

ІСТОРИЧНІ, СОЦІАЛЬНІ Й КУЛЬТУРНІ ВИТОКИ ГЕНДЕРНОГО ЕЙДЖИЗМУ

У статті розкрито специфіку впливу історичних соціальних і культурних чинників на виникнення упереджень і стереотипів свідомості, які зумовлюють гендерний ейджизм. На цій основі стає можливою розробка науково-обґрунтованої стратегії протидії гендерному ейджизму.

Ключові слова: гендерний ейджизм, упередження, стереотип, дискримінація, соціалізація

The article discloses the specifics of the impact of historical social and cultural factors on the emergence of prejudices and stereotypes of consciousness that cause gender ageism. On this basis, it becomes possible to develop a science-based strategy for combating gender ageism.

Key words: gender ageism, prejudice, stereotype, discrimination, socialization

Дискримінація людей за різними ознаками унеможливорює реалізацію принципу рівних прав і можливості. Найбільш складною є ситуація, коли людина дискримінується одночасно за кількома ознаками, наприклад, у гендерному ейджизмі – за віком і статтю. Постає завдання пошуку ефективних шляхів протидії цьому явищу. Для побудови науково обґрунтованої технологічної моделі виникає необхідність аналізу витоків гендерних і вікових стереотипів і упереджень. Ми припускаємо, що серед основних чинників гендерного ейджизму можна виділити три групи: історичні (релігійні), соціальні (особливості соціалізації), культурні («гендерні лінзи», «базова ідентичність», об'єктивовані через ЗМІ). Для перевірки припущень проаналізуємо підходи науковців до пояснення гендерного ейджизму.

Чинниками, що живлять гендерний ейджизм, є упередження, стереотипи, дискримінація. Гендерні стереотипи обґрунтовують структурну соціальну нерівність за принципом статі й віку. Ю.Кац звертає увагу, що старість асоціюється з безсиллям, нездатністю відстояти свої інтереси [1, с.302]. М.Єкімова зазначає, що синонімом віку є зниження та втрата фізичних і психічних здібностей [2, с.218]. В.Біскуп наголошує на поширенні стереотипів, які приписують людям похилого віку культурну відсталість, фізичну й психічну слабкість, нездатність до засвоєння нового, негативне ставлення до молоді. Для них характерні слабкість і кволість, зниження інтелектуальних здібностей, низька продуктивність і мотивація, а також творча активність [3, с.39-40].

Дослідники по-різному пояснюють джерела гендерного ейджизму. Т.Костіна вказує на глибоке коріння гендерної дискримінації, яке підживлюється з боку культури, традицій, релігії тощо. На її думку витоками для формування гендерних стереотипів є релігія (у світових релігіях жінка має підкорятися чоловіку; це призводить до закріплення нерівності); соціальне навічання (механізм підкріплення за теорією А. Бандури); культурні інститути (ЗМІ як транслятори гендерних стереотипів); усталений розподіл соціальних ролей (жінка як господиня); патріархат (соціальна структура, яка надає чоловікам владу, у тому числі над жінками) [4, с.148].

С.Руденко для встановлення витоків гендерної нерівності аналізує давньоіндійську літературу [5, с.101-103]. «Шримад Бхагаватам» є філософським і літературним твором індійської класики, що є священним текстом кришнаїзму. Прочитуємо окремі витяги з цього джерела для аргументації ролі релігії у формуванні гендерних стереотипів: «жінка не здатна бути незалежною (асамакшам), тому що вона не в змозі захистити себе». «дружина має не тільки підходити чоловікові за віком, складом характеру й якостями, але й допомагати йому виконувати обов'язки домогосподаря. Її обов'язок – узяти на себе домашні справи, а не змагатись із чоловіком». Такими згідно кришнаїзму мають бути моделі поведінки та риси характеру, що відповідають ідеалу жінки.

До цього слід додати також вплив міфологічної свідомості, яка відображена у казках. І.Григор'єва звертає увагу на образ похилої жінки, який транслюється через казки, відомі з дитинства. Це Баба-яка, стара Шапокляк. Така символізація задає траєкторію життєвого шляху: на заключному етапі жінку очікує перетворення на злу й потворну стану [6, с.8]. Ми б додали до цього переліку образ злої мачухи (казки «Попелюшка», «Білосніжка і сім гномів» тощо), який втілює негативні характеристики жінок середнього віку, у тому числі пов'язані із зовнішністю.

Соціальний чинник найбільш виразно виявляється в особливостях процесу соціалізації. З урахуванням особливостей гендерної соціалізації найбільш цінними якостями у чоловіків уважають «розум», «уміння заробляти» та «порядність». У жінках цінується – «господарність» та «гарна зовнішність». На підґрунті стереотипів формується уявлення про відповідну рольову модель: жінка-господарка, жінка-мати. Саме тому успіх у професійній і публічній сфері не пов'язується з образом жінки

Широкого визнання набула теорія гендерних схем (Bern, 1981), яка пов'язує виникнення гендерних стереотипів із дією культурного чинника. Як основа статевої належності розглядається спосіб організації інформації про оточуючий світ. S.Bern припустила, що крім навчання специфічній поведінці, що асоціюється у даній культурі з уявленнями про чоловіків і жінок, дитину навчають сприймати інформацію згідно із гендерними схемами. Це психічні структури, що організують перцептуальний і концептуальний світ індивіда відповідно до гендерних категорій (маскулінний – фемінний). Через залучення до культури (інкультурацію) індивід присвоює «гендерні лінзи» і починає використовувати як орієнтири, що приводить до виникнення особливого феномену – конвенціональної гендерної особистості, яка поводить відповідно до традиційних культурних очікувань відносно своєї статі. Через це обмежується індивідуальний вибір людини стосовно того, якою їй бути, щоб відчувати себе чоловіком або жінкою. «Кожна можливість, що збігається з ракурсом лінз, розглядається як нормальна та природна для власного «Я», а кожна можливість, що не узгоджується із цим ракурсом, розглядається як ворожа та проблематична для власного Я» [7].

Т.Марценюк акцентує увагу на соціально-політичному аспекті гендерної нерівності. Вона підкреслює, що гендерні відносини – це відносини влади, які містять нерівності, що «вбудовані» у соціальні інститути. Тобто, гендер – це не просто роль, яку ми граємо залежно від нашого бажання чи небажання. Гендер – це радше базова ідентичність, за якою люди визначають та позиціонують один одного, відповідно до якої очікується наша діяльність у суспільстві. Гендеру «навчаються» шляхом соціалізації і гендер конструюють протягом усього життя [8, с.12]. М.Ткалич, Т.Зинченко також підтримують положення про те, що перевага одних людей над іншими формується на основі цінностей, установок, стереотипів, що отримані й засвоєні у процесі соціалізації [9, с. 84].

Багато дослідників визнають вплив ЗМІ на поширення гендерного ейджизму. Це може відбуватись різними шляхами. Найчастіше – через рекламу насаджуються стереотипи втрати жінкою привабливої зовнішності, негативізм щодо природних процесів її старіння. М.Скімова підкреслює, що засоби масової інформації посилено пропагують «культ молодості», нехтуючи моделлю «успішного старіння» [2, с.217]. Ми поділяємо таку точку зору.

На думку І.Тартаковської образ жінки у рекламі найчастіше має два варіанти: прилежної господарки або сексуально-естетичного об'єкта, який завдяки набуттю якоїсь речі (наприклад, придбання ліків або корму для тварин) стане ще більш привабливим. В основному жінка виглядає у рекламі як предмет споживання, вона не дуже відрізняється від того, що вона конкретно рекламує [11, с.72]. І.Григор'єва вказує, що роль жінок у рекламі часто полягає у тому, щоб порекомендувати кращі ліки, правильно відсортоване рослинне масло або пральний порошок. Вони репрезентуються як турботливі «бабусі» або

як немінні й розгублені старі, яким необхідне омолодження. Завдяки цьому досягається не лише естетичний ефект, але й нормативний ідеал жіночості [6, с.9].

Глядачі звертають увагу на те, що завдяки ЗМІ життя жінки в публічній сфері обмежується віком ранньої зрілості. Представники більше старшого віку майже не залучаються до висвітлення актуальних питань суспільного й культурного життя. Отже, ЗМІ як культурний чинник гендерного ейджизму демонструє зв'язок гендерного ейджизму й лукізму. На телебаченні репрезентується образ жінки середнього віку як такої, що втрачає привабливість; через це посилюється тиск, пов'язаний з необхідністю відповідати нормативному ідеалу.

Таким чином, на протязі всього життя людини у процесі взаємодії з сім'єю та іншими соціальними інститутами, а також під впливом ЗМІ, релігійних, культурних явищ і історичних традицій відбування виникнення й закріплення гендерно-вікових стереотипів, які зумовлюють дискримінацію жінок середнього віку як представників специфічної статево-вікової групи. Це негативно позначається на їх життєдіяльності, а також соціально-економічному розвитку суспільства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Кац Ю.В. Стереотипизированная модель старения: гендерный аспект // *Вестник Саратовского государственного технического университета*. 2010. № 2 (45). Вып. 1. С.300-308
2. Єкімова М.О. Проблема визначення поняття «ейджизм» у сучасній соціології // *Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ*. 2014. № 4. С. 217-224.
3. Біскуп В. С. (2008) **Ейджизм як соціальна проблема та шляхи її подолання** // *Вісник Черкаського університету. Серія Педагогічні науки*. 2008. № 121. С.37-41
4. Костіна Т.О. Упередження та стереотипи як передумова для розгортання гендерної дискримінації // *Габітус*. 2020. № 16. С.145-150
5. Руденко С. Гендерні стереотипи у давньоіндійській літературі (за коментарями до тексту «Шримад Бхагаватам») // *Сучасні стратегії гендерної освіти в умовах євроінтеграції : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, 10–11 вересня 2020 р. / Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка ; за заг. ред. В. П. Кравця, О. М. Кікінежді. Тернопіль : ТНПУ, 2020. С.101-103*
6. Григорьева И.А. Пожилые женщины: «вниз по лестнице» возраста и гендера // *Женщина в российском обществе*. 2018. № 1 (86) С.5-18 <https://cyberleninka.ru/article/n/pozhilye-zhenschiny-vniz-po-lestnitse-vozrasta-i-gendera>
7. Bem S. L. Gender schema theory: A cognitive account of sex typing source. *Psychological Review*, 1981. № 88, С.354.
8. Марценюк Т. Гендерна рівність і недискримінація: посібник для експертів і експерток аналітичних центрів. Київ, 2014. 65 с.
9. Ткалич М., Зинченко Т, Стереотипы внешности: гендерные и возрастные различия *Człowiek w całości kształcie życia: rodzina – edukacja – praca pod redakcją Tatiany Rongińskiej Zielona Góra 2019. С.79-92*
10. Гендер, СМІ и ИКТ: Новые подходы к исследованиям, образованию и обучению [URLhttps://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000378415](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000378415)
11. Тартаковская И.Н. Социология пола и семьи. Самара, 1997, 132 с.

Рекомендує до друку науковий керівник доцентка Копилова С.В.