

Гендерные исследования

© 2001 г.

В.Ф. ПЕТРЕНКО, О.В. МИТИНА

РОССИЯНКИ И АМЕРИКАНКИ: СТЕРЕОТИПЫ ПОВЕДЕНИЯ (психосемантический анализ)

ПЕТРЕНКО Виктор Федорович - член-корреспондент РАН, профессор факультета психологии Московского государственного университета. МИТИНА Ольга Валентиновна - кандидат психологических наук, старший научный сотрудник факультета психологии того же университета.

Психосемантические модели, изначально применявшиеся для описания внутренней картины мира субъекта, впоследствии получили широкое распространение для исследований картин мира "обобщенного" субъекта (общественного сознания), в частности, для изучения социальных идей и связанных с ними социальных установок и поведенческих стереотипов, включая стереотипы гендерного поведения. При исследовании обыденного сознания или различных стереотипов поведения в рамках кросскультурных исследований, психосемантические методы обладают определенным преимуществом по сравнению с традиционными опросниками, позволяя реконструировать плохо осознаваемые респондентами представления и установки [1]. Мы сочли целесообразным использование данного подхода для реализации целей приводимого ниже исследования.

Методология исследования. В качестве основного метода исследования стереотипов женского поведения в различных культурах нами использовалась методика "множественной идентификации" [2], впервые опробованная для сопоставительного анализа таких стереотипов у русских и азербайджанцев. Полученные результаты показали общность полоролевых представлений в рамках одной культуры. Сопоставление представлений об идеале, одобряемом или не одобряемом поведении женщины свидетельствует о сходстве этих позиций у мужчин и женщин в рамках одной культуры в значительно большей степени, чем между представителями разных культур, принадлежащих к одному полу. Забегая вперед, отметим, что настоящее исследование также подтвердило гипотезу о сходстве представлений мужчин и женщин внутри одной культуры о полоролевом поведении. О сходных результатах говорят и другие исследователи. Еще в середине XX века известный американский антрополог М. Мид, изучая примитивные культуры папуасов, пришла к выводу, что различия между полами в различных культурах в значительной степени зависят от того, в чем и как эти культуры различаются [3]. И. Дубов отмечает, что различия в выборе ценностей мужчинами и женщинами весьма незначительны [4]. Также минимальны различия между позициями мужчин и женщин в поддержке/отвержении высказываний о распределении ролей в семье и обществе. Отличия во взглядах на социальную роль женщины вызваны, главным образом, спецификой образа жизни. Все эти исследования свидетельствуют о том, что гендерные установки и стереотипы у мужчин и женщин, принадлежащих к одной культуре, достаточно близки. То есть в представлениях о гендерных ролях и стереотипах люди едины в рамках одной культуры, и "особого женского мнения" не существует.

Работа выполнена при поддержке Государственного агентства международных исследований и обмена США (IREX) и Российского фонда фундаментальных исследований.

Мы также хотели сравнить базисные основания категоризации поступков - системообразующие факторы, отражающие "стили поведения", а также проследить наиболее характерные различия во взглядах на идеал и "хорошее" поведение в обеих странах. Вопросы (ситуации), включенные в опросник, были отобраны таким образом, чтобы они были понятны, знакомы и не вызывали недоумения у респондентов ни той, ни другой страны.

Респондентами нашего исследования были женщины и мужчины, начиная с 18 лет. Приглашение участвовать в опросе в США было дано через Интернет в специальных конференциях, как научных (для психологов, социологов, культурологов, изучающих гендерные проблемы), так и феминистских. Среди откликнувшихся были люди, проявляющие различные виды активности, связанные с гендерными проблемами: члены женских организаций, участники дискуссий по данной тематике, абоненты соответствующих электронных конференций и т.д., рассматривающие заполнение анкеты как один из видов интересующей их "гендерной" деятельности и желающие ответить на вопросы анкеты, а также включить в опрос своих знакомых. Наряду с ними среди респондентов были студенты университетов и колледжей, в массе своей нейтральные к данной проблематике. В результате были получены ответы от 372 человек из 16 штатов (от Нью-Йорка до маленьких поселков в штате Канзас). Что касается российской выборки, то из-за меньшей распространенности Интернета анкеты распространялись исключительно благодаря непосредственным контактам. Большую часть российских респондентов составили москвичи - члены некоторых женских организаций, студенты психологического факультета МГУ, их родственники и знакомые, а также студенты-гуманитарии и члены женских организаций из Вятки, Смоленска, Кургана и Нижнего Новгорода - в общей сложности 294 человека.

Строго говоря, российская выборка не является репрезентативной, однако, как показал сопоставительный анализ мнений московских респондентов и жителей регионов на основании имеющихся данных, различия в этой области оказались практически несущественными. Поэтому мы сочли корректным использование имеющихся данных в нашем исследовании.

Процедура исследования была следующей. Каждому респонденту предлагалось оценить возможность совершения того или иного поступка (из списка, включающего 100 возможных) для каждой из шести ролевых позиций по семибальной шкале (от -3 до +3). В качестве ролевых позиций (образов значимых других), которым приписывались (атрибутировались) поступки, были выбраны следующие: *я сама* (для респондентов мужского пола предлагалось оценить образ *женщины, которую он хорошо знает* (жена, сестра, мать, близкая подруга и т.д.), *идеальная женщина, счастливая женщина, презираемая всеми женщинами, типичная россиянка, типичная американка*. В дальнейшем, когда речь будет идти о точке зрения респондентов на типичную женщину своей страны, мы будем использовать термин автостереотип, а когда о типичной женщине другой страны - гетеростереотип. Кроме того, респонденты заполняли анонимный опросник, содержащий социально-демографические сведения.

Индивидуальные матрицы ответов всех респондентов были суммированы в четыре групповые матрицы, согласно различению по двум параметрам: полу и стране проживания. Таким образом, мы получили мужскую и женскую матрицы для россиян и мужскую и женскую матрицы для американцев. Как уже отмечалось, сопоставление усредненной мужской и усредненной женской матриц ответов на вопросы как для России, так и для США показали их значительное сходство между собой. Поэтому в настоящей работе мы приводим только результаты ответов женщин.

Обсуждение результатов

Анализ корреляций. Наиболее простой формой обработки исходных матриц данных является сопоставление ролевых позиций путем вычисления коэффициентов корреляций для пар ролевых позиций, т.е. вертикальных столбцов в матрице ранговых данных отдельно для российской выборки, отдельно для американской. Сопоставляя полученные для каждой из выборок результаты, отметим более высокую степень совпадения образа Я (позиция *я сама*) с *идеалом* и образом *счастливой женщины* для американских респонденток по сравнению с россиянками (соответствующие коэффициенты корреляции для американской выборки равны $r = 0.41$ и $r = 0.1$, для российской $r = 0.32$ и $r = -0.23$). Такие результаты могут свидетельствовать о более высоком самоуважении, самооценке, самопринятии амери-

канок в отличие от наших соотечественниц. При этом в наибольшей степени отличаются коэффициенты корреляции образа *Я* со *счастливой женщиной*: у американских респонденток он, хоть и не значимо, но положителен, а у российских значимо (с уровнем значимости 0.05) меньше нуля. Этот факт можно рассматривать как еще одно подтверждение различного отношения к счастью, вернее, к ощущению себя счастливым в США и России. Известный английский ученый М. Аргайл в своем исследовании психологии счастья [5] указывал на то, что американцам свойственно оценивать себя более счастливыми, чем в реальном самоощущении. В нашей стране ситуация скорее противоположная: россиянин, признавая себя счастливым, боится "спугнуть" свое счастье и поэтому склонен жаловаться на судьбу, жизнь и т.д. И. Джидарьян в исследовании представлений о счастье в русском менталитете [6] отмечает, что наши известные соотечественники в своих интервью, в отличие от зарубежных коллег, особенно американских, при ответе на традиционный вопрос "Счастливы ли Вы?" стараются ответить уклончиво, без торжественных интонаций. По выражению одного известного публициста, быть счастливым у него "совести не хватает". В цитируемой статье приводятся результаты кросс-культурного исследования, в котором Россия по количеству людей, считающих себя несчастливыми, оказалась непревзойденным лидером, оставив далеко позади Англию, Францию и США. Разброс показателей по странам впечатляет: несчастливыми себя считают 45% опрошенных россиян, 25% французов, 1% англичан и 0% американцев.

В этой связи любопытны данные нашего исследования. При ответе на вопрос о том, насколько тому или иному типу свойственно "испытывать чувство неудовлетворенности собой", наши соотечественницы проявили склонность приписывать себе это чувство (0.46), при отрицательной его оценке для *счастливой женщины* (-0.35) и нейтральной, близкой к нулевому значению для *идеала* (-0.03). Американки лишь в очень малой степени (практически нулевой, 0.09) допускают чувство неудовлетворенности для самих себя, и в определенном смысле идеализируют отсутствие такого чувства у *идеала* (-0.22), в сравнении даже со *счастливой женщиной* (-0.11). В наибольшей степени испытывать чувство неудовлетворенности собой, с точки зрения американцев, свойственно *презираемой женщине* (0.31). В российском менталитете такое чувство не вызывает отрицания, *презираемая женщина* получила нейтральные 0 баллов. Наибольший балл по этому пункту - "испытывать чувство неудовлетворенности собой" - россиянки выставили *типичной россиянке* (0.57).

Как и следовало ожидать, *презираемая женщина* и в американской выборке, и в российской отрицательно коррелирует с типажми, имеющими явно выраженную положительную коннотацию - *идеалом* и *счастливой*, а также с рефлексивной позицией *я сама*. Хотя опять-таки, в подтверждение нашей гипотезы о большем самоуважении и самоприятии американок по сравнению с россиянками, у первых отрицательная корреляция *презираемой женщины* с образом "я" сильнее, чем у вторых. (Для американской выборки $r = -0.55$, для российской $r = -0.32$).

С другой стороны, несколько неожиданной выглядит также присутствующая в обеих культурах отрицательная корреляция автостереотипа (*типичная женщина моей страны*) с ролями, имеющими положительную коннотацию, и позицией *я сама*. Однако в американской выборке эти отрицательные значения меньше по абсолютной величине и не являются значимыми (соответствующие коэффициенты корреляции r равны -0.19, -0.1, -0.07), в то время как в российской выборке отрицательная корреляционная связь значима (соответствующие коэффициенты корреляции r равны -0.63, -0.41, -0.52 с уровнем значимости, не превышающим 0.05).

Одновременно с этим ситуация с коэффициентами корреляции гетеростереотипа (*типичная женщина другой страны*) с ролями, имеющими положительную и отрицательную коннотацию, практически зеркальна. У россиянок они лишь незначительно отличаются от нуля, причем коэффициент корреляции *типичной американки* и *счастливой женщины* у россиянок даже положителен. В американской выборке выявлены значимые (с уровнем значимости 0.01) корреляционные связи: образа *типичной россиянки* и *презираемой женщины* - положительные, а *идеала* и *счастливой* - отрицательные. По всей видимости, более позитивное отношение российских респонденток к типичной американке связано тем, что имидж Америки как "рая на земле" (с высоким уровнем жизни, демократическими свободами) занял достаточно прочное место в сознании наших соотечественников. Для американцев же Россия - страна постоянных катаклизмов, революций, с низким уровнем жизни и вы-

сокой преступностью, где люди не могут жить в свое удовольствие, а постоянно вынуждены вести борьбу за свое существование.

Атрибуция поступков, т.е. их приписывание различным ролевым позициям (имеющим как положительную, так и отрицательную коннотацию) русскими и американками, выявила сходные ценностные установки женщин в этих культурах.

Респондентки обеих стран высоко оценивают для женщины наличие высшего образования и профессии высокой квалификации. Женщина должна уделять внимание своей внешности, здоровью, заниматься спортом, туризмом, посвящать свободное время творческой деятельности, искусству. Идеальные семейные отношения должны строиться на принципах равноправия. С точки зрения респондентов обеих стран женщина не должна заниматься проституцией, пить, курить, употреблять наркотики, не работать, рассчитывая на помощь родителей, выходить замуж без любви, по расчету. Отрицательно оценивается женщина бездетная (полагающая, что лучше прожить жизнь без них) и неверная (изменяющая мужу), женщина, не выполняющая свой долг жены и матери (готовая развестись с мужем-инвалидом или отказаться от ребенка-инвалида).

В то же время выявлены и определенные различия, относящиеся, главным образом, к предпочитаемым стилям жизни, что проявляется в выборе профессии и спутника жизни.

Так, с точки зрения россиянок, женское счастье особенно полно может быть реализовано в семье. По их мнению, счастлива женщина, имеющая возможность посвятить свою жизнь семье, быть домохозяйкой, заниматься рукоделием, кулинарией. Американские респондентки считают, что женское счастье достижимо в профессиональной реализации. Наиболее удачными для женщины областями карьеры, по мнению американок, являются возможности работы в сфере медицины, массовой коммуникации или наличие своего собственного дела. Кроме того, в американском общественном сознании негативно оценивается человек страдающий, который на вопрос "Как дела" не может ответить "Окей".

Графическая форма представления данных существенно облегчает анализ и интерпретацию данных. Часть пунктов опросника была сгруппирована по отдельным смысловым блокам. Здесь мы выделим те из них, которые отражают отношение женщин к браку и выбору мужа, построению семейных и родительских отношений, профессиональному самоопределению. Нас интересовало, насколько допустим тот или иной поступок, жизненный сценарий непосредственно для самих респонденток. Для представления на графиках нами использовались данные, соответствующие рефлексивной позиции я сама для представительниц обеих стран.

Ряд суждений отражал брачные предпочтения женщин в обеих странах. Выбор мужа, когда речь идет не о конкретном человеке, а о социальной страте, характеризуемой в терминах профессии, материального положения, этнической принадлежности и т.д., тесно связан с выбором женщиной наиболее предпочтительного образа и стиля жизни. Выбор мужа - это персонифицированный выбор жизненных ценностей и норм. Таким образом, анализ брачных предпочтений позволяет оценить систему ценностных ориентации и является одним из наиболее популярных направлений кросс-культурных исследований (см. [71]).

На рис. 1 приведена гистограмма брачных предпочтений российских и американских женщин*. Наиболее предпочтительным для российских женщин является выйти замуж за человека более высокого социального статуса (0.63), и чуть меньше - за простого человека, хорошего хозяина, живущего "земными" проблемами (0.44). В этих сценариях замужества просматривается желание найти в браке безопасность, стабильность, гарантированный жизненный уровень либо за счет более высокого статуса мужа, либо за счет того, что он сам будет решать все эти вопросы. При этом второй вариант рассматривается россиянками как наиболее типичный для России, а первый - для Америки. Сами же американки брак с человеком более высокого социального статуса также оценили положительно, хотя и менее явно (0.24). Для американской женщины (особенно неработающей) такой брак позволяет подняться по социальной лестнице. В большинстве случаев в США статус замужней женщины (даже работающей) определяется статусом (профессией, должностью) ее мужа. Однако, в такой ситуации вероятность того, что семейные отношения будут строиться на принципах равноправия, существенно уменьшается. Наиболее предпочтителен для американок муж-бизнесмен (0.32). В стабильном обществе с возможностью без особого риска вести

* Отметим как факт, что при ответах на большинство вопросов анкеты российские женщины были более категоричны (давали более выраженные оценки и реже использовали промежуточные баллы) по сравнению с американками. Эта тенденция отчетливо продемонстрирована ответами.

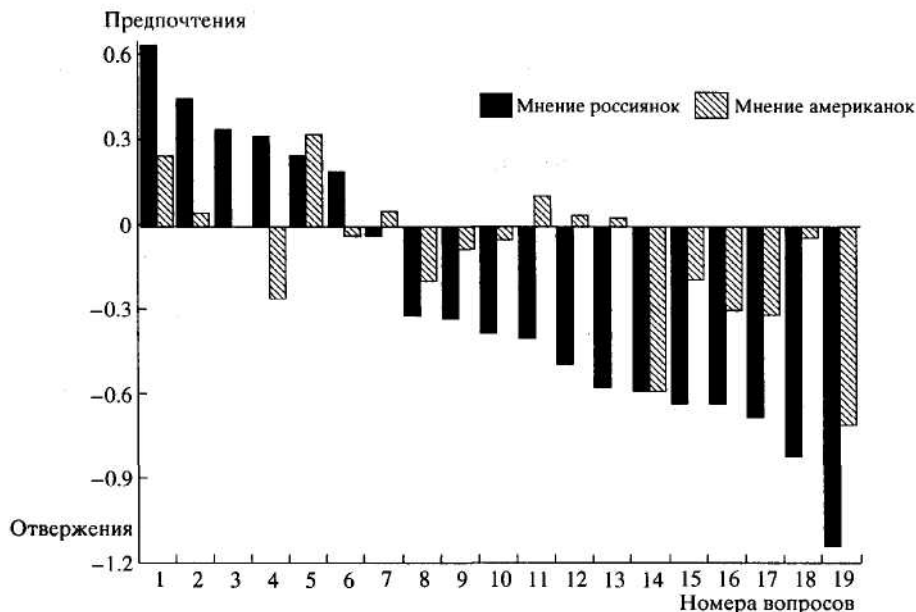


Рис. 1. Брачные предпочтения российских и американских женщин (1. Выйти замуж за человека более высокого социального статуса; 2. Выйти замуж за простого человека, хорошего хозяина, живущего "земными" проблемами; 3. Выйти замуж за человека другой национальности; 4. Выйти замуж за любимого человека с очень низкими доходами без перспектив их увеличить; 5. Выйти замуж за бизнесмена; 6. Выйти замуж за человека, посвятившего свою жизнь науке; 7. Выйти замуж за человека искусства (музыканта, поэта, артиста); 8. Выйти замуж за иностранца и уехать жить за границу; 9. Выйти замуж за военнослужащего; 10. Выйти замуж за политического деятеля; 11. Выйти замуж за рабочего; 12. Находиться на "содержании" у состоятельного мужчины; 13. Выйти замуж за "звезду" (спорта, эстрады, кино); 14. Выйти замуж без любви, по расчету; 15. Выйти замуж за фермера; 16. Выйти замуж за человека другой расы; 17. Не выходить замуж, полагая, что лучше прожить жизнь одной; 18. Выйти замуж за глубоко религиозного человека; 19. Выйти замуж за представителя криминальных структур). Столбцы, отображающие оценки, данные российскими женщинами, существенно больше по сравнению с соответствующими столбцами американской выборки

свой бизнес образ хорошего хозяина, живущего "земными" проблемами, достаточно близок образу бизнесмена. В России стать женой бизнесмена может означать отказ от спокойной гарантированной жизни, сознательное принятие ситуации, в которой риску подвергается не только ее муж, но и она сама и ее дети.

Отметим, что наши российские респонденты (большинство из которых москвички и достаточно свободны от национальных предубеждений) положительно относятся к перспективе выйти замуж за человека другой национальности. Американки отнеслись к этому пункту нейтрально. Более актуальна для них проблема взаимоотношений между представителями различных рас, религиозных конфессий, стран.

Выйти за человека другой расы для американок можно только по большой любви, наивысший балл в этом пункте получила счастливая женщина. Что касается брака с иностранцем, то американки однозначно связывают такой поступок с любовью, а потому с женским счастьем. Они считают, что выйти замуж за иностранца и уехать жить в его страну можно только в результате большой и счастливой любви. Максимальным баллом (0.34) возможность совершения этого поступка была оценена для *счастливой женщины*. Американские респондентки считают такую ситуацию достаточно типичной для любой страны - любовь не знает границ. Однако оценивая позицию *я сама*, в среднем респондентки высказались отрицательно (-0.20). Возможно, им оказалось трудно отвечать на этот вопрос теоретически. До тех пор пока женщина не встретит того иностранца, которого полюбит и

будет готова уехать с ним в другую страну, она думает, что именно для нее такая ситуация малвероятна, хотя если кто-то другой так поступит, то в этом нет ничего плохого.

Россиянки к этому поступку отнеслись амбивалентно. Это единственный возможный выбор, получивший максимальные баллы одновременно для *счастливой* и *презираемой* женщины. (У американок похожую амбивалентную реакцию вызвал пункт "выйти замуж за человека другой расы"). Многие наши соотечественники считают брак с иностранцем единственной возможностью попасть в "капиталистический мир", избавиться от проблем и трудностей российской действительности. С другой стороны, представление о женщине, собирающейся замуж за иностранца, тесно коррелирует в общественном сознании с образом "интердевочки" — валютной проститутки, который россиянками определенно не одобряется. Оценка позиции *я сама* у россиянок (-0.32) сходна с оценкой американок. Возможно, здесь та же ситуация: трудно представлять эту ситуацию гипотетически. Поступать как презираемая женщина не хочется, а в то, что ты сама можешь найти в этом свое счастье — не верится.

Существенная разница в выборе у российских и американских женщин наблюдается в отношении к замужеству с человеком, имеющим низкие доходы. Россиянки для себя лично оценивают такую возможность положительно. Здесь сказывается идеологема советского времени, акцентирующая внимание на личностных качествах человека, а не на его материальном положении, и даже противопоставление первого второму (см. [8]). Тем не менее роли *идеальной* и *счастливой женщины* имеют по этому пункту хоть и положительные, но более низкие баллы, что свидетельствует о векторе изменений ценностных ориентации россиянок. Такой брачный выбор американской женщине (и это согласуется с ответами самих американок), с точки зрения россиянок, — не свойственен. Однако руководствоваться только материальными соображениями по-прежнему считается неверным — так поступает *презираемая женщина*.

Сравним различия между ответами на вопрос о возможности брака с человеком искусства и ученым. Для россиянок такой брак примерно одинаково престижен. Положительно оценивают возможность выйти замуж за человека искусства и американки. Однако имеются различия в предпочтении той или другой роли. Так, для позиции *я сама* возможность выйти замуж за человека искусства оценивается слабо отрицательно для россиянок (-0.03) и слабо положительно для американок (0.05), а выход замуж за человека науки, наоборот, американки оценивают слабо отрицательно (-0.03), а россиянки положительно (0.18). С одной стороны, это объясняется тем, что в России страта ученых традиционно считается более демократичной, а у людей искусства, как сейчас принято говорить, своя "тусовка", их мир, в общем-то, закрыт для посторонних. В Америке профессорская среда более рафинирована и изолирована, а круг музыкантов, поэтов, артистов более широк и потому более проницаем. С другой стороны, положительный балл возможности брака с человеком, посвятившим свою жизнь науке, полученный на российской выборке, свидетельствует о сохранении ценности науки как стили жизни, социальной страты в самой России. Быть женой ученого по-прежнему престижно и почетно, несмотря на имеющиеся проблемы с финансированием отечественной науки.

Американская женщина сама, если захочет, посвятит свою жизнь науке, а муж пусть будет бизнесменом или рабочим. Так, в нашей стране оценивается отрицательно перспектива брака с рабочим. Положение рабочего в Америке сильно отличается от такового в России. Американский рабочий — это, как правило, высококвалифицированный профессионал, хорошо обеспеченный материально, с нормированным рабочим днем.

В остальных позициях мнения наших соотечественников и американок сходятся: они обычно не видят себя в роли жены представителя криминальных структур, глубоко религиозного человека, фермера, политического деятеля, военнослужащего, не хотят выходить замуж без любви, а также остаться одной без мужа. Однако стоит отметить, что россиянки в своих ответах более категоричны: высота "американских столбиков" существенно ниже.

Оценивая профессиональные предпочтения (рис. 2), следует отметить, что высоко оценивается как россиянками, так и американками возможность иметь высшее образование или профессию высокой квалификации. Занятие низкоквалифицированным трудом, работа по рабочей или сельскохозяйственной специальности оцениваются отрицательно. Однако стоит отметить, что, как и в случае отношения к замужеству, американские женщины более сдержаны в своих оценках. Кроме того, в мотивации американских женщин иметь профессию высокой квалификации на первый план выходит высокая зарплата, связанная в

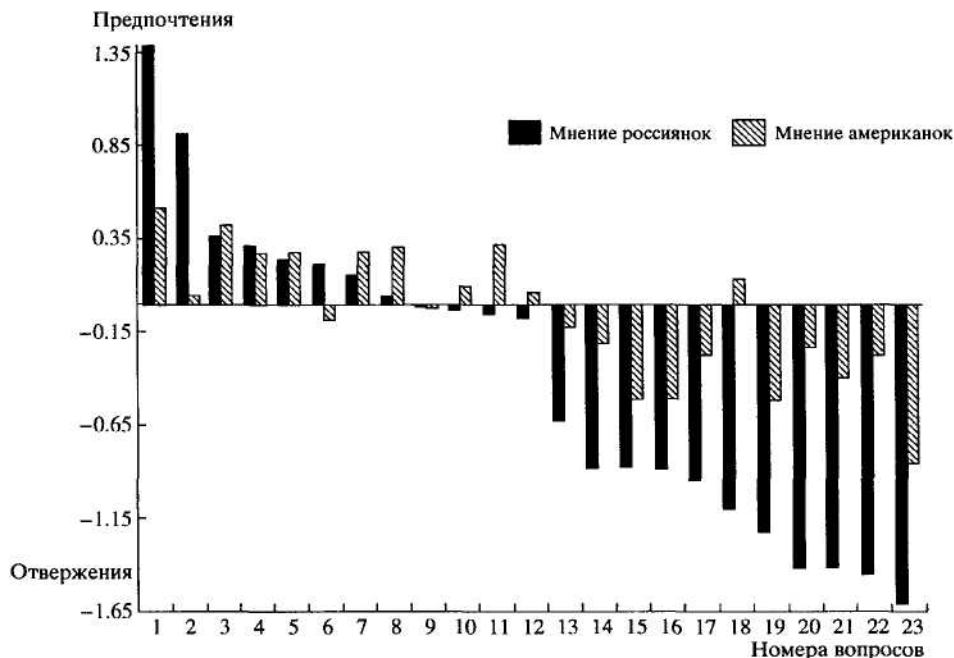


Рис. 2. Профессиональные предпочтения российских и американских женщин (1. Иметь высшее образование или профессию высокой квалификации; 2. Работать в государственном учреждении; 3. Посвятить свою жизнь профессиональной карьере; 4. Работать в сфере воспитания и образования (воспитателем, учителем, и т.д.); 5. Работать в сфере бизнеса; 6. Работать в сфере науки; 7. Посвятить свою жизнь семье, быть домохозяйкой; 8. Иметь свой собственный бизнес; 9. Работать в сфере массовой коммуникации (журналистом, редактором, диктором); 10. Работать в сфере медицины (врачом, медсестрой); 11. Работать руководителем (предприятия, организации, учреждения); 12. Работать в сфере искусства (актрисой, художником, писателем и т.д.); 13. Работать в сфере торговли и услуг (продавцы, официанты, парикмахеры и т.д.); 14. Работать в сфере сельского хозяйства; 15. Работать в сфере производства (на фабрике, на заводе) по рабочей специальности; 16. Заниматься низкоквалифицированным, малооплачиваемым трудом; 17. Стать моделью, участвовать в конкурсах красоты; 18. Иметь традиционно мужскую профессию (в армии, службе безопасности и т.д.); 19. Стать профессиональной спортсменкой; 20. Нигде не работать, рассчитывать на помощь родителей; 21. Стать профессиональным политическим деятелем; 22. Посвятить свою жизнь религиозному служению (в монастыре, секте); 23. Заниматься проституцией)

США с уровнем подготовки и образования. Для россиянок в этом плане более свойственен акцент на самореализацию и повышение самооценки.

Отметим большой разрыв между мнением россиянок и американок по вопросу привлекательности работы в государственном учреждении. Последняя в России означает некоторую стабильность, пусть не очень высокую, не всегда регулярно выплачиваемую, но гарантированную (хотя бы на бумаге) заработную плату. Для женщин особенно важны различные льготы, предоставляемые в государственном учреждении (больничные листы по уходу за ребенком, дотации на детей и т.д.) Для американских женщин так вопрос не стоит. Работая в частных фирмах, они так же защищены законом, как и в государственном учреждении, а поскольку работать в государственном учреждении можно кем угодно - от начальника до уборщицы, то и оценивается такая перспектива нейтрально.

Кроме того, в России в частных фирмах на привлекательные должности предпочитают принимать мужчин. Поэтому здесь при оценке занятости в государственном учреждении, по всей видимости, сыграл роль фактор доступности.

Перспективы посвятить свою жизнь семье, быть домохозяйкой или сделать профессиональную карьеру рассматриваются как возможные для жизненного сценария в обеих

странах. Однако стоит отметить, что "американские столбики" по этим пунктам чуть выше "российских". Возможно, это связано с тем, что россиянки, как правило, вынуждены заниматься и профессиональной деятельностью, и вести домашнее хозяйство. Американские женщины либо ведут домашнее хозяйство, либо работают и тогда, как правило, имеют помощницу по хозяйству. При этом делают они то или другое по собственному выбору, что всегда в субъективных оценках более привлекательно.

Привлекательна и для россиянок, и для американок работа в сфере бизнеса. Но для американских женщин эта сфера более привычна, в то время как для российских более привычна и традиционна занятость в сфере образования. Ответы о предпочтительности работы в сфере науки подчеркивают привлекательность и большую доступность для вхождения в эту сферу в России.

Различия в ответах о возможности иметь свой собственный бизнес и работать руководителем свидетельствуют о большей профессиональной и социальной активности американских женщин. Наши соотечественницы склонны видеть себя скорее в роли помощников, чем в роли самостоятельных лидеров на работе и в обществе.

Интересно отметить также расхождения по вопросу отношения к традиционно мужским профессиям: негативное у россиянок и позитивное у американок. Сказывается распространенность в США работы женщин по престижным мужским специальностям, требующим подготовки и высокой квалификации — в армии, службе безопасности, морском флоте и т.д. В России женщины также имеют мужские специальности, но не требующие квалификации, малопrestiжные, низкооплачиваемые, часто вредные для здоровья (ремонтные рабочие, строители, грузчики). Поэтому в России и сложился негативный имидж мужских профессий, доступных для женщины.

Наиболее негативно и неприемлемо для себя и россиянки, и американки оценивают занятие проституцией.

Целый ряд вопросов в анкете касался отношений в семье. И российские, и американские женщины предпочитают равноправные отношения. Возможность быть главой семьи оценивается нейтрально, однако американки видят себя в этой роли чаще, чем россиянки. Скорее всего, роль главы семейства для российских женщин состоит в финансовом обеспечении, в то время как американки более последовательны и финансовую проблему также предпочитают решать на принципах равноправия.

К брачным изменам и россиянки, и американки относятся отрицательно. Однако американские женщины скорее простят своего супруга и более строги по отношению к себе. Возможность развода они допускают только по причине алкоголизма, в то время как для российских женщин достаточно распространенным является развод с нелюбимым мужем даже при наличии детей. Причем, с точки зрения россиянок, развод в гораздо большей степени свойствен американской культуре с их феминизмом и женской независимостью, чем российской, но служит нашим соотечественницам некоторым идеальным образцом.

Факторно-аналитическая обработка данных. Для того чтобы сократить исходное множество ситуаций и объединить ситуации, сильно коррелирующие друг с другом, в более емкие группы была применена процедура факторного анализа. Сходство ситуаций оценивалось исходя из сходства оценок, приписанных различным ролевым позициям в их отношении. Выделенные факторы отражают глубинные основания классификации, которые имплицитно присутствуют в сознании респондентов. При геометрическом представлении результатов выделенные факторы выступают как оси n -мерного семантического пространства, где n -число независимых друг от друга факторов. Анализ размещения в семантическом пространстве ролевых позиций позволяет более точно интерпретировать факторы.

Анализ показал, что факторные структуры, полученные в результате факторной обработки матриц российских мужчин и российских женщин, более близки между собой в сравнении с аналогичными структурами выборки американских мужчин и американских женщин. Это подтверждает нашу гипотезу о том, что представления людей о нормах и правилах женского поведения в большей степени детерминируются культурой, чем гендером. Другими словами, стереотипы, требования, предъявляемые к тем или иным женским ролям представителями одной и той же страны, мужчинами и женщинами, имеют гораздо больше общего, чем стереотипы только женщин из разных культур (если сравнивать их между собой). То же относится к мужским выборкам.

Переход от матриц необработанных баллов к матрицам ранговых оценок позволил унифицировать эти матрицы, снять различия, объясняющиеся установкой на выставление более нейтральных оценок, свойственных американским женщинам по сравнению с рос-

сиянками, а также российским мужчинам по сравнению с американскими. Как мы уже говорили, ранжированные оценки в данном случае оказались более корректными и адекватными.

В результате факторизации было выделено три наиболее значимых фактора. *Первый фактор* объясняет 39,3% общей дисперсии. Его **положительный полюс** образовали пункты (с указанием их факторных нагрузок¹):

50. Строить взаимные отношения в семье на принципах равноправия	0.90
3. Иметь высшее образование или профессию высокой квалификации	0.86
80. Уделять внимание своей внешности, здоровью	0.83
81. Заниматься спортом, туризмом	0.78
84. Посвящать свободное время творческой деятельности, искусству	0.73

Отрицательный полюс первого фактора образовали пункты:

57. Завести служебный роман	-0.98
74. Употреблять наркотики, транквилизаторы и т.д.	-0.98
39. Выйти замуж без любви, по расчету	-0.97
56. Изменять мужу	-0.97
44. Развестись с мужем, получившим инвалидность	-0.97
72. Курить сигареты	-0.97
45. Развестись с мужем, узнав что он болен СПИДом	-0.97
62. Не иметь детей, полагая, что лучше прожить жизнь без них	-0.97
32. Выйти замуж за представителя криминальных структур	-0.97
76. Временами испытывать желание переменить пол	-0.96
23. Заниматься проституцией	-0.96
18. Нигде не работать, рассчитывая на помощь родителей	-0.95
64. Отказаться от ребенка-инвалида, оставив его в государственном учреждении	-0.95
63. Не имея ни от кого поддержки, отказаться от ребенка в родильном доме	-0.95
42. Находиться на "содержании" у состоятельного мужчины	-0.95
75. Покончить жизнь самоубийством	-0.95
61. побыстрее выйти замуж, чтобы избавиться от родительского надзора и контроля	-0.93
48. Терпеть насилие со стороны мужа по отношению к себе, оставаясь с ним в браке	-0.93
49. Терпеть насилие со стороны мужа по отношению к дочери (имеющей другого отца), оставаясь с ним в браке	-0.93
4. Заниматься низкоквалифицированным, малооплачиваемым трудом	-0.91
67. В случае развода отдать детей на воспитание мужу	-0.90
95. Быть лесбиянкой	-0.89
73. Употреблять спиртные напитки	-0.89
46. Не выходить замуж, полагая, что лучше прожить жизнь одной	-0.88
59. Быть заранее согласной с выбором жениха, который сделают родители	-0.88
54. Допускать возможность того, что у мужа могут быть другие женщины	-0.87
9. Работать в сфере производства (на фабрике, на заводе) по рабочей специальности	-0.84
91. Терпеть дискриминацию по половому признаку со стороны государства, общества	-0.79

Анализ семантики пунктов, образовавших оба полюса первого фактора, позволяет интерпретировать его как *оценочный*: *Положительная оценка ↔ Отрицательная оценка* (или *Принятие ↔ Отвержение*).

Второй фактор (26,1% общей дисперсии) образовали пункты:

85. Участвовать в общественной или политической деятельности:	0.95
16. Работать в сфере массовой коммуникации (журналистом, редактором, диктором)	0.92
87. Быть членом женской организации	0.91
36. Выйти замуж за человека другой национальности	0.88
13. Работать руководителем (предприятия, организации, учреждения)	0.88
25. Выйти замуж за человека искусства (музыканта, поэта, артиста)	0.88

¹ Факторная нагрузка соответствует коэффициенту корреляции пункта опросника с гипотетическим фактором и отражает, насколько содержание смысла фактора присутствует в данном пункте.

14. Иметь свой собственный бизнес	0.87
31. Выйти замуж за "звезду" (спорта, эстрады, кино)	0.87
26. Выйти замуж за бизнесмена	0.87
68. Усыновить и воспитывать чужого ребенка	0.87
11. Работать в сфере бизнеса	0.86
92. Реально ощущать поддержку женщинам со стороны государства и общества	0.86
86. Выполнять конкретную благотворительную работу в общественно-социальных организациях (интернатах, приютах, домах милосердия и т.д.)	0.83
40. Выйти замуж за человека более высокого социального статуса	0.81
22. Стать моделью, участвовать в конкурсах красоты	0.80
98. Быть патриоткой своей страны	0.80
2. Посвятить свою жизнь профессиональной карьере	0.79
17. Работать в сфере искусства (актрисой, художником, писателем и т.д.)	0.78
51. Быть главой семьи	0.77
12. Иметь традиционно мужскую профессию (в армии, службе безопасности и т.д.)	0.77
21. Огять профессиональной спортсменкой	0.75
7. Работать в сфере науки	0.73
52. Иметь отдельные от супруга сбережения	0.72
34. Выйти замуж за глубоко религиозного человека	0.71
8. Работать в сфере медицины (врачи, медсестры)	0.70
27. Выйти замуж за политического деятеля	0.70

Анализ семантики указанных пунктов позволяет интерпретировать второй фактор как фактор *социальной активности*.

Третий фактор (12,2% общей дисперсии) образовали пункты:

82. Заниматься рукоделием (шить, вязать, вышивать)	0.88
24. Выйти замуж за простого человека, хорошего хозяина, живущего "земными" проблемами	0.88
1. Посвятить свою жизнь семье, быть домохозяйкой	0.83
53. Считать, что финансовое обеспечение семьи - дело мужа	0.76
58. В своем поведении руководствоваться традициями и нормами морали, принятыми в обществе, в котором живет	0.70

Третий фактор мы интерпретировали как фактор *ориентации на дом, внутрисемейную направленность*.

Ниже на рисунках 3, 4 представлены проекции факторного пространства с указанием семантического содержания выделенных измерений. Координаты точек в пространстве для каждой ролевой позиции российских и американских мужчин и женщин (всего 24 точки) соответствуют полученным этими позициями при факторизации факторным баллам. Как легко заметить из рисунков, оценки большинства ролевых позиций с точки зрения женщин и мужчин, представляющих одну страну, лежат рядом. Кроме того, точки соответствующие одноименным ролевым позициям, получившим оценки у респондентов обеих стран, образуют достаточно компактные группы, что свидетельствует о сходных стереотипах и представлениях о гендерном женском поведении в обеих культурах.

Анализируя распределение позиций по первому оценочному фактору, отметим, во-первых, большее позитивное отношение к себе самой у американцев по сравнению с российскими респондентами. Кроме того, по этому фактору *идеал* для американских респондентов оказывается ближе к реальному образу *я сама* (или *близкой женщины*, вообще получившей по фактору оценки максимальный балл). Стоит отметить, что хотя американские респонденты более склонны ощущать себя счастливыми (об этом уже говорилось выше), принятие ими образа *счастливой женщины* менее выражено по сравнению с россиянами. Возможно, это связано именно с тем, что они считают наличие счастья в жизни нормой, а вот его отсутствие — отрицательной характеристикой. Как и следовало ожидать, в обеих странах респонденты отвергают роли *презираемых женщин*, причем стоит отметить, что российские респонденты более категоричны в своем отвержении, нежели американские. *Типичные женщины* оцениваются нейтрально.

Несмотря на кажущуюся антонимичность второго и третьего факторов - эмансипированности, ориентированности на общественную деятельность, социум, с одной стороны, и

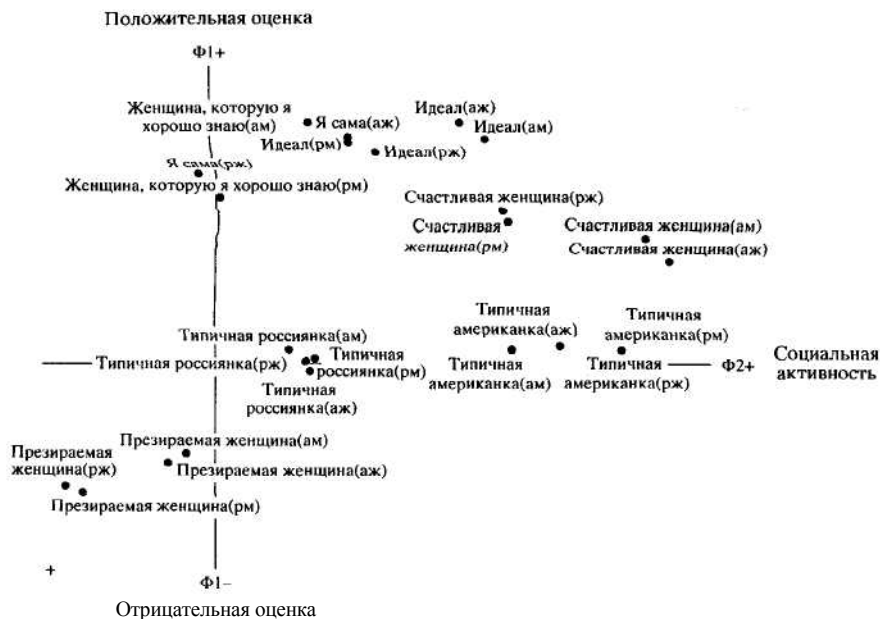


Рис. 3. Семантическое пространство этнических авто- и гетеростереотипов (Ф1, Ф2) (образы российских и американских женщин в глазах российских и американских женщин и мужчин: рж - точка зрения российских женщин, рм - точка зрения российских мужчин; аж - точка зрения американских женщин, ям - точка зрения американских мужчин)

патриархальности, ориентированности на семью, дом, с другой - в соответствии с результатами исследования эти два типа жизненной активности для женщин в общественном сознании в обеих странах достаточно независимы. Коэффициент корреляции между этими факторами практически равен нулю (более точно -0.005). С точки зрения респондентов обеих стран, для женщины является *типичным* сочетание в своей жизни дома и работы, семьи и общественной деятельности, и успех в этом позволяет ей ощущать себя *счастливой*. *Презираемой женщине* не дано ни того, ни другого. *Типичная американка* оценивается респондентами обеих стран как ориентированная скорее на социальную активность (причем в большей степени такая оценка была дана российскими респондентами), а *типичная россиянка* - на внутрисемейную. Отметим, что приоритет социальной активности перед домом и семьей американскими респондентами приписывается идеалу, т.е. оценивается положительно. Однако образ *идеальной женщины* имеет меньшую проекцию на ось фактора *социальной активности*, чем *типичной американки*.

Зафиксированные сходства и различия в отношении оценок женского поведения, жизненных сценариев и т.д. отражают более глубинные сходства и различия ценностных ориентаций и установок двух культур. Несмотря на большую разницу образа жизни американцев и россиян, существуют общие черты развития двух стран. Главное - сходство геополитического пространства, осознание себя гражданами сверхдержав. Как только был разрушен железный занавес, столь долгое время разделявший нас друг от друга, оказалось, что мы легко находим общий язык, у нас много общих интересов, мы понятны друг другу. Так, в нашем исследовании не было выделено каких-то поступков, жизненных сценариев, которые принципиально по-разному оценивались бы в наших странах. Мы сходным образом понимаем, "что такое хорошо и что такое плохо".

Тем не менее, наивно было бы полагать, что две культуры, имеющие совершенно различный исторический, политический, экономический "анамнез", оказались тождественны. Мы говорим на разных языках, Америка — страна эмигрантов, Россия — сильна своими вековыми традициями, корнями и предками. Российский менталитет в значительной степени оп-



Рис. 4. Семантическое пространство этнических авто- и гетеростереотипов (Ф1, Ф3) (образы российских и американских женщин в глазах российских и американских женщин и мужчин: рж - точка зрения российских женщин, рм - точка зрения российских мужчин; аж - точка зрения американских женщин, ам - точка зрения американских мужчин)

ределяется этикой православия, а американский - протестантизма. В российской традиции ценности страдания, жертвенности, в американской - конкретного дела, дающего результаты.

И все-таки мы с надеждой и оптимизмом смотрим на наше будущее сосуществование и со-развитие в общем доме на планете Земля. Это, несомненно, обоюдовыгодный процесс.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Петренко В.* Основы психосемантики. М.: МГУ, 1997.
2. *Петренко В.Ф.* Психосемантический подход к этнопсихологическим исследованиям // Советская этнография. 1987. № 3. С. 22-38.
3. *Mead M.* Sex and Temperament in Three Primitive Societies. NY: Mentor, 1950. (Впервые книга была издана в 1935 г.).
4. *Ментальность россиян / Ред. И.Г. Дубов.* М.: АСТ, 1997.
5. *Аргайл М.* Психология счастья. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1990.
6. *Джидарьян И.А.* Представления о счастье в русском менталитете // Психологический журнал. 1997. Т. 18. №3. С. 13-25.
7. *Арутюнян Ю., Дробижева Л., Сусоколов А.* Этносоциология. М.: Изд-во Института социологии РАН, 1998.
8. *Shlapentokh D.* Lovemaking in the Time of Perestroika: Sex in the Context of Political Culture // Studies in Comparative Communism. V. XXV. N 2. June 1992. P. 151-176.