

# Трансформация гендерной идентичности: социально-психологический аспект

Е.Э. Шишлова

*В статье анализируется проблема гендерной идентичности, раскрываются ее содержание и актуальность с позиций традиционализма и постмодернизма. Трансформация гендерной идентичности рассматривается как фактор и механизм адаптации личности. Приводятся результаты проектного исследования «Успех в гендерном измерении», выполненного с участием студентов и магистрантов МГИМО(У) МИД России.*

Современный мир, характеризующийся большой динамичностью и изменчивостью социокультурных образцов и норм, создает определенные трудности для личности, провоцируя кризисы идентичности, внутриличностные гендерные конфликты. То, что было принятой нормой для личности вчера, сегодня может быть уже не востребовано, в результате личность теряет ощущение последовательности и целостности в своей жизни (как будто тот человек, которым я являюсь сегодня, – это совсем не тот, каким я был вчера). Внутриличностный гендерный конфликт – это переживание непоследовательности изменений себя как мужчины или женщины, несогласование внутренних ценностей, образов и идеалов маскулинности/феминности, принятие себя или отдельных сторон своей личности как мужчины или женщины. В настоящей статье хотелось бы подробнее рассмотреть затронутую проблему: раскрыть содержание и механизмы феномена гендерной идентичности, обосновать необходимость и возможность процессов ее трансформации.

Содержание данного понятия достаточно многогранно. Анализ определений гендерной идентичности и подходов к ее изучению позволяет выделить два основных компонента данного понятия. К ним относятся биологический пол и

социально-психологические характеристики личности (маскулинность/феминность). Уже с раннего возраста человек отождествляет себя с определенным полом. У него возникает субъективное чувство пола и постепенно развиваются определенные черты личности – маскулинные и феминные. Объективным условием, влияющим на формирование таких характеристик, является гендерная культура (бытующие в обществе представления о качествах, желательных для мужчин и женщин), а также гендерная идеология (закрепляемые социально-политическими институтами гендерные представления)<sup>1</sup>.

Один из самых авторитетных социологов современности, англичанин Э. Гидденс, объясняет, что не биологический пол, а социокультурные нормы определяют в конечном счете психологические качества, модели поведения, виды деятельности, профессии женщин и мужчин. Господствующий в общественном сознании образ маскулинности и феминности оказывается всего лишь характеристикой мужчин или женщин в текущей культуре<sup>2</sup>.

Модели социально-одобряемого гендерного поведения внедряются в повседневные практики множеством способов, наиболее эффективными среди которых являются масс-медиа. Люди закрепляют транслируемые образы мужествен-

**Шишлова Екатерина Эдуардовна** – к.пед.н., доцент кафедры философии, заведующая учебно-исследовательской социологической лабораторией Центра инновационных форм обучения факультета международной журналистики МГИМО(У) МИД России. E-mail: vestnik@mgimo.ru

ности и женственности как стандарты и ориентируются на них, чтобы оценить свою «красоту» и «успех». СМИ можно рассматривать не только как институт социализации, но и как механизм конструирования идентичности. Современные СМИ производят и распространяют образцы иерархизированных отношений между полами. Являясь проводниками государственной политики и идеологии, они репрезентируют гендерную поляризацию и неотрецированность. Чтобы убедиться в этом достаточно пролистать несколько гендерно-ориентированных иллюстрированных журналов, которые занимают сегодня особое место в информационном пространстве и претендуют на формирование стиля жизни своего читателя/читательницы.

Даже беглый взгляд на материалы этих изданий позволяет увидеть гендерную асимметрию в репрезентациях мужественности и женственности. Так, женские издания наиболее активно представляют женщин как заботливых и любящих жен, воспитательниц детей, хранительниц домашнего очага. Журналы для мужчин акцентируют внимание на автономности и профессионализме своих героев, а также агрессии и фетишизации потребительства. Подобный стиль жизни человека-потребителя становится и объектом рекламы. Если присмотреться к рекламным роликам, можно увидеть два его дискурса. В первичном дискурсе рекламы потенциальному потребителю представляется информация о товаре, его свойствах и преимуществе именно той или другой марки. Вторичный дискурс содержит представление о том, кто является типичным потребителем, то есть пользователем данного товара.

Поскольку в большинстве своем в рекламных мини-сюжетах воспроизводятся ситуации повседневной жизни, то в сознании и подсознании потенциального потребителя закрепляется естественность и нормативность рекламируемых поведенческих моделей<sup>3</sup>. Особенно остро стоит вопрос о влиянии данных сюжетов на формирование гендерных представлений молодежи. Более «свежие» и современные представления юношей и девушек, отличающиеся в целом эгалитарностью, вступают в противоречие с патриархатной идеологией, которую пропагандируют масс-медиа, выражая существующую в обществе гендерную политику.

В отличие от теории социализации и социально-структурной теории, которые во главу угла ставят вопрос о том, каким образом культура и идеология превращает мужское и женское в маскулинное и феминное, теории психоаналитического направления первостепенное значение придают психологической идентификации. Идентичность осознается как нечто, что люди выстраивают сами, а не по требованию других людей в процессе культурной социализации согласно статусу и общественной структуре и даже вследствие психических конфликтов и кризисов. Ученые все чаще рассматривают маскулинность

и феминность как результат личностного и осознанного предпочтения, отдаваемого индивидуумом отдельному аспекту своего «я»<sup>4</sup>.

Обращение к категории идентичности дает возможность увидеть механизмы связи между внутриличностной и социокультурной обусловленностью действий в ситуациях социального взаимодействия, социального выбора, понять противоречивость групповых и личных начал в человеке. Неслучайно понятие идентичности все чаще заменяет собой более традиционные понятия Я-концепции, образа «Я», self, самости. По мнению Э. Эриксона, идентичность опирается на осознание временной протяженности собственного существования, предполагает восприятие собственной целостности, позволяет человеку определять степень своего сходства с разными людьми при одновременном видении своей уникальности и неповторимости<sup>5</sup>. Другими словами, идентичность понимается как процесс организации жизненного опыта в индивидуальное «Я».

Выделяют социальную и личностную подструктуры идентичности. Под личностной идентичностью понимается набор характеристик, который делает человека подобным самому себе и отличным от других. Социальная идентичность трактуется в терминах группового членства, принадлежности к группе, включенности в какую-либо социальную категорию. Между личностной и социальной подструктурами идентичности имеют место противоречия. Достижение баланса между этими подструктурами свидетельствует о благополучном развитии личности, неразрешенные противоречия и конфликты способствуют возникновению кризиса идентичности. В русле теории социальной идентичности Х. Тэджфела и Дж. Тернера гендерная идентичность рассматривается, наряду с этнической, профессиональной, религиозной<sup>6</sup>, как одна из составляющих социальной идентичности<sup>7</sup>.

Гендерная идентичность является одной из важнейших и, наряду с этнической, наиболее стабильной среди всех форм социальной идентичности человека. Основными функциями гендерной идентичности как компонента самосознания личности являются:

- обеспечение внутренней согласованности;
- интерпретация социального опыта;
- соразмерение своих способностей с социальными возможностями, предоставляемыми обществом;

– регуляция поведения и деятельности.

Все это обеспечивает адаптацию к социокультурным условиям и возможность самоактуализации личности. В современной научной литературе ставится вопрос о необходимости различать половую и гендерную идентичности. Психологи предпочитают употреблять термин «гендер», подчеркивая тем самым, что многие различия между мужчинами и женщинами создаются культурой, тогда как слово «пол» подразумевает, что все различия являются прямым следствием биологического пола»<sup>8</sup>.

В феномене половой идентичности в первую очередь акцентируются соматические признаки, на основе которых формируется идентичность человека как представителя определенного пола. В гендерной идентичности на первый план выходят социокультурные параметры категорий «мужское» и «женское», в соответствии с которыми человек идентифицирует себя с конкретной гендерной группой, конструируя свою идентичность как представитель какого-либо пола. Представления о половой идентичности, разрабатываемые в 80–х гг. XX столетия, опирались на биолого-эволюционную парадигму и полоролевый подход. Современные же концептуализации гендерной идентичности опираются на социально-конструктивистскую парадигму.

Итак, гендерная идентичность – это осознание себя связанным с культурными определениями мужественности и женственности. Гендерную идентичность, соглашаясь с Е.А. Здравомысловой и А.А. Темкиной, можно определить как социально-психологический феномен, продукт и процесс конструирования субъектом себя и социальной реальности посредством конструкторов маскулинности и феминности<sup>9</sup>. Если обратиться к истокам этой проблемы, то особого внимания заслуживают взгляды З. Фрейда. Именно ему принадлежит разработка представлений о гендерной идентичности, о нарциссизме. В работе «Женственность» З. Фрейд изобразил женщин завидующими мужской анатомии и заключил, что феминными чертами являются пассивность, зависимость, склонность к подчинению и мазохизму. Мужчин он наделил активностью, стремлением к власти и контролю над миром, склонностью к садизму.

Всякое отклонение от этих эталонов Фрейд считал проявлением нездоровой гендерной идентичности. В частности, стремление женщин к власти, качество, которое должно быть у мужчин, он называл фаллическим<sup>10</sup>. На протяжении длительного исторического периода женщины многих стран старались соответствовать этому идеалу, очень ценимому в обществе, и многие из них отказывались от определенных видов деятельности и ролей, например от лидерства, только бы не быть обвиненными в утрате женственности и сходстве с мужчинами. Точно также мужчины стремились во что бы то ни стало соответствовать маскулинному идеалу – проявление мягкости и сочувствия считалось признаком слабости и презираемой феминности.

В настоящее время существует три подхода в типологии гендерной идентичности: биполярный, андрогинный и мультиполярный.

Биполярный подход предполагает жесткую дифференциацию гендерной идентичности по признаку пола (мужчины обладают исключительно маскулинными характеристиками, а женщины – феминными). В конце XX в. биполярная модель гендерной идентичности была пересмотрена в концепции С. Бэм<sup>11</sup>. Она предположила, что мужчины и женщины обяза-

тельно должны соответствовать традиционным поло-ролевым моделям и могут сочетать в своем поведении как маскулинные, так и феминные характеристики. Для объяснения этого явления она привлекла понятие андрогинии. В 1974 г. С. Бэм сформулировала свою гипотезу о существовании трех типов людей с различной гендерной идентичностью:

- с преобладанием феминных характеристик;
- с преобладанием маскулинных характеристик;
- андрогинных, то есть тех, у кого наблюдается баланс и известная гармония маскулинных и феминных черт.

Наиболее привлекательным ей казался третий тип, который вбирает в себя все лучшее из обеих половых ролей. По ее мнению, андрогинные личности обладают адаптивностью, отличаются творческими наклонностями и наиболее психологически благополучны. Первые же два типа изображались негибкими, ограниченными, демонстрирующими в своем поведении бытующие в обществе гендерные стереотипы<sup>12</sup> (для определения степени выраженности мужского и женского начал в человеке используют опросник С. Бэм «Феминность или маскулинность»<sup>13</sup>).

Мультиполярная модель гендерной идентичности допускает существование нескольких вариантов гендерной идентичности в рамках одного пола: андрогинный женский; андрогинный мужской; маскулинный женский; маскулинный мужской; феминный женский; феминный мужской. Такая вариативность обусловлена динамическим взаимодействием различных подструктур идентичности (личностной и социальной), происходящем во внутреннем, субъективном плане. Оно направлено на удовлетворение базовых потребностей личности, в первую очередь к внутренней согласованности, самоактуализации, причем независимо от половой принадлежности.

На рубеже XX–XXI вв. стали появляться кросскультурные исследования гендерной идентичности и гендерной идеологии. Путем изучения представлений о том, какие качества являются желательными для мужчин и какие для женщин в различных культурах, выяснилось, что в развитых странах популярна идея эгалитарности, а в традиционных культурах, особенно мусульманских, идея предпочтения различий между мужчинами и женщинами<sup>14</sup>. И. Кон отмечает следующие характерные тенденции этого периода:

- радикальную ломку традиционной половой стратификации;
- ослабление половых различий в поведении (вследствие общей трудовой деятельности, совместного обучения);
- переход во взаимоотношениях между мужчинами и женщинами от иерархического соподчинения к равноправию;
- изменение культурных стереотипов маскулинности–феминности<sup>15</sup>.

Сегодня гендерные стереотипы меняются, но по-разному у различных слоев общества. Так, сложившийся стереотип женственности остается популярным до сих пор, но преимущественно у мужчин: женщина должна быть нежной, красивой, мягкой, ласковой и в то же время пассивной и зависимой. Но по представлениям самих современных женщин, им надо быть умными, энергичными, предприимчивыми. Стереотип маскулинности тоже изменился. Традиционно в него входили физическая сила, подавление нежности, функциональное отношение к женщине, несдержанность в выражении гнева и страсти. Современный портрет иной: интеллект ценится выше физической силы, допускается проявление нежности и душевной тонкости, требуется обуздание грубых чувств.

Интересен взгляд на данную проблему современной молодежи, будущих руководителей государственных и коммерческих структур, политических лидеров, дипломатов. В этой связи приведем некоторые результаты проектного исследования, выполненного учебно-исследовательской социологической лабораторией факультета МЖ МГИМО(У) МИД России совместно с кафедрами философии и социологии на тему: «Успех в гендерном измерении» (2009–2010 гг.). Проект был направлен на изучение влияния гендерного фактора на оценку таких категорий, как «успех», «успешная личность», «успешная деятельность», на выявление представлений юношей и девушек о гендерных ролях, их предпочтений относительно семьи и карьеры. Респонденты – учащиеся старших курсов бакалавриата и магистратуры факультетов МЖ, МП, МО, МЭО МБДА, ФП, МИУ. Всего в опросе приняло участие 210 человек, 105 юношей и 105 девушек. Учащимся было предложено ответить на ряд вопросов, в том числе:

а) назовите качества успешного мужчины и успешной женщины;

б) мужчине или женщине легче добиться успеха: в учебе, в работе, в карьере, в самореализации, в личной жизни;

в) кого вы предпочитаете видеть в роли начальника: мужчину или женщину;

г) ваши предпочтения в планах на ближайшее будущее и на перспективу относительно карьеры и семьи.

Результаты проектного исследования свидетельствуют о следующем:

– базовый набор качеств успешного мужчины и успешной женщины, по оценкам юношей и девушек, одинаков и включает: целеустремленность, ум, уверенность в себе, волевые качества, образованность, коммуникабельность, хитрость. Специфическими гендерными качествами успешного мужчины были названы чувство юмора, харизма; специфическими гендерными качествами успешной женщины – привлекательность, трудолюбие. Обозначим соотношения в оценках юношей и девушек: особенно значимыми качествами успешной женщины юноши

считают привлекательность (29%), ум (16%), целеустремленность (15%); девушки – целеустремленность (17%), привлекательность (16%), ум (15%). Особенно значимыми качествами успешного мужчины юноши считают целеустремленность (15%), упорство (11%), ум (9%); девушки – ум (20%), целеустремленность (15%), самоуверенность (12%);

– успешность человека ассоциируется у молодежи прежде всего с успехом в карьере (99% опрошенных). При этом мужчине легче добиться успеха в работе и карьере, по оценкам большинства юношей (85% – в работе и 84% – в карьере) и большинства девушек (72 и 71%). Мнения юношей и девушек разделились лишь по поводу успешности мужчин и женщин в самореализации: юноши (65%) считают, что добиться успеха в самореализации легче мужчине, девушки (56%) – женщине (см. рис. 1)<sup>16</sup>.

Роль начальника традиционно ассоциируется с мужчиной у юношей (65%) и девушек (88%). Приоритет в планах на будущее отдается карьере большинством юношей (62%) и большинством девушек (53%). Семье отдали предпочтение в планах на ближайшее будущее и на перспективу лишь 29% юношей и 25% девушек. При этом 23% девушек стремится к гармоничному сочетанию учебы, карьеры и семьи.

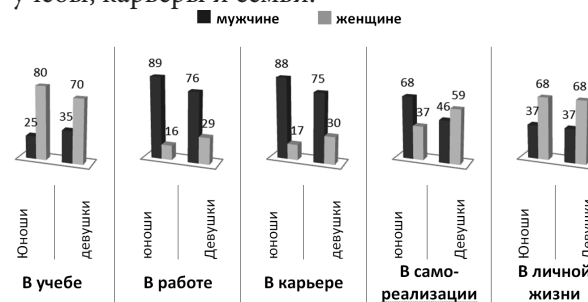


Рис. 1. Мужчине или женщине легче добиться успеха.

Таким образом, мнения большинства юношей и большинства девушек по предложенным вопросам совпадают. Это может свидетельствовать о достаточно гармоничных взглядах и отношениях, об отсутствии противоречий и, наоборот, наличии общих позиций, о терпимости друг к другу и об осознании одинаковых потенциальных возможностей. Однако в реальной ситуации, на уровне реализации возможностей, сохраняется гендерная стратификация, сильное влияние оказывают сложившиеся социально-культурные стереотипы. Например, по-прежнему в роли начальника юноши (65%) и девушки (88%) желают видеть мужчину. Большие возможности достижения женщинами успехов в учебе вступают в противоречие с меньшими возможностями в достижении карьерного роста (см. рис. 1). Следует отметить различия между юношами и девушками в форме и манере выражения своих суждений: юноши более амбициозны, однозначны и определены; девушки более гибки, демократичны, их ответы чаще ней-

тральны по гендерному фактору. Именно среди девушек встречаются высказывания типа: «Пол не имеет значения».

Оценки девушек ближе к средним показателям, оценки юношей ближе к полюсам. Показательно, что большинство девушек (56%) считает, что женщине легче, чем мужчине, добиться успеха в самореализации. При этом абсолютное большинство, как уже отмечалось, связывают свою успешность с успехом в карьере. Этот и другие факты красноречиво говорят о том, что современные деловые женщины занимают достаточно активную жизненную позицию, имеют большой личностный потенциал. Молодые мужчины по-прежнему стремятся к высоким карьерным достижениям, что во многом определяет, по их мнению, социальный статус и престиж. При этом допускают существование рядом с собой успешных женщин, признают их достоинства.

Можно предположить, что среди современной деловой и хорошо образованной молодежи взаимоотношения между мужчинами и женщинами отличаются большим взаимопониманием, уважением, демократичностью и толерантностью по сравнению со старшими поколениями, репрезентирующими социальную иерархию общества. Общество конструирует гендерные различия и в количественном плане – по сравнению с юношеским возрастом женщины склонны к снижению своей самооценки и росту неуверенности в себе – в значительной мере в силу того, что социум подкрепляет их в этом отношении.

Результаты опроса выявили два противоречия, которые могут свидетельствовать о наличии внутриличностных гендерных конфликтов, а именно:

– несмотря на то что девушкам значительно легче добиться успеха в учебе (по мнению 76% юношей и 67% девушек), им значительно труднее добиться успеха в карьере (по мнению 84% юношей и 70% девушек);

– несмотря на то что девушкам труднее добиться успеха в карьере, большинство из них (53%) отдают карьере предпочтение в планах на ближайшее будущее и на перспективу (семье отдали предпочтение 25% девушек).

Внутриличностные гендерные конфликты возникают на уровне субъективного сознания в результате значительного рассогласования реального и нормативно заданного. В состоянии внутриличностного конфликта типичными становятся такие эмоциональные проявления, как:

- деструктивные чувства (раздражительность, обида, агрессия, мнительность);
- чувство одиночества (ненужность, непонимание, ощущение тупика);
- депрессия (апатия, равнодушие, разочарование, усталость).

Ситуацию внутреннего конфликта человек воспринимает и переживает как психологическую проблему, требующую своего разрешения. С позиций когнитивистской ориентации кон-

структивное разрешение внутреннего конфликта – это достижение согласования личностной и социальной подструктур идентичности на качественно новом уровне, что будет способствовать раскрытию личностного потенциала субъекта. В данном исследовании наиболее явно проявились два типа конфликта, которые в социально-психологической литературе описаны как «конфликт боязни успеха» и «конфликт работающей женщины».

Абсолютное большинство опрошенных девушек (70%) констатируют тот факт, что им тяжелее, чем юношам добиться успеха в карьере. Феномен страха успеха был выявлен и описан психологом Мартиной Хорнер<sup>17</sup>. Успех вызывает у женщин тревогу, так как ассоциируется с нежелательными последствиями – утратой женственности, потерей значимых отношений и социальным осуждением. Внутренний конфликт порождается ситуацией невозможности выбора между двумя значимыми сферами жизнедеятельности: профессиональной и сферой значимых отношений. Успех в деловой сфере ассоциируется с нежелательными для женщины последствиями в личной жизни. Следует обратить внимание на то, что женщины испытывают тревогу не по поводу достижений вообще, а лишь в тех областях, где они нарушают общепринятые полоролевые нормы.

Результаты опроса свидетельствуют о стремлении девушек избежать еще один конфликт, так называемый «ролевой конфликт работающей женщины»<sup>18</sup>. Конфликт между ролями чаще возникает, если женщина в равной мере ориентирована и на профессиональную, и на семейную самореализацию (что оказывается часто невозможным для нее физически). В этом случае многочисленные предписания-требования различных социальных ролей, выполняемых личностью, препятствуют их успешной реализации.

Тот факт, что большинство девушек (53%) отдают предпочтение в планах на ближайшее будущее и на перспективу работе, может свидетельствовать о стремлении избежать внутриличностного конфликта путем предпочтения одной роли другой. Ориентация на профессиональный рост снимает остроту конфликта. Следует отметить, что для женщин, которые гармонично сочетают семейные и профессиональные роли, приемлем более партнерский образ жизни семьи и характер взаимоотношений супругов. Как пишет И.С. Кон, «психологизация и интимизация супружеских и родительских отношений, с акцентом на взаимопонимание, несовместимы с жесткой дихотомизацией мужского и женского»<sup>19</sup>.

Можно утверждать, что состояние избегания успеха и ролевой конфликт работающей женщины формируются и провоцируются социокультурной средой и патриархатными стереотипами, отводящими женщине второстепенную роль в общественном развитии и политической жизни.

Внутриличностный гендерный конфликт у юношей может возникнуть в результате выраженной потребности в высоких достижениях, в поддержании иерархического мужского сообщества, в страхе приобретения феминности и утрате маскулинности. Внутриличностный гендерный конфликт, выражающийся в кризисе гендерной идентичности, является вызовом эволюции человека как психосоциального существа. Он требует своего разрешения путем трансформации гендерной идентичности, поиска новых ориентиров, образцов и способов соответствия им. Поэтому идентичность следует понимать как незаконченный процесс, она должна постоянно воспроизводиться и трансформироваться, обеспечивая адекватность существования. Трансформация гендерной идентичности напрямую связана с «кризисом привычного гендерного порядка и традиционной маскулинной идеологии, которая перестала соответствовать изменившимся социально-экономическим условиям и создает социально-психологические трудности как для женщин, так и для самих мужчин»<sup>20</sup>.

В XXI в. меняется содержание половых ролей, появляются новые модели мужественности и женственности, новые модели лидерства. Само общество движется от идеи равенства полов до формулы «равенство в различии». Одновременно происходит деконструкция гендерной идентичности. Согласно философии постмодернизма, идентичность становится мобильной, плюральной, ориентированной на различия и взаимодействия. На смену идеи адаптации человека к жесткой социальной структуре приходит пафос конструирования им себя и социального мира<sup>21</sup>. Отсутствие линейности и упорядочения, с которыми люди могли идентифицировать себя, приводит к поиску новых смыслов, выполняющих условие стабильности и изменчивости одновременно.

Представитель постфеминистского этапа гендерных исследований Дж. Батлер в книге «Гендерная тревога: феминизм и подрыв индивидуальности» формирует теорию перформативной идентичности, ориентируясь на концепцию власти Мишеля Фуко. Перформативное действие Батлер рассматривает как независимое от воли субъекта действие дискурса власти: перформативный акт не является индивидуально перформативным, он перформативен только в смысле театрализованного воспроизводства властных социальных норм. Нормативные пол и гендер оказываются перформативными<sup>22</sup>.

Постмодернизм утверждает, что существуют разные идентификации и что образцы мужского и женского могут быть по-разному исполнены. Например, нет общего универсального женского или мужского опыта (нельзя предложить в качестве образца опыт одного класса мужчин (женщин) – европейских, белых, состоятельных). При этом мужское не тождественно «мужчине», а женское – «женщине».

Под «мужчиной» и «женщиной» имеются в виду различные формы единой человеческой сущности, включающие sex и gender. Под «мужским» и «женским» подразумевают набор определенных психологических и социальных характеристик, которые сформировались исторически в определенных культурных мирах, отражающих идеологию власти.

Мифология мужского символизма – свет, деятельность, активность, сила, превосходство, воля. Мифология женского – тьма, пассивность, слабость, подчинение, покорность, терпение. С позиции современной теории гендера каждая человеческая личность должна быть целостной и динамичной одновременно, должна обладать и традиционно мужскими, и традиционно женскими качествами, безусловно в их позитивном преломлении (в зависимости от ситуации каждый может быть нежным, заботливым, ласковым или настойчивым, волевым, сильным)<sup>23</sup>.

Меняется как мир, так и способы видения мира и ощущения себя в нем. Гендерная идентичность признается одной из базовых характеристик личности, утверждающих ее тождественность и уникальность. Особенностью гендерной идентичности является динамический, незавершенный характер, изменимость ее на протяжении всей жизни, что повышает адаптивные возможности человека. Под влиянием новых культурных, духовных, экономических факторов происходит трансформация гендерной идентичности, меняются ценностно-смысловые установки личности, личность вынуждена выбирать новые социальные роли и ориентиры. Часто этот выбор происходит в ситуации внутриличностного конфликта. Гендерная идеология, выражая отношения власти и стремясь сохранить гендерную дихотомию и существующую иерархию в обществе, усугубляет конфликт. Решение возникающих конфликтов означает развитие идентичности. Идентичность трансформируется, освобождается от кризисов и переходит на новый уровень.

Трансформация гендерной идентичности – объективный, неизбежный процесс. Осознание этого позволяет личности конструировать социальный мир, открывать новые перспективы развития в нем.

#### **Shishlova E. E. Social Psychology of Gender Identity Transformation.**

**Summary:** The author gives analysis of the problem of gender identity, reveals its meaning and urgency from positions of traditionalism and postmodernism. Transformation of gender identity is studied as the factor and mechanism of personality adaptation. The author also presents the results of the project research «Success in gender dimension conducted with the participation of the students and postgraduates of the MGIMO (University) of the MFA of Russia».

**Ключевые слова**

Гендерная идентичность, гендерная идеология, социализация, внутриличностный гендерный конфликт, успешная личность, феминность, маскулинность, трансформация гендерной идентичности.

**Keywords**

Gender identity, gender ideology, socialization, intrapersonal gender conflict, successful personality, femininity, masculinity, transformation of gender identity.

**Примечания**

1. Бендас Т.В. Личностные характеристики / Т.В. Бендас // Гендерная психология: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2006. С.200 – 2012.
2. Гидденс Э. Трансформация интимности. Сексуальность, любовь и эротизм в современных обществах: пер. с англ. / Э. Гидденс. СПб.: Питер. 2004. 208 с.
3. Юрчак А. Миф о настоящем мужчине и настоящей женщине в российской телевизионной рекламе / А. Юрчак // Семья. Гендер, Культура: Материалы международных конференций 1994 и 1995 гг. / Под ред. В.А. Тишкова. М.: Институт этнологии и антропологии РАН 1997. С. 390.
4. Антонова Н.В. Проблема личностной идентичности в интерпретации современного психоанализа, интеракционизма и когнитивной психологии / Н.В. Антонова // Вопросы психологии. 1996. №1. С.131–143.
5. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис: пер. с англ. / Э. Эриксон. М.: МПСИ, 2006. 352 с.
6. Turner J.C. A self-categorization theory / J.C. Turner // Rediscovering the social group: A self-categorization theory. – Oxford: Basil Blackwell, 1987. – P.42–67.
7. Tajfel H. Social identity & intergroup relations / H. Tajfel. – Cambridge, Paris, 1982. – 380p.
8. Берн Ш. Гендерная психология. Законы мужского и женского поведения / Шон Берн. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2008. С. 26.
9. Темкина А.А. Женский путь в политику: гендерная перспектива / А.А. Темкина // Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период: труды Центра независимых социальных исследований / Под ред. Е.А. Здравомысловой, А.А. Темкиной. СПб.: Питер, 1996. Вып. 4. С.19–32.
10. Freud S. 1933/1964 .Femininity / S. Freud // New introductory lectures on psychoanalysis / ed. J.Strachey. – New York: Norton. – P. 99–119.
11. Бем С. Линзы гендера. Трансформация взглядов на проблему неравенства полов / С. Бем. М.: РОССПЭН, 2004. 329 с.
12. Bem S.L. 1974. The measurement of psychological androgyny / Bem S.L. // Journal of Clinical and Consulting Psychology. – Vol. 42. – P. 155–162.
13. <http://www.psi-test.ru/person/muj-jen-nachalo.html>
14. Лебедева Н.М. Введение в этническую и кросскультурную психологию: Учебное пособие / Н.М. Лебедева. М.: Ключ-С, 1999. 224 с.
15. Кон И.С. Введение в сексологию: Учебное пособие для студентов вузов / И.С. Кон. М.: Олимп, Инфра, 1999. 288 с.
16. Учебно-исследовательская социологическая лаборатория Центра инновационных форм обучения факультета Международной журналистики МГИМО(У) МИД России. Учебно-исследовательский проект «Успех в гендерном измерении» / руководитель проекта: заведующая лабораторией Е.Э Шишлова., участники проекта: учащиеся отделения Социологии массовых коммуникаций факультета МЖ А. Перова и др. 2009–2010.
17. Horner M., Fleming J. The Motive to Avoid Success / M. Horner, J. Fleming // Motivation and personality: Handbook of Thematic Content Analysis. – N.Y. 1992.
18. Гаврилица О.А. Чувство вины у работающей женщины / О.А. Гаврилица // Вопросы психологии. 1998. №4. С. 65–70.
19. Кон И.С. Мужчина в меняющемся мире / И.С. Кон. М.: Время, 2009. С.440.
20. Там же. С. 443.
21. Белинская Е.П. Исследования личности: традиции и перспективы / Е.П. Белинская // Социальная психология в современном мире / Под ред. Г.М. Андреевой, А.И. Донцова. М.: Аспект Пресс, 2002. С.42–56, С.49.
22. Butler Judith. Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity / Judith Butler. – New York: Routledge, 1990. – 17 с.
23. Crawley Sara L, Broad K. L. The Construction of Sex and Sexualities / Sara L Crawley, K. L. Broad // Handbook of Constructionist Research / eds. J.A. Holstein, J.F. Gubrium. – New York: The Guilford Press, 2008. – P. 545–566.