



УДК 159.9

ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ІМІДЖУ

Студ. Д.С. Шадюк, гр. БПД-16

Науковий керівник канд. психол. наук, доц. А. В. Колодяжна
Київський національний університет технологій та дизайну

Актуальність теми дослідження. Дослідження системогенези феномена гендеру постає соціально значущою, злободенною проблемою, що пов'язано передусім із соціально-економічною та демографічною кризами, змінами в гендерній культурі. Попри очевидну «відкритість» прикладного аспекту, дослідження з гендерної проблематики мають значний внутрішній пласт, оскільки охоплюють чимало нез'ясованих психологічних механізмів гармонійного чи дисгармонійного особистісного розвитку людини і потребують міждисциплінарного підходу з метою привернення уваги психологів і педагогів до процесів і результатів самовизначення молоді у сфері традиційної та егалітарної культур.

Метою дослідження є аналіз впливу гендерних ролей та стереотипів у конструюванні іміджу будь-якого суб'єкта на прикладі політичного діяча. **Завдання:** дослідити вплив на формування іміджу суб'єкта політичної діяльності гендерних ролей та стереотипів.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єкт дослідження – є імідж суб'єкта політики. Предметом дослідження – є вплив гендерних стереотипів і ролей на конструювання іміджу політичних акторів.

Методи та засоби дослідження. Використані методи дослідження мають загальнонауковий характер – аналіз, синтез, систематизація матеріалів, а також прогностичний метод для розроблення перспектив подальших досліджень окресленої проблеми.

Результати дослідження. Гендерні стереотипи про соціальну роль жінки й чоловіка функціонують і на рівні окремих індивідів, і звичайно ж на рівні усього суспільства. До того ж вони часто стають якщо не явними, то латентними цінностями, навіть елементами культури. Саме тому чоловіки і жінки намагаються культивувати в собі стереотипні риси. Цей тиск, який підштовхує до бажаної поведінки, підкріплюються ще й тиском нерівного статусу чоловіків і жінок і тиском суспільних очікувань. З певними відмінностями ці тенденції прослідковуються чи не по всьому світу, і звичайно в нашій державі також. Актуальним у цьому світлі є питання наскільки жінки та чоловіки, що займаються політичною діяльністю враховують існуючі в тому чи іншому суспільстві гендерні стереотипи та упередження, а також уявлення про розподіл гендерних ролей при конструюванні свого іміджу. Проблеми гендерних стереотипів та їх вплив на культуру й політику розглядали у своїх роботах такі автори: Г. Почепцов [2], П. Фролов [3], Т. Бендас [1].

Імідж суб'єкта політики – це своєрідний, постійно відтворюваний образ, набір певних якостей: політичних, світоглядних, біографічних, зовнішніх, які відповідають запитам та певним стереотипним уявленням. Імідж є важливим інструментом політичної діяльності, від якого залежить успішність політичного актора. Він характеризується комунікацією із зворотнім зв'язком, адже повинен не лише підлаштовуватися від очікування аудиторії, але й постійно змінюватися, задля задоволення суспільних очікувань.

Гендерні стереотипи і ролі є важливою частиною культури, традицій, уявлень суспільства. Вони представляють собою комплекс уявлень та установок суспільства про соціальні ролі чоловіків і жінок, їх психологічні та фізіологічні особливості й відмінності. Вони опираються на статеву ідентифікацію, вираження якої є більш яскравою, ніж вираження будь якої іншої ідентичності. Зазвичай у науковій літературі прийнято розглядати стереотипи маскулінності і фемінності, іншими словами стереотипи мужності та жіночності. Маскулінність і фемінність – це уявлення про психологічні, соматичні, поведінкові



особливості, що є характерними для жінок та чоловіків. Під маскулінністю треба розуміти набір якостей, що об'єктивно належать виключно чоловічій статі, а під фемінністю відповідно набір характеристик, що належать виключно жіночій статі. При цьому варто відмітити наявність у них певних полярних полюсів: сила-слабкість, активність-пасивність. З огляду на уявлення про маскулінність та фемінність у суспільній культурі формуються гендерні ідентичності та гендерні ролі. Якщо з гендерною ідентичністю все зрозуміло, то гендерні ролі є більш активними, адже це соціальна поведінка особи, яка в переважній більшості випадків відповідає очікуванням системи суспільних взаємовідносин, в якій особа повинна співпадати з уявленнями певного культурного середовища про правильну поведінку, розподіл обов'язків і кількість здібностей.

Це ретранслюється і на політичну сферу, зокрема гендерні аспекти беруться до уваги у процесі конструювання іміджу політика. У бажанні отримати підтримку різних соціальних груп, суб'єкти політики часто поєднують у своєму іміджі так звані фемінні та маскулінні якості, особливо підкреслюючи чи надаючи перевагу тим або іншим в залежності від очікувань суспільства. Так чоловіки найчастіше використовують такі стереотипні гендерні ролі: «господар», «борець за справедливість», «професіонал», «захисник». А жінки часто послуговуються образами «матері-берегині», «жінки-чоловіка», «сірої мишки», «красуні».

Стереотипні уявлення про роль та місце чоловіків і жінок у політиці, незважаючи на значний прогрес у подоланні відносин глобальної нерівності та субординації, до сих пір є значною проблемою як розвинених суспільств так і тих, що розвиваються. Цікаво, що зі зміною жіночого стереотипу змінюється і чоловічий, зокрема можна відмітити, що на території з більш модернізованим типом культури, імідж чоловіка-політика включає в себе деякі фемінні характеристики.

Насправді ж, якщо спробувати абстрагуватися від стереотипних уявлень про маскулінність та фемінність, поведінка жінок та чоловіків у політиці не має принципових відмінностей і підпорядкована загальній логіці політико-владних відносин. А імідж є, як вже відзначалося раніше віддзеркаленням суспільних очікувань від актора політики. Жінкам, однак, у цьому контексті доводиться важче, адже вимоги до них вищі, тож вони часто мусять докладати куди більше зусиль ніж чоловіки і конструювати свій імідж, демонструючи елементи так званої маскулінності. І хоча останнім часом посилюється науковий та суспільний дискурс стосовно гендерної нерівності на політичній арені і навіть були прийняті відповідні законодавчі рішення щодо запровадження так званих гендерних квот, питання рівного статевого представництва у владних інститутах досі є відкритим. Науковці, політологи, громадські діячі, які займаються вивченням даної проблематики сьогодні наголошують на необхідності вдосконалення відповідної нормативної бази, а головне, провадження освітньо-просвітницької роботи, направленої на боротьбу із негативними наслідками гендерних стереотипів та упереджень.

Висновки. Отже, гендерної рівності можна досягти через партнерство між жінками й чоловіками на основі принципів паритетної демократії. Для прискорення цього процесу цілком ефективним і необхідним являється формування іміджу саме лідера-жінки в нашому суспільстві, про що свідчить не лише досвід розвитку західної демократії, але й сучасна українська реальність.

Ключові слова: імідж, гендерна нерівність, політичний діяч, стереотипи, образи.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бендас Т. Гендерные исследования лидерства / Т. Бендас // Вопросы психологии. – 2000. – № 1. – С. 87–95.
2. Почепцов Г. Имиджелогия: теория и практика / Г. Почепцов - К.: Ваклер, 2002. - 704 с.
3. Фролов П. Д. Теоретико-методологічні аспекти проблеми сприймання особистості політичного лідера / П. Д. Фролов - Наукові студії з соціальної та політичної психології. - К.: Агрпромовидав України, 1999. - Вип.1 (4). - С. 199 - 210.