

ОСОБЛИВОСТІ «Я-ОБРАЗУ» ЖІНОК-ПІДПРИЄМЦІВ З РІЗНИМИ ВИДАМИ ГЕНДЕРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Анотація. У статті представлені результати дослідження психологічних характеристик «Я-образу» жінок-підприємців з врахуванням домінуючого виду гендерної ідентичності. Проаналізовані показники чотирьох видів гендерної ідентичності: фемінної, андрогінної, маскулинної, недиференційованої, на основі аналізу яких встановлене активне домінування у жінок-підприємців андрогінної ідентичності. Представлені та проаналізовані характеристики «Я-образу» у жінок-підприємців: ступінь диференційованості, валентність, типологія «Я» на основі порівняльного аналізу їх прояву у респонденток з фемінною, андрогінною, маскулинною гендерною ідентичністю. Виявлено, що жінки-підприємці з андрогінною гендерною ідентичністю характеризуються домінуванням високих показників диференційованості та позитивної валентності «Я-образу», а також домінуванням Авторитарного типу «Я».

Ключові слова: жінки-підприємці, Я-образ, диференційованість, валентність, типи «Я-образу», види гендерної ідентичності.

Ichanska Olena

National Aviation University

FEATURES OF »I-IMAGE« WOMEN-ENTREPRENEURS WITH DIFFERENT TYPES OF GENDER IDENTITY

Summary. The article presents the results of the study of the psychological characteristics of the «I-image» of women entrepreneurs, taking into account the dominant type of gender identity. The indicators of four types of gender identity are analyzed: feminine, androgynous, masculine, undifferentiated, on the basis of which the active domination of androgynous identities of female entrepreneurs is established. Female entrepreneurs have not identified undifferentiated gender identity, which is often associated with early childhood injuries. The characteristics of the «I-image» of women entrepreneurs are presented and analyzed: degree of differentiation, valency, typology of «I» on the basis of a comparative analysis of their manifestation among respondents with feminine, androgynous, masculine gender identity. 61% of women entrepreneurs have an androgynous identity that allows them to gain freedom and independence from dictation of sexual roles in professional development. Women entrepreneurs of androgynous type are distinguished by higher indicators of differentiation, positive valence of the «I-image» and domination of the authoritarian type «I». They are characterized by higher cognitive complexity and differentiation of the «I-image», a stable positive attitude toward their own gender role, which is a sign of the adaptive status of identity. The authoritarian type of «I-image» expressed in them at an average level, indicating that they have the following dominant features: dominance, energy, competence, independence, activity, and confidence. One-third of the sample of female entrepreneurs has a masculine form of gender identity: they are dominated by the average indicators of differentiation of the «I», the ambivalent valence of the «I-image» and the dominance of the suspicious and selfish types of the «I». The gender identity of the feminine species was found in only 11% of the sample of women entrepreneurs: they are dominated by the average indicators of differentiation of the «I», the overvalued positive valence of the «I-image» and the dominance of the altruistic type «I».

Keywords: women entrepreneurs, I-image, differentiation, valency, types of «I-image», types of gender identity.

Постановка проблеми. В українській науці про проблематику гендерної психології в останні десятиліття відзначається активним зростанням кількості публікацій та розширенням спектру напрямків дослідження. Особливим, але водночас доволі обмеженим, напрямком самореалізації сучасної української жінки є підприємницька діяльність. Даний вид професійної діяльності у наших соціальних та культурних умовах має для жінок додаткові проблемні моменти, зумовлені наявністю у нашому суспільстві доволі стійких гендерних стереотипів щодо ролі жінок у сфері ділової активності. Тому аналіз психологічних характеристик самосвідомості жінок-підприємців становить безумовну теоретичну та практичну цінність.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Оскільки сучасні українські жінки все активніше освоюють нові соціальні та професійні сфери, то активізуються дослідження, спрямова-

ні на вивчення загальних та специфічних умов їх самовияву та самореалізації.

Найдовська І.В. у якості центрального поняття власного дослідження жіночої вибірки обрала феномен «життєвий стиль», який був розглянутий з точки зору специфіки гендерної ідентичності. Вчена виявила статево-рольову детермінацію життєвого стилю жінок за умови відхилення структури симптомокомплексу «маскуліності/фемінінності» від андрогінної моделі [4].

Гасюк М.Б. експериментально встановила детермінованість процесу самоактуалізації жінок специфікою її сімейного стану, характером розв'язання життєвих криз. Також цікавим у науковому доробку автора є виявлення поведінкових патернів жінок, що виявляються у стилі саморегуляції [1].

Професійний аспект самоактуалізації жінок розглянутий у роботі Мірошніченко О.М. на прикладі соціоекономічних професій, що дозволило

виявити особливості самоактуалізації, зумовлені задоволеністю потреб у професійній та сімейній сферах. Також автор зазначає, що виявлені особливості притаманні для вибору професій фемінінного чи маскулінного типів за компенсаторним принципом [3].

Ліб І.І. звернула увагу на те, що психологічні характеристики успішних жінок-підприємців істотно відрізняються від психологічних характеристик успішних чоловіків-підприємців., в такій виявила психологічні предиктори самореалізації даних жінок: для маскулінного типу це просоціальність», «конкурентоздбність», «егоїстичність», а для фемінінного типу – «агресивна цілеспрямованість», «працьовитість», «відповідальність» [2].

Виділення невирішених частин проблеми. Як бачимо, помітною є активізація уваги психологів до вивчення психологічних особливостей жінок у професійному контексті з врахуванням їх гендерних типів. Водночас зазначимо, що така вибірка, як жінки-підприємці на даний момент широко не представлена у вітчизняній психологічній науці. Психологічний аналіз самосвідомості є базовим моментом у виявленні психологічних закономірностей функціонування особистості в залежності від професійних умов її самовияву та самореалізації, тому їх аналіз становить безумовну теоретичну та практичну цінність.

Постановка завдань. Актуальність психологічного вивчення самосвідомості жінки-підприємця зумовлена тим, фізична особа як суб'єкт підприємницької діяльності для успішного функціонування має бути здатним виконувати чотири базові функції: ресурсна, управлінська, інноваційна, ризикова. Комбінація даних функцій забезпечує здатність до визначення та пошуку необхідних ресурсів матеріального, інформаційного та людського характеру для організації підприємницької діяльності; готовність до вчасного прийняття ефективних управлінських рішень на всіх стадіях підприємницької діяльності; чутливість до інноваційних форм ведення бізнесу; мотиваційну готовність до поміркованого ризику в суперечливих економічних обставин сучасної України. Вказані функції визначають необхідність наявності у самосвідомості підприємців доволі специфічних змістовних характеристик, вивчення яких має теоретичний та практичний інтерес.

Мета дослідження полягала у виявленні психологічних особливостей «Я-образу» жінок-підприємців з різними видами гендерної ідентичності. Вибірка дослідження включала 28 жінок-підприємців, які проживають у м. Києві. Сфера діяльності жінок-підприємців – це надання послуг: послуги громадського харчування, туристичні послуги, торгові послуги, освітні послуги. Вік респонденток 33-45 років.

Виклад основного матеріалу дослідження. Емпіричне дослідження було проведене за допомогою наступних методик: методика «Маскуліність-фемініність» С.Бем (адаптація Кьюціної І.С.); методикою «Хто Я» М. Куна і Т. Макпартленда (модифікація Т.В. Румянцевой); методика вивчення типів міжособистісних стосунків Т. Лірі, Г. Лефоржа, Р. Сазека (варіант для дослідження уявлень особистості про себе).

Таблиця 1
Види гендерної ідентичності жінок-підприємців за методикою С. Бем

Види гендерної ідентичності	Ічанська О.М.	%
Фемінний	3	11
Андрогінний	17	61
Маскуліний	8	28
Недиференційований	0	0

Жінки-підприємці відрізняються яскраво вираженими показниками андрогінної ідентичності, яка представлена у 61% вибірки. Тобто, переважна більшість даних жінок має андрогінний вид гендерної ідентичності, який характеризується поєднанням високих показників як за характеристиками фемінними, так і маскулініними. Вони активно ідентифікують себе як з типово чоловічими рисами: агресивна, настирна, схильна до ризику, незалежна, мужня, так і з типово жіночими рисами: жіночна, добра, вірна, уважна.

Отримані результати можуть бути проінтерпретовані з опорою на сучасний підхід, згідно з яким, сучасну цілісну особистість характеризують не окремі характеристики маскуліності або фемініності, а конструкт «андрогінність». У руслі даного підходу андрогінний вид ідентичності розглядається як інтегрована система емоційно-експресивного стилю, притаманного жінці, та інструментального стилю активності, притаманного чоловіку, що в свою чергу дозволяє отримати індивіду свободу та незалежність від диктату статевих ролей. Андрогінні респондентки з більшою невимушеністю можуть бути то незалежними й сильними, то м'якими й турботливими, в залежності від ситуації, і тому легше адаптуються до різноманітних ситуацій.

Вдвічі менші показники вираженості маскулінного виду гендерної ідентичності: 28% вибірки характеризуються як більш активні, самостійні, цілеспрямовані, схильні захищати свій погляд, індивідуалістичні, амбіційні.

Найнижчі показники прояву у даній групі має фемінний тип гендерної ідентичності, який виявлений у 11% вибірки. Низькі показники вираженості даного виду є доволі типовими для соціально та професійно активних сучасних жінок в цілому, що у даній групі підтверджується.

Привертає увагу той факт, показників недиференційованої гендерної ідентичності серед жінок у даній групі не виявлено взагалі. Недиференційований тип гендерної ідентичності, який відрізняється заниженими показниками, як маскулінного, так і фемінінного виду, доволі часто асоціюють із ранніми дитячим травмами, пов'язаними із проблематичністю прийняття батьками статі та гендерних характеристики дівчинки, зі спробами нав'язати їй певні гендерні стереотипи та ролі.

Жінки-підприємці з феміною гендерною ідентичністю мають середні показники диференційованості «Я»: ідентифікують себе через незначну кількість різноманітних модальностей, частіше акцентують увагу на актуальних ознаках власного «Я», майже не вказуючи перспективних характеристик, активніше вказують на власні позитивні і дуже обмежено на власні негативні характеристики; а

Таблиця 2
Розподіл рівнів диференційованості «Я-образу» жінок-підприємців з різними видами гендерної ідентичності за методикою «Хто Я?»

Рівні диференційованості	Фемінна ГІ	Андрогінна ГІ	Маскулінна ГІ
	%	%	%
Дуже низький	0	0	0
Середній	100	24	75
Високий	0	76	25
Дуже високий	0	0	0

також обмежено варіативно оцінюють інтенсивність прояву вказаних особистісних характеристик.

Жінки-підприємці з андрогінним видом гендерної ідентичності мають відмінності у розподілі рівнів диференційованості «Я»: домінування високих показників та незначну представленість середніх. Для них характерна вища когнітивна складність та диференційованість «Я»: вони ідентифікують себе через ширше коло модальностей, акцентують увагу не лишена тому, якими він є на даний момент, але і на тому, якими вони хочуть бути, вказують не лише власні позитивні, але й негативні характеристики, виявляють осмислену здатність оцінити інтенсивність їх прояву.

Жінки-підприємці з маскулінною гендерною ідентичністю мають дзеркальні відмінності у порівнянні з андрогінним: домінування середніх та незначну представленість високих показників диференційованості «Я»

Таблиця 3
Розподіл видів валентності «Я» жінок-підприємців з різними видами гендерної ідентичності за методикою «Хто Я?»

Види валентності	Фемінна ГІ	Андрогінна ГІ	Маскулінна ГІ
	%	%	%
Позитивна	0	65	0
Амбівалентна	0	0	50
Негативна	0	0	0
Нейтральна	0	35	25
Завищена позитивна	100	0	25

Жінки-підприємці з фемінною гендерною ідентичністю характеризуються вираженими показниками завищеної позитивної валентності, яка виявляється у акценті при описі власного «Я» виключно на ознаках власної неповторності та унікальності, застосуванні зворотів на зразок «найрозумніша», «найкраща», що часто говорить про захисні механізми захисту, що маскують їх невпевненість, сумніви, самозвинувачення.

Значна частина респонденток з андрогінною гендерною ідентичністю має позитивну валентність «Я», яка характеризується стійким позитивним ставленням до власної гендерної ролі, є ознакою адаптивного стану ідентичності. Але третині даної вибірки притаманна нейтральна валентність: їх «Я-образ» характеризується рівновагою між позитивними та негативними самоідентифікаціями, що може свідчити про певний «стан мораторію».

Жінки-підприємці з маскулінною гендерною ідентичністю відрізняються домінуванням амбівалентної валентності та рівномірно представлені показниками нейтральної та завищеної позитивної валентності. Домінування амбівалентного виду валентності може бути проявом переживання кризи ідентичності, яка виявляється у неоднозначності та суперечливості ознак «Я», незадоволенні власною гендерною ідентичністю.

Таблиця 4
Середні показники типів «Я-образу» жінок-підприємців з різними видами гендерної ідентичності

Типи Я-образу	Фемінна ГІ	Андрогінна ГІ	Маскулінна ГІ
Авторитарний	2,0	8,5	9,0
Егоїстичний	2,5	5,0	10,0
Агресивний	2,5	4,5	9,0
Підозрілий	4,0	5,5	10,0
Підпорядкований	7,5	3,0	5,0
Залежний	8	3,5	5,0
Доброзичливий	8,5	5,0	4,0
Альтруїстичний	9	5,5	4,5

Жінки-підприємці з фемінним видом гендерної ідентичності відрізняються домінуванням таких типів «Я-образу» на середньому рівні: Альтруїстичний, Доброзичливий, Залежний, Підпорядкований. Альтруїстичний тип «Я-образу» характеризує даних жінок як делікатних, м'яких, безкорисливих та чуйних, але водночас як таких, які мають певні ознаки гіпервідповідальності, ситуативної готовності принести у жертву свої інтереси. Також вони схильні до кооперації, відрізняються гнучкістю та компромісністю, ініціативністю, схильні виявляти теплоту і дружельність у відносинах. У даної підгрупи також стабільний прояв середніх показників невпевненості, страхів та побоювань щодо сили власного «Я» та самоопису через такі ознаки, як: скромна, поступлива, чесно виконую свої обов'язки.

У жінок-підприємців з андрогінним видом гендерної ідентичності домінують показники лише одного типу на середньому рівні, Авторитарного типу «Я-образу»: при самохарактеристиці вони значно частіше застосовують характеристики: домігантна, енергійна, компетентна, люблю давати поради, вимагаю до себе поваги, упевнена в собі. Усі інші типи «Я-образу» мають більш-менш кількісно близькі показники, але усі нижче середнього рівня.

Жінки-підприємці з маскуліним відрізняються яскраво домінуючими показниками Егоїстичного та Підозрілого типів «Я»: описують себе більш орієнтованими на власне «Я», схильними до суперництва, виявляють прагнення бути над усіма, але водночас переживаючи відособлення від інших, а також вказують на свою завищену критичність, скептичність, що призводить до обмеженості їх соціальної активності, до ситуативної відчуженості.

Висновки дослідження. 1. Жінки-підприємці відрізняються яскраво вираженими показниками андрогінної ідентичності. Ми розглядаємо андрогінний вид ідентичності як інтегровану гендерну систему, що дозволяє отримати жінці-підприємцю свободу та незалежність від диктату статевих ролей.

2. Жінки-підприємці з андрогінним видом гендерної ідентичності відрізняються домінуванням високих показників диференційованості «Я-образу»: ідентифікують себе через широке коло модальностей, акцентують увагу на власних актуальних та перспективних, позитивних та негативних характеристиках, виявляють здатність оцінити інтенсивність їх прояву.

3. Жінки-підприємці з андрогінним видом гендерної ідентичності відрізняються домінуваннями позитивної валентності: переважання позитивних ідентифікаційних характеристик над негативними свідчить про наявність у них стійкого емоційного позитивного ставлення до власної гендерної ролі.

4. У жінок-підприємців з андрогінним видом гендерної ідентичності домінують показники Авторитарного типу «Я-образу» на середньому рівні, тому при самохарактеристиці вони значно частіше застосовують характеристики: домінантна, енергійна, компетентна, люблю давати поради, вимагаю до себе поваги. Усі інші типи «Я-образу» мають показники нижче середнього рівня врівноважуючи основні характеристики «Я». Жінки-підприємці з фемінною гендерною ідентичністю відрізняються домінуванням Альтруїстичного та Доброзичливого типів «Я-образу», а з маскуліною гендерною ідентичністю – Егоїстичного та Підозрілого типів при занижених показниках інших типів «Я».

Отримані результати дозволили виявити психологічні особливості «Я-образу» жінок-підприємців в залежності від виду гендерної ідентичності.

Список літератури:

1. Гасюк М.Б. Психологічні особливості самоактуалізації сучасної жінки : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07. Івано-Франківськ, 2003. 20 с.
2. Ліб І.І. Психологічні предиктори успіху і самореалізації жінок в підприємницькій діяльності : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01. Одеса, 2015. 21 с.
3. Мірошніченко О.М. Особливості самоактуалізації жінки у професійній діяльності : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Київ, 2007. 20 с.
4. Найдовська І.В. Особливості життєвого стилю жінок у залежності від типу їх гендерної ідентичності : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Київ, 2003. 20 с.

References:

1. Hasiuk M.B. (2003). *Psykhologichni osoblyvosti samoaktualizatsii suchasnoi zhinky* [Psychological features of self-actualization of a modern woman]. (PhD Thesis), Ivano-Frankivsk : Prykarpats'kyj universytet t im. V. Stefanyka.
2. Lib I.I. (2015). *Psykhologichni predyktory uspikhu i samorealizatsii zhinok v pidpriemnytskii diialnosti* [Psychological predictors of the success and self-realization of women in entrepreneurial activity]. (PhD Thesis), Odesa : Odes'kyj nacional'nyj universytet im. I.I. Mechnykova.
3. Miroshnychenko O.M. (2007). *Osoblyvosti samoaktualizatsii zhinky u profesiinii diialnosti* [Features of self-actualization of women in professional activities]. (PhD Thesis), Kyiv : Instytut In-t psykholohii im. H.S. Kostiuka APN Ukrainy.
4. Naidovska I.V. (2003). *Osoblyvosti zhyttievoho styliu zhinok u zalezhnosti vid typu yikh hendernoi identychnosti* [Features of women's lifestyle depending on their gender identity]. (PhD Thesis), Kyiv : Instytut In-t psykholohii im. H.S. Kostiuka APN Ukrainy.