

УДК 159.937

## РОЛЬ “ГЕНДЕРНЫХ ЛИНЗ” В КОНСТРУИРОВАНИИ ПОЛА ПРИ ВОСПРИЯТИИ ГЕНДЕРНО-НЕЙТРАЛЬНЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ

© 2019 г. Е. С. Зизевская\*, М. А. Щукина\*\*

*Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы;  
199178, г. Санкт-Петербург, 12 линия В.О., д. 13, лит. А, Россия.*

*\*Бакалавр психологии, востоковед, переводчик китайского и английского языков.*

*E-mail: catzizev@gmail.com*

*\*\*Доктор психологических наук, зав. кафедрой общей, возрастной и дифференциальной психологии.*

*E-mail: corr5@mail.ru*

Поступила 09.04.2018

**Аннотация.** Представлено исследование особенностей проявления концептуально описанных С. Бем гендерных линз (андроцентризма и поляризации) при восприятии гендерно-нейтральных изображений русскоязычными респондентами ( $N = 302$ , 218 женщин, 17–57 лет) с различными характеристиками гендерной идентичности и гендерных стереотипов. Процедура включает экспериментальный и диагностический этапы. На экспериментальном этапе последовательно предъявлялось 12 черно-белых рисунков гендерно-нейтрально изображенного животного (кота/кошки) рядом с предметами, задающими один из гендерных контекстов: нейтральный, феминный, маскулинный. На диагностическом этапе применялись: опросник “Мужские нормативные установки” И.С. Клециной и Е.В. Иоффе; “Опросник структуры сексизма” Е.С. Зизевской и М.А. Щукиной; опросник “Маскулинность, феминность и гендерный тип личности” О.Г. Лопуховой. Обнаружено, что в 97% случаев в процессе восприятия происходит надделение изображения животного половой принадлежностью. При этом животное воспринималось как кот чаще (в 7.3 раза при учете всех актов восприятия, в 8.8 — при анализе восприятия в целом), что свидетельствует о наличии у русскоязычных респондентов линзы андроцентризма при восприятии гендерно-нейтральных изображений. Пол, гендерная структура и возраст респондентов не оказывают значимого влияния на приписывание пола животному. Линза поляризации была активирована у 10% респондентов и проявлялась через влияние гендерной окрашенности контекстов на восприятие, при этом стимулы “коляска” и “вышивание” приводили к тому, что животному относительно чаще приписывался женский пол. Стереотипно-феминный контекст в качестве первого стимула в последовательности предъявлений оказывает значимое влияние на восприятие пола животного только у мужчин. Активации линзы поляризации способствует наличие у респондентов гендерных и сексистских стереотипов независимо от их пола, возраста и гендерной идентичности.

**Ключевые слова:** восприятие, пол, гендер, гендерные линзы, линза андроцентризма, линза поляризации, гендерно-нейтральное изображение.

DOI: 10.31857/S020595920005417-4

Согласно большей части психологических теорий, восприятие — процесс интерпретации реальности, где сигналы опосредуются когнитивными схемами, личностными конструктами, представлениями, моделями [2–5]. Среди них — гендерные модели, влияние которых на процесс восприятия было рассмотрено в 1993 г. С. Бем в теории “гендерных линз” [1].

Несмотря на дебаты после представления гендерной теории С. Бем в 1981 г. [12; 13; 42; 43], ее книга “Линзы гендера. Трансформация взглядов на проблему неравенства полов”, которая была

выпущена издательством Йельского университета и представляла более полную версию теории, была удостоена нескольких почетных междисциплинарных наград [49]. В 2016 г. К. Старр и Э. Цурбригген провели исследование, посвященное изучению влияния гендерной теории. Оно показало, что теория остается очень популярной в качестве “рамочной теории” для проведения исследований как в различных направлениях психологии, так и в междисциплинарных областях (более 1300 цитирований, согласно данным PsycINFO) [44]. Авторы рекомендуют теорию к дальнейшему использованию, а также считают, что

она имеет потенциал для объединения между собой других теории [49].

Для данной статьи концептуальное значение имеют две из трех линз, представленных в теории С. Бем. Линза андроцентризма формирует представление, что мужской опыт является более значимым или типическим. Линза поляризации создает связанные с конкретной культурой дихотомичные конструкты феминности и маскулинности.

В парадигме социального познания (*social cognition*) познание и социальные практики неразделимы [22]. Как показали исследования, гендерные линзы деформируют восприятие объектов, что приводит к сохранению гендерных стереотипов и поддержанию гендерного неравенства [1; 17; 47]. С точки зрения *теории конструирования гендера* (“*doing gender*”) он является динамическим явлением, существующим только благодаря постоянному подкреплению со стороны общества и каждого конкретного участника коммуникации [16; 47; 48].

Изучение влияния *линзы андроцентризма* на восприятие можно разделить по типу исследуемого гендерно-нейтрального стимула: слов [19–21; 23; 26; 32; 34; 35; 38; 40], изображений/игрушек [10; 11; 18; 27; 50], прямого исследования представлений [20], проекции гендера на неживые предметы [36].

Изучение восприятия слов началось с вопроса, являются ли маскулинно-нейтральные существительные и местоимения (человек/man, он/he) действительно гендерно-нейтральными. Проводя параллель с русским языком, нужно заметить, что, хотя слово “человек” не имеет корня “мужчина”, однако имеет мужской род. Это влечет за собой грамматическое согласование, при котором связанные слова также принимают формы мужского рода, что может оказаться дополнительным фактором маскулинизации. Слово “он” в русском языке также является маскулинно-нейтральным, т.е. используется как для обозначения только мужчины, так и когда речь может идти о женщине.

К. Хардин и М. Банаджи приводят достаточно эмпирических подтверждений гипотезы лингвистической относительности Сепира—Уорфа, предполагающей, что язык может рассматриваться как одна из независимых переменных, влияющих на восприятие и мышление [22]. Одним из доказательств является то, что респонденты значительно чаще представляли мужчину, а не женщину при предъявлении маскулинно-нейтральных слов [19; 21; 26; 32; 35; 40]. При демонстрации предложения с маскулинно-нейтральным местоимением и вопросе, может ли в нем идти речь о женщине, в 70–87% случаев ответ был ложно отрицательный [30];

34]. При просьбе описать “типичного человека” значимо большее количество людей представляло мужчину, а не женщину [20]. Альтернативный методологический подход использовал ситуационные диалоги, в которых речь шла о человеке с гендерно-нейтральным именем Крис<sup>1</sup>. Значимо большее количество людей считало, что Крис — мужчина [33].

Маскулинно-нейтральные слова не воспринимаются нейтрально и создают почву для андроцентризма. Было показано, что женщины склонны терять мотивацию и ощущение причастности, если они используются в объявлениях о работе или интервью [15; 45]. Применение маскулинно-нейтральных вместо нейтральных слов в судопроизводстве способно понизить шансы женщин-ответчиц на оправдательный приговор [20]. Маскулинно-нейтральные слова в тексте закона приводят к тому, что он может рассматриваться как не имеющий отношения к женщинам и, как следствие, к судебным решениям не в их пользу [39].

Для повышения инклюзивности женщин многие исследователи рекомендуют использовать гендерно-нейтральные слова (“он или она” (“she or he”)/“они” в единственном числе (“them”) вместо “он” (“he”), человек (“person”) вместо “man” и т.д.) [31; 41]. Дальнейшие исследования показали, что нейтральные формы слов дают значимо меньшее количество маскулинных образов в описаниях респондентов по сравнению с маскулинно-нейтральными [19–21; 23; 26; 35; 38]. Вместе с тем нейтральные слова также подвержены влиянию андроцентризма, что приводит к значимо большему количеству мужских по сравнению с женскими образов в восприятии респондентов [20; 21; 26]. Исключение — женщины, которые используют в письменной речи нейтральные формы слов вместо маскулинно-нейтральных [26]. При этом мужчины, применяющие такие же эгалитарные конструкции, по-прежнему представляют, что речь идет о мужчинах [26].

Таким образом, даже гендерно-нейтральные по форме существительные и местоимения чаще ассоциируются с мужчинами, чем с женщинами. Данное явление Ж. Сильвера назвала установкой “человек = мужчина” (*people = malebias*), т.е. склонностью думать, что любой человек является мужчиной, если не указано иное [41]. Это ведет к андроцентричному восприятию гендерно-нейтрального образа человека или типичного человека как преимущественно мужчины. Ж. Сильвера также говорит о возможности обратной взаимосвязи между

<sup>1</sup> При прямой оценке гендерной принадлежности имя Крис — нейтральное [46].

словами “человек” и “мужчина” или предрассудке “мужчина = человек”, т.е. большей склонности думать о мужчине как о человеке, чем о женщине как о человеке [41]. Данное предположение подтверждается исследованием М. Гамильтон, где респонденты показали значимые различия в выборе слов для описания персонажей: для мужчины чаще использовалось нейтральное слово “человек” (*person*), в то время как для женщины — слово “женщина” (*woman*) [20].

Исследования конструирования гендера при восприятии в последнее время активно проводятся в рамках киберпсихологии. Выявлено, что респонденты приписывают гендер компьютерам, априори не имеющему его [36]. Гендерные стереотипы проявились в том, что респонденты считали оценку, полученную от машин с женским голосом, менее значимой, а сами машины — менее компетентными в традиционно-мужских темах и более компетентными в традиционно-женских [36]. В другом исследовании гипотеза о влиянии гендерных стереотипов на оценку пользователем точности и производительности компьютера не подтвердилась, но при оценке стоимости машина с именем “Джули” была на 25% дешевле, чем “Джеймс” [37]. Андроцентризм был обнаружен в восприятии стандартных пользовательских иконок в социальных сетях: схематические гендерно-нейтральные изображения интерпретировались значимо чаще как мужские, и только иконки с длинными волосами — как женские [10].

Андроцентризм таким же образом проявляется при восприятии гендерно-нейтральных изображений животных, что было названо Дж. Ламбдин установкой “животное = мужчина” (*animal = male-bias*), по аналогии с установкой “человек = мужчина” [27; 41]. В некоторых исследованиях анализировались слова респондентов: местоимение “он” было признаком того, что животному приписывается мужской пол [10; 18; 27]. При таком косвенном методе гипотеза о наличии установки “животное = мужчина” подтвердилась как для взрослых, так и для детей [10; 18; 27]. В других исследованиях респондентам задавался прямой вопрос [10; 25; 27]. В исследовании с использованием прямого и косвенного методов результаты процедур совпадали не полностью: местоимение “он” использовалось значимо чаще не только для гендерно-нейтральных, но и для феминных игрушек при непрямом методе исследования [27].

Можно предположить, что различия в ответах связаны не только с прямым и непрямым способом тестирования, но и с выбором стимула для предъявления. При анализе гендерной нейтральности как явления важно различать два ее

уровня: предъявляемый стимул (слово, изображение и т.д.) и само восприятие. Такое заявление может казаться избыточным в силу его очевидности, но именно эта дифференциация является важной для понимания различий в методах. В то время как некоторые исследователи выбирают стимулы, которые можно назвать объективно гендерно нейтральным (не имеющим признаков биологического пола или культурно обусловленных гендерных признаков) [18; 50], другие используют предварительную оценку для определения гендерной нейтральности на выборке (что уже само по себе является анализом восприятия) [25; 27]. В последнем случае закономерно ожидать, что гендерная нейтральность, определенная на предварительной выборке, будет совпадать с нейтральной оценкой последующей выборкой. Хотя такая методология может быть обусловлена целями, полученный результат нельзя интерпретировать как отсутствие доказательств наличия линзы андроцентризма при восприятии гендерно-нейтральных изображений в целом.

В некоторых исследованиях также изучалось проявление в восприятии линзы поляризации, как правило, с помощью гендерно-стереотипного контекста. Гендерно-неопределенный персонаж воспринимался как женщина в 12% случаях в бизнес-контексте, в 29% в образовательном контексте и в 30% случаев, когда речь шла о межличностных отношениях<sup>2</sup> [33]. Определение “приходящая няня для ребенка” вызывало образ женщины, слова “подросток” и “инженер” — образ мужчины [32]. Ситуация беспокойства о собственной внешности также давала больше женских образов в описании, чем ситуация переживания чувства изоляции в университете [35]. В исследованиях изображений животных ситуационный контекст, связанный с общением с детьми, приводил к частому использованию слова “она” в описании, а активные действия персонажа — к слову “он” [18]. На детей 7–8 и 10–11 лет также оказывал влияние контекст, при этом характер влияния различался для мальчиков и девочек [10]. Таким образом, линза поляризации оказывала влияние на восприятие гендерно-нейтральных стимулов. При этом многие исследователи подчеркивали доминантный характер линзы андроцентризма.

Помимо выявленных общих закономерностей влияния гендерных линз на интерпретацию стимулов, имеются *дифференциальные данные* о специфичности их влияния в зависимости от пола, гендерной характеристики, возраста. Дети 4–5 лет

<sup>2</sup> При маргинальном уровне значимости,  $p = 0.06$ .