї ситуації має здійснюватися через універсалізацію питань, які спрямовано на професійні та ділові якості претендента.

У ході відбіркової співбесіди повинні бути отримані відповіді на наступні питання:

- чи зможе кандидат виконувати дану роботу? (чи має відповідні компетентності?)
- чи буде він виконувати її? (чи мотивований він на виконання даної роботи?)
- чи підійде кандидат для даної роботи (чи відповідає він вимогам організації)?

У цілому питання при прийомі на роботу є формою гендерних відносин, яка залежить від роботодавця. Але соціальні гендерні стереотипи щодо жінок,

пристосованість соціальних інститутів до різних потреб жінок та чоловіків зберігають стереотипність даної форми.

6. «Професійні перешкоди» - форма нерівності, пов'язана з просуванням по службі. «Жінки, які пішли в декретну відпустку, часто не могли поновитися на робочому місці, оскільки стикалися з дискримінацією або застарілими уявленнями про те, що жінка вже нічого не може досягти, якщо вона завагітніла і стала матір'ю. Також варто зазначити, що такі традиційні жіночі робочі місця, як викладання і догляд за дітьми, є одними з найбільш низькооплачуваних посад» [16].

Професійні перешкоди можуть розглядатися як один із проявів «скляної стелі», коли мова йде про час, необхідний жінці на досягнення тих же самих позицій, що і чоловікові.

У такій формі гендерної нерівності можна розглядати об'єктивні та суб'єктивні фактори впливу. Так, відпустка у зв'язку із народженням дитини – виключно жіноча. Відповідно, незалежно від її власного бажання (чи оточуючих), об'єктивно вона певний час не зможе в повному обсязі виконувати свої професійні обов'язки. Але якщо мова йде про догляд за дитиною до трьох років, то вже можливі варіанти, хоча їхню основу у сучасному суспільстві складають гендерні стереотипи.

Поряд з цим, можна говорити про суб'єктивні фактори, пов'язані із упередженим ставленням до представників тієї чи іншої статі. При чому у даному випадку стереотипи відіграють домінуючу роль, взагалі приписуючі потребу у професійному просуванні чоловікам.

Таким чином, сьогодні можна говорити про кілька основних типізованих конструктів гендерних відносин у трудовій сфері, які базуються на гендерних стереотипах та конструюють механізми та норми взаємодії на ринку праці та в сучасних організаціях.

Слід зазначити, що окреслені форми гендерної нерівності мають свої причини.

Деякі дослідники, наприклад, Ш. Бурн, вважають, що пояснення багатьох гендерних відмінностей слід шукати не в гормонах, а в соціальних нормах, що приписують нам різні типи поведінки, аттїтуди та інтереси згідно з біологічною статтю. Саме з цим пов'язане формування уявлень про гендерні ролі, в тому числі і в трудовій сфері - «набір форм, що містять узагальнену інформацію про якості, властиві кожній зі статей [7].

Гендерні ролі у такому ракурсі можна розглядати як зовнішні прояви моделей поведінки і відносин, які дозволяють іншим людям судити про належність індивіда до чоловічої або жіночої статі і конструювати на підставі цього уподобання на ринку праці. Саме тому, на наш погляд, і формуються певні соціальні факти, що визначають особливості гендерних моделей поведінки у сфері праці. Наприклад, Хартманн називає такі моделі [46]:

1. Надаючи жінкам більш низький заробіток, ніж чоловікам, суспільство підтримує панування чоловіків.
2. Низький заробіток спонукає жінок виходити заміж. Кожному хочеться отримати від життя більше благ, і якщо жінка не в змозі сама забезпечити для себе відповідний спосіб життя, за логікою речей їй слід знайти чоловіка, який може це зробити.
3. Заміжні жінки працюють на своїх чоловіків, виконуючи обов'язки по дому. Послуги «рядової домашньої господині» - прибирання, приготування їжі, турбота про дітей, прання, відвідування магазинів, прийом гостей, шиття, миття посуду та інші коштували б багато тисяч доларів на ринку праці.
4. Домашні обов'язки ставлять жінок у не вигідні умови на ринку праці. Незважаючи на використання пристроїв, що полегшують домашню роботу (наприклад, мікрохвильових печей і пылососів), підтримання порядку в домі вимагає багато часу. Тому багато жінок не прагнуть працювати на повну ставку.

Вочевидь, що існування у суспільстві типових конструктів гендерних відносин формує первинні шаблони у трудовій сфері, які мають, на наш

погляд, як позитивні, так і негативні прояви і потребують додаткових досліджень.

Проведений аналіз показав, що у сучасній трудовій сфері існує цілий комплекс типізованих конструктів, в основі яких – гендерні розбіжності. Ступінь їх розповсюдженості впливає на гендерну сегрегацію ринку праці та визначає його жіночі та чоловічі сектори.

Висновки за першим розділом

Проведений аналіз теоретичних основ гендерного аналізу суспільства продемонстрував, що сьогодні розгляд людей за ознаками біологічної статі для аналізу їх соціальних відносин трудової діяльності є недостатнім. Введення в аналіз категорій гендер, маскулінність, фемінінність та андрогіність дозволяє зробити такий аналіз більш глибоким.

У розділі здійснено аналіз ключових параметрів гендерного ракурсу розгляду суспільства: надано визначення гендеру як базового поняття гендерного аналізу; завдяки аналізу класичних і сучасних соціальних теорій показано, що традиційно категорії чоловічого та жіночого протиставляються одна одній, але окремі їх атрибути можуть «перетікати» один в один.

Для аналізу гендерних відносин сучасного суспільства застосовано категорії «маскулінність» та «фемінінність» як набори характерних рис, ознак, способів поведінки та ролей, що притаманні чоловічому чи жіночому гендеру. На основі узагальнення літературних джерел виокремлено більше 40 маркерів фемінінності та маскулінності.

Зауважено, що поєднання високого рівня фемінінності та маскулінності в одній особі трактується як андрогіність.

Проведений аналіз показав, що важливу роль у формуванні соціальних відносин відіграє гендерна соціалізація, завдяки якій формується гендерна ідентичність.

На макрорівні в рамках конструювання соціальних відносин значне місце посідають гендерні ролі, які багато в чому спираються на стереотипи.

Показано, що гендерні стереотипи – сформовані культурою узагальнені уявлення (переконання) про те, як поведуться чоловіки і жінки. Термін варто відрізняти від поняття гендерна роль, що означає набір очікуваних зразків поведінки (норм) для чоловіків і жінок. Поява гендерних стереотипів обумовлена тим, що модель гендерних відносин історично вибудовувалася таким чином, що статеві відмінності переважали над індивідуальними, якісними відмінностями в особистості чоловіка і жінки.

Показано, що гендерні стереотипи є різновидом соціальних стереотипів та підкоряються закономірностям їхнього функціонування.

Гендерні стереотипи формуються протягом століть традиціями та укладом. Сьогодні вчені виокремлюють три їх умовні групи: психологічна, соціальна та функціональна, які складають основу гендерної нормативної системи суспільства.

Проведений аналіз показав, що гендерні стереотипи відбиваються певною мірою у трудовій сфері, що дозволяє говорити про типізовані конструкти. До них віднесено: «скляна стеля», «скляні стіни», «позційний ухил», «зменшення покладених обов'язків і відповідальності», «інтерв'ювання та перелік запитань при прийомі на роботу», «професійні перешкоди».

Таким чином, розглянуті теоретичні основи гендерного аналізу суспільства створюють підґрунтя для дослідження ринку праці України крізь гендерні аспекти.

РОЗДІЛ II

ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ

2.1 Загальні аспекти гендерної ситуації на сучасному ринку праці України

Сьогодні ми живемо в часи швидких змін, звичайно ж змінюються і взаємини між чоловіками і жінками в усіх сферах життєдіяльності суспільства. Жінки посідають досить високі посади в суспільстві, що багато в чому пов'язане з тим, що вони володіють відповідними якостями.

Проте, як і раніше, жінки і чоловіки як соціальні спільноти суспільства в цілому мають неоднаковий доступ до соціальних статусів, привілей, престижу, влади.

Г. Стричак, О. Мартин підкреслюють, що «в Україні посилюється прихована та явна дискримінація жінок, гендерна сегментація ринку праці, знецінення освітнього і кваліфікаційного потенціалу жінок» [50]. Дана проблема набуває все більшої актуальності, проте дуже часто при її дослідженні не враховують не суто економічні фактори, що впливають на трудові відносини. Важливими постають і нормативно-регулюючі аспекти.

Як зазначають вітчизняні вчені (наприклад, [52]), «найяскравішим проявом недосконалості та незавершеності формування нормативної бази регулювання зайнятості жінок в Україні є повна відсутність антидискримінаційного блоку у законодавчому регулюванні зайнятості. У результаті рівність можливостей для всіх суб'єктів ринку праці незалежно від статті, що декларується у ряді документів, залишається гаслом, не підкріпленим конкретним механізмом реалізації». Внаслідок цього принцип рівності можливостей фактично зведений до забезпечення рівноправності за критерієм умов праці і до розширення системи пільг і гарантій, пов'язаних із материнством, які сьогодні вже також знаходяться під загрозою.

Як демонструє аналіз літератури, серед найбільш яскравих прикладів законодавчих положень, що призводять до гендерної нерівності, можна назвати такі [52]:

а) *В Україні заборонено використовувати працю жінок вночі.* Хоча ця заборона сягає 1919 року, коли радянський законодавець намагався виключити можливість знаходження жінки в нічний час з особами чоловічої статі, з якими вона не перебуває в родинному зв'язку, вона продовжує зберігатися в нашому законодавстві, а з її законністю погоджуються 90% опитаних судей. Утім, в парламенті знаходиться на розгляді проект нового Трудового кодексу, який містить заборону залучення до роботи в нічний час тільки вагітних жінок.

б) *Більш 500 видів робіт є забороненими для жінок.* В Україні продовжує діяти Перелік важких робіт та робіт із шкідливими і небезпечними умовами праці, на яких забороняється застосування праці жінок. Включаючи в себе понад 500 видів таких робіт. Перелік не став «мертвою нормою» – суди продовжують його застосовувати, що призводить до порушення прав жінок на працю;

в) *Закон України від 14 січня 2015 р. «Про внесення змін до Закону України “Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування” щодо удосконалення пенсійного забезпечення».* Законом передбачено продовження до 1 січня 2022 р. терміну обмеження права звернення за призначенням пенсії жінок, яким виповнилося 55 років, щодо дострокового виходу на пенсію за віком, за наявності страхового стажу не менше 30 років та за умови звільнення з роботи. Пояснюючи продовження терміну дефіцитом бюджету Пенсійного фонду України, держава таким чином, ставить соціальні права жінок (право на пенсію) під загрозу порушення, обмежуючи право через економічний фактор. У даному разі постає питання про те, чи може здобувати перевагу економічний фактор, коли йдеться про намір парламенту відновити соціальну справедливість? Адже жінки, яким виповнилося 55 років і які мають страховий стаж не менше 30 років, працювали в умовах, коли попереднє законодавство

гарантувало їм можливість виходу на пенсію в 55 років. Аналогічні загрози має Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо пенсійного забезпечення» від 3 березня 2015 р. № 213-VIII, яким передбачено поетапне підвищення на 5 років пільгового пенсійного віку для жінок.

г) Чинна з 01 січня 2015 р. норма Закону України «Про індексацію грошових доходів населення» (№ 1282-XII від 03.07.1991 р.), згідно з якою «проведення індексації грошових доходів населення здійснюється в межах фінансових ресурсів бюджетів усіх рівнів на відповідний рік». Це положення надало можливість бюджетним установам у 2015 році відмовитися від індексації грошових доходів їх працівників, більшість із яких становлять жінки, що призвело до непрямой дискримінації жінок. Непрямою дискримінацією в даному випадку є ситуація, коли гендерно нейтральне законодавство призводить до негативного ефекту, який в першу чергу зачіпає жінок в умовах високого рівня інфляції.

Зазначені недоліки законодавства, на думку О. Уварової, посилюються недосконалою системою проведення гендерної та антидискримінаційної експертиз проектів нормативних актів. На сьогодні ці види експертиз проводяться паралельно, але – різними органами, за різними процедурами і жодним чином не узгоджені одна з одною. Гендерна експертиза, наприклад, проводиться Мінюстом та охоплює в середньому шість законодавчих актів щорічно. У 2015 р., наприклад, такими актами стали закони «Про курорти», «Про туризм», «Про інноваційну діяльність», «Про індексацію доходів» тощо. Антидискримінаційна експертиза проводиться юридичною службою органу виконавчої влади, через що отримати систематизовану інформацію про її результати немає можливості. На практиці це призводить до випадків, коли суди відмовляються розглядати посилання сторони у справі на дискримінаційний характер припису нормативного акту. Аргументом для такої відмови стає той факт, що відповідний нормативний акт проходив

антидискримінаційну чи гендерну експертизу, а отже, презюмується його відповідність вимогам принципу недискримінації [52].

Необхідно також зазначити, що Україна в умовах військового конфлікту відступила від низки зобов'язань в сфері прав людини. Проте суди та інші державні органи, до повноважень яких входить захист прав громадян, мають орієнтуватися на те, що Заява про відступ від зобов'язань не звільняє державу від обов'язку обґрунтувати співрозмірність між заходами, що вживаються, і метою, яка при цьому переслідується.

У цілому очевидно, що нормативно-правова база сучасної України щодо жінок та чоловіків є досить протирічливою. З одного боку, вона містить відверто дискримінаційні положення, з іншого гендерна нейтральність, що має мінімізувати дискримінацію, частково її підтримує.

Розглядаючи проблему нерівності між чоловіком і жінкою в Україні, часто звертаються до прикладів розвинутих держав світу, копіюються неукраїнські норми, стереотипи мислення, не враховуються особливості культури, звичаїв, моральних цінностей. Але слід враховувати, що жіночий рух на Заході спрямований на вирішення проблем, які менш тісно пов'язані з проблемами суто матеріального характеру. Для українського ж суспільства економічний аспект залишається принципово важливим. Певний вплив на стан речей у сьогоденні має історія. Державний сектор забезпечував, як здавалося на перший погляд, необмежену кількість робочих місць. Офіційно зареєстрованого безробіття як такого не існувало. Статистичні дані показують, що частка жінок у робочій силі була, за міжнародними нормами, надзвичайно велика [56]. Проте жінки працювали на менш оплачуваних і престижних робочих місцях, а законодавчі гарантії щодо захисту та підтримки жінки у сфері зайнятості використовувалися виключно як засіб для забезпечення економіки робочою силою та для розв'язання демографічних питань.

Враховуючи психологічні фактори, сучасний стан економіки України, недостатню підтримку з боку держави, можна стверджувати, що жінка у нашій країні практично не має права вибору: працювати чи не працювати. Будучи

берегинею домашнього затишку, вона позбавлена можливості працювати для себе, самореалізуватися в роботі. Гендерні нерівності у сфері праці починають все більше проявлятися саме зараз, коли жінка намагається стати рівноправною учасницею ринку праці. Для жінок нове соціально-економічне середовище, налаштованість громадської думки, індивідуальний психологічний стан широкого загалу менш сприятливі, ніж для чоловіків.

Тому саме суспільство, сам ринок праці пропонують сформований образ «чоловічих» і «жіночих» професій, а також основних вимог до різних професій.

Слід зазначити, що сучасний ринок праці – це система суспільних відносин, пов'язаних з купівлею і продажем трудових послуг працівників (послуг праці). У класичному розумінні ринок праці – це сфера формування попиту і пропозиції на робочу силу.

Іншими словами, ринок праці – ринок одного з факторів виробництва, де домогосподарства в ролі найманих працівників пропонують свою працю (трудова послуги), а роботодавці (власники) – виробники товарів та послуг – потребують її. Відповідно елементами ринку праці є: попит, пропозиція, трудові послуги (послуги праці), ціна, конкуренція, резервування праці, трудова мобільність.

З точки зору нашого дослідження, важливо визначити ключових суб'єктів ринку праці, перш за все роботодавців. «Роботодавець – це юридична або фізична особа, яка, виходячи із попиту на свою продукцію (послуги), утворює попит на працю та надає можливість найманим працівникам працювати й отримувати заробітну плату» [59]. Саме роботодавець виконує специфічну роль, і у відношенні гендерних відносин від його позиції багато що залежить. Саме тому для комплексного аналізу сегрегації ринку праці за шкалою «маскулінність-андрогінність-фемінність» ми вважаємо за необхідне його розгляд через три ракурси. Перший – розподіл реальної професійної зайнятості за статтю (на жаль такий аналіз за ознакою гендеру провести сьогодні важко). Другий – пропозиції людей для ринку праці

(резюме), як відображення гендерного розподілу людей на ринку праці. І третій – запити ринку праці за маркерами маскулінності і фемінінності. Саме таке аналіз, на наш погляд, і дасть цілісну картину гендерних тенденцій на сучасному ринку праці.

2.2. Сегрегація сучасного ринку праці за шкалою «маскулінність-андроґінність-фемінінність»

Дискримінаційні тенденції, на яких було зацентовано у підрозділі 2.1, дають підстави стверджувати, що сучасний ринок праці породжує коло наслідків дисбалансу чоловіків та жінок у їх професійній діяльності. Саме тому у науці прийнято говорити про гендерну сегрегацію праці.

Гендерна сегрегація праці – «нерівномірний розподіл чоловіків і жінок у економіці, через що в окремих професіях чи окремих економічних галузях переважають чоловіки або жінки» [45].

Різні автори по-різному трактують поняття, що описує явище гендерної сегрегації. Так, російський дослідник гендерної проблематики А. Бабкін схильний вважати гендерну сегрегацію одним з проявів дискримінації [2]. Українська дослідниця гендерних аспектів ринку праці О. Лободинська зазначає, що поняття «гендерна сегрегація» є більш вузьким та однобоким, ніж поняття «гендерна асиметрія», що є наслідком гендерної дискримінації на ринку праці та більш адекватно відбиває тенденції стійкого розподілу чоловіків і жінок між різними сферами трудової діяльності [35]. У свою чергу, І. Мальцева вважає, що сегрегація є причиною концентрації або нерівномірної представленості чоловіків і жінок у межах будь-якої професійної групи (посадової, галузевої) і ці два поняття є проявами гендерної асиметрії, а також не є ідентичними, оскільки сегрегація відображає асиметричний розподіл працівників різної статі між видами, а не всередині якогось виду діяльності. Поняття «гендерна сегрегація» описує явище, пов'язане з окремим існуванням

індивидів, які належать до різних гендерних груп у царині життєдіяльності людини [37]. Український науковець К. Возний має більш радикальну думку щодо співставленості чоловіків і жінок у межах будь-якої професійної групи (посадової, галузевої) і ці два поняття є проявами гендерної асиметрії, а також не є ідентичними, оскільки сегрегація відображає асиметричний розподіл визначення поняття «гендерна професійна сегрегація»: це – політика примусового поділу (диференціації) певної групи населення за расовою, етнічною чи іншою (наприклад, статевою) ознаками [11]. У прямому сенсі слово «сегрегація» означає «поділ», «розподіл», «відділення». Тому на думку К. Возного, гендерна професійна сегрегація – це асиметричний розподіл чоловіків та жінок в різних структурах зайнятості: галузевій, професійній, посадовій.

Таким чином, в узагальненому розумінні гендерна сегрегація є виразом тенденції, коли представники кожної статі з різних причин зайняті на різних видах занять, робіт, тим самим створюючи нерівномірність представництва жінок і чоловіків в різних галузях та професіях. Інакше кажучи, відбувається процес фемізації одних і маскулінізації інших галузей, професійного набору цих галузей, що набуває вираз гендерно асиметричного наповнення професійного середовища певних галузей через нерівномірність розподілу чоловіків і жінок у певних професійних групах. Саме професійна сегрегація, внаслідок якої виникає ряд інших сегрегаційних форм - галузевої, посадової, економіко-секторальної, лежить в основі сегрегації на ринку праці.

У науковій літературі прийнято розрізняти дві форми професійної сегрегації за статевою ознакою: сегрегація горизонтальна та вертикальна. Під вертикальною сегрегацією розуміють нерівномірний розподіл чоловіків і жінок у межах посадової ієрархії. Горизонтальна сегрегація вказує на розподіл чоловіків і жінок за професіями та видами трудової діяльності і ширше – за галузями. Однак і всередині горизонтальної сегрегації є вертикальна вісь, адже професії різняться не лише за сутнісним принципом, але й за рівнем кваліфікації, певним організаційним статусом у професійному полі і навіть

престижем тієї чи іншої професії. Слід зауважити, що на практиці доволі складно розрізняти горизонтальну та вертикальну гендерну сегрегацію, але загалом галузеву та професійну сегрегацію можна вважати здебільшого горизонтальною, а посадову, ієрархічну – вертикальною.

Як свідчить аналіз літератури: «горизонтальна сегрегація має такі особливі характеристики, як інерція та здатність до самопросування та виявляється у наявності традиційно чоловічих і жіночих ролей – професії, посади, сфери діяльності. Вчені зазначають, що цей розподіл, як правило, носить традиційно-побутовий, а не науково-обґрунтований характер, оскільки в більшості випадків не пов'язаний з особливостями жіночої психіки та інтелекту. Звичайно певні обмеження можуть регламентувати обсяги жіночої участі, але вони далеко не завжди мають об'єктивну основу» [35].

В рамках горизонтальної сегрегації виокремлюють:

- галузеву сегрегацію (різний розподіл чоловіків і жінок між галузями);
- професійну сегрегацію (різний розподіл чоловіків і жінок за професіями);
- межфірмову сегрегацію (різний розподіл чоловіків і жінок між фірмами різного розміру і статусу);
- міжсекторну сегрегацію (різний розподіл чоловіків і жінок між приватним і державним секторами економіки) [37].

Важливим аспектом є також ступінь розрізнення сутності понять гендерної сегрегації та концентрації представників однієї статі в межах однієї професійної групи. «За начебто певної тотожності ці поняття все ж відрізняються тим, що сегрегація відображає нерівномірний розподіл працівників однієї статі між різними видами діяльності, а не в межах одного виду, як у випадку концентрації, котра виступає похідною від існуючої сегрегації на ринку праці, тобто сегрегація виступає причиною появи концентрації жінок або чоловіків у певній професійній, посадовій, галузевій групі [28]. Концентрація або нерівномірна представленість чоловіків і жінок у межах будь-якої професійної групи (посадової галузевої) і гендерна сегрегація є

проявами гендерної асиметрії, а також не є ідентичними, оскільки сегрегація відображає асиметричний розподіл працівників різної статі між видами, а не в середині якогось виду діяльності. Поняття «гендерна сегрегація» описує явище, пов'язане з окремим існуванням індивідів, які належать до різних гендерних груп у царині життєдіяльності людини [37].

Слід зазначити, що аналіз гендерної сегрегації можливий лише за ознаками біологічної статі та, на жаль, не може бути здійснений за ознаками соціальної статі – гендеру. Але навіть такий ракурс аналізу дозволяє визначити певні тенденції в гендерних відносинах на сучасному ринку праці.

Аналіз динаміки галузевої сегрегації в Україні показує, що до традиційно «чоловічих» сфер за останні 10 років належать: лісове господарство (представництво жінок не перевищує 1/5 частини), будівництво (частка жінок не перевищує 24%), транспорт (частка чоловіків тримається на рівні 74%). Частка чоловіків вище і в промисловості (55-62%), і в сільському господарстві (63-68%) [35].

Найбільш висока концентрація жінок протягом 10 років спостерігається в таких областях: охорона здоров'я, фізична культура і соціальне забезпечення (частка чоловіків не перевищує 20%), освіта (чоловіки складають лише 20%), культура і мистецтво (жінки займають 68-70% робочих місць), фінанси, кредит і страхування (частка жінок коливається від 75% до 72%). Перевага жінок спостерігається і в таких областях, як зв'язок (61-71%), оптова та роздрібна торгівля (62%). (див. рис 2.1).

Протягом останнього десятиріччя в числі професійних груп з великим рівнем чоловічого представництва фігурують військовослужбовці, водії та машиністи, транспортні службовці, робітники областей металообробки, машинобудування, фахівці фізичних та інженерних напрямків. Жіноче представництво вище серед професійних груп продавців, інформаційних службовців, фахівців фінансово-кредитних, адміністративних і соціальних установ, вчителів, медичного персоналу.

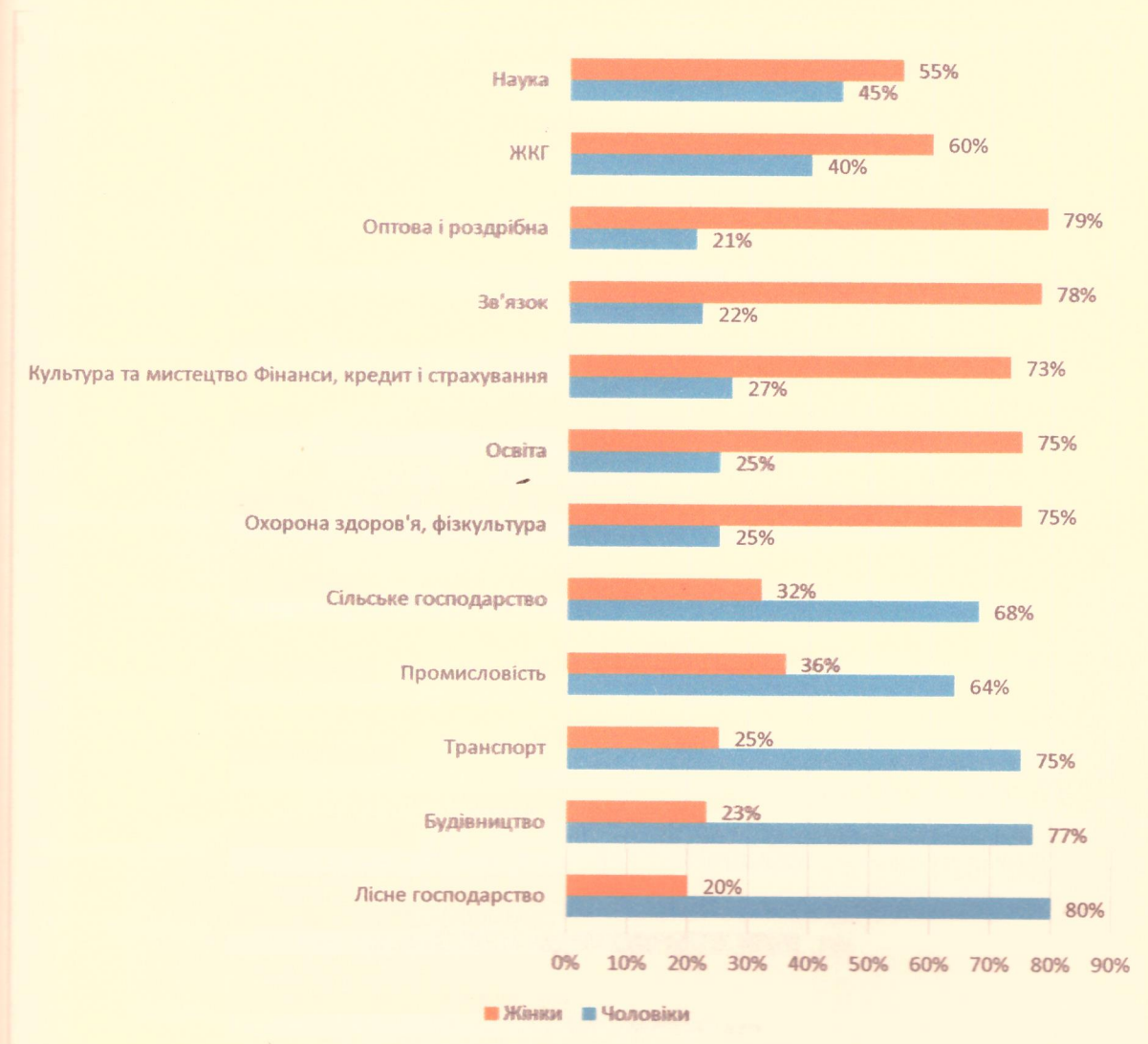


Рисунок 2.1. Горизонтальна сегрегація на ринку праці України за останні 10 років (2008-2018) [35]

Очевидно, що динаміка останнього десятиріччя демонструє збереження загальних тенденцій щодо горизонтальної сегрегації на сучасному ринку праці України. Саме це визначає і його сучасний стан цьому ракурсі аналізу.

Як показують дослідження [40], «профсфери, які можна назвати зоною переважаючого чоловічого інтересу – це безпека, видобуток сировини, автобізнес. У цих сферах жінок менше ніж 10%. Третина і менше жінок працює в таких профсферах, як транспорт і логістика, ТОП-менеджмент, будівництво, кваліфікована робота на виробництві, ІТ і телекомунікаціях. А ось у продажах,

які замикають десятку «чоловічих» спеціалізацій, жінок вже майже 40%. (див. рис 2.2.).

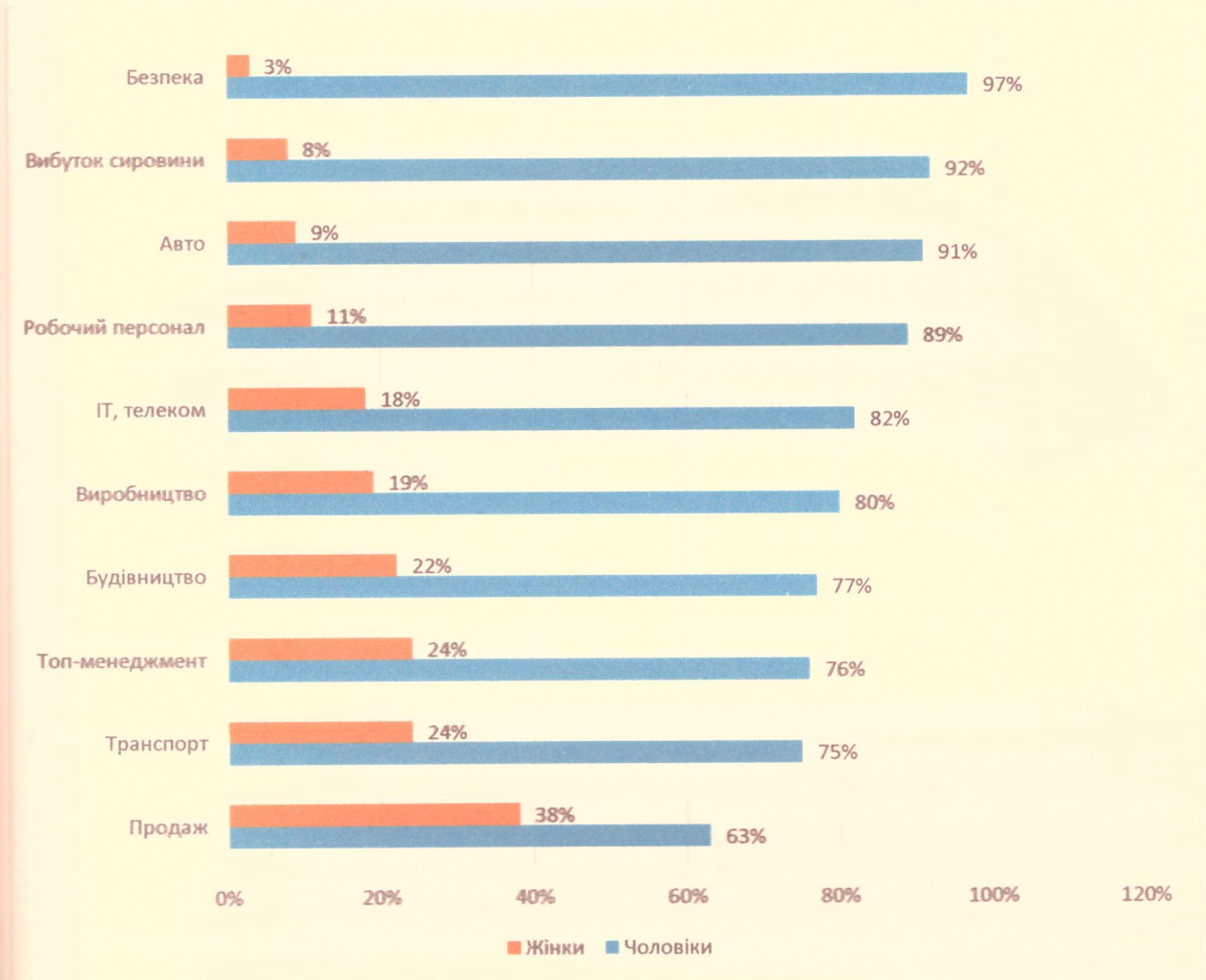


Рисунок 2.2. ТОП-10 найбільш чоловічих професійних сфер [40]

Серед «жіночих» професфер лідерство тримають такі напрямки, як адміністративний персонал, управління персоналом, наука і освіта, бухгалтерія та фінанси підприємства. При цьому навіть у самих «жіночих» професійних сферах чоловіків не менше чверті (в той час як в самих «чоловічих» сферах резюме жінок становлять 3-5%). (див. рис 2.3).

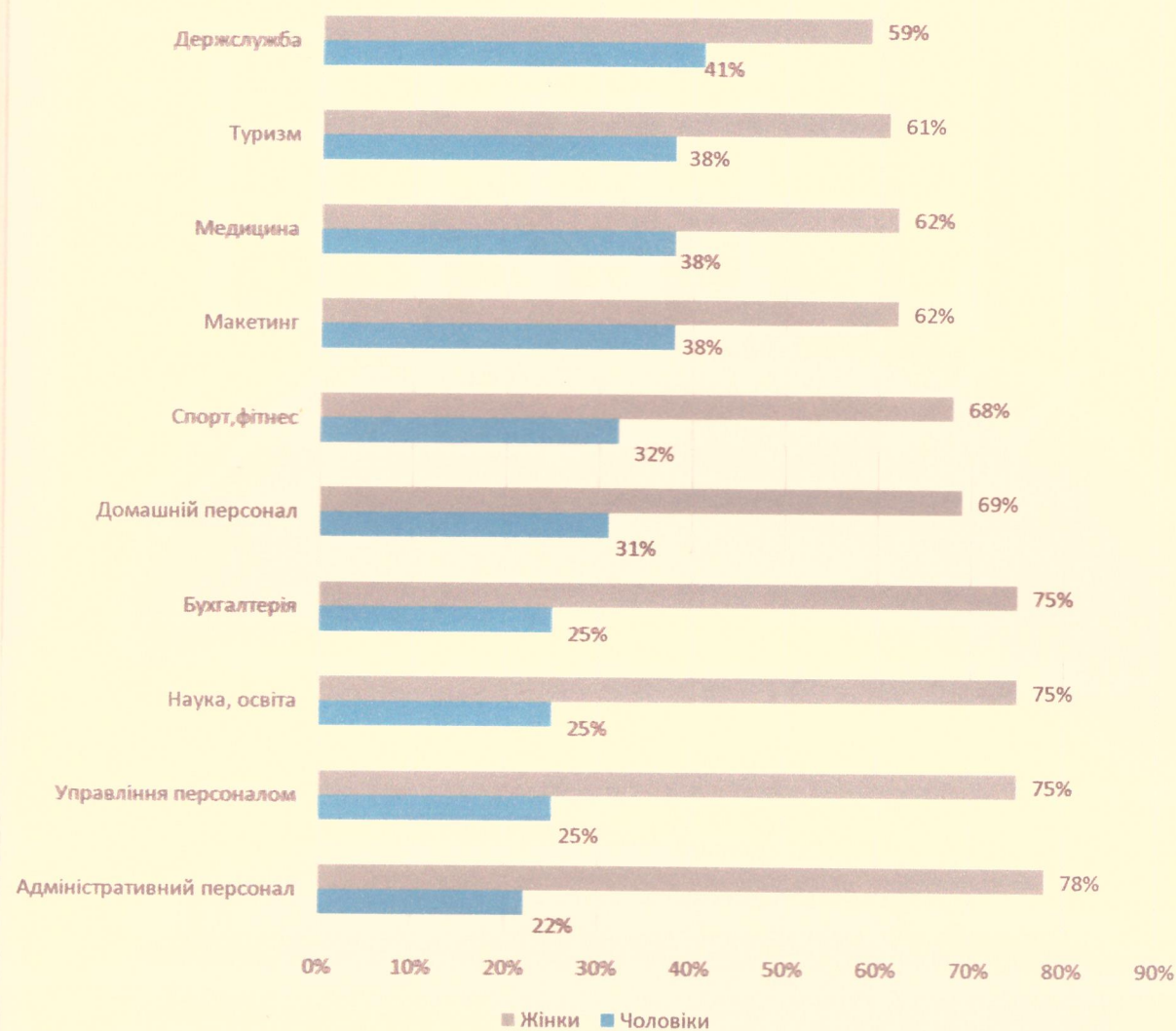


Рисунок 2.3. ТОП-10 найбільш жіночих професійних сфер [40]

За даними інших досліджень [42], жінки абсолютно домінують у соціальному страхуванні, медичному обслуговуванні та громадському харчуванні (понад 80% зайнятих). Вони також переважають у сфері освіти, культури і фінансової діяльності (близько 70% зайнятих). Існує суттєва гендерна диспропорція в підприємництві (7% жінок проти 14,5% чоловіків). Найменша частина жінок зайнята в лісовому господарстві та на будівництві (менше 20%) (див. рис. 2.4).

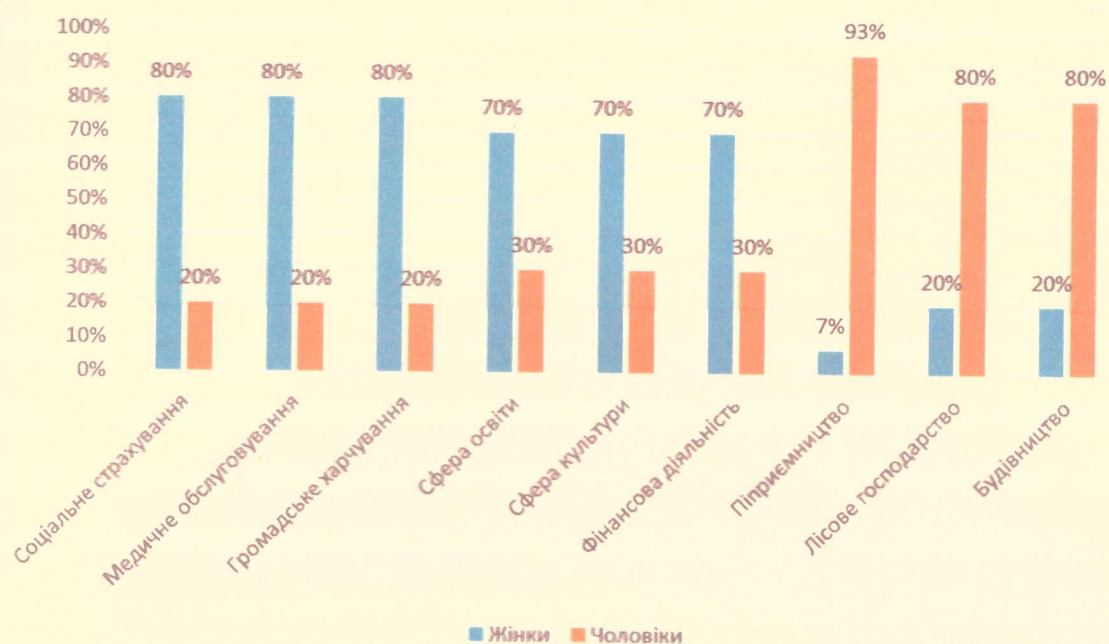


Рисунок 2.4. Жіноче домінування у робочих сферах

Таким чином, можна говорити про наявність на сучасному ринку праці України так званої горизонтальної сегрегації.

Поряд з цим, зважаючи на наявність «чоловічих» та «жіночих» сфер праці на сучасному ринку праці, вчені зазначають, що «в даний час, в умовах модернізації і переходу до суспільства постмодерну, ми спостерігаємо явище поступової андрогінізації різних сфер суспільного життя. У суперсучасних областях діяльності світ вимагає вже не тільки розуму, але інтуїції, не тільки жорсткості, але й участі, не одного проекту, а декількох. Ми стаємо свідками нового явища, коли андрогінізація охоплює не тільки окремих індивідів, а й цілі держави, стосується не тільки міжособистісних відносин, але й міжнародних, міждержавних» [55].

Прикладом поступової андрогінізації суспільства може слугувати затребуваність андрогінів у сфері культури, модельного та шоубізнесу, рекламі. Це пов'язано з тим, що усі люди - «набір форм, що містять узагальнену інформацію про якості, властиві кожній зі статей. Але людина, взагалі кажучи, вже може бути ототожнена з одиничною людиною, існуючим поверх всіх статевих, вікових, групових і станових бар'єрів [22]. Тобто мова

все більше йде по можливості комбінування у людини з певною біологічною статтю якостей, що і відображається у професійному виборі на сучасному ринку праці.

Такий стан справ у першому ракурсі нашого аналізу демонструє, що існують гендерні переваги тієї чи іншої статі у певних сферах зайнятості. Поряд з цим очевидно, що можна виокремлювати і гендерно-нейтральні сфери. Наприклад: сфера послуг, звісно це залежить послуги яка надається, сфера реклами, кіно і т.д. Таким чином, сучасний ринок праці має саме сегрегацію за шкалою «маскулінність-андроґінність-фемінність».

2.3. Гендерна стереотипізація на ринку праці та у сучасних організаціях

Як було показано у 1.2., соціальний стереотип – це суспільно-значуще утворення свідомості і поведінки людей, в якому продукує звичний образ їхнього ставлення до тієї чи іншої життєвої ситуації. У випадку з гендерними стереотипами мова йде про образи жіночого і чоловічого.

Гендерні стереотипи призводять до того, що люди обирають певні моделі поведінки у різних сферах своєї життєдіяльності, в тому числі і в трудовій. У цьому аспекті можна говорити, що ми обираємо певні професії та посади в значній мірі виходячи зі стереотипних уявлень. Тому важливим для нашого аналізу є погляд на резюме. Цей аспект відображує пропозиції робочої сили, в певній мірі бажань людей працювати в тій чи іншій сфері, в тій чи іншій професії.

Як демонструють дослідження [23], з цієї точки зору «на 100% чоловічою є професія слюсаря-ремонтника. Переважна більшість претендентів на посади токаря і оператора верстатів з ЧПУ - також представники сильної статі (99%)».

У сфері інформаційних технологій бажають працювати переважно чоловіки. Але «жіночий фронт досить успішно веде наступ по ряду позицій. І якщо, як і п'ять років тому, «сисадміни в спідницях» є об'єктом здивування і жартів (чоловіків серед системних адміністраторів - 96%), то забезпечувати інформаційну безпеку, програмувати на платформі 1С, тестувати ПЗ і впроваджувати ERP-системи жінки прагнуть всі частіше. Так, серед фахівців з інформаційної безпеки частка резюме жінок зросла на 10 п.п. (12% сьогодні і 2% в 2008-му році), серед розробників 1С- на 6 п.п. (21% нині і 15% 5 років тому), серед тестувальників ПЗ- на 16 п.п. (39% у 2013-му році та 23% у 2008-му), а серед консультантів з впровадження ERP-систем - на 27 п.п. (41% і 14% відповідно). Не здають лідируючих позицій ІТ-директора (99% - чоловіки), адміністратори баз даних (94%)» [23].

Кадрова сфера - традиційно жіноча. Серед директорів з персоналу жінки становлять 74%, серед начальників відділів - 86%, серед інспекторів відділу кадрів - 97%. А ось професія менеджера з персоналу, хоча і залишається здебільшого жіночою, втрачає абсолютну перевагу: кількість чоловіків за минулі п'ять років, які претендують на неї, збільшилася 7 п.п.- з 10% до 17% [23].

BTL - менеджмент, також «змінив орієнтацію»: якщо п'ять років тому серед організаторів рекламних заходів лідирували чоловіки (56%) то сьогодні впевнена більшість в даній сфері діяльності у жінок (73%) [23].

При цьому, серед традиційних жіночих сфер діяльності, на які чоловіки не бажають посягати - професія секретаря-діловода (жінки становлять 99% здобувачів), операціоніста (98%), офіс-менеджера (96%), бібліотекара (95%).

Таким чином очевидно, що пропозиції робочої сили на сучасному ринку праці також мають гендерні особливості. При цьому в цьому ракурсі можна розглядати саме гендер, оскільки люди, які подають резюме на ту чи іншу посаду у тій чи іншій сфері діяльності уособлюють себе, свої якості з вимогами сфери чи посади. Саме тому, жінки з наявними маскулініми рисами надають резюме на традиційно чоловічі посади і навпаки.

Ці розбіжності певною мірою є наслідком гендерної стереотипізації.

Ще одним її аспектом є очікування від своєї роботи. Як підкреслюють вітчизняні дослідники, українські жінки частіше вибирають збільшення до зарплати, а чоловіки – кар'єрне зростання. Такі результати дослідження, проведеного рекрутинговим порталом Superjob [12]. Цікаво, що відповідно до результатів опитування, гроші актуальніші для тих, хто в цілому задоволений своєю теперішньою посадою й особливо не має потреби в підвищенні.

Слід враховувати той факт, що підвищення по службі автоматично означає розширення кола обов'язків і збільшення обсягу робіт. Як наслідок, роботі доведеться приділяти набагато більше часу, а багато жінок до цього не готові [12].

Серед тих, обирає сьогодні підвищення в посаді без збільшення до окладу, в основному чоловіки. Причини прозаїчні: респонденти вважають, що в остаточному підсумку кар'єрне зростання таки забезпечить їм більш високу зарплату - нехай не зараз, а набагато пізніше й, імовірно, вже в іншій компанії.

Керуючий партнер рекрутингової компанії SM Consulting Сергій Марченко вважає, що «багато кандидатів, які ремствують, що на попередній роботі в них не було кар'єрного зростання, трохи лукавлять, тому що насправді їм не вистачало зарплатного зростання, але вони з якихось причин маскують одне бажання під інше» [27]. «Виходячи з мого досвіду, 90 відсотків людей позбавлені амбіцій і живуть, як живеться, і тільки кожен десятий співробітник прагне до підвищення в посаді. Серед цих людей дійсно більше чоловіків, але й серед представників сильної статі переважна більшість хоче грошей, а не посад [27].

Таким чином очевидно, що мотиви вибору роботи тісно переплетені між собою, що дозволяє звертати увагу на їх кореляцію з жіночими або чоловічими гендерними маркерами. Бо багато українок посідають керівні посади. Найбільш популярні серед них адміністратор, начальник відділу, HR-менеджер, директор, керуючий. Однак, на серйозні керівні позиції частіше претендують чоловіки. На вакансії з розділу «Топ-менеджмент, керівництво

вищої ланки» 60,4% резюме відправляють чоловіки, а жінки - 39,6% (див. рис. 2.5).

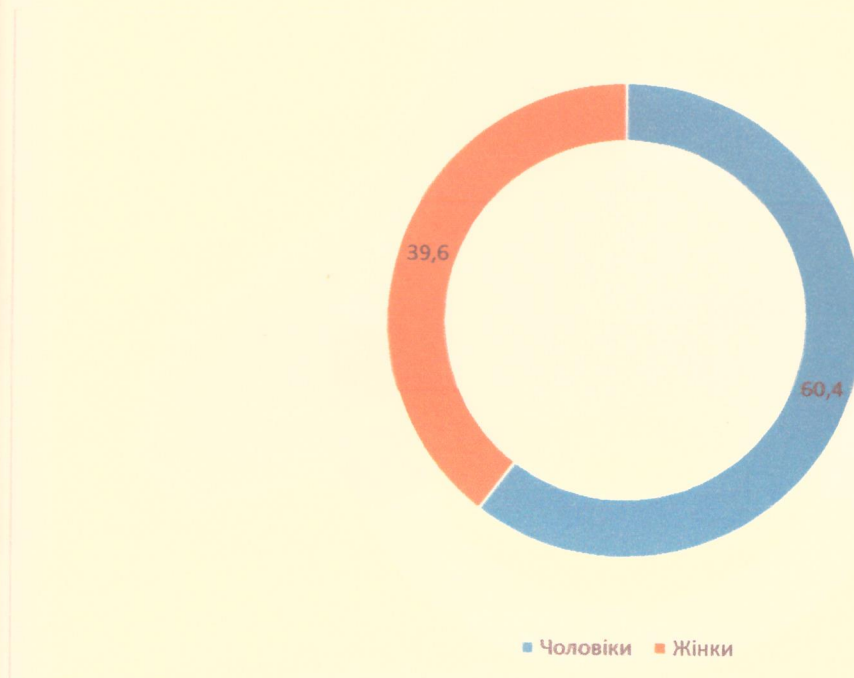


Рисунок 2.5. Розподіл претендентів на посади керівників за статтю (%)

Аналіз другого мотиву демонструють, що заробляють жінки менше. Згідно зі статистикою, в середньому вони вказують в своїх резюме зарплату на 27% нижче, ніж чоловіки [38]. Але є посади, на яких жінки заробляють більше. Це помічник депутата, помічник керівника, кранівник, картограф і ряд інших.

Тобто можна говорити про те, що при загальній гендерній стереотипізації трудових відносин жорсткого зв'язку між базовими мотивами працевлаштування не існує.

Поряд з цим, певний вплив на гендерну стереотипізацію мотивів працевлаштування здійснює і роботодавець, який теж спирається на гендерні стереотипи щодо рівня заробітної плати та кар'єрного зростання.

Як демонструють опитування, українські роботодавці ставляться до гендера своїх співробітників по-різному. З одного боку, 79% з них вважають, що зарплата жінок повинна бути такою ж або більшою, ніж у чоловіків (див.

рис. 2.6), а 82% впевнені, що вони працюють так само, як чоловіки або навіть більше [38].

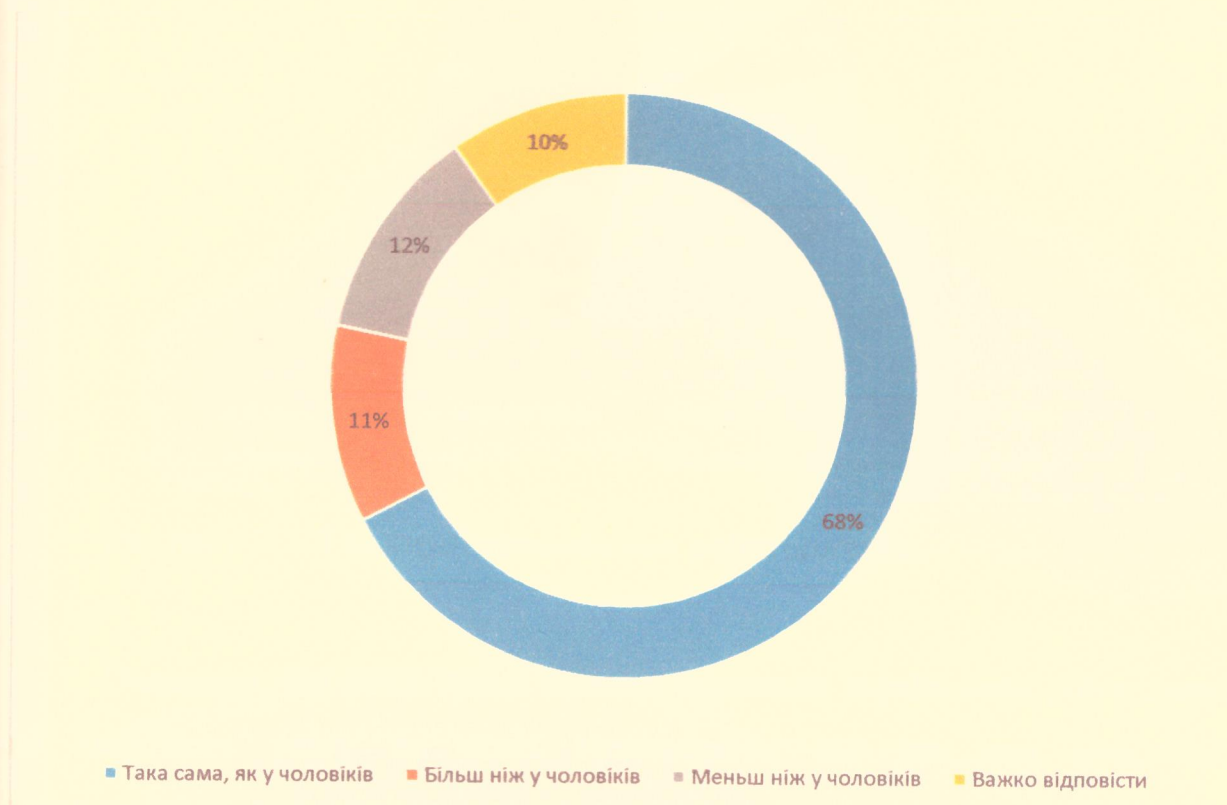


Рисунок 2.6. Розподіл позицій роботодавців в Україні щодо рівня заробітної плати жінок

З іншого - на стать здобувача не звертають увагу 45% опитаних. 32% вважають, що їх гендерна перевагу залежить від вакансії, а 6% вважають за краще наймати чоловіків (див. рис. 2.7).

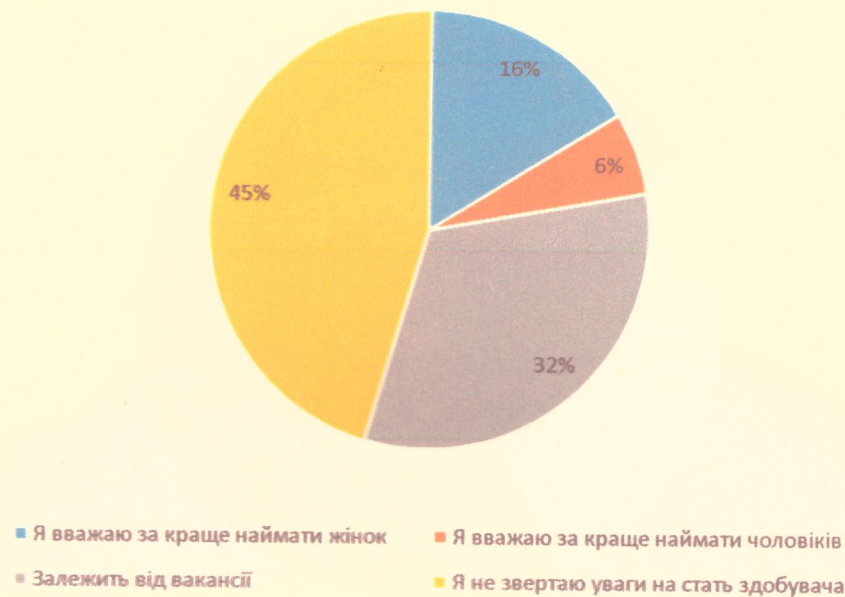


Рисунок 2.7. Гендерні вподобання роботодавців

Очевидно, що лише трохи менше половини українських роботодавців не звертають увагу на стать претендента, що дає нам можливість стверджувати, що мінімум половина роботодавців явно знаходиться під впливом гендерних стереотипів. Хоча це – лише явний, декларативний маркер. Щодо латентних, то він буде проаналізовано ретельно у підрозділі 2.4.

Представлені дані дозволяють припускати наявність фактів гендерної дискримінації. Об'єктивні її обставини наведені нами у підрозділі 2.1. Щодо суб'єктивних, дослідження демонструють, що 58% опитаних жінок ніколи не стикалися з дискримінацією за статевою ознакою на роботі; 9% стикалися лише одного разу. 27% відчувають гендерну нерівність час від часу, а ще 7% - постійно (див. рис. 2.8). Найбільш часто жінки скаржаться на дискримінацію при прийомі на роботу, в стосунках з начальником, в оплаті праці, дотриманні прав вагітних і матерів, відносинах з колегами.

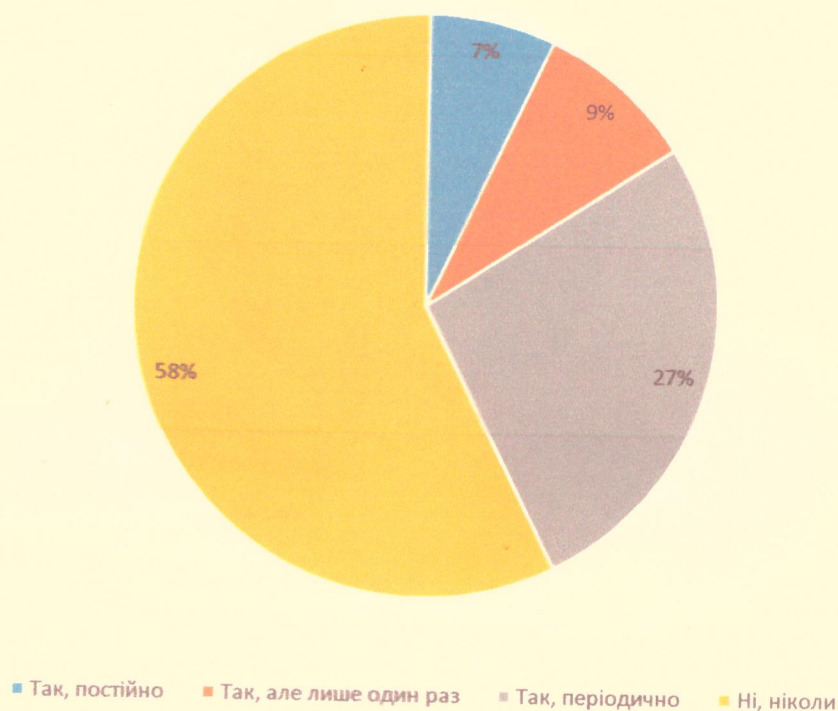


Рисунок 2.8. Розподіл відповідей жінок на питання: «Стикалися ви з гендерною дискримінацією на роботі?»

У той же час половину жінок проблема боротьби з дискримінацією не хвилює; 19% вважають, що боротися марно; 13% сказали, що їм важко відповісти; 7% відповіли, що вони повинні об'єднуватися з колегами по роботі і захищати свої права. Ще 7% готові відстоювати свої права на мітингах, акціях протесту (див. рис. 2.9) [38].

Фахівці-практики в цьому аспекті підсумовують, що «багато жінок в Україні відчувають гендерну нерівність, але бояться ставити питання про неї. Можливо, результати дослідження покажуть їм, що вони не одні, і це стане поштовхом боротися за свої права. Те, що всього 14% жінок готові активно боротися за свої права, з одного боку, говорить про те, що в Україні немає великих проблем з гендерною дискримінацією. З іншого боку, це свідчить про те, що не так багато людей готові говорити вголос про свої проблеми» [38].

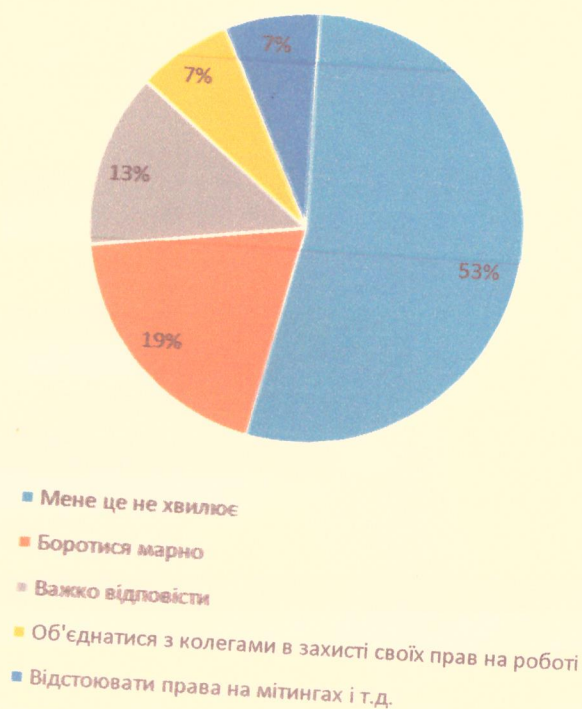


Рисунок 2.9. Думка жінок щодо боротьби з гендерною дискримінацією на роботі [38]

Таким чином, дані досліджень свідчать, що «у нашій країні немає єдиної думки про гендерну дискримінацію жінок на роботі. Одні кажуть, що ситуація складна, інші - що це надумана проблема. Остання позиція базується на об'єктивних даних які, наприклад демонструють, що українські жінки освічені краще за чоловіків: вищу освіту мають 48% претендентів-жінок проти 46% чоловіків, а незакінчену вищу - 23% проти 19% (див. рис. 2.10) [38].

У підсумку очевидно, що, незважаючи на наявність більш якісних характеристик у претенденток-жінок, гендерна стереотипізація часто примушує їх обирати «жіночі» сфери діяльності, посади та нижчий рівень оплати своєї праці.

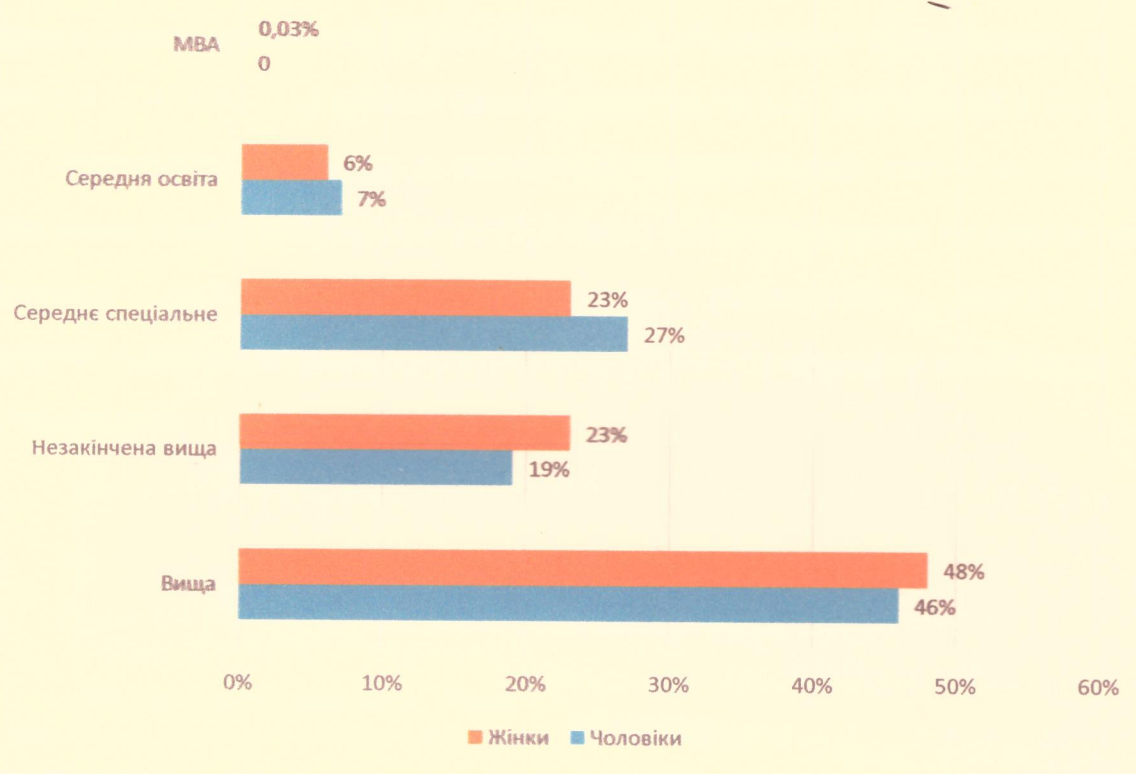


Рисунок 2.10. Розподіл жінок та чоловіків претендентів на посади за рівнем освіти [38]

Слід зазначити, що така ситуація значною мірою визначається соціальним та особистим досвідом, в якому гендерні стереотипи є дієвими, а тому впливають на загальне сприйняття чоловіків та жінок в організаціях. Будь-який досвід в цьому плані підтримує гендерні стереотипи та впливає на поведінку людей на ринку праці.

Використовуючи типові гендерні стереотипи, представлені нами у підрозділі 1.2, ми провели дослідження гендерної стереотипізації персоналу ООО «KOFEIN» (м. Харків). Наше дослідження показало, що гендерна стереотипізація для сучасного персоналу характерна в середньому ступені. Найбільш потужним стереотипом, що працює в свідомості персоналу є судження про те, що «Жінки від природи мають потребу в створенні сім'ї та народженні дітей» (середній бал згоди 3,5 бали за 5-ти бальною шкалою). Далі йдуть такі стереотипи, як «Представники сильної статі не повинні плакати»

(3,0 бали), «Відмінності між чоловіками і жінками мають чисто біологічну природу і тому нездоланні і вічні» (2,7 бали), «Чоловіки - сильна стать, а жінки - слабка» (2,4 бали) і «Головне призначення чоловіка - кар'єра» (2,4 бали).

Мінімально вкорінені в свідомості співробітників такі стереотипи, як «Незаміжня жінка неповноцінна» (1,3 бали) і «На відміну від чоловіків, жінки володіють низькими інтелектуальними здібностями, нелогічним і ірраціональним мисленням і, отже, мають низьку професійну компетентність» (1,5 бали) (див. малюнок 2.11).

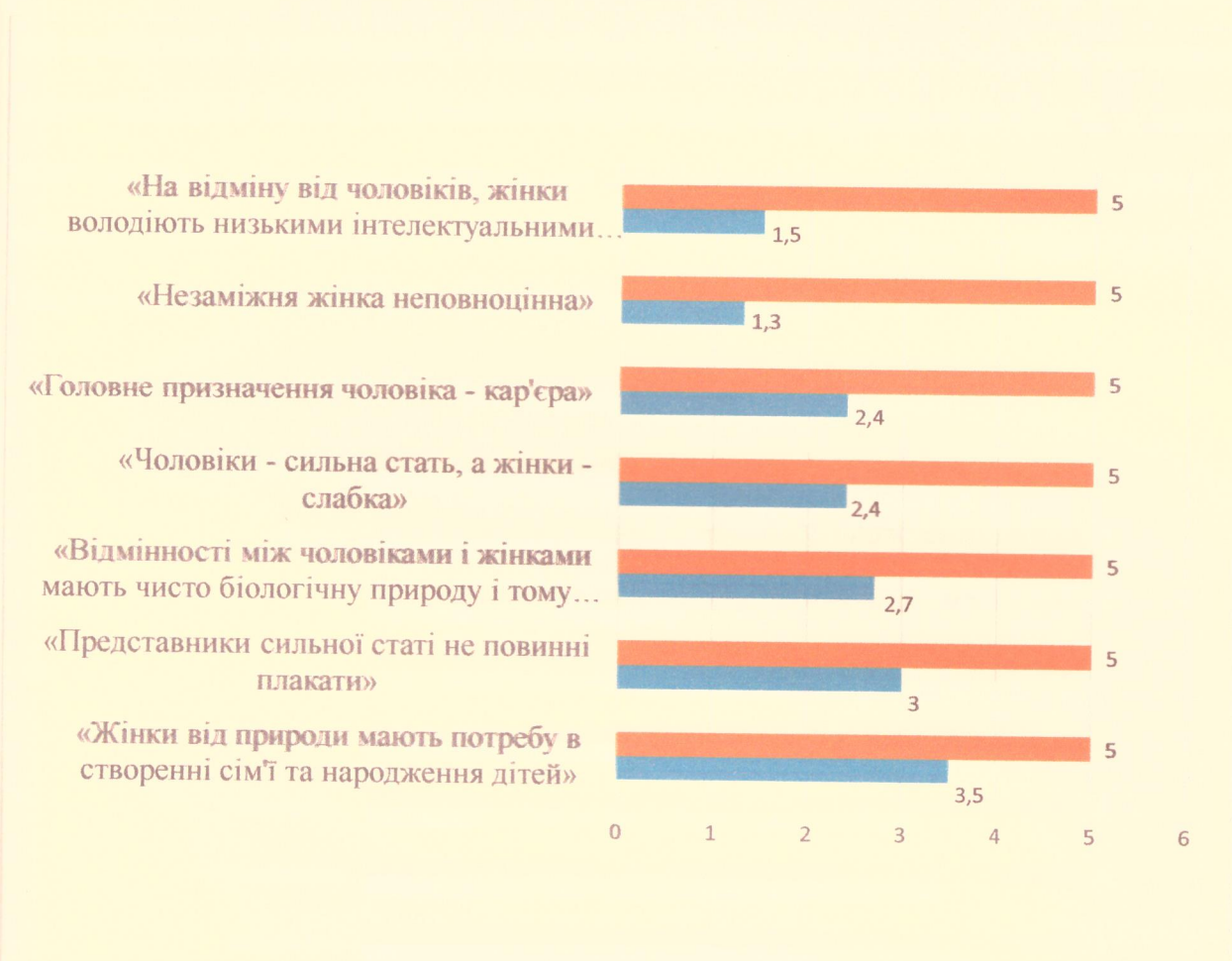


Рисунок 2.11. Гендерні стереотипи, характерні для персоналу ООО «KOFЕIN»

Така ситуація свідчить, що певні гендерні стереотипи, пов'язані з мотивами праці та можливостями чоловіків та жінок, є досить

розповсюдженими, що може впливати на професійне та кар'єрне зростання співробітників різних статей.

Враховуючи таку ситуацію, ми припустили, що стереотипи будуть впливати на сприйняття чоловіків і жінок, в тому числі в досліджуваній нами організації. Для перевірки цього припущення ми вивчили які якості, на думку персоналу, мають їхні колеги чоловіки і жінки і якими повинні володіти. При цьому в емпіричному вимірі ми використали маркери маскулінності і фемінінності, виокремлені нами у підрозділі 1.1.

Вивчення реальної картини показало, що провідними рисами чоловіків, що працюють в організації, є емоційність (2,6 бали за 3-х бальною шкалою), активність (2,4 бали), кмітливість (2,3 бали), хоробрість (2,1 бали), а також старанність і готовність вчитися (по 2,0 бали). Мінімально ж представлені у чоловіків даної організації такі риси, як пасивність (1,3 бала), егоїзм (1,4 бали) і скромність (1,5 бали) (див. рис. 2.12).

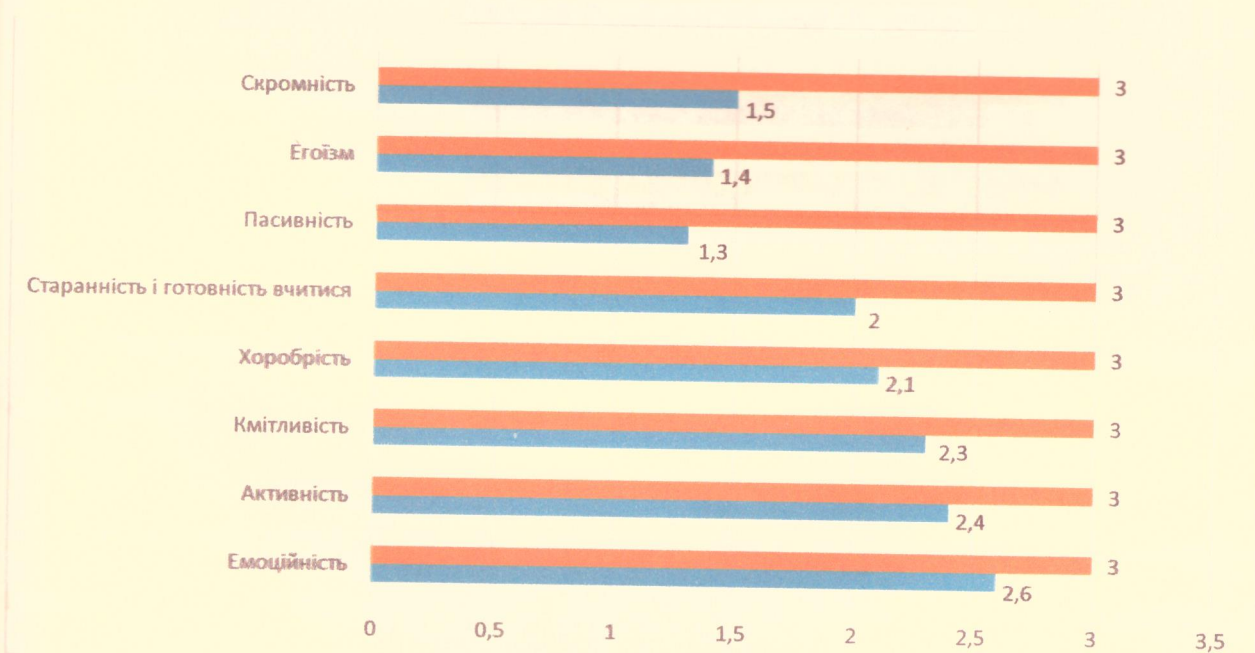


Рисунок 2.12. Провідні особистісні риси чоловіків, які працюють в ООО «KOFEIN»

Ці результати вказують на те, що чоловіки, які працюють в досліджуваній нами організації, мають як високо розвинені риси

маскулінності, так і фемінінності, що, на нашу думку, визначається специфікою сфери, в якій вони працюють (обслуговування і харчування).

Для жінок ситуація виглядає наступним чином: найбільш розвинені у них дбайливість (2,7 бали), старанність, емоційність, активність (по 2,6 бали), кмітливість (2,5 бали), чуйність (2,4 бали) і ін. мінімально розвинені у жінок, які працюють в ООО «KOFEIN», пасивність (0,9 бали) і хоробрість (1,4 бали). Ці результати вказують на те, що жінки в меншій мірі, ніж чоловіки, поєднують в собі характеристики маскулінності і фемінінності: другі домінують серед них (див. малюнок 2.13).

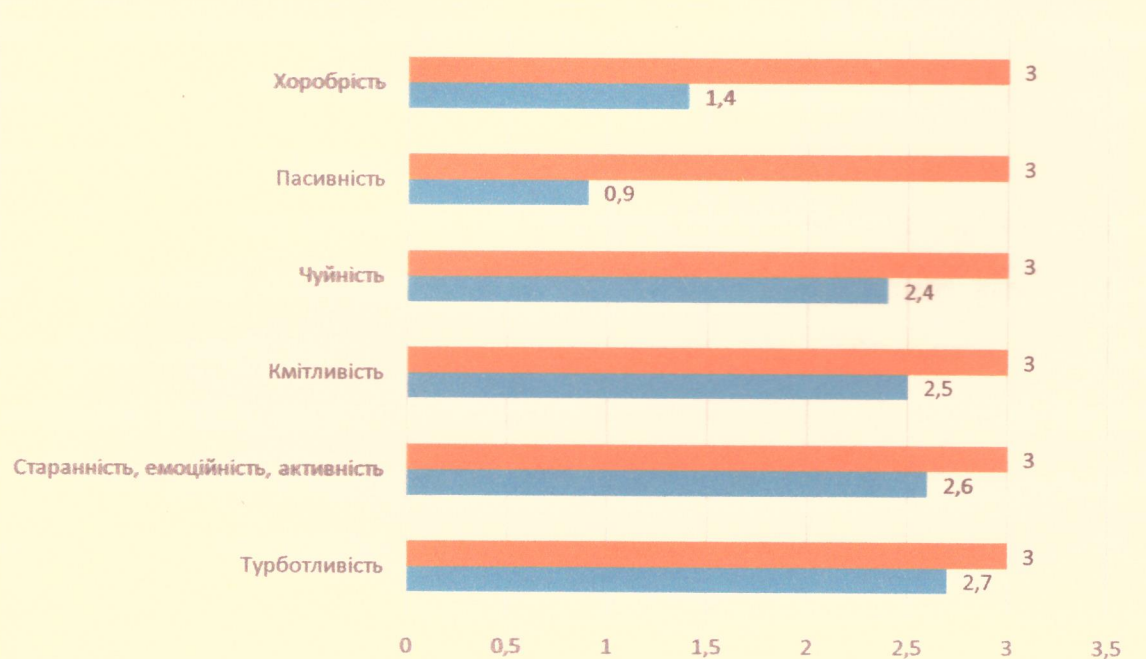


Рисунок 2.13. Провідні особистісні риси жінок, які працюють в «KOFEIN»

Вивчення другого аспекту – якими рисами мають володіти працівники - показало, що тут лідирують такі якості, як активність (100%), кмітливість і старанність (по 80%) і готовність вчитися (60%). Тобто очевидно, що співробітниками очікується переважання фемінінних якостей у своїх колег.

У цілому, вплив стереотипного сприйняття персоналом чоловіків і жінок в більшій мірі відбивається на жінках, ніж на чоловіках.

Аналіз особистісних якостей, персоналу у вертикальному ракурсі (зокрема, характерних для управлінського персоналу), показав, що для управлінців характерне поєднання таких якостей, як: активність (2,8 бали), кмітливість і старанність (по 2,6 бали), хоробрість (2,5 бали), потреба в соціальному успіху і домінування (по 2,4 бали) і ін. Очевидно, що з точки зору гендерних маркерів у керівництва спостерігається поєднання фемінінних і маскулінних рис з переважанням других, що визначається завданнями керівної діяльності.

При цьому, за оцінкою персоналу, важливими для керівництва виступають такі якості, як активність (80%), дбайливість (60%), кмітливість і старанність (по 50%). Очевидно, що в ідеальних уявленнях домінують фемінні характеристики, а в реальному - маскулінні.

Таким чином очевидно, що гендерна стереотипізація присутня сьогодні на ринку праці України та в сучасних організаціях, що відбивається на поведінці людей через суб'єктивні переваги та об'єктивні вимоги. Але особливої уваги, на наш погляд, заслуговує аналіз вимог, які існують на сучасному ринку праці з точки зору затребуваності не просто чоловіків та жінок, а рис маскулінності чи фемінності.

2.4. Приховані гендерні позиції сучасних роботодавців

Як показав наш аналіз у підрозділах 2.2 та 2.3, вже завдяки першим двом ракурсам дослідження можна говорити про гендерні особливості сучасного ринку праці. Поряд з цим, ми маємо визнати, що опинитися на тій чи іншій посаді можна лише відповідаючи вимогам роботодавця. Це означає, що майже провідним регулятором у розподілі чоловіків та жінок на ринку праці є вимоги до посад у тих чи інших сферах, які містять у собі маркери маскулінності чи фемінності. Саме цей аспект ми дослідили на прикладі Харківського регіону.

Для емпіричного дослідження ми обрали друкований та електронний джерела представлення вакансій, щоб урівноважити різні сфери та різні професійні групи (наприклад, зрозуміло, що фахівців з ІТ-технологій шукатимуть переважно через Інтернет). Для аналізу за сферами було обрано традиційно чоловічі, традиційно жіночі та гендерно нейтральні, завдяки чому ми дослідили гендерні пріоритети роботодавців у 14 основних сферах праці: освіта/наука; медицина; промисловість; транспорт; правоохоронні органи; сфера послуг; торгівля; сільське господарство; банківська і страхова справа; будівництво; ІТ; зв'язок; державна служба; культура і мистецтво.

У результаті нами було проаналізовано 3300 вакансій із використанням маркерів маскулінності і фемінінності, виокремлених нами на основі теоретичного аналізу.

Враховуючи специфіку сфери, що досліджується, ми звузили набір маркерів, що дозволило конкретизувати характеристики трудових ресурсів і створити основу для емпіричної частини нашої роботи. У результаті, до маркерів фемінінності, які можуть активно проявлятися на ринку праці, ми віднесли: чуйність, м'якість, турботливість, емоційність, інтуїтивність, здібності до навчання та виховання, конформність, скромність. До маркерів маскулінності нами віднесено: сила, винахідливість, кмітливість, рішимість, діловитість, прагматизм, раціональність, впевненість у собі, незалежність.

Результати дослідження показали, що дійсно сучасний ринок праці затребує на ті чи інші позиції людей з рисами маскулінності (що може визначати домінування в цих сферах чоловіків) та фемінінності (що може визначати домінування жінок).

Поряд з цим, можна виокремити також і сфери, в яких риси маскулінності і фемінінності в рівній мірі затребувані, що свідчить про андрогінність окремих сфер життєдіяльності суспільства.

До перших можна віднести будівництво (86% маскулінних маркерів у об'явах про вакансії), державне управління (81,0%), правоохоронні органи (67,8%) та сфера ІТ (62,0 %) (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Розподіл маркерів маскулінності та фемінінності в об'явах про вакансії за сферами трудової діяльності (у %)

Сфери:	Маркери фемінінності	Маркери маскулінності	Андрогінні об'яви
1. Овіта / наука	75	15	10
2. Медицина	18,3	16,6	65,1
3. Промисловість	11,5	55	33,5
4. Транспорт	14,5	49	36,5
5. Правоохоронні органи	14	67,8	18,2
6. Сфера послуг	16,3	23	60,7
7. Торгівля	7	7	86
8. Сільське господарство	20	15	65
9. Банківська і страхова справа	5	5	90
10. Будівництво	5	86	9
11. IT	8	62	30
12. Зв'язок	15	7,5	77,5
13. Державна служба	9	81	10
14. Культура і мистецтво	2,5	2,5	95

Поглянемо на зазначені сфери ретельніше.

Сфера будівництва пов'язується з возведенням будинків і споруд, а також їх генеральним та поточним ремонтом, реконструкцією, реставрацією або реновацією. Процес будівництва включає в себе всі організаційні, пошукові, проектні, будівельно-монтажні та пусконаладжувальні роботи, пов'язані зі створенням, зміною або знесенням об'єкта, а також взаємодію з компетентними органами з приводу здійснення таких робіт. Ці види робіт потребують певних знань та умінь, а також фізичної сили, здатності працювати у складних умовах. Можливо тому роботодавці маркерують свої вакансії саме маскулініми рисами.

Державна служба - професійна діяльність в апараті державного управління. Державна служба, як різновид служби взагалі, і публічної служби зокрема, має ряд властивих тільки їй ознак, що дозволяють відмежувати державну службу від інших видів служби. Державна служба - це, насамперед,

діяльність по безпосередньому виконанню функцій держави. Державна служба - це служба в державних органах та їх апараті.

Слід відзначити, що державна служба не містить специфічних трудових маркерів, тому віднесення її роботодавцями до маскулінно маркеруємої здається нам проявом гендерної дискримінації.

Правоохоронні органи. Ця галузь дуже цікава на даний момент оскільки останнім часом в ній відбулися великі зміни. Як зазначалось у підрозділі 2.2, звичайно в цій галузі було більше чоловіків, але у зв'язку зі змінами та реорганізацією міліції в поліцію у правоохоронних органах з'явилась значна кількість жінок. Але, як свідчить аналіз вакантних об'яв, маркерується ця сфера, перш за все, як маскулінна. Лише 18,2% об'яв можна віднести до андрогінних і 14,0% - до фемінінних.

Сфера ІТ. Частіше за все, інформаційно-комунікаційні технології – процеси, методи пошуку, збору, зберігання, обробки, надання, поширення інформації та способи здійснення таких процесів і методів; прийоми, способи і методи застосування засобів обчислювальної техніки при виконанні функцій збору, зберігання, обробки, передачі і використання даних; ресурси, необхідні для збору, обробки, зберігання і розповсюдження інформації. Очевидно, що ця галузь базується на логіці, математичному мисленні, алгоритмізованих процедурах, що частіше, як вважається, властиве чоловікам. Можливо тому в об'явах про вакансії домінують маскулінні маркери.

Виокремлена група сфер ринку праці однозначно маркерується як маскулінна. Поряд з цим, до неї можна віднести також галузі промисловості та транспорту, де маркери маскулінності переважають, але не критично (55% та 49% відповідно).

Сфера промисловості. Технічно найдосконаліша галузь матеріального виробництва, основа індустріалізації економіки, яка має вирішальний вплив на розвиток продуктивних сил; сукупність підприємств з виробництва електроенергії, знарядь праці для галузей економіки, видобутку

сировини, палива, заготівлі лісу, переробки продукції, випущеної промисловістю або виробленої сільським господарством, видобуток і переробка сировини, виробництво товарів і послуг. Можна зробити висновок, що в цій сфері дуже велика затрата сил, тому ця сфера переважно чоловіча.

Сфера транспорту. Сукупність засобів, призначених для переміщення людей, вантажів, сигналів та інформації з одного місця в інше. Інфраструктура включає транспортні мережі або шляхи сполучення (дороги, залізничні колії, повітряні коридори, канали, трубопроводи, мости, тунелі, водні шляхи та ін.), а також транспортні вузли або термінали, де здійснюється перевантаження вантажу чи пересадка пасажирів з одного виду транспорту на інший (наприклад, аеропорти, залізничні станції, автобусні зупинки). Саме в інфраструктурі переважно потрібна сила, витримка та логіка, ці характеристики більш належні чоловікам.

Поряд з маскулінним маркеруванням наше дослідження виявило також фемінне маркерування. Як свідчать результати, до таких сфер належить сьогодні перш за все, галузь освіти та науки (75% фемінінних маркерів). Такий стан справ, на наш погляд, визначається не тільки функціями, які виконуються освітою, а й умовами праці, відносно вільний графік роботи, який важливий більше для жінок, рівень оплати праці, який недостатній для чоловіків як тих, хто має забезпечувати сім'ю тощо.

Сфера освіти і науки представляє надання суб'єктам навчально-виховного процесу повної та вичерпної інформації щодо можливості професійного визначення та оволодіння професійними вміннями відповідно до особистісних здібностей та інтересів, без обмеження їхньої свідомості рамками «жіночих/чоловічих» професій задля подальшої повноцінної та вичерпної самореалізації дитини в її дорослому житті. Вважається, що в цій сфері треба володіти такими якостями, як: здатність підлаштовуватися, дбайливість, готовність до виховання, орієнтованість на обслуговування, податливість які більше властиві жінкам, тому ця сфера переважно жіноча.

Очевидно, що, за даними нашого дослідження, сфери на ринку праці, які маркеруються як маскулінні переважають над тими, які маркеруються як фемінінні.

Але наша методологічна позиція полягає в тому, що такий дихотомічний розподіл сьогодні не є достатнім для аналізу. Тому ми виокремили також сфери, які можна-маркерувати як андрогінні. До них сьогодні відносяться: культура та мистецтво (95% об'яв містять приблизно в рівній долі маркери маскулінності і фемінінності); банківська та страхова справа (90%), торгівля (86%), зв'язок (77,5%), сільське господарство (65%), медицина (65%), сфера послуг (60,5%). Поглянемо на ці сфери ретельніше.

Сфера культури та мистецтва. Культура як самостійна галузь соціально-культурного будівництва включає в себе широке коло державних і громадських органів, підприємств, установ, організацій, закладів культури. До цієї галузі належать: театральне, музичне, хореографічне, образотворче, декоративно-прикладне, естрадне і циркове мистецтво; концертні організації, музеї, бібліотеки, будинки культури та ін.; кінематографія; телебачення і радіомовлення; видавнича справа, поліграфія і торгівля книгами.

Управління культурою полягає в організації створення, розповсюдженні і популяризації творів літератури та мистецтва; забезпеченні поширення інформації і пропаганди досягнень культури; збереженні і використанні культурних цінностей; охороні творів мистецтва і пам'ятників культури, підвищенні культурного рівня; керівництві підприємствами, організаціями, установами і закладами культури. Очевидно, що ця сфера затребує різних навичок та якостей, як маскулінних (наполегливість, підприємливість), так і фемінінних (м'якість, гнучкість). Тому саме тут потрібні андрогіни.

Сфера банківської та страхової справи. Банківська справа – грошово-кредитна сфера, яка концентрує свою увагу на структурі та процесах в банківській (фінансовій) сфері. Головним суб'єктом банківської справи є банк, який є, насамперед, фінансовим посередником між позикодавцем та позичальником. Він також може здійснювати інші послуги пофінансових

операціях для фізичних та юридичних осіб, а страхування – одна з форм охорони майнових й особистих інтересів застрахованих, які сплачують внески (премії) до страхових організацій і дістають відшкодування втрат, що виникають у наслідок стихійного лиха і нещасних випадків (страхування від недуг, страхування від вогню (пожеж), крадіжок, страхування життя та ін.). З іншого боку, страхування є формою ризик-менеджменту, що використовується проти ризику фінансових втрат, та, в ідеалі, страхування може бути визначене як справедлива передача ризику потенційної втрати від однієї сторони до іншої за відповідну сплату. Важливою умовою при цьому є дотримання правил страхування. Вочевидь, така сфера потребує рішучості і гнучкості одночасно, тому маркерується на сучасному ринку праці як андрогінна.

Сфера торгівлі. Торгівля як галузь та вид економічної діяльності спрямована на здійснення купівлі-продажу, обміну товарів, а також пов'язані з цим процеси: безпосереднє обслуговування покупців, доставка товарів, їх зберігання та підготовка до продажу. Торгівля розглядається як допоміжний ланцюг при русі товарів від виробників до покупців. Відповідно, реалізувати себе в такому виді діяльності можуть як чоловіки, так і жінки.

Сфера зв'язку. Зв'язок – передача (транспортування) сигналів, інформації, даних на відстань за допомогою засобів зв'язку, технічних, комунікаційних систем. Враховуючи різні типи зв'язку (поштовий, телекомунікації, електрозв'язок тощо), можна припустити, що в цій галузі затребувані різні якості людей.

Як показало наше дослідження, у цій галузі 77,5% об'яв про вакансії мають андрогінний характер, що надає можливість жінкам та чоловікам з певним складом розуму реалізовувати себе в цій галузі.

Сфера сільського господарства. Сільське господарство – галузь економіки, що призначена для забезпечення населення продовольством і отримання сировини для промисловості. В цій галузі здійснюється обробка землі (для отримання/підвищення врожаїв) і вирощування свійських тварин.

Сільське господарство варіюється від маленьких підсобних господарств і ферм до великих артілей і колективних господарств. Саме тому в цій галузі затребувані як чоловічі, так і жіночі якості, а наш аналіз показав, що 65% об'яв про вакансії андрогінні.

Сфера медицини. Медицина – галузь наукової та практичної діяльності, що вивчає нормальні та патологічні процеси в організмі людини, різноманітні захворювання, патологічні стани, методи їх лікування, запобігання та зміцнення здоров'я людини. У структурі системи охорони здоров'я більшість лікарів, які знаходяться на ключових постах – ректори медичних університетів, головні лікарі лікарень та провідних науково-дослідних центрів – продовжують займати чоловіки, велика частина жінок-лікарів зайнята в області надання першої допомоги хворим. У той же час, стиль спілкування жінок-лікарів і хворих відрізняється більшим ступенем егалітарності і спрямований на вирішення психологічних проблем пацієнта. Вони розвивають орієнтовані на хворого стилі професійного спілкування, який може виявитися корисним для чоловіків-лікарів. За даними нашого дослідження, у сфері медицини 65% об'яв андрогінні.

Сфера послуг. Послуги – це дії, результат яких споживається в процесі їх надання. Вони становлять собою діяльність індивіда на користь іншої особи; це - «цілеспрямована діяльність, результати якої мають прояв у корисному ефекті» [3].

Особливістю послуги є збіг у часі та в просторі процесів виробництва, реалізації і споживання її споживної вартості.

Зазвичай говорить про різні типи послуг. Найтиповішими з них [3]:

- виробничі – нематеріальний результат виробничої діяльності, що виявляється безпосередньо у виді діяльності, спрямованої на зміну споживчих властивостей продукції;
- матеріальні – послуги, надані споживачам переважно у сфері обігу суспільного продукту. Матеріальні послуги містять у собі діяльність

підприємств і організацій вантажного транспорту, заготівлі, торгівлі, матеріально-технічного постачання;

- послуги на світовому ринку – послуги, що надходять на зовнішній ринок, які здебільшого не мають упредметненої форми. Вони утворюють світовий ринок послуг, що розчленовується на більш вузькі ринки: ліцензій і ноу-хау, інженерно-консультаційних, транспортних послуг тощо;
- послуги з післяпродажної підтримки товару – послуги, спрямовані на підкріплення реального товару;
- послуги торгівлі – додаткова діяльність торговельного підприємства, спрямована на надання допомоги покупцям у здійсненні купівлі товарів, їхній доставці і використанні.

Очевидно, що сфера послуг досить диференційована, саме тому 60,5% об'яв в цій сфері андрогінні.

Таким чином, можна говорити, що на сучасному ринку праці України існують жорстко-маркеровані гендерні сфери ринку праці та м'якомаркеровані. Такий стан справ свідчить про рух ринку праці до гендерної збалансованості, про розширення можливостей жінок і чоловіків у самореалізації. Але просте домінування маркерів маскулінності та фемінінності не є достатнім для реалізації завдань нашої роботи. Тому ми розрахували загальний індекс маскулінності-фемінінності для сфер, які ми досліджували. Для цього ми присвоїли маркерам маскулінності 3 бали, маркерам фемінінності – 1 бал. Відповідно андрогінні позиції ми позначили через 2 бали. Результати дозволили розподілити сфери у континуумі «маскулінність-андрогінність-фемінінність» наступним чином (див. рис 2.13).

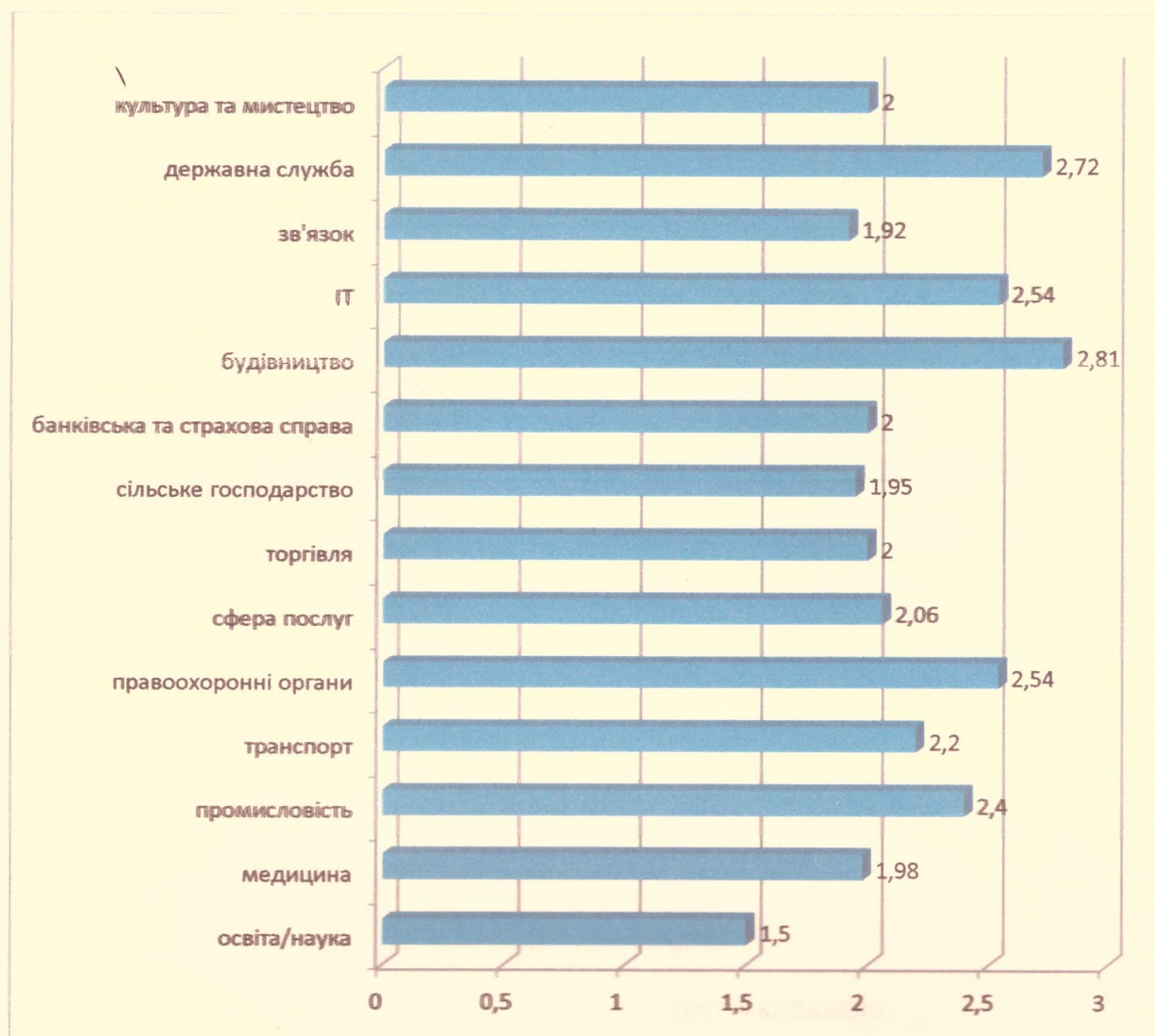


Рисунок 2.13. Загальна ієрархія сфер праці за індексом «маскулінності-фемінінності»

Можна побачити, що максимально маскулінними за показниками вимог роботодавців є будівництво, державна служба, правоохоронні органи та сфера ІТ. Максимально фемінінними є освіта/наука, медицина, зв'язок та сільське господарство.

У цілому, дані нашого дослідження демонструють, що на сучасному ринку праці існують приховані гендерні позиції роботодавців, які впливають на структуру зайнятості населення та можливості самореалізації кожної особистості.

Висновки за другим розділом

Проведений аналіз показав, що сьогодні для ринку праці характерні протирічливі тенденції, які багато в чому детермінуються не тільки гендерними стереотипами, а й певними нормативно-законодавчими параметрами. У сукупності вони призводять до протиріч у формуванні та регулюванні сучасного ринку праці та наявності певного дисбалансу між чоловіками та жінками, а також між представниками чоловічого та жіночого гендерів на ньому.

Найбільш яскравим проявом зазначених розбіжностей є гендерна сегрегація на ринку праці як нерівномірний розподіл чоловіків і жінок у економіці, через що в окремих професіях чи окремих економічних галузях переважають чоловіки або жінки.

Аналіз двох основних форм гендерної сегрегації – горизонтальної та вертикальної – показав, що на практиці доволі складно їх розрізняти, але загалом галузеву та професійну сегрегацію можна вважати здебільшого горизонтальною, а посадову, ієрархічну – вертикальною.

Проведений аналіз кола досліджень продемонстрував, що професфери, які можна назвати зоною переважаючого чоловічого інтересу - це безпека, видобуток сировини, автобізнес. Серед «жіночих» професфер лідерство тримають такі напрямки, як адміністративний персонал, управління персоналом, наука і освіта, бухгалтерія та фінанси підприємства, медичне обслуговування, громадське харчування.

Врахування теоретичного базису підрозділу 1.2. дозволило здійснити аналіз стереотипізації на сучасному ринку праці та в організаціях. Зокрема, аналіз резюме як відображення пропозицій робочої сили - бажань людей працювати в тій чи іншій сфері, в тій чи іншій професії – показав, що з цієї точки зору на 100% чоловічою є професія слюсаря-ремонтника. Переважна більшість претендентів на посади токаря і оператора верстатів з ЧПУ - також представники сильної статі. У сфері інформаційних технологій теж бажують

працювати переважно чоловіки. Поряд з цим, кадрова сфера - традиційно жіноча. Серед традиційних жіночих сфер діяльності, на які чоловіки не бажають посягати - професія секретаря-діловода, операціоніста, офіс-менеджера, бібліотекаря.

Очевидно, що пропозиції робочої сили на сучасному ринку праці також мають гендерні особливості.

Поряд з цим, аналіз результатів вітчизняних досліджень показав, що дискримінаційні тенденції на ринку праці не є однозначними та масовими, що певною мірою підтверджує перехід України до зони громадянського суспільства.

Аналіз вимог до посад у тих чи інших сферах, які містять у собі маркери маскуліності чи фемінності показав, що сучасний ринок праці затребує на ті чи інші позиції людей з рисами маскуліності та фемінності. До перших можна віднести будівництво, державне управління, правоохоронні органи та сферу ІТ. Фемінне маркерування, як свідчать наші результати, характерні для такої сфери, як освіта та наука.

Поряд з цим, було виокремлено андрогінні зони ринку праці. До них віднесено: культура та мистецтво; банківська та страхова справа; торгівля; зв'язок, сільське господарство, медицина, сфера послуг.

Дослідження продемонстрували, що на сучасному ринку праці існують приховані гендерні пріоритети, які впливають на структуру зайнятості населення та можливості самореалізації кожної особистості.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз показав, що у сучасному суспільстві важливе місце посідає гендерний ракурс його розгляду. Узагальнення різних трактувань гендеру надло нам можливість стверджувати, що у найбільш вживаному вигляді під ним розуміють соціально-біологічні характеристики, через які визначаються поняття «чоловік» і «жінка», психосоціальні, соціокультурні ролі чоловіка і жінки як особистостей, а також психо-біологічні особливості, на які впливає біологічна стать; цілісну психічну репрезентацію статі, сповнену неповторним динамічним глибинним, когнітивним та поведінковим поняттям жіночого та чоловічого, здобута індивідом у результаті набуття індивідуального гендерного досвіду. Тобто це – деякий соціальний конструкт, що визначає соціальну стать людини.

Аналіз класичних соціальних теорій щодо гендерного розгляду суспільства доволив зробити висновок, що частіше за все, категорії чоловічого та жіночого протиставляються одна одній; атрибути чоловічого та жіночого можуть «перетікати» один в один та по різному бути присутніми в людях; а також те, що існує різний ступінь затребуваності сполучень «чоловіче-жіноче», які можуть бути наявними у суспільстві, у різних сферах життєдіяльності.

Узагальнення сучасних теоретичних конструктів щодо гендерного ракурсу погляду на суспільство дає нам можливість погодитись, що наукова культура введення та використання поняття гендеру пов'язана з розбіжністю біологічних і соціальних, культурних, психологічних характеристик особистості, а значить і з потребою осмислення цього неспівпадіння крізь призму розгляду категорій чоловічого і жіночого.

Для вирішення завдань роботи виокремлено маркери розподілу чоловіче-жіноче у гендерному ракурсі, для чого концептуалізовано феномени маскулінності та фемінінності. Показано, що у найбільш

розповсюдженому розумінні, маскулінність – набір характерних рис, ознак, способів поведінки та ролей, що широко визнаються притаманними чоловічому гендеру у межах певного суспільства у визначений історичний період. Модель маскулінності формується на підставі характеру соціальних відносин, самоідентифікацій та орієнтацій особистості, а також її біологічних характеристик.

Фемінінність (фемінність, жіночність) являє собою сукупність характеристик, пов'язаних із жіночою статтю, або характерними формами поведінки, що очікуються від жінки в даному суспільстві, або ж соціально визначений вираз того, що розглядається як позиції, внутрішньо властиві жінці.

Поєднання високого розвитку фемінінності та маскулінності в одній людині (незалежно від її статі) отримало назву андрогінність. Андрогінність – одночасна присутність в однієї людини стереотипних для даного суспільства ознак чоловіка і жінки (необов'язково у рівній мірі). Показано, що вона може бути психологічною чи іміджевою.

Слід зазначити, що гендерні відмінності людини формуються у процесі її гендерної соціалізації, під якою розуміється навчання ролі чоловіків і жінок. Підсумком гендерної соціалізації є гендерна ідентичність – усвідомлення індивідом себе як представника даної статі, відчуття свого жіночого, або чоловічого тіла, усвідомлення своєї приналежності до чоловічої, жіночої або якоїсь іншої статі у соціальному контексті.

На основі гендерної ідентичності людина виконує певні гендерні ролі – соціальні очікування, що диференціюють види діяльності, що відображують права та обов'язки індивідів залежно від їх статевої приналежності. Гендерна роль – це соціальний прояв гендерної ідентичності індивіда.

Значну роль у конструюванні соціальних відносин відіграють стереотипи, в тому числі гендерні. Показано, що соціальні стереотипи у вигляді чітких та зрозумілих образів перехоплюють інформацію на її шляху до свідомості людини та тим самим економлять її зусилля при сприйнятті

складних соціальних об'єктів. Соціальний стереотип є завжди простішим і зрозумілішим, ніж реальна дійсність. Відмінна риса стереотипу полягає в тому, що він починає діяти ще до того, як вмикається розум. Ця форма сприйняття накладає специфічний відбиток на данні, які сприймаються органами відчуттів людини ще до того, як ці данні досягають свідомості.

Для соціальних стереотипів характерними є стійкість та непохитність, вони протистоять освіті та критиці. Якщо реальна дійсність відповідає очікуванням від неї, то стереотип додатково зміцнюється у майбутньому. Якщо реальний досвід не відповідає стереотипу, то найчастіше він сприймається як виключення, що лише підтверджує правило.

Показано, що існує, як мінімум два ракурси сприйняття стереотипів – як змінний продукт групової людської діяльності та як індивідуальний негативно забарвлений образ. З нашої точки зору, стереотипи є переважно груповим утворенням. Але, поряд з цим, у суспільстві можуть бути наявні також і індивідуалізовані стереотипні утворення.

Гендерні стереотипи є різновидом соціальних стереотипів та представляють собою уявлення про якості і норми поведінки чоловіків і жінок. Вони є передумовою конструювання гендеру та гендерної поведінки; це уявлення в суспільстві про соціальні ролі чоловіків і жінок, їхні психологічні та фізіологічні особливості; це стійкі для даного суспільства в даний історичний момент уявлення про відмінності між чоловіками і жінками.

Аналіз показав, що існує три умовні групи гендерних стереотипів. Перша група стереотипів базується на відповідних уявленнях про психологічні риси та якості особистості чоловіків та жінок - стереотипи “maschile – feminnile”. В основу виокремлення другої групи стереотипів покладені соціальні начала. Дана група стереотипів закріплює професійні ролі чоловіків і жінок. До третьої групи гендерних стереотипів вчені відносять стандартизовані уявлення, які пов'язані з відмінностями у змісті праці – жіночої та чоловічої. Місце жінки - у сфері виконавчої та

обслуговуючої праці, чоловіка - у сфері інструментальної праці, тобто творчої.

Усі три групи стереотипів тісно переплетені між собою, мають міцні позиції в суспільстві, а тому суттєво впливають на нього. При цьому даний вплив є прихованим і тому дуже важко піддається коригуванню.

Показано, що гендерні відносини по-різному проявляють себе у різних сферах життєдіяльності суспільства. Здійснена систематизація типізованих конструктів гендерних відносин у трудовій сфері показала наявність таких найрозповсюджених явищ: «скляна стеля», «скляні стіни», «позиційний ухил», «зменшення покладених обов'язків і відповідальності», «інтерв'ювання та перелік запитань при прийомі на роботу», «професійні перешкоди».

Звернення до аналізу гендерних особливостей сучасного ринку праці України показало, що сьогодні для нього характерні протирічливі тенденції, які багато в чому детермінуються гендерними стереотипами та нормативно-законодавчими параметрами. У сукупності вони призводять до протиріч у формуванні та регулюванні сучасного ринку праці та наявності певного дисбалансу між чоловіками та жінками, а також між представниками чоловічого та жіночого гендерів на ньому.

Сьогодні нормативний вплив на ринок праці народжує тенденції дискримінації, які поєднуються зі спробами встановлення гендерної рівності.

Показано, що яскравим проявом розбіжностей між жінками та чоловіками на ринку праці є гендерна сегрегація як нерівномірний розподіл чоловіків і жінок у економіці, через що в окремих професіях чи окремих економічних галузях переважають чоловіки або жінки.

Аналіз двох основних форм гендерної сегрегації – горизонтальної та вертикальної – показав, що під вертикальною сегрегацією розуміють нерівномірний розподіл чоловіків і жінок у межах посадової ієрархії. Горизонтальна сегрегація вказує на розподіл чоловіків і жінок за професіями та видами трудової діяльності і ширше – за галузями. Однак на практиці доволі складно їх розрізняти, але загалом галузеву та професійну сегрегацію

можна вважати здебільшого горизонтальною, а посадову, ієрархічну – вертикальною.

Проведений аналіз кола досліджень продемонстрував, що профсфери, які можна назвати зоною переважаючого чоловічого інтересу - це безпека, видобуток сировини, автобізнес. Серед «жіночих» профсфер лідерство тримають такі напрямки, як адміністративний персонал, управління персоналом, наука і освіта, бухгалтерія та фінанси підприємства, медичне обслуговування, громадське харчування.

Врахування теоретичного базису підрозділу 1.2. дозволило здійснити аналіз стереотипізації на сучасному ринку праці та в організаціях. Зокрема, аналіз резюме як відображення пропозицій робочої сили - бажань людей працювати в тій чи іншій сфері, в тій чи іншій професії – показав, що з цієї точки зору на 100% чоловічою є професія слюсаря-ремонтника. Переважна більшість претендентів на посади токаря і оператора верстатів з ЧПУ - також представники сильної статі. У сфері інформаційних технологій теж бажають працювати переважно чоловіки. Поряд з цим, кадрова сфера - традиційно жіноча. Серед традиційних жіночих сфер діяльності, на які чоловіки не бажають посягати - професія секретаря-діловода, операціоніста, офіс-менеджера, бібліотекаря. Доведено, що пропозиції робочої сили на сучасному ринку праці також мають гендерні особливості.

Аналіз результатів вітчизняних досліджень показав, що дискримінаційні тенденції на ринку праці не є однозначними та масовими, що певною мірою підтверджує перехід України до зони громадянського суспільства.

Аналіз вимог до посад у тих чи інших сферах, які містять у собі маркери маскуліності чи фемінності показав, що сучасний ринок праці затребує на ті чи інші позиції людей з рисами маскуліності та фемінності. До перших можна віднести будівництво, державне управління, правоохоронні органи та сферу ІТ. Фемінне маркерування, як свідчать наші результати, характерні для такої сфери, як освіта та наука.

Поряд з цим, було виокремлено андрогінні зони ринку праці. До них віднесено: культура та мистецтво; банківська та страхова справа; торгівля; зв'язок, сільське господарство, медицина, сфера послуг.

Дослідження продемонстрували, що на сучасному ринку праці існують приховані гендерні пріоритети, які впливають на структуру зайнятості населення та можливості самореалізації кожної особистості.

Робота сприяє розвитку теоретичних основ гендерного аналізу сучасного суспільства та має практичне значення для удосконалення механізмів регулювання зайнятості чоловіків та жінок на ринку праці.

Список використаних джерел

1. Агеев В. С. Межгрупповое взаимодействие / В. С. Агеев. - М., 1990. – С. 27-45.
2. Бабкин А. С. Гендерная сегрегация на российском рынке труда и ее социально-экономические последствия для мужчин [Электронный ресурс] / А. С. Бабкин. – Режим доступа : http://lomonosov.msu.ru/archive/Lomonosov_2007/24/antbabkin@yandex.ru.doc.pdf (дата обращения: 10.11.2017).
3. Батрименко В. В. Світові ринки послуг / В. В. Батрименко., А. П. Батрименко // Українська дипломатична енциклопедія : у 2-х т. — Киев.: Знання України, 2004. — Т.2 — 812 с.
4. Берн Ш. Гендерна психологія / Ш. Берн. – СПб., 2001. – С. 45-77.
5. Боровкова О. Гендерные аспекты занятости [Электронный ресурс] / О. Боровкова. – Режим доступа: <http://dssclub.com.ua/categories/stuff/gendernye-aspekty-zanyatosti.html> (дата обращения: 11.11.2017).
6. Боровцова М. С. Гендер як неповторна репрезентація статі / М. С. Боровцова // Вісн. Одес. нац. ун-ту. Психологія. – 2012. – Т. 17, вип. 5. – С. 6–12.
7. Бурн Ш. Панкультурные гендерные сходства [Электронный ресурс] / Ш. Бурн. - Режим доступа: http://bib.social/psihiatriya-psihologiya_915/pankulturnyie-gendernyie-shodstva-67893.html (дата обращения: 07.10.2017)
8. В чем отличие профессий для мужчин и для женщин [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://edunews.ru/professii/character/otliche-mujchini-jenshiny.html> (дата обращения: 15.08.2017)
9. Василькова В. Р. Женская безработица [Электронный ресурс] / Василькова В. Р. – Режим доступа: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/2140>.

10. Вербець В. В. Соціологія: Навчальний посібник / В. В. Вербець, Субот О.А, Христюк Т.А. – Київ.: КОНДОР, 2009. – 550 с.
11. Возьний К. Гендерні аспекти зайнятості українські реалії і світовий досвід / К. Возьний // Вісник Тернопільського Нац. Екон. Ун-ту. – 2009. – №1. – С. 69–90.
12. Ворона М. В. Гендерна складова ринку праці: сегрегаційний аспект / М. В. Ворона. 2012.
13. Воронина О. А. Женщина в мужском обществе / О. А. Воронина. Социол. исслед. – 1982. – № 2. – С. 43–50.
14. Гендерна проблематика: культурно-філософський аспект : Матеріали 2-ої Міжнародної наукової конференції «Антропологічні виміри філософських досліджень» (18-19 квітня., м. Дніпропетровськ. 2013. – С. 46-47.
15. Гендерний інформаційно-аналітичний центр “Крона” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.krona.org.ua/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=20&Itemid=117&lang=uk.
16. Гендерное равенство полов при трудовых отношениях [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.mirprognozov.ru/prognosis/society/gendernoe-ravenstvo-polov-pri-trudovyih-otnosheniyah/ru>
17. Геодакян В. А. О структуреэволюционирующих систем / В. А. Геодакян // Проблемы кибернетики. – 1972. – Вып. 25. – С. 45-88.
18. Говорун Т. В. Гендерна психологія. Навчальний посібник / Т. В. Говорун., О. М. Кікінеджі. – Київ : Академія, 2004. – 308с.
19. Горностай П. П. Гендерні студії: освітні перспективи (навч.-метод. матеріали) / П. П. Горностай – Кам’єнець-Подільський.: ПЦ "Фоліант", 2003. - С. 5-21.

20. Горностай П. П. Гендерна соціалізація та становлення гендерної ідентичності // Основи теорії тендеру : навчальний посібник. – Канєв.: К. І.С., 2004. — С.132-155.

21. Дугин А. Г. «Социология пола (Структурная социология)» / А. Г. Дугин. – М., 2010. – С. 177-225.

22. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии / Э. Дюркгейм. – М. : Наука, 1991. – С. 55-79.

23. Женщины осваивают мужские профессии чаще, чем мужчины - женские. Сисадмины в юбках против усатых библиотекарей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.superjob.ru/research/articles/111137/zhenschiny-osvaivayut-muzhskie-professii-chasche-chem-muzhchiny---zhenskie-sisadminy-v-yubkah-protiv-usatyh-bibliotekarej>

24. Жеребкина И. А. Введение в гендерные исследования / И. А. Жеребкина. 3-е изд., перераб. и доп. — Х. : Фактор, 2008. — 251 с.— Хмельницк., 2008.

25. Зиммель Г. Обоснование теоретической социологии: введения / Г. Зиммель. - Т.2. М., 1996. С. 325-435.

26. Ильин Е. П. Дифференциальная психология мужчины и женщины / Е. П. Ильин. - Глава 2. Гендерные стереотипы, или Мужчины и женщины в глазах общества - СПб.: Питер, 2007. - С.98-155.

27. Интернет-портал "ТРУД": работа в Києві та Україні; пошук роботи, вакансій, резюме [Електронний ресурс]. – http://www.trud.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=592299

28. Кислий О. Проблеми гендерних досліджень у демографії та суміжних дисциплінах / О. Кислий // Демографічні дослідження. – 2000. – Вип. 22. – С. 162–176.

29. Клецина И. С. Гендерная социализация : учеб. пособие / И. С. Клецина. – СПб., 1998.

30. Комих Г. Гендерні стереотипи в сучасному українському суспільстві / Г. Комих // Україна: аспекти праці. – 2011. - № 2. - с. 3-10.
31. Кон И. Мужчина в меняющемся мире / И. Кон. – М. : Время, 2010.
32. Кон И. С. «Пол и гендер. Заметки о терминах» [Электронный ресурс] / И. С. Кон. - Режим доступа: <http://www.nuntiare.org/?p=976>
33. Левківський К. М. Гендерний розвиток у суспільстві : конспект лекцій / К. М. Левківський. – Константиновка. : Фоліант, 2005. - 351с.
34. Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчунова, под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. - 384 с.
35. Лободинська О. М. Гендерні аспекти працевлаштування випускників ВНЗ (на прикладі західного регіону України) / О.М. Лободинська. ВУЗ. – Київ, 2009. – С. 42-63
36. Максименко С. Д. Загальна психологія: Навчальний посібник / С. Д. Максименко. – Вид. 2-е, перероб. та доп. – Київ : Центр навч. літ., 2004. – 272 с.
37. Мальцева И.О. Гендерная сегрегация и мобильность на российском рынке труда / И.О. Мальцева, С.Ю. Рощин ; Гос. ун-т Высшая школа экономики. – 2-е изд. – М. : ГУ ВШЕ, 2007. – 295 с.
38. Марченко С. Особенности трудоустройства для мужчин и женщин в Украине / С. Марченко. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.work.ua/news/ukraine/769/>
39. Милль Дж. О подчинении женщин / Дж. С. Милль. - М., 1994.
40. Названы ТОП-10 самых женских и самых мужских профессиональных сфер в Украине [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://forinsurer.com/news/15/10/15/33028>
41. Петренко О. Б. Гендерна психологія : практикум / О. Б. Петренко. – Рівне : РДГУ ; Вид. Олег Зень, 2012. – 127 с.
42. Покришук В. С. Проблеми гендерної зайнятості населення на ринку праці України / В. С. Покришук // Україна: аспекти праці. – 2011. – № 2. – С. 3–10.

43. Представления о маскулинности и феминности и индивидуальность в различных подходах [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.kazedu.kz

44. Васильева Т.Е. Стереотипы в общественном сознании (социально-философские аспекты). / Т. Е. Васильева. М.: ИНИОН АН СРСР, 2008. – С. 54-87.

45. Словник гендерних термінів присвячений основній термінології в галузі гендеру та фемінізму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://a-z-gender.net/ua/genderna-segregaciya-praci.html> (дата

46. Смелзер Н. Социология : пер. с англ. / Р. Смелзер. – М. : Феникс, 1994. – 688 с.

47. Иванов В.Н. Соціологічна енциклопедія / В. Н. Иванов; Г. Ю. Семігін М. : Думка, 2003. – Т. 2. – С.423-472.

48. Спенсер Г. Социальная статика: Изложение социальных законов, обуславливающих счастье человечества / Г. Спенсер. - СПб. : Изд. В. Врублевского, 1906.

49. Спенсер Г. Социология как предмет изучения / Г. Спенсер. – СПб.: Тип. А. Якобсона, 1896. – С. 105-127.

50. Стричак Г. В., Гендерні особливості ринку праці в Україні / Г. В. Стричак // Львівський державний аграрний університет. Національний лісотехнічний університет України. 2014. - С.83-96.

51. Тартаковская И. Н. Гендерный дискурс в классической социальной теории / И. Н. Тартаковская // Человек. Общество. Управление. – 2006. – №2. – С. 78-94.

52. Уварова О. Права жінок і гендерна рівність в Україні / О. Уварова – [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.dcz.gov.ua/kir/control/uk/publish/article;jsessionid=e65243101440600527a45c5390fc7c09?art_id=20163&cat_id=1093383

53. Чернядева В. П. Гендерні студії в сучасній Україні / В. П. Чернядева – «Гендерні пріоритети на сучасному ринку праці». Бердянськ. – 2016. – С. 105-110.

54. Чернядева В. П. Гендера політика очима української молоді / В. П. Чернядева – «Гендерні пріоритети на сучасному ринку праці на прикладі м. Харків». Харків. – 2016. – С. 250-258.

55. Шишлова Е. Е. Психологическая и философская рефлексия феномена андрогина как «постгендера» / Е. Е. Шишлова. – Вест. Моск. Гос. Инст Международ. Отнош. –. 2014. – Вып. 1. – С. 244–253.

56. Юркова Е. В. Гендерные роли / Е. В. Юркова, Клецина И. С. // Гендерная психология : хрестоматия / сост. Е. Е. Ли. – Иркутск, 2010. – С. 100–103.

57. Bem S. The measurement of psychologic alandrogyny / S. Bem // Journal of Consultingand Clinical Psychology. – 1974. - Vol. 42. - № 2. - P. 155-162.

58. Bem S., Sex typing andandrogyny / S. Bem // Journal of Personality and Social Psychology, – 1975. – Vol. 31 -№ 7. - P. 634–643.

59. Jelenievski V. Masculinities, Histories and Memories // What is Masculinity: Historical Dynamics from Antiquityto the Contemporary World. - Edited by John H Arnold and Sean Brady: Palgrave. 2011 - p. 433–453.

Додаток

Елементи програми соціологічного дослідження гендерної стереотипізації в сучасних організаціях (на прикладі «KOFEIN»)

Проблема. Актуальність вивчення гендерних стереотипів в «KOFEIN» полягає в тому, що, виходячи із базових теоретичних положень про стереотипи (по-перше, все життя людина сприймає і реагує на процеси тільки через свої гендерні стереотипи, по-друге, взаємодіє з людьми на підставі гендерних стереотипів; по-третє, робить всі свої умовиводи і висновки тільки на підставі своїх стереотипів) важливо розуміти, що вони можуть впливати на взаємодію з клієнтами і персоналом, що може призводити до проблем нерозуміння і зменшення кількості клієнтів, а також до плинності персоналу. Поряд з цим, дана організація належить до андрогінних сфер ринку праці, тому цікаво подивитися, як гендерні стереотипи розповсюджені в організаціях такого типу.

Об'єкт дослідження - персонал ООО «KOFEIN».

Предмет дослідження - гендерні стереотипи персоналу в ООО «KOFEIN».

Мета - виявити гендерні стереотипи персоналу ООО «KOFEIN».

Для досягнення поставленої мети необхідне вирішення наступних завдань:

1. Визначити гендерні характеристики, властиві чоловікам і жінкам в організації.
2. Виявити найбільш очікувані гендерні характеристики співробітників організації.
3. Визначити ступінь гендерної стереотипізації свідомості персоналу.

Інтерпретація основних понять дослідження.

Гендер - «соціально-біологічна характеристика, за якою визначаються поняття «чоловік» і «жінка», психосоціальні, соціокультурні ролі чоловіка і

жінки як особистості, а також психо-біологічні особливості, на які впливає біологічна стать, цілісна психічна репрезентація статі, сповнена неповторним динамічним глибинним, когнітивним і поведінковим поняттям жіночої і чоловічої, отримана індивідом в результаті придбання індивідуального гендерного досвіду» [5].

Гендерні стереотипи — «це поширені в суспільстві уявлення про особливості і поведінку представників різних гендерів, в першу чергу чоловіків і жінок» [6].

Гендерні характеристики — це типові риси, які належать чоловікам і жінкам.

Персонал або штат - постійний склад працівників установи, що складають групу за професійними або іншими ознаками із зазначенням посад і привласнених по кожній посаді окладів; сукупність всіх працівників підприємства, зайнятих трудовою діяльністю, а також перебувають на балансі (що входять в штатний склад), але тимчасово не працюючих у зв'язку з різними причинами (відпустки, хвороба, догляд за дитиною і так далі); сукупність трудових ресурсів, які знаходяться в розпорядженні підприємства і необхідні для виконання певних функцій, досягнення цілей діяльності і перспективного розвитку [7].

В якості методу збору соціологічної інформації обрано роздаткове індивідуальне анкетування, оскільки воно дозволяє респонденту самостійно вибрати час для відповідей на питання.

Для досягнення поставленої нами мети був розроблений **інструментарій** - анкета.

Збір інформації здійснювався з 20 по 25 вересня 2017 року.

У ході дослідження було опитано 80 осіб (90% персоналу), серед яких 40% чоловіків і 60% жінок. Вік опитаних розподілився наступним чином: 18-20 років - 25%, 20-23 років - 25%, 23-25 років - 17%, 25-30 років - 25%, 30-35 років - 8%.

«НАРОДНА УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЯ»
СТУДЕНТСЬКИЙ СЕКТОР СОЦІОЛОГІЧНОЇ СЛУЖБИ
АНКЕТА

Шановний респондент! Ви є учасником соціологічного дослідження, присвяченого питанням сприйняття жінок та чоловіків у сучасних організаціях. Просимо Вас дати відповіді на питання відповідно до інструкції, яку наведено на початку кожного питання. Ваші відповіді є цілком анонімні і будуть використані лише в узагальненому вигляді. Заздалегідь дякуємо Вам за щирість в опитуванні!

1. Якою мірою наведені нижче характеристики притаманні Вашим колегам? (зробіть позначки по кожному рядку спочатку зліва – щодо чоловіків, а потім справа – щодо жінок, де 3 - скоріше притаманні, 2 – в деякій мірі притаманні, а в деякій – ні; 1-скоріше не притаманні; 0 – утруднююсь з відповіддю)

Чоловіки					Жінки			
0	1	2	3	Хоробрість	0	1	2	3
0	1	2	3	Старанність	0	1	2	3
0	1	2	3	Агресивність	0	1	2	3
0	1	2	3	Пасивність	0	1	2	3
0	1	2	3	Чуйність	0	1	2	3
0	1	2	3	М'якість	0	1	2	3
0	1	2	3	Дбайливість	0	1	2	3
0	1	2	3	Емоційність	0	1	2	3
0	1	2	3	Діловитість	0	1	2	3
0	1	2	3	Егоїзм	0	1	2	3
0	1	2	3	Прагматизм	0	1	2	3
0	1	2	3	Незалежність	0	1	2	3
0	1	2	3	Скромність	0	1	2	3
0	1	2	3	Інтуїція	0	1	2	3
0	1	2	3	Активність	0	1	2	3
0	1	2	3	Готовність учитися	0	1	2	3
0	1	2	3	Податливість	0	1	2	3
0	1	2	3	Потреба в соціальному успіху	0	1	2	3
0	1	2	3	Панування	0	1	2	3
0	1	2	3	Кмітливість	0	1	2	3

2. Якою мірою наведені нижче характеристики притаманні керівництву Вашої компанії?

(зробіть позначки по кожному рядку, де 3 - скоріше притаманні, 2 – в деякій мірі притаманні, а в деякій – ні; 1-скоріше не притаманні; 0 – утруднююсь з відповіддю)

Хоробрість	0	1	2	3
Старанність	0	1	2	3
Агресивність	0	1	2	3
Пасивність	0	1	2	3
Чуйність	0	1	2	3
М'якість	0	1	2	3
Дбайливість	0	1	2	3
Емоційність	0	1	2	3
Діловитість	0	1	2	3
Егоїзм	0	1	2	3
Прагматизм	0	1	2	3
Незалежність	0	1	2	3
Скромність	0	1	2	3
Інтуїція	0	1	2	3
Активність	0	1	2	3
Готовність учитися	0	1	2	3
Податливість	0	1	2	3
Потреба в соціальному успіху	0	1	2	3
Панування	0	1	2	3
Кмітливість	0	1	2	3

3. Які з перерахованих нижче характеристик Ви вважаєте найбільш важливими для Ваших співробітників? (виберіть не більше 5-ти якостей)

- | | | |
|-----------------|------------------|----------------------------------|
| 1. Хоробрість | 8. Емоційність | 15. Активність |
| 2. Старанність | 9. Діловитість | 16. Готовність учитися |
| 3. Агресивність | 10. Егоїзм | 17. Податливість |
| 4. Пасивність | 11. Прагматизм | 18. Потреба в соціальному успіху |
| 5. Чуйність | 12. Незалежність | 19. Панування |
| 6. М'якість | 13. Скромність | 20. Кмітливість |
| 7. Дбайливість | 14. Інтуїція | |

4. Які з перерахованих характеристик Ви вважаєте найбільш важливими для керівництва Вашого підприємства? (виберіть не більше 5-ти якостей)

- | | | |
|-----------------|------------------|----------------------------------|
| 1. Хоробрість | 8. Емоційність | 15. Активність |
| 2. Старанність | 9. Діловитість | 16. Готовність учитися |
| 3. Агресивність | 10. Егоїзм | 17. Податливість |
| 4. Пасивність | 11. Прагматизм | 18. Потреба в соціальному успіху |
| 5. Чуйність | 12. Незалежність | 19. Панування |
| 6. М'якість | 13. Скромність | 20. Кмітливість |
| 7. Дбайливість | 14. Інтуїція | |

5. В якій мірі Ви згодні з наведеними нижче твердженнями? (5-повністю згодні, 4-скоріше ні, ніж не згодні, 3-важко сказати, 2-скоріше не згодні, ніж згодні, 1-повністю не згодні)

Відмінність між чоловіками й жінками мають суто біологічну природу, отже, є неподоланими й вічними.	5	4	3	2	1	0
На відміну від чоловіків, жінки мають нижчі інтелектуальні здібності, нелогічне, ірраціональне мислення і, внаслідок, нижчу професійну компетентність.	5	4	3	2	1	0
На відміну від жінок, чоловіки менш емоційні, здатні до співчуття й співпереживання.	5	4	3	2	1	0
Жінки від природи мають потребу у створенні сім'ї й народженні дітей	5	4	3	2	1	0
Чоловіки – це сильна стать, а жінки – слабка	5	4	3	2	1	0
Представники сильної статі не повинні плакати	5	4	3	2	1	0
Незаміжня жінка – неповноцінна	5	4	3	2	1	0
Головне призначення чоловіка – кар'єра	5	4	3	2	1	0

6. Ваша стать 1) Чоловіча 2) Жіноча

7. Ваш вік

- | | | | |
|----------|----------|----------|----------------|
| 1) 18-20 | 3) 23-25 | 5) 30-35 | 7) 41-45 |
| 2) 20-23 | 4) 25-30 | 6) 36-40 | 8) 46 і більше |

8. Посада:

- | | |
|-------------|------------------|
| 1. Офіціант | 4. Адміністратор |
| 2. Бариста | 5. Управляючий |
| 3. Менеджер | 6. Бармен |

Анотація

Роботу присвячено розгляду гендерних відносин на ринку праці.

Об'єкт – гендерні прояви соціальних відносини у сучасному суспільстві.

Предмет – особливості гендерних проявів соціальних відносин на сучасному ринку праці України.

Метою роботи є виявлення особливостей гендерних проявів соціальних відносин на сучасному ринку праці України.

Робота складається зі вступу, двох розділів, семи підрозділів, висновків за розділами, загальних висновків, а також списку використаних джерел і додатків.

У теоретичній частині роботи розкриваються існуючі підходи до аналізу таких понять як «гендер», «фемінінність», «маскулінність», «андрогінність», «гендерна соціалізація», «гендерна ідентичність», «гендерні ролі», здійснюється соціологічна інтерпретація даних понять. Приділено увагу ролі гендерних стереотипів у конструюванні соціальних відносин. Проведено систематизацію теоретичних уявлень щодо гендерних особливостей конструювання ринку праці та можливостей їх вимірювання.

У практичній частині роботи надано аналіз соціологічних досліджень та опитувань щодо гендерних відносин на ринку праці України, зокрема двох авторських досліджень. Здійснено чотирьохмірний аналіз гендерних відносин на ринку праці України: через аналіз розподілу чоловіків та жінок на ринку праці, співставлення резюме з розподілом «чоловічих» або «жіночих» сфер працевлаштування, виявлення особливостей стереотипізації на ринку праці та в сучасних організаціях (на прикладі ООО «KOFFEIN») та «розкодування» прихованих позицій роботодавців через маркери фемінінності та маскулінності в об'явах про вакансії.

Загальний обсяг роботи – 102 сторінки, з них загального тексту – 91 сторінок, літературних джерел – 59.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ГЕНДЕР, ГЕНДЕРНІ ВІДНОСИНИ, МАСКУЛІННІСТЬ, ФЕМІНІННІСТЬ, АНДРОГІННІСТЬ, РИНОК ПРАЦІ.

Аннотация

Дипломная работа посвящена рассмотрению гендерных отношений на рынке труда.

Объект – гендерные проявления социальных отношений в современном обществе.

Предмет – особенности гендерных проявлений социальных отношений на современном рынке труда Украины.

Цель работы является выявление особенностей гендерных проявлений социальных отношений на современном рынке труда Украины.

Дипломная работа состоит из вступления, двух разделов и семи подразделов, выводов по разделам, заключения и списка использованных источников и приложений.

В теоретической части работы раскрываются, существующие подходы к анализу таких понятий как «гендер», «фемининность», «маскулинность», «андрогинность», «гендерная социализация», «гендерная идентичность», «гендерные роли», осуществляется социологическая интерпретация данных понятий. Особое внимание роли гендерных стереотипов в конструировании социальных отношений. Проведено систематизацию теоретических представлений насчёт гендерных особенностей конструирования рынка труда и возможностей их измерения.

В практической части работы представлено анализ социологических исследований и опросов насчёт гендерных отношений на рынке труда Украины, в частности два авторских исследования.

Осуществлено четырёхмерный анализ гендерных отношений на рынке труда Украины: через анализ распределения мужчин и женщин на рынке труда, сопоставления резюме с распределением «мужских» или «женских» сфер трудоустройства, выявления особенностей стереотипизации на рынке труда и в современных организациях (на примере ООО «KOFFEIN») и «роzkодирования» скрытых позиций работодателей через маркеры фемининности и маскулинности в объявлениях про вакансии.

Общий объём работы – 102 страницы, из них общего текста – 91 страниц, литературных источников – 59.

КЛЮЧОВЫЕ СЛОВА: ГЕНДЕР, ГЕНДЕРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ, МАСКУЛИННОСТЬ, ФЕМИНИННОСТЬ, АНДРОГИННОСТЬ, РИНОК ТРУДА.

SUMMARY

The diploma work is devoted to consideration of gender relations in the labour market.

The object - gender manifestations of social relations in modern society.

The subject - features of gender manifestations of social relations in the modern labor market of Ukraine.

The purpose of the work is to identify the features of gender manifestations of social relations in the modern labor market of Ukraine.

The diploma work consists of an introduction, two chapters and seven sub-chapters, the conclusions of chapters, conclusion and list of references.

In the theoretical part of the work the existing approaches to the consideration of such concepts as "gender", "femininity", "masculinity", "androgyny", "gender socialization", "gender identity", "gender roles", sociological interpretation of these concepts. Particular attention is paid to the role of gender stereotypes in the construction of social relations. Systematization of theoretical ideas about the gender features of construction of the labor market and the possibilities of their measurement has been carried out.

In the practical part of the work, an analysis of sociological studies and surveys on gender relations in the labor market of Ukraine is presented, in particular two author's studies.

A four-dimensional analysis of gender relations in the Ukrainian labor market has been carried out: through the analysis of the distribution of men and women in the labor market, the comparison of the summary with the distribution of "male" or "female" spheres of employment, the identification of stereotypes in the labor market and in modern organizations (for example, LLC KOFFEIN ") And" decoding "the hidden positions of employers through the markers of femininity and masculinity in job advertisements.

The total volume of work is 102 pages, of them 91 pages in general text, 59 in literary sources.

KEY WORDS: GENDER, GENDER RELATIONS, MASKULINITY, FEMININITY, ANDROGINITY, LABOR OF LABOR.