

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАНИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»**

Факультет соціальних наук і соціальних технологій

Кафедра соціології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Освітній ступінь – бакалавр

На тему: **«ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ
СТУДЕНТСТВА НАУКМА»**

Виконала студентка 4 р.н.
Спеціальності 054 "Соціологія"
Раєвська Анастасія Іллівна

Наукова керівниця:
кандидатка соціологічних наук,
доцентка кафедри соціології
Марценюк Тамара Олегівна

Рецензентка:
Костюченко Тетяна Сергіївна

Кваліфікаційна робота захищена з оцінкою

Секретар ЕК _____

«__» _____ 20__р.

Київ-2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМАТИКИ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЛІДЕРСТВА	
1.1 Маскулінність та фемінність як продукти диференціації статево-рольових стереотипів.....	6
1.1.1 Конструювання рольової поведінки шляхом гендерної соціалізації.....	11
1.2 Концепції та теорії лідерства у соціальних науках.....	16
1.2.1 Гендерні теорії лідерства.....	20
РОЗДІЛ 2. ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ СЕРЕД СТУДЕНТСТВА НАУКМА	
2.1 Методологія та загальна інформація про дослідження.....	26
2.2 Результати дослідження гендерних особливостей лідерства студентства НаУКМА.....	29
2.2.1 Концептуалізація понять «лідерство», «лідерські якості».....	29
2.2.2 Конструювання поведінки працевлаштованого студентства НаУКМА.....	32
2.2.3 Паттерни поведінки, за якими проявляються лідерські якості.....	35
2.2.4 Маскулінно-фемінні паттерни поведінки працевлаштованого студентства НаУКМА.....	38
ВИСНОВКИ.....	44
СПИСОК ДЖЕРЕЛ.....	40
ДОДАТОК А. Таблиця з інформацією про респондентів.....	50
ДОДАТОК Б. Гайд для проведення ФГД.....	53
ДОДАТОК В. Транскрипт ФГД-1.....	55

ВСТУП

Гендер являється одним із основних критеріїв конструювання ієрархічності соціальної структури в українському суспільстві. Тому, через наявну гендерно-сегрегованість соціуму, на дітей та підлітків під час первинної і вторинної соціалізацій проєктується чіткий розподіл та прививання суто фемінних і маскулінних рис. Власне, через це, питання гендрної (не)рівності є доволі нагальним для українського суспільства, тому в Україні на базі державних, наукових, освітніх установ, громадських організацій тощо, щорічно проводяться фахові дослідження щодо питань соціальної стратифікації.

Не зважаючи на те, що навіть на національному рівні, українське законодавство містить низку законів, які забезпечують гендерну рівність (стаття 24 Конституції України), а також закон «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» (2005), за даними опитування з представлення жіночої статі в різних суспільних сферах, яке проводилося соціологічною групою «Рейтинг» у лютому 2020 року, було виявлено, що 40% опитаних вважають, що жінок замало в політиці, 30-35% - недостатньо в правоохоронних органах та науці і попри це, близько третини переконані, що жінок забагато в сферах медицини та освіти (Рейтинг, 2020), наприклад за даними дослідження «Жінки та чоловіки на керівних посадах в Україні», проведеним Програмою розвитку ООН (ПРООН) у співпраці з ГО «Ліга ділових та професійних жінок України», жінки очолюють 98% закладів дошкільної освіти, 87% початкових шкіл, 68% закладів середньої освіти (Національна платформа малого та середнього бізнесу, 2017).

Таким чином, можна простежити закономірність, що в Україні жінки переважно працюють на стереотипно «жіночих» професіях, а, відповідно, чоловіки - на стереотипно «чоловічих», і так як з роками статистика не змінюється, можна дійти до висновку, що чоловіки та жінки прагнуть здобути успіх лише у «призначених» для них сферах. Проте, це не лише українська проблема, так як за статистикою США в адміністративній й управлінській сферах мають місце 12% чоловіків і 7% жінок. Щодо України, то за даними А. Шестакова, «чоловіки-

керівники віддали перевагу чоловікам як працівникам в 25,3 %, і лише в 12,9 % – жінкам» (Ильин, 2003).

Як зазначалося вище, дана сегрегація та прищеплення гендерного розподілу ролей формується у індивідів під час соціалізації, і так як університет являється одним із агентів вторинної соціалізації, варто розглядати цей аспект з точки зору формування вектору розвитку лідерських якостей у студентства. Е. Гіденс зазначав, що розгляд дослідження гендерних аспектів лідерства серед студентства відрізняється дуальністю формування основних принципів студентської спільноти: на неї здійснюється певний адміністративний та педагогічний вплив, але при цьому студентська група продовжує бути організмом, який самостійно розвивається та керується самостійно створеними правилами (Gidens, 1999). Таким чином, в університетському середовищі, в ході взаємодії між індивідами, може формуватися власний розподіл та уявлення стосовно соціальних ролей та може змінюватися значущість гендерного аспекту у цій системі.

У дослідженнях сфери лідерства зазначається, що за багатьма показниками оцінка лідера залежить також від успіхів групи (Рогов, 2005), таким чином можна вважати лідерство певною формою соціального обміну, за яким успішність групи підвищує ефективність лідера, а лідер дає учасникам групи знання та винагороду в певній формі. Базуючись на колективно-індивідуальних відносинах можна ще зазначити, що група, будучи референтною для якогось індивіда, може стимулювати його до перейняття їхніх цінностей та наслідування лідерської стратегії. Соціальні групи однолітків за гендерним розподілом являються одним із агентів гендерної соціалізації індивідів підліткового віку, до яких відносяться і студенти, тому на етапі вторинної соціалізації формуються уявлення студентства стосовно концепції успішності, та чи впливають на це гендерні особливості, враховуючи загальноукраїнські тенденції до виховання й особистий досвід.

Об'єктом дослідження є студентство НаУКМА, а предметом - гендерні особливості лідерських якостей студентства НаУКМА.

Метою є з'ясування уявлень щодо гендерних особливостей лідерських якостей студентства НаУКМА.

Завдання дослідження являються наступними:

- Концептуалізувати поняття маскуліність, фемінність, лідерство, лідерські якості;
- Виокремити основні концепції гендерних теорій лідерства;
- Зрозуміти різницю у формуванні лідерських якостей у студентів та студенток НаУКМА;
- З'ясувати маскулінно-фемінні паттерни поведінки працевлаштованого студентства НаУКМА.

Дослідження було поведено в рамках соціально–конструктивіського методологічного підходу. В межах даного підходу до розгляду соціальної реальності не існує єдиної «об'єктивної» правди про соціальні факти (Дев'ятко, 1998). Суть даного підходу полягає у формуванні думки про те чи інше явище шляхом акцентування уваги на взаємодіях індивідів та їхніх фігурацій.

Емпірична база дослідження була побудована на основі проведення 4 фокус-групових досліджень (в подальшому ФГД) зі студентами НаУКМА, які були відібрані за допомогою метода доступних випадків (опитування знайомих, чи знають вони студентів НаУКМА, які працевлаштовані та згодні взяти участь у фокус-груповій дискусії стосовно гендерних особливостей лідерських якостей) та анкети-скрінера, виходячи з таких критеріїв, як вік та факт працевлаштованості, так як люди молодше 18 років не можуть бути офіційно працевлаштованими. Фактор працевлаштованості був використаний для того, аби зрозуміти поведінку з початком робочого досвіду, а потім простежити зміни моделі поведінки, шляхом адаптації до робочого процесу. Фокус-групи були розподілені за статтю, аби краще зрозуміти з дослідницької позиції наявність відмінностей у підході до успішності та стратегії прояву лідерських якостей у жінок та чоловіків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМАТИКИ ГЕДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЛІДЕРСТВА

1.1 Маскулінність та фемінність як продукти диференціації гендерно-рольових стереотипів

Зі зміною соціокультурних норм, цінностей, правил та традицій, модифікації піддавалися також і стереотипи, які являються стійким і спрощеним уявленням/судженням про певне явище, групу, історичну особистість, яке поширене в цьому середовищі; засвоюється індивідом у процесі соціалізації (Lippmann, 1922). Можна сказати, що дане поняття є доволі дуальним, бо стереотипи є як результатом, так і певною мірою не зовсім причиною, а, скоріше, невід'ємною складовою соціалізації та соціуму, в цілому. Так як мова йдеться саме про соціальний стереотип, через це він постає стереотипним уявленням як про соціальну групу, так і про її членів, тому приналежність індивіда до якоїсь статі автоматично розподіляє нас на представників однієї із таких соціальних груп як чоловіки та жінки. В свою чергу, «чоловіча» соціальна група формує та має свої певні стереотипні уявлення про протилежну групу, тобто жінок і навпаки. Тому, з моменту самого народження, у індивідів розмежовується та знеможлиблюється входження до протилежної до тебе групи, різниця з якою якраз і характеризується за допомогою використання тих самих соціальних стереотипів.

Джерелом стереотипів можна вважати соціальні норми, які теж змінюються з плином часу. Процес визначення того, що є правильним або хибним у нашій поведінці, шляхом спостереження присутності або відсутності ідентичних дій з оточуючими називається соціальною перевіркою. Це означає, що стигматизація в соціумі залишиться до тих пір, доки думка оточуючих не зміниться, що робить стереотипне мислення масовим та загальним явищем, яке в результаті унеможлиблює існування людини без стереотипів у стереотипному оточенні. Так як ХХ століття є дуже важливим періодом в контексті гендерних відносин, основна «хвиля» стереотипів перетекла в наш час.

Еліот Аронсон (Aronson) пояснював даний фактор з наступної точки зору: «Підкорення нормативному тиску викликано нашим бажанням подобатись оточуючим, а підкорення інформаційному тиску – бажанням мати рацію» (1992).

За Маслоу (Maslow), саме визнання є однією з основних потреб людини, відповідно, через те, що люди прагнуть отримувати схвалення оточенням своїх дій, їм доводиться відповідати заданим суспільним нормам і очікуванням. Такі вимоги, від представників жіночої та чоловічої статі носять назву «фемінність» та «маскулінність» відповідно (2004).

У традиційній системі диференціації статевих та гендерних ролей і, відповідно, пов'язаних з ними стереотипів маскулінності - фемінності виділяються наступні характерні риси:

«1) чоловічі і жіночі види діяльності та особисті якості розрізнялися дуже різко і здавалися полярними;

2) ці відмінності освячувалися релігією або посиленнями на природу і представлялися непорушними;

3) чоловічі і жіночі функції були не просто взаємодоповнюючими, а й ієрархічними - дружині відводилася залежна, підлегла роль, так що навіть ідеальний образ жінки конструювався з точки зору чоловічих інтересів». (Копець, 2007)

За І. Коном: «Маскулінність - певна схема чоловічої поведінки, ознаками якої є: прагнення бути інтелектуально та фізично активним, неемоційним, не проявляти ознак слабкості, наприклад не обговорювати з друзями поганих настроїв», а «Фемінність - певна схема жіночої поведінки, ознаками якої є: пасивність, концентрація на почуттях, прояв емоцій та прагнення розділити їх з іншими. Від жінки в сучасному суспільстві очікують виконання експресивної ролі, тобто схильності до співробітництва, турботи і чутливості» (І. Кон, 2008). Звичайно, це не є єдиною характеристикою даних термінів і перелік вищезазначених рис може відрізнатися в залежності від авторства, так як в будь-якому випадку кожен науковець сприймає та трактує інформацію по різному, а також зміна самих уявлень залежить від зміни соціально-культурних тенденцій, що підтверджує теза М. Ю. Кондратьєва про те, що фемінність та маскулінність яв-

ляються системним цілим, яке є історичним, культурно-специфічним соціальним уявленням. (Копець, 2007)

За опитуваннями студентів про типові чоловічі риси, були виділені наступні: агресивний, заповзятливий, винахідливий, домінуючий, незалежний, приховує емоції, любить математику та взагалі заняття наукою, відзначається діловими навичками, знає, як освоювати світ, легко приймає рішення, самодостатній, вільно розмовляє про секс з іншими чоловіками. У відповідь на питання щодо жіночих рис зазначалося наступне: тактовна, проявляє позитивну налаштованість у стосунках, ніжна, не використовує грубих висловів, розуміє почуття інших, релігійна, балакуча, цікавиться власною зовнішністю, цінує мистецтво і літературу, має сильну потребу в захисті, спокійна, охайна. (Копець, 2007)

Також, до типових рис особистості, що відображає чоловічий гендерний ідеал відносяться: активність, сила, впевненість, домінантність, емоційна холодність, індивідуалізм, самовпевненість, раціональність. Як типово жіночі риси виділяються: м'якість, слабкість, пасивність, залежність, конформність, емоційність, емпатичність. Гендерні стереотипи обмежують вибір груповий ролі і характер її реалізації, наказуючи лідеру жорстоку маскулінну поведінку. Фемінності властиві: чарівність, привабливість, делікатність. Головний жіночий образ, включає ряд рис, пов'язаних з соціальними і комунікативними вміннями, емоційною підтримкою. (Копець, 2007)

Чоловічий та жіночий образи постійно протиставляються один одному, тому навіть в типології організаційних культур Гірта Гофстеде, яка вважається найбільш популярною, одним параметром якої є порівняння маскулінності-фемінності у наступних категоріях: норми та сім'я, гендер та стать, освіта та поведінка споживача, політика та релігія, а також робоче місце, на якому я хочу зупинитися більш детально. (табл. 1.1)

**Порівняння фемінності-маскулінності на робочому місці (Hofstede;
1980)**

Критерії	Фемінність	Маскулінність
<i>Стиль управління</i>	<i>Інтуїція та консенсус</i>	<i>Вирішальний та агресивний</i>
<i>Шлях вирішення конфліктів</i>	<i>Компроміс та переговори</i>	<i>Перемога за найсильнішим</i>
<i>Нагорода базується на</i>	<i>Рівності</i>	<i>Справедливості</i>
<i>Перевага для</i>	<i>Менших організацій</i>	<i>Більших організацій</i>
<i>Приоритети</i>	<i>Люди працюють, щоб жити</i>	<i>Люди живуть, аби працювати</i>
<i>Перевага</i>	<i>Часу над грошима</i>	<i>Грошей над часом</i>
<i>Кар'єра обов'язкова</i>	<i>Для обох статей</i>	<i>Для жінок, для чоловіків - обов'язкова</i>
<i>Відсоток жінок-професіоналів</i>	<i>Високий</i>	<i>Низький</i>
<i>Гуманізація роботи шляхом</i>	<i>Контакту та кооперації</i>	<i>Збільшенню контенту роботи</i>
<i>Конкурентноспроможність у</i>	<i>Сільському господарстві та сфері послуг</i>	<i>Виробництво та товарні хімікати</i>

Таким чином, дані критерії зможуть допомогти у подальшому аналізі емпіричних даних, так як за цими показниками вдасться легше класифікувати відповідь респондента з фемінною або маскулінною поведінкою на робочому місці.

Кажучі про стереотипи, очевидним є, що конструювання фемінності та маскулінності мають соціальний характер. Про це говорила одна з найвпливо-

віших гендерних теоретиків Рейвін Конел, яка ставила під сумнів існування лише однієї моделі маскулінності, через те, що прояв маскулінності у людських взаємодіях відбувається в мажах певного соціокультурного контексту. Конел виділяє три структури, навколо яких відбуваються гендерні відносини: праця, катексис (конструювання емоційно навантажених соціальних взаємин із об'єктами) та влада. Дані структури формують два типи маскулінності: «гегемонну» та «протестну», які протиречать одна одній, але при цьому існують в межах однієї структури (Connell, 1987). Ідеї кореляції діяльності з активністю та влади з управлінням існували ще з часів « нової школи мужності », яка сформувалася після Французької революції. Починаючи з 1860-х років і до кінця XIX століття, через жіночий та гомо- рух, стереотипізований тип маскулінності став піддаватися сумніву, але після Першої світової війни все знову повернулося на своє місце (Connell, 1987).

Раніше вважалося, що для того, аби було можливим вважати людину психічно здоровою, то чоловіки мали бути маскулініми, а жінки в свою чергу фемінними, але в наш час допускається, що кожен індивід може бути маскуліним та фемінним водночас, в будь-якій пропорціях, тому що стандарти психічного здоров'я вільні від гендерних характеристик, тому маскуліність може бути притаманною і жінкам. В наш час сучасне покоління частково та поступово відходить від ранішніх жорстких рамок, які були накладені на жінок і чоловіків, тому все більш уживаним стає поняття « андрогінності ». За Джудіт Спенс це « суміш показників високої маскулінності та високої фемінності », а от за Сандрою Бем - « баланс між маскуліністю та фемінністю ». Тобто в будь-якому випадку це « поєднання певним чином » важкопоєднаних рис (Bem, 1981). Прихильники теорій вивчення андрогінності вважають, що ті люди, які наділені у рівній мірі великим фемінним та маскуліним потенціалом, залишаючи при цьому свою яскраво виражені статеву ідентичність, є найбільш розвинутими, продуктивними та адаптивними. Але, на даний момент, через те, що такі люди несуть в маси новаторства, які відрізняються від уже загальноприйнятих норм, їхня поведінка ще не являється соціально схвалюваною.

На даному етапі, після того, як ми простежили, що фемінність та маскуліність притаманні не лише жінкам та чоловікам відповідно, варто розглянути аспект соціальної ідентифікації індивідів. Як зазначає Є. Трубіна, самоідентифікація - це установлення тотожності з собою через активні зміни зовнішнього впливу, тому основними компонентами самоідентифікації є тотожність «Я» (свідомість та розум) та ідентифікація єдності персоналії-характера через зміну поведінки (Трубіна, 2005). Статева приналежність є тією категорією, в якій індивід вперше осмислює своє «Я», а от гендерна ідентичність являється вже самопізнавальним аспектом, за яким людина починає притримуватися певної поведінки. Процес гендерної самоідентифікації конструюється протягом всього життя, на це впливають соціальний та економічний розвиток соціуму, в якому індивід знаходиться, культурні особливості та їхні зміни, а також конкретний образ життя індивіда. Окрім того, до середовища, в якому людина може себе визначати, під час первинної соціалізації відноситься родина, однолітки, значущі інші, а під час вторинної - навчальні заклади, соціальні групи, до яких входить індивід, масова культура та медіа (Берн, 2001). Таким чином, соціальне оточення також впливає на усвідомлення власного «Я» та конструювання фемінних-маскулінних характеристик індивіда, або інших, відмінних від заданої дихотомії, особливостей.

Так як в процесі самоідентифікації індивіда формується переважання фемінних-маскулінних рис, які впливають на формування поведінки та ставлення до різних явищ (лідерства та лідерських якостей зокрема), доцільно розглянути, які стереотипні моделі поведінки нав'язуються індивідам на етапі вторинної соціалізації та які фактори на це впливають.

1.1.2 Конструювання рольової поведінки шляхом гендерної соціалізації

За Є. П. Ільїним, підліткова стадія гендерної соціалізації є вирішальною в контексті формування гендерного типу особистості, а так як за термінологією Фонду Організації Об'єднаних Націй вікові рамки підліткового віку від 10 до 19

років, тому частина індивідів, які вступають та навчаються в університеті все ще входять до підліткової групи, тому вважаю доцільним почати аналіз з розгляду даної концепції.

Переходячи до підліткового віку, попередні основні агенти соціалізації як сім'я та школа поступово відходять на другий план, а основним рушієм до встановлення самоідентичності стає середовище однолітків. Так як з віком вплив батьків зменшується, об'єктом для наслідування стають індивіди, які відповідають за віком та статтю, і в процесі спілкування з ними розвиваються та закріплюються поширені в тій чи іншій соціальній групі гендерні норми, а також і стереотипи. Починаючи з віку 8-12 років майже основним критерієм розподілу підлітків на соціальні групи стає стать, і, як наслідок, дихотомічно поділені групи мають відмінні характеристики, що зазвичай базуються на вже закріплених уявленнях стосовно фемінності-маскулінності (Ільїн, 2003). Т. В. Бендас охарактеризувала дані відмінності наступним чином: групи хлопців відрізняються проявами агресивності та сильного дистанціювання від дорослих, в їхній системі панує стійка ієрархічність, система лідерства, часто наявний аспект антисоціальності. Таким чином хлопці транслиують культурний канон маскулінності, тому поведінку хлопців можна назвати проактивною, а дівчата, а свою чергу, діють реактивно. Вони реагують формою захисту від прояву грубості та несправедливості, сама їхня група побудована на комунікативності та емоційності міжособистісних відносин, дана характеристика якраз відноситься до загальноприйнятих фемінних рис (Бендас, 2001).

Старша школа та університет також мають вагомий вплив на конструювання гендерної соціалізації та ідентифікації індивідів. За П. П. Терзі, важливу роль в даному процесі відіграють наступні фактори: наявність відповідності змісту того, що розкривається в соціально-гуманітарних дисциплінах, сучасному рівню розвитку наукових галузей в гендерному контексті, створення спеціального процесу навчання з урахуванням гендерно орієнтованого освітнього середовища за умови гендерно грамотного компетентного педагогічного складу та формування гендерної культури особистості, враховуючи демократичний, гуман-

ний, гуманітарний, диференціальний та індивідуальний підхід (П. П. Терзі, 2007).

Наразі в Україні існують осередки гендерної освіти, мета яких, окрім просвітницької діяльності, досягти того, аби у всіх закладах вищої освіти був створений власний центр гендерної освіти, це б надало процесу самоідентифікації індивідів більшої незалежності від соціально-культурної стереотипізації. За А. Войтовською, варто виокремлювати такі блоки гендерно-орієнтованих знань (табл. 1.2):

Таблиця 1.2

Блок гендерно-орієнтованих знань:	Опис
Національна складова	Даний блок спряє становлення активної громадянської позиції індивіда стосовно усвідомлення значущості гендерних перетворень по всьому світу та в Україні зокрема;
Інтелектуальна складова.	Дана складова надає можливість використовувати гендерну методологію (гендерну систему, конструктивістське походження «жіночого» та «чоловічого», диференціювання) до аналізу процесів, які відбуваються у соціумі;
Моральна складова.	Тут мова йдеться про формування відношення до суспільства, людей та самого себе, глибоке розуміння гендерних особливостей, розвиток гендерної чутливості та поваги, тобто створення «культури власної гендерної поведінки»;

Фізична складова.	Цей блок може використовуватися для врахування особливостей спортивних інтересів представників обох статей та розуміння походження та ролі гендерних стереотипів при формуванні фізичної культури;
Трудова складова.	Ознайомлення із проблемами гендерної нерівності трудової сфери, а також зі стереотипізацією під час вибору майбутньої професії;
Сімейна складова	В цьому блоці відбувається ознайомлення з існуючою проблемою патріархального устрою родини, традиційним розподілом ролей та конструюванням батьківських відносин;
Правова складова.	Освітлення вже наявних законів, направлених на встановлення гендерної рівності та аналіз потреби у гендерно-орієнтованому законодавстві.

(Войтовська, 2017)

Вищевказані чинники можуть зменшити вплив стереотипів на конструювання поведінки, та розширити світогляд індивіда задля формування власного сприйняття реальності та соціальних процесів. Так як наразі освітні заклади є гендеризованими, через прихований навчальний план, тобто наявна певна «структура та стиль спілкування, що впливає на учнів/студентів, нав'язуючи їм певні соціальні ролі». (Кімел, 2003) Через що підлітки виховуються через стереотипізований зміст навчальних предметів, стиль викладання (тобто у навчальних посібниках може міститись відображення гендерних стереотипів; наявний поділ на жіночі (гуманітарні) та чоловічі (точні-математичні) предмети), а також присутній соціальний контроль шляхом вимог до форми одягу учнів та учениць відповідно. (Кімел, 2003)

Також, важливими інституціями, які впливають на гендерну соціалізацію людей старшого підліткового віку являються засоби масової інформації та засоби масової комунікації (надалі ЗМІ та ЗМК відповідно). Ш. Берн зазначала, що інформація, яка надходить із ЗМІ та ЗМК, може змінювати уявлення стосовно природи соціальної реальності (2001). Початок гендерної соціалізації у ранньому підлітковому віці індивідів, які наразі навчаються у Зкладах вищої освіти, припав на період, коли телебачення було одним із основних способів конструювання уявлень стосовно розподілу ролей. У більшості серіалів та розважальних програм, які транслювалися на ТБ, образ жінки, що відповідав гендерним стереотипам, поділявся на наступні типи: жінка-мати, жінка-дружина, жінка-домогосподарка. Іншим ампупа, в якому з'являється жінка на екрані - є тип жінка-професіонал, її основними рисами являються логічність, серйозність, мужність, часто ці жінки також мають сексуалізований образ, як і в більшості реклами на ТБ, плакатах на початку 00-х років. Тому, за часів дитинства у сучасних студентів, образ жінки сформувався наступним чином: «позитивний імідж мають ділові та сексуальні жінки-професіонали, нейтральний стан мають жінки-домогосподарки, і, зазвичай, негативно позиціонується жінка-мати. Так як протиставляються такі терміни як життєвий успіх та материнство» (Павелкіна, 2014).

Щодо чоловіків, то їхнє типізування зводиться до схожих категорій, але тут вже виокремлюються дві ролі: чоловік-професіонал та чоловік-сім'янин. Інтерпретація є наступною: традиційний спосіб демонстрування чоловіків є роль професіонала, який наділений такими характеристиками як ризикованість, сила, розум, наявність лідерських якостей. Дуальний до цього образ - це образ сім'янина, дані чоловіки або ж допомагають своїм дружинам, які займають панівну позицію в родині, або являються батьками-одинаками. Про других все більше з'являється документальних кіно та нових фільмів, що демонструє зміну традиційного розподілу ролей в сучасній культурі (Павелкіна, 2014).

Наразі, засоби масової культури та інформації намагаються все більше охоплювати та транслювати усі можливі моделі поведінки, як чоловіків, так і жінок, при цьому не надаючи якогось характерного забарвлення тій чи іншій ролі.

Звичайно, дана тенденція також впливає на сприйняття світу, соціальної реальності та існуючої системи у людей різного віку. Щодо індивідів студентського віку, які знаходяться на важливому етапі формування своєї ідентичності, то такий підхід розширює їхнє сприйняття та надає більше свободи для процесу самоідентифікації.

Отже, під час гендерної соціалізації індивіда відбувається встановлення самоідентичності, на що впливають такі агенти соціалізації як референтна група однолітків, школа та ЗВО, а також ЗМІ та ЗМК. Під час формуванням гендерної ідентичності, в індивіда формується певний набір рис, який в подальшому буде відображатися у його поведінці. До таких рис відносяться і лідерські якості, що ми більш детально розглянемо у наступному розділі.

1.2 Концепції та теорії лідерства в соціальних науках

Таке соціальне явище, як лідерство завжди супроводжувало людство. За допомогою лідерів формуються групові норми та цінності, відбувається (само)організація груп. Феномени лідерів та лідерства завжди привертали увагу багатьох дослідників, тому варто розглянути декілька прикладів трактування даних явищ.

В.Г Крисько визначає лідерство «як психологічний процес, в ході якого один член групи, спільності або так званий лідер організує та спрямовує інших до досягнення конкретної спільної мети» (2001). Лідером А. Менегетті називає людину, яка задовольняючи власний егоїзм, реалізує суспільний інтерес. «Лідер - це голова, особистість-вектор, особистість, яка контролює операції і здатна синтезувати контекст відносин» (2004). За А. Н. Занковським, «Лідерство - це вміння змушувати людей робити те, що вони не хочуть, не викликаючи при цьому ненависті ні до себе, ні до виконуваної ними роботи» (2002).

У своєму «Керівництві по лідерству» Ральф Стогділ об'єднав усі визначення у 10 груп: центр групових інтересів, прояв особистісних рис, дія та поведінка(для емпіричних досліджень), інструмент досягнення та результату, взає-

модія(коли підтримується іншими членами групи), здійснення впливу, вміння переконувати, відносини влади (де влада - форма лідерських відносин), диференціація ролей, ініціація та введення структури (Кудряшова, 1996).

К. Берд сформував список, яких включав в себе 79 рис, які згадувалися іншими дослідниками, як ті, що притаманні лідерам; серед них були наступні: ініціативність, ентузіазм, впевненість, комунікативність, дружелюбність. Згодом вищезгаданих Р. Стогділ додав до списку популярність, красномовство та пильність (Кудряшова, 1996).

Таким чином, можна порівняти надані у підрозділі 1.1 маскулінні риси за І. Коном та вищезгадані лідерські риси за К. Бердом та простежити їхню схожість у порівняльній таблиці 2.1:

Таблиця 2.1

Маскулінні риси (за І. Коном):	Лідерські риси (За К. Бердом):
<i>Інтелектуальність</i>	<i>Інтелектуальність</i>
<i>Неемоційність</i>	—
<i>Сила</i>	<i>Владність</i>
<i>Активність</i>	<i>Енергійність</i>
<i>Впевненість</i>	<i>Впевненість</i>
<i>Конкурентність/ Домінантність/ Індивідуалізм</i>	<i>Прагнення до переваги</i>
<i>Незалежність</i>	<i>Незалежність</i>
<i>Винахідливість</i>	<i>Оригінальність</i>
<i>Агресивність</i>	<i>Агресивність</i>
<i>Заповзятість</i>	<i>Наполегливість</i>
<i>Раціональність</i>	<i>Раціональність</i>

Мегенетті також зазначав, що якщо в студентські роки людина успішно поєднує навчальну та суспільну діяльність, то вона має більшу вірогідність займати керуючу посаду у майбутньому (Мегенетті, 2004). Таким чином, можна назвати заклади вищої освіти, де в індивіда, в процесі самоідентифікації, остаточно формуються та закріплюються лідерські якості. Дослідження на виявлення лідерського потенціалу у студентів показали, що критеріями потенціального лідера є такі: смисловий (активність, відповідальність), стильовий (комунікативність), організаційний (компетентність) (Орел, Сенін, 2008)

Гендерна психологія лідерства сформувалася у 70-ті роки 20-го століття завдяки впливу успіхів феміністичного руху. У більшості випадків підходи до вивчення даного аспекту є доволі поляризованими, так як полягають вони у пошуку причин відмінностей жінок від чоловіків.

За Т.В. Бендас (2009) ці концепції можна поділити на 5 підходів:

1) Традиційні теоретичні парадигми: когнітивізм, біхевіоризм та фрейдизм

а) В рамках когнітивного підходу розглядається концепція «Інформаційної обробки людини» Д. Гамільтона та «теорія схеми» С. Тейлора та Дж. Крокера. Вони полягають в тому, що при обробці соціальної інформації людина використовує шаблони, стигми та стереотипи, що допомагає передбачити поведінку. Але в той же час це і продукує стереотипне сприйняття.

б) Біхевіористина модель обміну Г. Граєна «лідер-послідовник»: якщо два індивіда схожі між собою - це посилює взаємну симпатію.

в) Психоаналітично лідерський потенціал формується в ранньому дитинстві при спілкуванні з батьками.

2) Теорії гендерних відмінностей

а) Імпліцитні теорії, які мають у людей по відношенню до статі впливають на те, що індивід звертає уваги тільки на стать, не залежно від посади, що створює очікувану поведінку.

б) За Сандрою Бем пояснення відсутності гендерних відмінностей між лідерами різної статі використовується ідея андрогінії.

в) А. Фейнгольд зазначав, що заповнюючи опитувальники чоловіки та жінки задля кращого вигляду відповідають стереотипно (через що результати штучні).

3) Класичні концепції

а) Високотрансформаційні лідери за Б. Басс та Дж. Хант - це ті люди, які здатні трансформувати своїх підлеглих та мотивувати їх на нові досягнення. (У чоловіків та жінок рівна здатність бути таким лідером)

б) За ситуаційно-посадним підходом Р. Хауз на першому місці знаходиться позиція індивіда в офісній структурі, а не стать.

в) Цільовий концепція Р. Хауза зауважує, що директивний лідерський стиль можливий за умови неструктурованої задачі. Тобто перевага статі може у ефективності залежить від задачі.

г) У вірогіднісній моделі (Ф. Філлер) сказано, що лідерська ефективність жінок та чоловіків відрізняється в тому випадку, якщо вони використовують різний лідерський стиль.

4) Гендерні теорії лідерства

а) Концепція гендерного потоку Барбари Гутек: сприйняття лідера та його ефективності залежить від статі (якщо досліджуваний вважає стать вагомим фактором).

б) Теорія гендерного відбору лідерів Дж. Боумен та С. Суттон полягає в тому, що до представників різної статі різні вимоги (до жінок вищі).

в) Р. Кентер та концепція токенізму: групова динаміка знаходиться під впливом пропорцій представників різноманітних культурних категорій в групі, а також жінки в сфері праці сприймаються за такими 4 моделями як «матір», «спокусниця», «іграшка-талісман» та «залізна леді»;

г) Продовжуючи тему токенів, то своє становище вони можуть покращити за допомогою прийому «вражаючого менеджменту», що за К. Ріордан означає спосіб вплинути на інших та сформулювати думку про себе за допомогою дій, слів та поглядів. Наприклад, використовуючи інграціацію, тобто здатність досягати симпатії оточуючих (за Е. Джоунсом).

г) Соціально-рольова теорія гендерних відмінностей Е. Іглі: для того, щоб бути сприйнятими суспільством, жінки та чоловіки мають діяти відповідно (стереотипно) до своєї гендерної ролі. Враховуючи той факт, що роль лідера також має на увазі певну модель поведінки, яка стереотипно є чоловічою, то у жінок-лідерок на даному підґрунті може виникати рольовий конфлікт.

д) Статусна теорія або теорія рангових очікувань (Дж. Бергер): апріорно чоловіки та жінки мають різний статус: високий та низький відповідно. Дана нерівність (яка також закріплена в гендерних стереотипах) створює наступну складність: задля досягнення лідерської позиції в групі низькостатусному її члену треба подолати більше перепон, ніж високостатусному, не зважаючи на вміння, навички та знання.

5) До п'ятого напрямку відносяться ті концепції, які не мають під собою ґрунтовної теоретичної основи, а базуються на причинах гендерної диспропорції в сфері лідерства через статеву дискримінацію.

Таким чином, в рамках сучасного вивчення явища лідерства у соціальних науках, з'являються нові підходи до вивчення та аналізу особливостей лідерства. Так як темою диплому є гендерні особливості лідерських якостей, то варто детальніше розглянути види саме гендерних теорій лідерства.

2.1.1 Гендерні теорії лідерства

В попередньому підрозділі вже наводилася класифікація гендерних теорій лідерства, тому зараз більш ґрунтовно буде розібрана кожна з них.

Концепція гендерного потоку (gender-role spill-over) полягає в тому, що фактор гендеру у лідерських взаємовідносинах вважається домінуючим. Як наслідок, сприйняття самого лідера та його ефективності в роботі, в першу чергу залежить від його статі, через що виникає «гендерний ефект», а саме стать стає вагомішою за інші фактори, через що жінок можуть сприймати як менш компетентних лідерів, через гендерну стереотипізацію та патріархальне сприйняття явища лідерства. Проте, тут важливим нюансом є те, наскільки самі люди ін-

терпретують гендер як визначальний фактор характеристики індивіда, в тому числі і при розгляді продуктивності його роботи (Гутек, 1984).

Теорія гендерного відбору лідерства заключається в тому, що людьми прийнято висувати різні вимоги до лідерів різної статі. Вимоги до представниць жіночої статі є трохи вищими, через що задля отримання однієї посади жінкам потрібно продемонструвати вищий за чоловіка рівень компетентності. Тут потрібно зазначити, що даний аспект порушує собою громадянські права жінок, через що до трудового законодавства деяких країн внесені корективи, які забороняють відмовляти кандидатам на позицію за статтю. Однак, дана концепція може впливати не лише на трудову сферу, а й позбавляє жінок можливості займати лідерську позицію у родині і тд (Eagly, Karan, Makhijani, 1995).

Концепція токенизму Р. Кентнер полягає в тому, що склад групи впливає на її динаміку, а ті члени групи, які за якоюсь ознакою є більшістю, називаються домінантами, а меншість - токенами. Враховуючи той факт, що більшість лідерів є чоловіками, то у даній групі (лідерів) токенами виступають жінки. Їх Кентнер поділяє на 4 неформальні ролі:

- 1) «матері» - від них очікується не ділова активність, а емоційна підтримка;
- 2) «спокусниці» - орієновані на керівника, через що їх недолюблюють колеги;
- 3) «іграшка або талісман» - ділова активність також не очікується, просто мила жінка, яка приносить удачу;
- 4) «залізна леді» - відсутність жіночності, наявність жорстокості, в результаті чого - ізольованість від групи.

Усі вищезазначені ролі заважають жінкам займати рівне положення з чоловіками та ставлять під питання можливості кар'єрного росту (Bartol, Martin, 1986).

Вражаючий менеджмент як теорія є одним із способів компенсувати незадовільне статусне положення у соціальній групі. Завдяки ньому можна впливати на формування думки про тебе у оточуючих завдяки діям, словам, поглядам, тощо. Проявом цього є явище інграціяції - це здатність індивіда бути приваблю-

вим для інших людей. Е. Джоунс та Т. Пітмен розрізняють 4 типи стратегії інграціації:

1. самопрезентація (переконавання «мішені» у наявності позитивних якостей у інграціатора);
2. посилення інших (використання похвали та лестощів);
3. схожість думок (згідність з думками партнера та демонстрація схожих цінностей);
4. виділення фаворитів.

Роль інграціатора, відповідно до стереотипів, підходить більше жінкам, тому жінкам-лідерам можна використати даний метод для отримання схожого з чоловіками соціального статусу на робочому місці (Wayne, 1994).

Статусна теорія або теорія рангових очікувань Дж. Бергер спрямована на те, що поведінка людини в ділових ситуаціях в малих групах залежить від статусу індивіда в великих групах, таким чином, якщо в суспільстві статус жінки та чоловіка не є рівним, тоді і в робочій сфері чоловік являється високостатусним індивідом, на відміну від жінки (якщо враховувати тільки традиційні стереотипи). Окрім того, що жінкам потрібно стикатися з більшою кількістю перепон та мажи вищу компетентність, вони ще демонструвати експресивною поведінкою та підтримкою високостатусних індивідів, що вони не намагається узурпувати владу. В цьому заключається певний парадокс: окрім того, що шлях до лідерства у жінок не простий, вони мають ще підтверджувати, що не претендують на дану роль.

Соціально-рольова теорія гендерних відмінностей Е. Іглі. В суспільстві з роками випрацювалися уявлення стосовно жіночих та чоловічих ролей. Щоб бути прийнятими соціумом чоловіки та жінки лідери також мають поводитись відповідно до їхньої гендерної ролі. В свою чергу, роль лідера також вимагає від індивіда відповідності з певними якостями, а так як стереотипно лідерська роль є чоловічою, у жінок-лідерок може виникати рольових конфлікт. Е. Іглі вважає, що пом'якшенню рольового конфлікту у жінок можуть сприяти наступні аспекти:

а) реальні успіхи жінки;

б) вибір ними спеціальності в тій сфері, де роль лідра є не маскулінізованою, а андрогінною;

в) демонстрування відносно фемінного лідерського стилю: демократія та орієнтованість на взаємовідносини (Eagly, Johnson, 1990; Eagly, Karan, Makhijani, 1995).

У рамках цих концепцій буде відбуватися подальший аналіз емпіричних даних.

Отже, до оперативного апарату статево-рольових стереотипів можна віднести поняття “фемінність” та “маскуліність”, які характеризують та створюють певні очікування, що притаманні тій чи іншій гендерної ролі. До типово маскуліних рис відносять: фізичну активність, уникання негативних емоцій, жага конкуренції, незалежність, винахідливість, самодостатність, рішучість. Суто фемінними рисами вважаються: пасивність, концентрація на почуттях, турботливість, схильність до співробітництва, ніжність, балакучість, емоційність, спокійність, вразливість тощо. Саме ці поняття дають змогу створити чіткий образ типової жінки та типового чоловіка, який має допомагати в оцінці реальних осіб. Дані уявлення досі існують з тієї причини, що гендерні схеми являються когнітивними категоріями гендеру, тим самим стають призмою сприйняття навколишнього середовища, так як керують процесом обробки зовнішньої інформації.

Люди вдаються до соціально-рольових стереотипів з тієї причини, що це можна назвати перевіреною моделлю поведінки, так як в залежності від заданої ситуації існують певні когнітивні категорії, як діяти в тому чи іншому випадку. Дані категорії закріплюються у підсвідомості індивіда на кожному етапі соціалізації, засвоюючись та транслуючись у таких соціальних інститутах як родина, коло однолітків, освітні заклади, медіа, тощо. Усі вищезазначені агенти соціалізації вносять свої корективи до гендерної соціалізації індивіда та до процесу конструювання його ідентичності. Не зважаючи на те, що дитячі соціальні групи продукують дихотомічно розділену гендерну поведінку, наявність ген-

дерної освіти є не зовсім поширеною в Україні, а засоби масової інформації та культури також можуть транслювати стереотипні уявлення про жінок та чоловіків, дані соціальні інститути також зазнають змін відповідно до зміни гендерної культури у світі, тому їхній вплив не є однозначним на поведінку індивідів. А також, через відхід від попередніх більш жорстких рамок, окрім фемінності та маскулінності стає більш розповсюдженим явище андрогінності, тобто комбінування, як фемінних, так і маскуліних рис у поведінці людини.

Лідерство являється однією з ключових рис, притаманній людині, так як воно супроводжувало людство та було наявним в усіх соціальних групах за історичної перспективи. Формування лідерських якостей в індивіда відбувається на всіх етапах соціалізації, але ми можемо назвати заклади вищої освіти однією з найважливіших для цього процесу інституцій, так як саме цей простір надає можливість поєднувати учбову та організаційну діяльність, що фундаментально формує лідерський потенціал у студентів.

Не зважаючи на те, що гендерна психологія лідерства сформувалася в 70-і роки 20-го століття, але все одно прояв лідерських якостей в залежності від статі продовжує враховуватись. Найкраще причини цього явища пояснюються у соціально-рольовій теорії Е. Іглі:

- 1) дія гендерних стереотипів;
- 2) необхідність відповідності поведінки лідера своїй гендерній ролі;
- 3) механізм прийняття лідерів суспільством залежно від статі;
- 4) негативні упередження щодо жінок-лідерок;
- 5) рольовий конфлікт.

Рольовий конфлікт виникає через те, що очікувана фемінна модель поведінки відрізняється від лідерського стилю, а от характеристики маскулінної та лідерської моделі поведінки мають такі схожі риси як інтелектуальність, неемоційність, сила, активність, впевненість, конкурентність/домінантність, індивідуалізм, незалежність, винахідливість, агресивність, заповзятість, раціональність.

Вищезазначені дослідження демонструють, що біологічні розбіжності впливають на можливості представників обох статей здобувати успішність.

Проте, більшою мірою лідерство як результат отримується через певну випрацьовану поведінку, якій характерний андрогінний стиль, тобто комбінування фемінних та маскулінних рис, тому можна стверджувати, що шлях до позиції лідера в усіх індивідів проходить абсолютно індивідуально і, авжеж, на нього впливає значний перелік факторів, окрім гендерної приналежності.

РОЗДІЛ 2

ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ СЕРЕД СТУДЕНТСТВА НАУКМА

2.1 Методологія та дизайн дослідження

Дослідження гендерних особливостей лідерських якостей студентства НАУКМА відбувалося за допомогою методу фокус-груп. Метод фокус-груп - це метод збору соціологічної інформації в якісному дослідженні, який побудований шляхом структурованої дискусії, у якій беруть участь попередньо відібрані респонденти, та метою якої являється збір інформації або точок зору щодо заданої проблеми. Фокус-групові дослідження очолюються спеціальним модератором, орієнтовано тривають до 2 годин та складаються з невеликої кількості респондентів, зазвичай від 5 до 15, які були відібрані за приналежністю до певної соціальної групи, ставлення до певної проблеми, демографічними характеристиками, тощо. (Ковалев, 1999)

Перевага методу фокус-груп полягає в тому, що він забезпечує глибокий та комплексний розгляд питань, чого не можливо досягти під час опитувань. Базується даний метод на комунікації та обговоренні групою заданих питань.

Недоліками методу є достатньо високі часові затрати (підготовка, час проведення, обробка інформації, написання звіту та транскрипту), через невелику кількість респондентів, фокус-групові дослідження являться не валідними, так як їхні результати неможливо поширити на широкі маси населення.

Особливості методу полягають в тому, що за одиницю аналізу вважається висловлення респондента, так як в ході дискусії кожен з респондентів збільшує кількість висловлених думок, тим самим збільшується масив первинних аналітичних одиниць, який стає статистично значущим. Метою методу є отримання варіативного спектру думок. Задача фокус-групових досліджень являє собою складання наявних суджень стосовно певного питання. (С. Белановський, 2001)

Для вивчення гендерних особливостей лідерських якостей НаУКМА було проведено чотири фокус-групових дослідження (дві з хлопцями та з дівчатами), в якому брало участь по 7 учасників. Формальними ознаками вибірки були: вік респондента (студенти молодше 16 років, які закінчили школу екстерном, не підходять, бо не можуть бути працевлаштованими офіційно) та фактор працевлаштованості, на який зверталася увага, тому що до дослідницького інтересу входив аналіз поведінки працевлаштованих студентів, так як при першому досвіді роботи індивіди діють більш інстинктивно, а з часом підбирають модель поведінки, в залежності від соціального середовища задля досягнення успіху та займання лідерської позиції. Студенти НаУКМА, які були задіяні у фокус-групових дискусіях були відібрані методом доступних випадків, шляхом опитування знайомих, чи знають вони студентів НаУКМА, які працевлаштовані та згодні взяти участь у фокус-груповій дискусії стосовно гендерних особливостей лідерських якостей. Цей метод був ефективним, так як більшість студентів на початку кар'єри знаходять перше місце роботи за допомогою знайомих, а так як Києво-Могилянська Академія являється досить маленьким університетом, то існує вірогідність, що деякі могилянці працюють в одному місці, або просто знають інших працюючих студентів.

Виходячи з етичних міркувань, через гарантію анонімності, поіменний список респондентів не може бути доданий до списку додатків кваліфікаційної роботи. Виходячи з цього, в подальшому аналізі, цитування інтерв'ю будуть представлені без зазначення імені респондента.

Для зручності висловлення думок та вираження емоційного стану учасникам та учасницям було запропоновано давати відповіді на запитання українською, російською або англійською мовами.

Вибірка дослідження не є репрезентативною, бо мета дослідження спрямована на вияв різноманітності поглядів респондентів. (Богдан, 2015)

Метод фокус-групового дослідження був обраний, бо для досягнення мети необхідно зрозуміти все різноманіття думок та уявлень цільової аудиторії щодо

явища лідерства та лідерських якостей, вплив гендерного аспекту на дані явища та фактори змін поведінки в робочій сфері.

Через карантинні умови, викликані пандемією Covid-19, усі ФГД були поведені онлайн за допомогою сервісу Microsoft Teams, так як це найзручніший варіант, бо всі респонденти являються студентами НаУКМА, через що мають власний обліковий запис. Фактор «включеної камери» залишився на розсуд респондентів, це не було обов'язковою вимогою, але майже всі респонденти вмикали свої веб-камери протягом фокус-групової дискусії.

Аналіз дослідження уявлень щодо гендерних особливостей лідерських якостей студентства НаУКМА проводився методом якісного контент-аналізу. Результати фокус-групових досліджень поділені за тематиками, обговорюваними у процесі збирання емпіричних даних. Імена респондентів були змінені на номер, який вказаний у дужках після наведення цитат. Студенти мали змогу висловити свої думки у тій формі, яку вони вважали прийнятною. Це є поясненням до включення в аналіз результатів ненормативної лексики. Для підтримання цензури у кваліфікаційній роботі було вказана перша і остання буква нецензурного слова та крапки замість інших букв.

Гайд для проведення фокус-групи умовно поділявся на 4 блоки. Перший блок присвячено знайомству та демографічним питанням про респондентів. Другий блок присвячено концептуалізації «лідерства» та чинникам успішного працевлаштування та лідерства в робочій сфері. Третій блок базувався на визначенні основних чинників поведінки працевлаштованих студентів НаУКМА та виокремленні паттернів, за якими проявляються лідерські якості. Останній блок зосереджений на маскулінних-фемінних рисах/маскулінній-фемінній поведінці працевлаштованих студентів.

Таблиця з інформацією про респондентів розміщена в Додатку А. Ряд питань, що задавались респондент(к)ам розміщені у Додатку Б (для респондентів-чоловіків та респонденток-жінок запитання були однаковими). Транскрипт однієї фокус-групи розміщений у Додатку В.

2.2 Результати дослідження гендерних особливостей лідерства студентства НаУКМА

Опис результатів дослідження поділено відповідно до блоків фокус групової дискусії. Результати включають в себе з'ясування розуміння респондентами різної статі основних характеристик лідерства, уявлення стосовно лідерської моделі поведінки, особливості маскулінних та фемінних стратегій поведінки, а також конструювання респондентами моделі поведінки на робочому місці.

2.2.1 Концептуалізація поняття «лідерство»

Учасниці фокус-групи приблизно однаково концептуалізували поняття лідерство, основними характеристикам якого стали «успіх», «комунікація» та «вміння взяти на себе відповідальність за інших».

«...Це поєднання лідерських якостей в людині, тобто коли успішна людина є відповідальною та веде за собою інших». (Респондентка 3)

«...Це організація розуму у сенсі можливості знайти компроміс, виразити загальну думку від певної кількості людей і можливість "менеджити" соціальні стосунки у будь яких розмірах». (Респондентка 7)

Перелічені якості також не можуть бути однозначно категоризовані на маскулінні, або фемінні, тому що «цілеспрямованість», «сила» та «відповідальність» відносяться до маскулінних рис, а «комунікативність» та «flexibility» є фемінними рисами. Хоча одна респондентка зауважила, що

«Найбільше, власне, лідерство асоціюється з якою не якою, але владою, відповідальністю та професіоналізмом», (Респондентка 5), дані три риси дуже тісно корелюються з характеристикою маскулінних рис за І.Коном, яка була наведена у 1 розділі.

Щодо чоловіків, то їхнє розуміння майже не відрізнялося від жіночих, але при цьому частина респондентів зважувала на те, що процес керування підлеглими має включати в себе 1) повну обізнаність у своїх сфері = компетентність; 2) вміння делегувати свої обов'язки; 3) прояв певних рис не постійно, а тоді, коли це є потрібним:

«Поняття лідерства асоціюється, скоріше, як комплекс здібностей, які в сумі дозволяють ефективно керувати людьми. Тобто для мене лідер - людина, яка а) хороший оратор; б) хороший менеджер; в) відмінний психолог; г) напевно, найважливіше: виключно шарить в абсолютно всіх процесах, якими керує. При чому шарить настільки добре, що спокійно може виконувати функції будь-якого підопічного». (Респондент 3)

«Уміння направляти, а не управляти для досягнення цілей, мотивація, делегація обов'язків». (Респондент 6)

«Відповідальність, соціальна підтримка, але не все життя, а коли це необхідно». (Респондент 10)

Говорячи про основні лідерські риси, то респонденти називали «хладнокровність», «наявність внутрішнього стержню», «вміння координувати та делегувати» та «наявність харизми». Перші дві риси ми можемо віднести до критерія «неемоційності», який не стосується лідерських якостей у раніше поданій теоретичній класифікації, але входить до переліку маскулінних рис за І. Коном. Також, респонденти вказували на важливість наявності у лідера гарних ораторських навичок та вміння «бути відомим, щоб тебе знали», що відноситься до лідерських рис «красномовство» та «популярність» відповідно, у класифікації Р. Стогділа.

Таким чином, можна простежити, що для жіночої аудиторії риси професіоналізму, відповідальності та вміння «вести за собою колектив» є стабільними та постійними, а в чоловічому сприйнятті (переважно), за допомогою певних особистісних характеристик, позицію лідерства пострібно заслужити, а в подальшому проявляти потрібні вміння задля координації процесів, в тих випадках, коли це є потрібним.

Також, в контексті лідерських якостей, респондентки відзначали вміння знаходити компроміси, а от респонденти - здатність вирішувати проблеми, шляхом раціонального мислення та професіоналізму, що корелюється із критеріями стилю управління в порівнянні фемінного та маскулінного підходів за Г. Гофстеде. У жінок підхід є суто фемінним за критеріями «інтуїції та консенсусу», а

у чоловіків цілком маскулінний, виходячи з показників «вирішальності та агресивності».

Думка респонденток щодо природи явища «лідерство» розділилася, менша частка респонденток вважали, що лідерські якості вроджені (ця теза була висунута першою в обидвох фокус-групах),

«Інколи люди народжуються вже з ознаками справжнього лідера, що надалі все більше проявляється. Але і набути цього можна, як на мене. Якщо людина впевнена в собі і вважає, що може бути лідером, але не має досвіду, то цього можна навчитись, не всім, звісно, але можна.»(Респондентка 10). Більш менш однозначною була позиція і щодо того, яким чином можна набути лідерські якості: *«В дитинстві разом з оточенням і вихованням»* (Респондентка 9);

«Може стати набутою, якщо більший вплив на тебе справляє оточення». (Респондентка 6), що підтверджує психоаналітичну теорію щодо формування лідерських якостей. Особлива увага приділялася моменту дитинства, особливо момент соціалізації та першого контакту з однолітками у дитячому садку та/або школі: *«Людина за фактом з народження не особливо це і розуміє. Тобто, в дитинстві, в школі, розуміла, що якщо я буду діяти за цією моделлю поведінки, то я буду отримувати більше плюс. Це випрацьовується методом спроб і помилок, коли ти розумієш, що в даній ситуації інша модель поведінки просто не працює.»*(Респондентка 11)

Щодо чоловічої аудиторії, то переважна більшість схилилася до того, що лідерство не може бути вродженою ознакою, але при цьому майже всі уточнили, що психологічно в людини мають бути до цього схильності:

«Як на мене, лідерство можна вважати композитної штукою. Тобто, є речі, які людина отримує від народження, а є ті, які можна освоїти. Ясна річ, людина без задатків може бути нормальним лідером, але якщо ми говоримо про першокласного лідера, то тут швидше за все повинні бути вроджені задатки + повинна бути проведена величезна робота над собою.»(Респондент 8)

«Суперечливо. З одного боку будь-який скіл можна розвинути, але впливають інтровертні-екстравертні моменти, інтроверта складно уявити лідером, у людини повинен бути стержень, це або є, або немає».(Респондент 3)

У жіночої частини аудиторії акцент стосовно природи формування лідерських якостей припадав на зовнішні фактори як навколишнє середовище, виховання, тощо. Чоловіки, в свою чергу зосереджували увагу на внутрішніх рисах, тобто наявність власного досвіду робочих взаємин, внутрішній стержень, екстраверсійні-інтроверсійні критерії категоризації виміру особистісних рис. Це можна пов'язати з відмінністю гендерної соціалізації індивідів, так як у теоретичній частині зазначалося, що у дитячих соціальних групах хлопці діють проактивно, а дівчата реактивно. Дана поведінка зберігається і до студентських років, адже дівчата підлаштовуються під навколишнє середовище, а чоловіки вважають, що якщо лідерство стає за мету, то потрібно діяти в самостійно заданому напрямі.

2.2.2 Конструювання поведінки працевлаштованого студентства НАУКМА

Кажучи про чинники, які моделюють поведінку респонденток під час робочого процесу, то найбільш уживаними були «величезна робота над собою», «цілеспрямованість» та багато респонденток використовували термін «жіноча хитрість».

Всі респондентки вважають, що модель поведінки потрібно обирати в залежності від сфери, чого ти хочеш досягти *«при першій зустрічі треба показати лідерські якості»*, *«інакше сядуть на шию»*, але *«якщо не хочеш – не потрібно»*, а також від колективу та гендерного аспекту керівництва. На це учасниці ФГД зробити основний нахил. Якщо керівник чоловік, то до жінок може виникати певне упереджене ставлення:

«Якщо ти в колективі, де одні чоловіки і ти одна жінка, треба мати більш жорсткий характер, до тебе будуть ставитися «Ой ти моя цукерка, тримай

чашечку кави, йди відпочинь» замість того, щоб сказати «Йди і зроби». Ось в колективі жінок, якщо жінка на чолі, то вона вимагатиме по максимуму. «Я змогла і ти зможеш»» (Респондентка 1), що є демонстрацією сприйняття дівчини як токена «іграшка-талісман» за Р. Кентер.

«Потрібно ніби заслужити право демонструвати характер та жорсткість, тому що якщо керівники чоловіки, то як би ти не проявляла серйозність, то вони будуть з певним сміхом це сприймати» (Респондентка 5). Як можна побачити, сприйняття дівчат чоловічим колективом відбувається в рамках концепції «Інформаційної обробки людини» Д. Гамільтона та «теорії схеми» С. Тейлора та Дж. Крокера, коли людина сприймається стигматизовано, виходячи з її «загальноприйнятої» ролі через статус жінки, що також корелюється і з імпліцитними теоріями гендерних відмінностей.

«Особливо, коли працюєш в чоловічому оточенні, то вони, на жаль, жіночу модель поведінки не дуже сприймають і доводиться підлаштовуватися під чоловічу модель поведінки і як би говорити: «Ми з тобою однієї крові: ти і я»». (Респондентка 12). В даному випадку респондентка продемонструвала прояв ігнаціяції, тобто тобто здатність досягати симпатії оточуючих способом біхевіористина модель обміну Г. Граєна «лідер-послідовник», переймаючи модель поведінки керівника (в даному випадку - чоловіка).

Дві респондентки ж, навпаки, наголосили на тому, що при керівниках чоловіках, вони притримуються дуже жіночної моделі поведінки, використовуючи «прийоми» жіночої хитрості та «паданя на дуру».

*«Я вважаю, що коли тобі треба їх показати, то ти робиш. Коли не треба, то падаєш на дурочку, щоб потім не з ***** і (дістали). Жіноча хитрість».* (Респондентка 7).

«Коли ти знаходишся в чоловічому колективі та проявляєш маскулінну поведінку, то тоді від тебе вимагають більший обсяг роботи, якісніше виконання, і, звісно, я з цим не згодна... Завжди коли можна «касіть» під тупу бабу - я буду до останнього вздоху «касіть» під тупу бабу. Я навіть намагаюсь касіть під

тупу бабу, тоді коли хтось здогадався, що я не тупа баба. Але я трохи ще надію маю» (Респондентка 9). Як можна помітити, то студентки, які притримуються такої форми поведінки, жодним разом не мають на меті досягти якихось здобутків на роботі, тому що вони пояснюють це тим, що хочуть облегшити собі роботу, не стикнутися з перевантаженістю і тд.

Схожий із жіночою аудиторією погляд чоловіки-респонденти мали стосовно того, що поведінка конструюється в залежності від сфери, в якій ти працюєш. Таким чином, ті респонденти, які працюють у більш крупних корпораціях або ж на проєктах, де робота працівників пов'язана з результатами всіх колег, то важливими рисами були «робота в команді», «активна участь у всіх процесах», «комунікабельність», «оперативність». Якщо ж результат роботи респондента не впливає на загальну ефективність робочого колективу, то ті респонденти вважали своїми найяскравіше вираженими рисами «креативність», «навчання на власних помилках» та «нонконформізм». Але при цьому, незважаючи на відміни вищезазначених рис, цілю респондентів у обраній поведінці є «набуття професіоналізму», «уважність до деталей» та «ідеальне завершення свого завдання».

«Team work, самому дуже важко, важливо з людьми мати синергію, працювати в команді, професіоналізм, перфекціонізм, вміння доводити справу до кінця, якщо я за щось взявся, то буду намагатися і намагатися». (Респондент 1)

«Зосередженість, пріоретизація, активність, участь у всіх процесах, оперативність». (Респондент 7)

«Мені складно якось судити про риси, які я проявляю під час роботи, про це краще запитати у людей, які бачили це з боку. Але точно можу сказати, що до виконання я підходжу суто з прагматичним підходом і не особливо люблю слухати інших людей. Я краще помилюся багато разів, але зроблю це сам. Як на мене, такий підхід до виконання завдань конкретно для мене самого найкращий, бо він дає можливість отримати досвід і повчитися на своїх помилках.» (Респондент 12)

«Для мене дуже важлива у власному підході креативність, ініціативність, нонконформізм, натхненність і увагу до деталей». (Респондент 2)

При порівняльному контент-аналізі обраної поведінки, простежується чіткий розподіл фемінності-маскулінності на робочому місці за Г. Гофстеде за критерієм шляха гуманізації роботи, тобто адаптації індивідом до певної сторони робочого процесу задля створення найбільш прийнятних для себе умов. Для жінок це «контакт та кооперація», що у відповідях респонденток зумовлювалося вибором певної форми взаємодії з колегами або керівництвом таким чином, що це є «зручним» та настільки енергозатратним, наскільки є потрібним в певний момент часу. Щодо чоловіків, то їхнім критерієм є «збільшення об'єму роботи» і на мою думку, це проявляється як і в індивідуальному порядку, так як ініціативність та вчення на власних помилках задіює більшу кількість ресурсів, таких як час, об'єм продіяної роботи, підготовка та висновки і так далі. А також командна робота також відноситься до даного критерію, адже залучення до всіх процесів та кооперація з колегами теж збільшує обсяг роботи, яку індивіду потрібно виконати.

Щодо спільних характеристик, то у відповідях респондентів обох статей можна виокремити маскулінну (за І. Коном) рису винахідливості, яка своєю чергу тотожна з лідерською (за К. Бердом) рисою оригінальності. І хоча прояви оригінальної поведінки у респондентів жінок та чоловіків відрізняються, факт лідерської поведінки зберігається.

2.2.3 Паттерни поведінки, за якими проявляються лідерські якості

В даному блоці респондентки відповідали, виходячи зі свого досвіду співбесід та, власне, самої роботи. Більшість з респонденток погодилися з думкою, що найголовнішими факторами є *«це знання та професійні навички людини, а також вміння вдало презентувати їх роботодавцю» (Респондентка 2)*, а також ініціативність та бажання досягати успіху, *«якщо є лідерські якості, то ти будеш прагнути до чогось вищого, і якщо ти лідер, братимуть на більш високо-*

оплачувані посади і легше буде влаштуватися в нормальну компанію» (Респондентка І). Декілька учасниць ФГД також зауважили, що професійність при першому робочому досвіді не так сильно впливає на успіх, як демонстрування того, що ти готова навчатися та дуже впевнена поведінка: *«Це залежить від того, як ти заходиш в кімнату, як ти сидиш, як ти відповідаєш. Суть в тому, що це не завжди, що ти відповідаєш, найчастіше це саме, як ти відповідаєш.» (Респондентка ІІ)*

Щодо рис, то найчастіше повторювалось наступне: *«рішучість, наполегливість», «комунікабельність», «показуючи повністю свою впевненість, свою домінантність, ініціативність у розвитку», «жінка має бути сильною і терплячою», «агресивність, різкість, тому що з твоєю думкою можуть вважатися, але поки ти не накричиш - тебе не почують».* Жирним шрифтом я виділила ті риси, які входять до переліку маскулінних за І. Коном, але при цьому всі інші названі риси також взаємопов'язані з тими рисами, або ж входять у їхнє означення. З цього можна побачити, що так як через те, що окрім упередженого ставлення щодо статевої приналежності, ще можуть виникати деякі моменти несерйозного сприйняття через юний вік, у респонденток характеристика лідерської поведінки задля досягнення успішності є абсолютно маскулінізованою, щоб бути почутими.

В попередніх блоках було зазначено, що жінки діють реактивно, а чоловіки проактивно. В аналізі даного блоку ця теза також підтверджується, так як респондентки зважували на вміння показати свої навички та знання роботодавцю, підлаштовуючись під ситуацію, хід думок та поведінку людей, які проводять інтерв'ю. Говорячи про проходження співбесіди, у респондентів простежувалася проактивна поведінка, так як майже всі респонденти вказали, що готуватися потрібно завчасно, враховуючі такі фактори як:

«1. Вивчити, куди ти влаштовуєшся, розуміти, чим займається компанія, яких людей вони шукають;

2. Подивитися на вимоги до позиції і зрозуміти, чим ти можеш бути корисним в даній ситуації». (Респондент б)

Стосовно схожих із жіночою аудиторією рис, то це *«показати, що ти хочеш працювати», «вміння продати себе», «пунктуальність», «вміння швидко, коротко, злагоджено і раціонально відповісти на питання, вміння вести діалог, питати, що цікавить», «впевненість»*. Тобто незалежно від статевої приналежності, респондент(к)и фокусуються на таких особистісних рисах як конкурентність/індивідуалізм, активність/енергійність, заповзятість/наполегливість, що у теоретичній порівняльній таблиці 1.3 були виокремлені як тотожні маскуліні та лідерські риси, за І. Коном та К. Бердом відповідно.

Переходячи до аналізу уявлень щодо поведінки в якій проявляються лідерські якості на робочому місці, то респондентами було зазначене наступне:

«Працьовитість: без страху і нелюбові до праці; адаптивність, інтелект». (Респондент 14)

«Віддаватися своїй справі повністю, приділяти час і увагу, прагнути вперед, розвиватися, не залишатися в зоні комфорту» . (Респондент 2)

«Зацікавленість, треба заглиблюватися в тему широко, вивчати нову інформацію, прислухатися до порад, бути більш соціально активним». (Респондент 10)

«Знати свій напрямок роботи, де і чому хочеш працювати, бути нормальним та відкритим для спілкування, знати свою справу, вміти працювати в команді». (Респондент 1)

«Мені здається, запорука успіху - робота над собою. Приклавши зусиль до свого розвитку, ти в будь-якому випадку досягнеш яких-то результатів. І ці результати, як на мене, прямо пропорційні до докладеним зусиллям». (Респондент 4)

Не можна однозначно стверджувати, що в даному контексті уявлення про успішну (лідерську) поведінку у судженнях респондентів є абсолютно маскулініними, так як до маскулініних рис ми можемо віднести ті, що підпадають під категорії «інтелектуальності», «активності» та «заповзятості». А от аспекти, які пов'язані з соціальними та комунікативними вміннями, такі як «кооперація» та «робота в команді», відносяться до типових фемінних рис, таким чином

респонденти конструювали лідерську поведінку андрогінно, що за С. Бем є «балансом між фемінністю та маскуліністю». Також зазначалося, що прихильниками теорій андрогінності вважається, що дані індивіди є більш розвинутими, продуктивними та адаптивними, що якраз корелюється з лідерськими якостями та показує, що зазначена респондентами поведінка справді спрямована на досягання успіху.

2.2.4 Маскулінно-фемінні паттерни поведінки працевлаштованного студентства НаУКМА

З попередніх блоків обговорення теми лідерства видно, що модель поведінки більшості учасниць ФГД, а також уявлення щодо прояву лідерських якостей і так конструюються в рамках «маскулінного шляху». Щодо змін поведінки, то так як у першому блоці запитань респондентки зауважили, що лідерські якості є або вродженою якістю, або набутою під час соціалізації, їхня думка стосовно деформації моделі поведінки під час робочого процесу була дотична до першого запитання. Усі висловили думку, щодо того, що єдина зміна у характері – це більша впевненість у собі та «наглішання» в плані відстоювання власної думки та позиціонування себе на одному рівні з колегами.

«Коли ти починаєш проявляти характер, то люди розуміють, що сісти на голову тобі не так легко і починають акуратніше і більш шанобливо до тебе ставитися». (Респондентка 4),

«Якщо на початку кар'єри маєш справу з людьми, які старші за тебе, то це дуже важко, але в той же час це стимулює тебе більше проявляти характер та аналізувати свою поведінку». (Респондентка 6),

«З досвідом все риси стають більш впевненими». (Респондентка 2). Це також можна віднести до маскулічних рис, тобто дійсно з досвідом впевненість, проломність та твердість сильніше укоріняються у дівочій моделі поведінки. Деформація фемінних рис згадана не була.

Також було зазначено, що маскулічні риси значним чином вплинули саме на вибір їх на посаду серед інших кандидатів: *«при працевлаштування моїй ро-*

ботодавчині сподобалась моя рішучість та впевненість в собі, що посприяло тому, що саме мене взяли на роботу» (Респондентка 4),

«Мій керівник побачив в мені силу на стійкість. Побачив, що я можу все сама і що далеко зайду. Тому, певно, це і переконало його остаточно взяти мене на роботу.» (Респондентка 7),

«Я завжди дотримуюся маскулінної моделі поведінки, тому що мене брали за неї на роботу і роботодавці-чоловіки, і жінки. Чоловікам в ній подобається те, що це схоже на них, а жінки, бо розуміють, що можуть бути впевненими в тобі і їм можна розслабитися» (Респондентка 11). Це підкреслює той факт, що маскулінні риси здаються більш «надійними» для працедавців, через що їхній передік дуже дотичний (майже ідентичний) до лідерських якостей, як було зазначено в теоретичному розділі.

Свою відповідь чоловіки-респонденти почали з того, що може повпливати на зміну початково заданої поведінку у маскулінно-фемінному руслі:

«Організаційна культура, тобто цінності і культура компанії, попередній досвід, особисті якості людини і його мотивація». (Респондент 6)

«Виходячи зі своїх спостережень, для хлопців мотивацією до зміни можуть стати гроші, а для дівчат мотивація - це отримання задоволення». (Респондент 3)

«Жінки дуже прив'язані до свого відділу, тому, звичайно, впливає соціум; в деяких випадках, наприклад в роботі в ІТ-сфері, у них немає певного інтересу до розуміння, як працює структура, тому вони можуть ставати більш зосередженими на фінансах і своїх манерах у чоловіків основне бажання - вирішувати величезну кількість проблем, зацікавленість і з часом вони не так зосереджені на грошах». (Респондент 5)

«Для двох статей впливає вік, соціальний стан, світогляд і психологічний стан. Мені здається, що на жінок також дуже впливають соціальні гендерні стереотипи і рівень домагань». (Респондент 13)

Деякі респондентів у своїх відповідях зазначили фокус мотивації на гроші або зацікавленість. Повертаючись до категоризації Г. Гофстеде, за кри-

терієм «переваги», було вказано, що фемінно це «перевага часу над грошима», а маскулінно «грошей над часом». У респондентів не було однозначної думки стосовно грошової мотиваційної складової, тому не можна сказати, що цей аспект представлено маскулінно або фемінно, поветаючись до андрогінної тези з попереднього блоку.

Щодо висловлювань стосовно таких факторів як сфера зайнятості, вплив колективу та цінності організаційної культури, то тут можна повернутися до першого блоку, у якому лідерство сприймалося як набута риса. Окрім того, на початку ФГД дані тези висловлювали респондентки-жінки, а респонденти-чоловіки фокусувалися більше на індивідуальних рисах, через що можна помітити, що на початку чоловіки діють інстинктивно (спираючись на індивідуальний аспект), а з часом переходять до емпіричних висновків, набутих з досвідом (враховуючи колективний фактор).

Наступним кейсом, буде розгляд того, якої поведінки в рамках «маскулінності-фемінності» притримуються респонденти і як та на що впливають обрані паттерни поведінки.

«Я вважаю свою поведінку гендерфлюїдною, можливо, більше маскулінною, так як вона мені гендерно близька, але трапляються і фемінні епізоди».
(Респондент 11)

«Фемінні риси допомогли пройти успішно співбесіду, тут я включаю поняття емпатії та комунікабельність. Але на моїй першій роботі, так як це було в провінційному місті, більше впливали маскулінні риси, так як фемінні було страшно проявляти. Зараз же я працюю консультуючим психологом, тому фемінні допомагають мені розташувати клієнта до себе і налаштувати на розмову». (Респондент 2)

«Мені здається, що я використовую маскулінні риси більше для себе, а фемінні для інших».(Респондент 6)

«Використовую фемінні риси в спілкуванні з жінками, а маскулінні з чоловіками, щоб знаходити контакти з потрібною сполучною галуззю, а також

знаходити певні спільні інтереси, щоб це допомогло в кар'єрному зростанні».
(Респондент 7)

«Мені здається, що фемінні можуть більше допомагати дівчатам. Наприклад, студентка на роботі через брак досвіду зробила помилку. Вона може трохи "включити дурочку", якщо в колективі більше чоловіків, вони можуть закрити очі на інцидент». (Респондент 1) Про цей момент у поведінці раніше також згадували деякі респондентки, але, підсумовуючи, було зроблено висновок, що дана модель поведінки не корелюється з лідерською стратегією.

«Мені маскулінні дуже допомагають. Можливість послати когось і бути впевненим в собі при цьому дуже виручає. Також дико виручає байдужість, щоб зберегти нерви». (Респондент 13)

*«У мене 60% фемінна, 40% маскулінна поведінка, так як в моїй професії (маркетолог) важлива комунікація, так як я спостерігаю за іншими хлопцями і розумію, що їм складніше вибудувати розмову, донести думку, адже більшість фокусується на *hard skills*. З маскулінних у мене прямолінійність і швидке прийняття рішень».* (Респондент 9)

Виходячи з відповідей респондентів, конструювання маскулінно-фемінної поведінки залежить від двох аспектів. По-перше, як вже зазначалося респондентками-жінками раніше, вибір певної поведінки залежить від мети, яку індивід собі ставить. Якщо мета - це налагодження комунікації, то респонденти використовують більш фемінні риси, або ті, що є гендерними особливостями статі людини, з якою спілкуєшся. Але якщо в даній комунікації метою є прояв себе, демонстрація професіоналізму, тощо, то модель змінюється на маскулінну, проявляючи впевнені, наполегливі, іноді навіть агресивні риси.

По-друге, прояв певних рис залежить від типу роботи, а точніше спираючись на класифікацію професії за предметом праці (людина-людина, людина-техніка, людина-художній образ, людина-природа, людина-знак). До фокус-групових дискусій були залучені респонденти, які працевлаштовані у професіях «людина-людина», «людина-техніка» та «людина-знак», у респонденток також були наявні професії «людина-художній образ». Виходячи з цього, можна сказа-

ти, що за профілем «людина-людина» (а також «людина-художній образ») проявляються більше фемінні риси, так як вони направлені на емоційність, контакт з людьми, емпатичність або креативність (за Коpecь). Що ж стосовно професій «людина-знак» та «людина-техніка», то в даному випадку основними рисами поведінки є «винахідливість», «заповзятість», «незалежність» та «емоційна холодність» (теж за Коpecь), що й спричиняє маскулінну поведінку.

Отже, в ході фокус-групової дискусії, уявлення студенток НаУКМА стосовно формування лідерської поведінки у робочій сфері та конструювання образу жінки-лідера, були визначені вільно від гендерних стереотипів, так як респондентки притримуються більше маскулінної, аніж фемінної поведінки. При цьому респондентки зауважували на те, що більша дискримінація в робочій сфері проявляється в контексті сексизму, а не ейджизму, не зважаючи на відсутність ґрунтового трудового досвіду респонденток. Названі риси лідерства були схожими або подібними до тих, що надані у теоретичному розділі (за дослідженнями Берда та Мегенетті), а ситуації, з якими заштовхувалися респондентки та вибір моделі поведінки демонструють деякі з концепцій гендерної психології лідерства.

Щодо студентів, то з їхнього боку не було згадано жодних проявів сексизму як стосовно чоловіків, так і жінок. Обґрунтувати дане судження можна тим, що респонденти зауважували на усталену в їхніх компаніях організаційну культуру, яка попереджує прояви дискримінації та транслює принципи толерантності, або ж в інших компаніях відділи гендерно розділені (наприклад, у HR-відділі працюють переважно жінки, а в IT-відділі - чоловіки), що з одного боку виключає можливість дискримінації колег за гендерною приналежністю, а з іншого відображає наслідок гендеризованості освіти та наявності прихованого навчального плану в освітніх інституціях. Також це проявлялося в тезі одного респондента: *«...когда я работал грузчиком, то боялся проявлять свои определенные феминные черты, так как мне было страшно это делать в таксично маскулинной среде»*, тобто це означає, що стереотипний розподіл професій за статево-гендерною ознакою накладає певні обмеження в прояві маскулінно-фемінної по-

ведінки індивідів. В свою чергу, респонденти, які орієнтовані на успіх зазначали з своїй поведінці більше фемінних рис, ніж респондентки. За думкою респондентів, маскулінні риси спрямовані більше на внутрішній аспект, а фемінні - на комунікацію з людьми, що також підтверджується ранішезгаданою тезою про різницю підходів в залежності від класифікації професії за предметом праці. Респонденти також не називали жодних стереотипних ситуацій під час робочого процесу, окрім «косіння під дурочку», але це не є лідерською стратегією. Через що уявлення стосовно лідерської поведінки у представників різного гендеру відрізняються тим, що респондентки переважно вважають, що досягти лідерської позиції можливо залучаючи до моделі поведінки типово маскулінні риси, аби бути сприйнятими. В свою чергу, респонденти були більш схильними до комбінування фемінних та маскулінних рис під час конструювання лідерської поведінки.

Уявний образ лідера та набір лідерських характеристик у респондентів також відповідав рисам, що були неведені у теоретичному розділі. Різниця у підходах заключалася у конструюванні першопочаткової поведінки, зважаючи на індивідуальні та зовнішні чинники, які були проявами проактивної та реактивної поведінки у респондентів-чоловіків та респондентів-жінок відповідно. З досвідом, респонденти почали зважувати також на колективний аспект, враховуючи зовнішні чинники, а респондентки почали діяти, в залежності від поставленої мети, враховуючи індивідуальний фактор, що обґрунтовує тезу, стосовно андрогінізації сучасного покоління.

З цього простежується, що у формуванні лідерських якостей присутній гендерний аспект. Так як першопочаткове конструювання поведінки базується на паттернах, які були стереотипно закладені під час гендерної соціалізації. В подальшому, поведінка індивідів змінюється на більш андрогінну, а вплив гендерного аспекту на поведінку залишається в залежності від мети, якої хочуть досягти індивіди (вибудувати комунікацію - фемінна поведінка, прояв своєї активності - маскулінна поведінка, тощо.)

ВИСНОВКИ

Формування статево-рольових стереотипів - це невід'ємна частина процесу соціалізації та встановлення розмежування соціальних ролей. Через те, це явище є змінним, яке залежить від ходу розвитку суспільства та культури, воно стало їхньою частиною. Статево-рольові стереотипи характеризуються упередженим, стійким ставленням до жіночих та чоловічих ролей. Тобто приналежність до однієї з біологічних статей вважається приналежністю до конкретної соціальної групи, що має свої чіткі обов'язки та очікування. Фокус гендерно-рольових стереотипів спрямований на диференціацію жінок та чоловіків, в основному, у рольових значеннях, без можливості входження в протилежну соціальну групу. На базі такого різкого докорінного розмежування статевої ролей створюються хибні, але стійкі стереотипи. Стереотипні вимоги та очікування від представників різної статі називаються «фемінністю» та «маскулінністю». До типово маскулінних рис належать активність, сила, впевненість, домінантність, емоційна холодність, індивідуалізм, самовпевненість, раціональність тощо. До типово фемінних рис відносяться м'якість, слабкість, пасивність, залежність, конформність, емоційність, емпатичність.

Сучасними дослідниками гендерної ідентичності сформовано концепцію про те, що у представника однієї статі може бути присутній мікс фемінних та маскулінних рис, тому жінки також можуть бути маскулінними, а чоловіки - фемінними, або ж збегірати баланс, що називається явищем андрогінії. На формування самоідентичності в індивідів та набуття певних рис, під час гендерної соціалізації, впливають такі фактори як приналежність до однієї зі статевої груп, інституції школи та університету, а також засоби масової інформації та засоби масової культури.

Через те, що стереотипи невід'ємні від соціального аспекту життя, то, звісно, економічна сфера до цього теж причетна, особливо кар'єрна драбина та лідерство на роботі, через що з'явилася гендерна соціологія та психологія лідерства, підходи до вивчення якої за Т. Бендас можна умовно поділити на наступні

групи: традиційні теоретичні парадигми, теорії гендерних відмінностей, класичні концепції, гендерні теорії лідерства, а також концепції, які не мають під собою ґрунтовної теоретичної основи, а базуються на причинах гендерної диспропорції в сфері лідерства через статеву дискримінацію. Більшість з них також ґрунтується на певних очікуваннях, які свідомо або не свідомо існують у нашому сприйнятті реальності.

Виходячи з результатів фокус-групових досліджень, не можна стверджувати, що вибір моделі поведінки студентства НаУКМА залежить виключно від гендерно-статевої приналежності або гендерної соціалізації індивідів. В ході фокус-групової дискусії студентством було зазначено, що гендерний аспект впливає на те, якого результату хочуть досягти респонденти. В тому випадку, якщо стратегія досягання успіху є проявом біхевіористичної моделі обміну Г. Граєна «лідер-послідовник», тобто виклик прояву симпатії від працедавця або ж просто лідеру робочої команди, то варто звертати увагу не тільки на прояв його лідерських якостей, а й на особистісні риси, які сформовані під час його (або її) гендерної соціалізації. Тобто використання фемінної моделі з жінками та маскулінної з чоловіками, в тому випадку, якщо ж задані індивіди проявляють відповідні фемінно-маскулінні риси. Дана схема працює і для налагодження контакту зі звичайними колегами або клієнтами, в тому випадку, якщо індивід хоче зарекомендувати себе як лідер або професіонал.

Випрацьована з досвідом модель поведінки респондентів являється більше андрогінною, тобто поєднує в собі фемінні та маскулінні риси водночас. По-перше, сприйняття та конструювання лідерської поведінки формується на індивідуально-колективних та зовнішніх-внутрішніх засадах. З набуттям професійного досвіду, студенти відходили від початкової маскулінної проактивної індивідуальної поведінки, враховуючи колективний аспект та комунікативний підхід до колег, що межує з фемінними рисами комунікабельності-емоційності-емпатичності. В свою чергу, студентки відходили від фемінної реактивної поведінки з фокусом на колектив, переймаючи більш рішучо-агресивний маскулінний стиль поведінки, для того, щоб бути сприйнятими в колективі як «пов-

ноцінні гравці». По-друге, поведінка формується також в залежності від класифікації професії за предметом праці. Таким чином, якщо робота пов'язана з вирішенням індивідуального завдання, то превалюють маскулінні риси незалежності-винахідивості, а під час колективних завдань, де необхідна комунікація, розуміння позиції іншого та зноходження компромісу, використовуються більше фемінні риси.

Студентки НаУКМА визначали, що для них різниця маскулінного та фемінного підходу на робочому місці є більш очевидною. Студенти майже не зазначали жодних особливостей або відмінностей у становлення жіночої та чоловічої кар'єри. Респонденти використовують як маскулінну, так і фемінну модель поведінки під час робочого процесу, в залежності від того, які завдання перед ними стоять. Єдина відмінність, яка була згадана, стосувалася аспекту мотивації в часово-грошовому розрізі або в контексті зацікавленості. В усіх інших випадках, комбінування піходів сприймалося як позитивне та необхідне явище. Респондентки звертали увагу на те, що за дотримання фемінної поведінки вони можуть бути сприйнятими однією з форм токенів за Р. Кентнер. Через що була сформована теза про те, що *«маскулінну поведінку варто проявляти з самого початку та не тільки словами, але й усім виглядом»*, бо це підвищує шанси того, що вас оберуть як кандидатку на посаду, а також зменшується ризик надалі зіштовхнутися зі стигматизованим сприйняттям у колективі та збільшується вірогідність бути на одному рівні з іншими та отримання можливості бути почутим серед колективу.

У ході фокус-групової дискусії з'ясувалося, що через гендерованість сфери освіти, та в подальшому гендероване сприйняття сфери праці, на індивідів накладаються умовні обмеження у формуванні моделі поведінки. Таким чином, якщо індивіди працюють у сфері, яка стереотипно являється маскулінною, то респондент(к)и вважають недоречним включати до своєї поведінки фемінні риси. Через стереотипний розподіл професій за гендером, респондентки відчують труднощі у формуванні професійної поведінки, так як прийняті колективом вимоги відрізняються від сформованих під час гендерної соціалізації уявлень стосовно соціальних гендерних ролей. Респонденти, які працюють у

типово маскулінних сферах не відчують дискомфорту у конструюванні та прояві лідерської поведінки на робочому місці, а респонденти, які працюють у типово жіночих сферах притримуються андрогінної поведінки, комбінуючи соціально сформовані маскулінні риси з, потрібними в робочих умовах, фемінними. Таким чином, дотримання конформної поведінки, в залежності від вимог колективу, відрізняється у респондентів чоловіків та жінок.

Отже, уявлення студентства НаУКМА стосовно гендерних особливостей лідерства частково відрізняються у представників різного гендеру. Студентки однаково трактують явище лідерства, включаючи до його характеристик фемінні та маскулінні риси, так як явище лідерства під час виховання нав'язувалося, як маскулінне. Щодо конструювання лідерської поведінки, то респондентки зазначали, що іноді стикалися з проявами сексизму на робочому місці, через що більше схильні до маскулінної поведінки, аби бути сприйнятими, як рівні. В свою чергу, студенти схиляються до думки, що індивід спочатку буде притримуватися тієї поведінки, яка являється для нього гендерно близькою, а в подальшому відбувається залучення інших рис, в залежності від зовнішніх факторів специфіки роботи та колективу. В цілому, ставлення до формування професійної лідерської поведінки та її прояву у представників обох гендерів, переважно є андрогінним, окрім випадків, коли індивід знаходиться в умовах гендерно-стереотипізованої сфери з гомогенним складом колег. Тому, формування уявлень студентства НаУКМА щодо гендерних особливостей лідерських якостей є дуалістичним, так як водночас його конструюють та в подальшому транслують індивідами цінності, які були закладені під впливом гендерованості освіти та праці, організаційної культури компанії, тощо, враховуючи фактори самоідентифікації та мети респондентів.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

- Бендас Т. В. (2009) *Психологія лідерства: навч. посібник*. СПб.: Питер
- Белановський С. (2001). *Метод фокус-груп*. Никколо-Медиа. Москва
- Бендас Т.В. (2005) *Гендерная психология*. СПб.: Питер
- Берн, Ш. (2002) *Гендерная психология*. СПб.: Прайм
- Богдан О. В. (2015). *Що варто знати про соціологію та соціальні дослідження? Посібник-довідник для громадських активістів та всіх зацікавлених*, Режим доступу: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7700/Bogdan_SocResearch.pdf
- Горностаєв П. П. (2003) *Гендерні студії: освітні перспективи (навч.-метод. матеріали)*. - Київ: ПЦ «Фоліант»
- Григор'єва, Н. Н. (2006) *Гендерные особенности проявления лидерства у студентов: автореф. дис. ... канд. псих. наук: 19.00.01; 19.00.05*. Москва: гуман. ун-т
- Дев'ятко І.Ф. (1998). *Методы социологического исследования*. – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та
- Занковський, А. Н. (2002) *Организационная психология: учеб. пособие*. Москва: Флінта
- Ільїн Е. П. (2003) *Дифференціальна психофізіологія чоловіків і жінок*. СПб.: Питер
- Кімел М. (2003) *Гендероване суспільство* [Переклад з англ. С. Альошкіна]. – Київ: Сфера
- Ковалев Е.Ж. (1999) *Качественные методы в полевых социологических исследованиях*. Москва: Логос
- Кон І. (2008) *Гегемонная маскулинность как фактор мужского (не)здоровья // Социология: теория, методы, маркетинг*. Научно-теоретический журнал.
- Копець Л.В. (2007) *Психологія особистості: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.*- Київ.: Вид. дім "Києво-Могилянська академія"
- Крысько, В. Г. (2001) *Социальная психология: Словарь-справочник*. СПб.: Питер
- Кудряшова Е.В. (1996) *Лидер и лидерство: исследования лидерства в современ*

ной западной общественно-политической мысли. Архангельск: Издательство ПМПУ

- Куприянов Б. В., Дынина С. А. (2001) *Современные подходы к определению сущности категории «педагогические условия».* Вестник Костромского гос. университета им. Н. А. Некрасова. No 2
- Маслоу А. (2004). *Мотивация и личность* / пер. А. М. Татлыбаевой ; терминолог. правка В. Данченка. — Киев : PSYLIB
- Менегетти, А. (2004). *Психология лидера.* Москва: Онтопсихология
- Орел В.Е., Сенин И.Е. (2008) *Опыт адаптации зарубежного опросника: организационный и содержательный аспект.* Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Психология, 2008. No33
- Сельченко К. В. (2004). *Психология лидерства: Хрестоматия.* Минск: Харвест
- Трубина Е.Г. (2005) *Рассказанное Я: Проблема персональной идентичности в философии современности.* Екатеринбург
- Aronson, E. (1992). *The social animal* (6th edition). San Francisco, CA: Freeman.
- Bem, S. L. (1981). *Gender schema theory: A cognitive account of sex typing.* Psychological Review
- Bem, Sandra L. (1974) *The measurement of psychological androgyny.* Journal of Consulting and Clinical Psychology
- Connell R. W. (1987). *Gender and Power: Society, the Person and Sexual Politics.* Cambridge: Polity Press
- Halberstam J. (1998). "Female Masculinity". Duke University Press
- Hofstede G., Hofstede G., Minkov M. (1980). *Cultures and organizations: Software of the mind: Intercultural cooperation and its importance for survival.* McGraw-Hill

ДОДАТОК А. Інформація про респондентів**ФГД-1**

Номер респондентки	Соціально-демографічні характеристики	Сфера зайнятості
1	Жінка, 20 років	Студентка, дизайнерка
2	Жінка, 21 рік	Студентка, візажистка
3	Жінка, 20 років	Студентка, режисерка
4	Жінка, 21 рік	Студентка, репетиторка
5	Жінка, 19 років	Студентка, маркетологиня
6	Жінка, 18 років	Студентка, смм-ниця
7	Жінка, 20 років	Студентка, HR-менеджерка

ФГД-2

Номер респондентки	Соціально-демографічні характеристики	Сфера зайнятості
8	Жінка, 20 років	Студентка, контент-менеджерка
9	Жінка, 19 років	Студентка, офіціантка
10	Жінка, 18 років	Студентка, івент-менеджерка

11	Жінка, 21 рік	Студентка, операторка
12	Жінка, 20 років	Студентка, рекрутерка
13	Жінка, 19 років	Студентка, смм-ниця
14	Жінка, 19 років	Студентка, маркетологиня

ФГД-3

Номер респондента	Соціально-демографічні характеристики	Сфера зайнятості
1	Чоловік, 23 років	Студент, психолог
2	Чоловік, 21 рік	Студент, проджект-менеджер
3	Чоловік, 21 років	Студент, діджитал-маркетолог
4	Чоловік, 19 рік	Студент, адміністратор

5	Чоловік, 19 років	Студент, рекрутер
6	Чоловік, 21 років	Студент, автомеханік
7	Чоловік, 20 років	Студент, маркетолог

ФГД-4

Номер респондента	Соціально-демографічні характеристики	Сфера зайнятості
8	Чоловік, 20 років	Студент, SEO
9	Чоловік, 21 рік	Студент, IT-спеціаліст
10	Чоловік, 19 років	Студент, юрист
11	Чоловік, 21 рік	Студент, лінкбілдер
12	Чоловік, 21 рік	Студент, соціолог
13	Чоловік, 19 років	Студент, маркетолог
14	Чоловік, 20 років,	Студент, контент-менеджер

ДОДАТОК Б

Гайд для проведення фокус-групових дискусій

Вступ (10 хв)

Доброго дня! Я студентка 4-ого курсу, спеціальності соціологія. Проводжу це дослідження в якості практичної частини моєї кваліфікаційної роботи, яка присвячена дослідженню гендерних особливостей лідерства студентства НаУКМА. Одразу хочу Вас повідомити про те, що вся інформація, отримана в ході дискусії, залишиться конфіденційною та анонімною. Пам'ятайте, що не існує правильних чи неправильних відповідей на питання, прошу вас говорити відверто, слухати до кінця та не перебивати інших учасників дослідження, адже думка кожного з Вас є дуже важливою для мого дослідження. Прошу Вас не покидати онлайн-зібрання під час проведення фокус-групової дискусії, а також попрошу відкласти Ваші мобільні телефони та перевести їх у беззвучний режим. У ході фокус-групового дослідження відбуватиметься аудіо- та відеозапис бесіди.

Блок 1

Ice-breaking, демографічний блок: ім'я, вік, вид зайнятості, яка посада, який досвід роботи.

Блок 2 «Концептуалізація поняття «лідерство»

- З чим у Вас асоціюється поняття лідерства?
- Які лідерські якості є найважливішими задля досягнення успіху?
- Чи сприймаєте Ви лідерство як вроджену ознаку або вважаєте, що людина набуває її з досвідом?

Блок 3 «Основні чинники поведінки працевлаштованих студентів НаУКМА та паттерни, які впливають на успішність»

- Які риси поведінки у Вас найчастіше/найяскравіше проявляються на роботі?

- Що, на Вашу думку, найбільше впливає на зміну вашої моделі поведінки?
- Що впливає на вибір моделі поведінки для працюючих жінок та чоловіків, в цілому?
- Яким чином жінки можуть стати успішними? А чоловіки?
- Які фактори успішного проходження співбесіди?
- А які успішного першого робочого досвіду?
- Чи можуть студенти при першому досвіді роботи повністю проявляти лідерські якості?

Блок 4 «Маскулінно-фемінні риси працевлаштованного студентства НАУКМА»

- Ви притримуєтесь більше фемінної або маскулінної форми поведінки на роботі?
- Чи вплинули притаманні Вам маскулінні або фемінні риси на успішність працевлаштування? Якщо так, то яким чином?
- Чи допомагають маскулінні або фемінні риси справлятися зі складнощами робочого процесу?
- З набуттям досвіду, чи змінилася Ваша модель поведінки? Чи стала вона більш маскулінною або фемінною?

ДОДАТОК В

Транскрипт першої проведеної фокус-групи:

Модераторка: Раєвська Анастасія Іллівна

Тривалість: 40 хв

М: Всім доброго дня! Мене звати Раєвська Анастасія, я студентка 4-ого курсу, спеціальності соціологія. Проводжу це дослідження в якості практичної частини моєї кваліфікаційної роботи, яка присвячена дослідженню маскуліності як чинника успішності працевлаштування. Одразу хочу Вас повідомити про те, що вся інформація, отримана в ході дискусії, залишиться конфіденційною та анонімною. Пам'ятайте, що не існує правильних чи неправильних відповідей на питання, прошу вас говорити відверто, слухати до кінця та не перебивати інших учасниць дослідження, адже думка кожної з Вас є дуже важливою для нас. Можете надавати відповіді будь-якою зі зручних мов, а точніше: українською, російською або англійською. Прошу Вас не покидати аудиторію під час проведення фокус-групового дослідження, а також попрошу відкласти Ваші мобільні телефони та перевести їх у беззвучний режим. У ході фокус-групового дослідження відбуватиметься аудіозапис. Якщо немає питань, то можемо почати. З чим у Вас асоціюється поняття лідерства?

P1: С успіхом.

P3: С комунікацією.

P2: Способность взять на себя обязанности за всех.

P5: Зазвичай, на мою думку, лідери - це ті, хто надихає, ті, хто веде вперед, ті, хто знає як і що краще робити і бере на себе відповідальність за певні невиконані або упущені моменти та і, власне, за все погане, що стається. Як на мене, то лідери принаймні мають бути такими, але чи вони є такими - невідомо. Найбільше власне лідерство асоціюється з якою не якою, але владою, відповідальністю та професіоналізмом.

М: Чи сприймаєте Ви лідерство як вроджену ознаку або вважаєте, що людина набуває її з досвідом?

Р1: Врожденная.

Р2: Врождення.

Р3: Врожденная.

Р5: Набуває з досвідом.

Р6: Ну, я вважаю, що лідером можна і народитись. Адже інколи люди народжуються вже з ознаками справжнього лідера, що надалі все більше проявляється. Але і набути цього можна як на мене. Якщо людина впевнена в собі і вважає, що може бути лідером, але не має досвіду, то цього можна навчитись, не всім, звісно, але можна.

М: Які лідерські якості є найважливішими задля досягнення успіху?

Р1: Целеустремленность.

Р4: Работа над собой огромная.

Р3: Упорство.

Р1: Ну это та же самая целеустремленность.

Р3: И где-то хитрость.

Р5: Рішучість, наполегливість, бажання бути лідером. Ці поняття пов'язані, адже зазвичай це самі ті риси, які роботодавці шукають в людях, що приходять на роботу

М: Які риси поведінки у Вас найчастіше/найяскравіше проявляються на роботі?

Р1: Упорство.

Р4: Упрямость.

Р3: Безразличие.

Всі сміються

P3: Раздражительность и желание поскорее это все закончить.

P2: То же самое упорство и желание работать в сфере, которая нравится, а не которую прививает общество.

M: Що, на Вашу думку, найбільше впливає на зміну вашої моделі поведінки?

P3: Зависит от сферы

P1: И от того, что если у тебя есть лидерские качества, то ты всегда будешь стремиться к чем-то высшему если ты лидер, то тебя и брать будут на более высокооплачиваемые должности и тебе будет легче устроиться в какую-то нормальную компанию.

M: Які чинники вибору моделі поведінки характерні для працюючих жінок, в цілому? Яким чином жінки можуть стати успішними?

P1: Если брать нашу страну, то изначально было так положено, что мужчины могут больше, женщине не надо лезть в какой-то тяжелый труд, то тут это будет тяжело и тебе надо иметь качества именно маскулинности, благодаря которой ты будешь и лидером и жесткий характер будешь иметь, потому что опять же в коллективе, когда все мужчины и ты одна женщина, к тебе будут относиться типа «Ой, боже, ты моя конфетка, держи чашечку кофе, иди отдохни» типа, вместо того, чтобы сказать: «Нет, возьми и сделай», вот в коллективе женщин у тебя наоборот будет такое, что женщина во главе будет стоять и говорить: «Нет, бери и делай, ты сможешь, я смогла и ты сможешь».

P2: Ну, может быть другой вариант, если ты попадаешь в мужской коллектив, вот, например, у меня допустим на работе, очень многие мужики не дают тебе спуска в этом плане, наоборот, все очень жестко к этому относятся и тебя никто не жалеет в этом коллективе, наоборот типа тебе все стараются объяснить, что не важно, какой у тебя пол типа, если ты пришел работать, то тебе это надо делать на том же уровне, как и всем остальным. Это никак не зависит от того: женщина ты или мужчина.

P4: Я вот вспомнила ситуацию своей подруги Ани на работе: -«Меня парень бросил!» - «Иди отдохни».

Всі сміються

P3: Мне кажется, что просто нужно иметь мозги и умение петлять. И когда тебе надо проявить свои лидерские качества - ты их проявляешь, а когда тебе тупо не надо

P1: Ну вот, это женская хитрость.

P3: То чтоб тебя не з****и просто потом, то где-то надо быть умней, где-то промолчать, где-то упасть на дуру, вот, но это больше женские качества, чем мужские.

P7: Но при этом надо быть именно сильной, чтоб терпеть давление

P2: Не быть инфантильной при этом при всем.

P3: Да, чтоб вытерпеть просто давление, ну мало ли какие-там у тебя будут сотрудники и какие с ними отношения.

M: Як фактори успішного проходження співбесіди?

P6: Треба бути сильною і терплячою, адже, якщо хочеш стати успішною, то доведеться багато через що пройти. Також важливо мати хоча б базові лідерські якості, адже якщо ти хочеш рости в обраному напрямі як професіонал - рано чи пізно дійдеш до управлінських посад.

P5: Найголовніші чинники для успішного працевлаштування, як на мене, це знання та професійні навички людини, а також вміння вдало презентувати їх роботодавцю, жінки можуть стати успішними таким само чином, як і чоловіки, просто потрібно мати певний обсяг знань та вмінь і презентувати їх при роботі

M: А які успішного першого робочого досвіду? Чи можуть студентки при першому досвіді роботи повністю проявляти лідерські якості?

P2: Ну, ничего ж не мешает абсолютно это делать, даже если ты в новом коллективе и приходишь не в ту сферу, в которой ты по идее работать можешь в будущем.

P3: Но ты при первой встрече должен показать человеку, что как бы у тебя есть эти качества.

P1: Лидера, да.

P3: Иначе тебя будут воспринимать не так.

P4: Просто сядут на шею и на этом все закончится, просто так будет продолжаться.

P3: Ну, хотя если не хочешь - то не надо.

Всі сміються

M: Ви притримуетесь більше фемінної або маскулінної форми поведінки на роботі?

P6: Певно більш маскулінної, адже в мене дуже непростий керівник і спілкуватись з ним треба тільки строго. Та й загалом легше себе вести більш незалежно, ніж розлаблено і жіночно на роботі.

P4: Смотри, какая ситуация: бывает такое, что вот женская хитрость очень важна и тебе вот надо все очень мягко, доступно объяснить, смотри, конечно, с каким человеком, бывает наоборот, есть ситуации, в которых ты должен проявить жесткость какую-то и показать свой характер.

P3: Да, просто бывают ситуации, когда нужно дать кому-то отпор или там, допустим, как у меня с детьми, что они ничего не делают и надо их написать гневное сообщение и показать, что ты тут все таки кто-то главный. И нужно проявить свою доминантность. А иногда надо упасть на дуру и съехать, чтоб не напрягали.

P2: Ну, да, потому что когда ты начинаешь проявлять характер, то ты понимаешь, что сесть тебе на голову не так легко и соответственно они начинают подыскивать к тебе пути, скажем так, чтобы как-то аккуратненько к тебе относиться и с просьбами, и с какими-то приказами и всем остальным, но это во всех сферах жизни, в принципе, можно.

М: Чи вплинули притаманні Вам маскуліні риси на успішність працевлаштування? Якщо так, то яким чином?

P6: Вплинули, адже при працевлаштування моїй роботодавчині сподобалась моя рішучість та впевненість в собі, що посприяло тому, що саме мене взяли на роботу

М: Чи допомагають маскуліні риси справлятися зі складнощами першого робочого досвіду?

P5: Так, дуже. Допомагає відстоювати свою думку та добиватися свого, просуваючись вгору кар'єрними сходами.

P6: Допомагають не впасти в паніку та зібратись, якщо щось у робочому процесі відбувається для мене вперше.

М: З набуттям досвіду, чи змінилася Ваша модель поведінки? Чи стала вона більш маскуліною?

P3: Они становятся более уверенными, черты характера.

P7: У меня этому способствовал более университет, потому что тут более взрослое общество, как и на работе. Вот когда в универе конект с преподами получился, то я поняла, что нет ничего тяжелого, чтоб объяснить свою точку зрения, потому что это такие же люди, типа, ну, окей, хорошо, у кого-то свой опыт, но у тебя все равно есть какая-то точка зрения и ты можешь спокойно ее подавать в любой абсолютно, как бы, форме и никто тебе ничего не скажет. Я поняла, что в принципе, когда я пошла на работу, при том, что сфера абсолютно другая, чем та, на которой я сейчас учусь, я поняла, что ту работает та же схема, что так же это все и продвигается на работе.

P2: У меня и поведение, и отношение поменялось очень сильно, потому что когда я пришла на работу, то я была такая: «О, господи, что мне делать б*я, все, уберите меня, пожалуйста, я ненавижу всех этих людей, а потом я такая: «Ну, как бы я забила на всех х*й, до свидания, идите все н***й», стала более жестко и все.

P2: Я забыла вопрос.

M: З набуттям досвіду, чи змінилася Ваша модель поведінки, риси поведінки? Чи стала вона більш маскуліною?

P2: Ну, можливо, они не добавляются, но они закаляются.

M: Дякую вам за участь! Це було останнє запитання на сьогодні, нагадую, що подальше використання ваших даних буде анонімним. До побачення!