

Секция «Группа и личность: пространство общения и взаимодействия»

Стратегии поддержания позитивной гендерной идентичности как фактор субъективного благополучия личности: опыт качественного анализа

Научный руководитель – Котова Марина Викторовна

Горшкова Анастасия Сергеевна

Аспирант

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет социальных наук, Москва, Россия
E-mail: kitsune_2@outlook.com

Субъективное благополучие — генерализованная квантифицируемая оценка самим субъектом того, насколько его жизнь в целом близка к максимально желательному им состоянию. Парадигма субъективного оценивания отличает конструкт субъективного благополучия от психологического благополучия, представляющего собой оценку выраженности личностных предикторов счастья, и качества жизни, представляющего собой объективную оценку благоприятности внешних условий жизни для благополучия [6].

Современными исследователями описываются следующие социальные факторы, увеличивающие риск деструктивного развития и самоощущения индивида, ухудшении всех видов благополучия, повышающие риски кризиса идентичности. Среди них транзитивность — ускорение ритмов жизни; слоистость времени; проявляющаяся в разнообразии жизненных стилей ценностная неоднородность; проницаемость как пространственных, так и дисциплинарных границ, антиномичность индивидуализации и глобализации, неопределенность, социальная нестабильность и многие другие.

Данные факторы описываются применительно к личностной и социальной идентичностям. Проблема идентичности ставится особенно остро при учёте описанных факторов. Особый интерес представляет в этой связи анализ гендерной идентичности. Гендерная идентичность — это внутренняя составляющая, отражение гендера внутри личности, самосознание, самопонимание и переживание личностью себя как представителя и носителя определенного гендера.

Согласно концепции гендерных отношений И. С. Клециной [3], гендерный контекст отношений разворачивается при соотношении характеристик следующих личностных подструктур: «Я как индивидуальность (личностный компонент) — Я как представитель гендерной группы (социальный компонент)». Личность, конструируя гендерную идентичность, строит не только свой собственный образ, но и образ группы, к которой она принадлежит или не принадлежит. Конструктивистский потенциал гендерной идентичности заключается в том, что осознание человеком своей принадлежности к гендерной группе и эмоциональная значимость для него этой группы обуславливают построение «образа Я» и «образа групп» в конкретных социальных условиях. В фундаментальных психологических гендерных исследованиях подчеркивается существование таких феноменов, как внутриличностный гендерный конфликт и кризис гендерной идентичности. Неоспоримо также и негативное влияние кризисной гендерной идентичности на благополучие личности.

В свете вышесказанного, на наш взгляд, актуально обратить внимание на те социальные предикторы, которые могут тем или иным образом являться «буфером» для поддержания позитивности идентичности. Для этого мы считаем возможным применить к анализу гендерной идентичности набор *стратегий поддержания позитивной идентичности*. Позитивность Я-концепции человека существенно зависит от позитивности оценки группы принадлежности, что особенно актуально для маргинализованных, стигматизированных групп. Так, высокая оценка ингруппы влияет на собственную самооценку человека и позволяет погреться в «лучах славы» группы.

Учет функций идентичности на выполняемые для индивида и для группы позволяет предложить новое решение проблемы взаимосвязи идентичности и самооценки, с одной стороны, и идентичности, ингруппового фаворитизма и отношения к аутгруппам — с другой [4].

Таксономия стратегий поддержания позитивности идентичности строится на пересечении изменения параметров сравнения ин- и аутгруппы и предполагает собой деление на когнитивные и поведенческие стратегии [2]. Когнитивные стратегии предполагают изменение оснований сравнения (при неизменности обеих групп), когнитивное изменение объекта сравнения (при изменении аутгруппы) и изменение категоризации (при изменении обеих групп). Поведенческие стратегии предполагают изменение статусных отношений (при неизменности обеих групп), поведенческое изменение объекта сравнения (при изменении аутгруппы) и изменение членства в группе (при изменении обеих групп).

В связи со стигматизацией «инаковой» гендерности (наличием в обществе воспринимаемых предубеждений касательно тех типов гендерной идентичности и способов гендерной самопрезентации, которые не исчерпываются и/или не соответствуют эталонам маскулинности или фемининности для мужчин или женщин соответственно) можно предполагать наличие специфичных стратегий поддержания позитивной гендерной идентичности как в зависимости от индивидуальной траектории «делания гендера», так и по факту «инаковости». К тому же, набор и специфика использования стратегий поддержания позитивной идентичности будут являться опосредующим фактором, охватывающим большой пласт психической жизни индивида, поэтому их учёт, на наш взгляд, должен быть уместен при решении вопроса о гендерном аспекте психологического благополучия.

Гипотетическим примером, требующим эмпирической проверки и подтверждающим наши предположения, может послужить следующий кейс. Гетеросексуальный мужчина, не укладывающийся в маскулинные гендерные нормы поведения, может быть на этом основании воспринят как член аутгруппы как маскулинных мужчин (поскольку он им не является), так и гетеросексуальных мужчин, а вполне возможно – и не-маскулинных мужчин (на основании предубеждения о «нетрадиционной» сексуальной ориентации не-маскулинных мужчин, «слитости» этих терминов в обыденном сознании), хотя основание для категоризации – гетеросексуальная идентичность и ориентация – остаётся сохранным.

Данная ситуация – при должном эмпирическом анализе – раскрывает не только собственно стратегии поддержания позитивной идентичности, но и такие предикторы, как специфику копинг-поведения субъекта в гендерно трудных ситуациях, взаимосвязь и взаимовлияние гендерной идентичности, сексуальной идентичности и сексуальной ориентации (которые имеют тесную взаимосвязь), а также – потенциально – и кризисность идентичности. Последнее может быть достигнуто в силу того, что «изменение», о котором говорят Бланц и коллеги, необязательно должно и способно быть позитивным: изменение категоризации и оснований сравнения внутри себя может проходить с разной степенью болезненности для субъекта, так как связано с «перекраиванием» себя или же переживанием социальной изоляции и отторжения от других, потери социальных ресурсов. Наконец, вероятно предполагать и специфичные для гендерной идентичности стратегии, как то сокрытие своей истинной гендерной идентичности или же наоборот, её демонстрация («каминг-аут», «управление идентичностью» [1]).

Таким образом, для более качественного анализа специфики внутриличностных гендерных отношений в условиях социального конструирования гендера, выявления индивидуальной специфики, способствующей или препятствующей позитивной (неконфликтной) гендерной идентичности и, следовательно, субъективному благополучию, мы предлагаем учитывать стратегии поддержания позитивной гендерной идентичности. На данном этапе, с учётом недостаточно отвечающей современным трансформационным тенденциям

операционализации конструкта «гендерная идентичность», мы видим это возможным с использованием методологии качественного анализа.

В пилотажном качественном исследовании (N=10, 50% мужчин, Mвозр=23) были предложены гипотетические кейсы, актуализирующие в сознании возможные стратегии поддержания позитивной идентичности применительно к полу, учитывая, что группы по такому признаку обладают фактически нулевой проницаемостью [5]. Также респонденты были опрошены на предмет субъективной оценки своего благополучия качественно и количественно с помощью методик PANAS и оценки субъективного благополучия Э. Динера.

Обнаружено, что женщины чаще избирают такие стратегии, как:

- индивидуализация — оценка себя как личности, а не как члена группы, актуализация персональной идентичности («Мне нужно как-то существовать, поэтому я буду знать свои качества и жить дальше, зная, что я не соответствую образу, который составили о таких, как я»);

- социальное и реалистическое соревнование — человек как часть группы пытается улучшить свой статус за счет поиска поддержки аутгруппы («Я найду таких же, как и я, и мы объединимся, чтобы доказать, что они не правы») или борьбы за ресурсы («Я найду таких же, как и я, и так как нас много, мы все равно будем продолжать жить, как жили, работая, функционируя и живя, несмотря на осуждение»).

Обнаружено, что мужчины чаще избирают такие стратегии, как:

- создание группы внутри группы — будучи членом группы, которая проигрывает сравнение, индивид может выделять внутри своей группы меньшую группу с относительно неплохим статусом («Я могу реализовывать еще и типично женские черты, соответственно, адаптируюсь. Тяжело будет тем мужчинам, кто так не может»);

- индивидуальная мобильность — смена членства в группе на референтную («Быть мужчиной в таком обществе будет невозможно. Надо будет как-то косить»).

Среди всей выборки в равной степени также представлена стратегия сведения социального сравнения к членам ингруппы — обесценивание тех измерений, в которых ингруппа проигрывает и приписывание причин негативной оценки предубеждениям аутгруппы, оценивая их как предубежденные («Я знаю, что то, как они оценивают меня — ничем не подкрепленный бред, поэтому буду их [оценки] игнорировать»). Женщины показали более высокий уровень субъективного благополучия и позитивного аффекта, нежели мужчины, при качественной и количественной оценке.

Получившиеся данные противоречат имеющимся исследованиям о более высокой уступчивости женщин касательно стратегий поддержания идентичности [7]. Имеющееся исследование необходимо расширить в плане количества выборки и инструментов подбора респондентов.

Источники и литература

- 1) Croteau J.M. Models of Workplace Sexual Identity Disclosure and Management: Reviewing and Extending Concepts / J.M. Croteau, M.Z. Anderson, B.L. VanderWal // Group & Organization Management. – 2008. – Vol. 33. – № 5. – P. 532-565.
- 2) Responding to negative social identity: a taxonomy of identity management strategies / M. Blanz [et al.] // European Journal of Social Psychology. – 1998. – Vol. 28. – № 5. – P. 697-729.
- 3) Клецина И.С. Психология гендерных отношений : дис. ... д-ра психол. наук / И.С. Клецина. – СПб.: РГПУ им. А. И. Герцена, 2004. – 460 p.

- 4) Котова М.В. Стратегии поддержания социальной идентичности: значение для теории социальной идентичности и понимания межгрупповых отношений / М.В. Котова // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2016. – Vol. 13. – № 4. – Р. 691-711.
- 5) Котова М.В. Трансформация предубеждения в неявные формы как индикатор его функций в межгрупповых отношениях / М. В. Котова // Социальная психология и общество. – 2024. – Т. 15, № 1. – С. 57-75.
- 6) Леонтьев Д.А. Счастье и субъективное благополучие: к конструированию понятийного поля / Д.А. Леонтьев // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2020. – № 1. – Р. 14-37.
- 7) Porath, C. L., Overbeck, J. R., & Pearson, C. M. (2008). Picking up the gauntlet: How individuals respond to status challenges. *Journal of Applied Social Psychology*, 38(7), 1945–1980.