

**ШВАЛЬ АНТОН ЮРІЙОВИЧ**

кандидат психологічних наук,  
викладач кафедри психології діяльності в особливих умовах,  
НУЦЗУ, м. Харків

## ОСОБЛИВОСТІ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ

У роботі наводиться послідовний аналіз результатів дослідження особливостей гендерних стереотипів сучасної молоді України. Показана можливість застосування проективного тесту «Конструктивний малюнок людини з геометричних форм» А. В. Лібіна, як інструмент для перекладу розпливчастих, і тому важко досліджуваних за допомогою тестів опитувальників характеру, гендерних стереотипів. Наводиться якісний і кількісний аналіз отриманих даних, показує наявність яскраво виражених самоідентифікаційних і кросгендерних стереотипів в досліджуваній вибірці.

**Ключові слова:** гендер, гендерний стереотип, маскуліність, фемінність, проективний малюнок.

Інтерес до проблематики дослідження питань гендерної самоідентифікації і гендерних стереотипів залишається актуальним протягом тривалого часу. З огляду на складну структуру даного явища, ми хочемо, щоб уникнути термінологічної плутанини, визначити базові поняття, якими в подальшому будемо оперувати.

Гендер – соціально-психологічна характеристика особистості, стать з соціальної точки зору. Тобто, гендер – це так звана соціальна стать, яка ніяким чином не є пов'язана з біологічною статтю, а яку індивідуум може вибрати згідно з власного бажання.

Гендерний стереотип – це стійкі, повторювані, загальноприйняті уявлення (думки) про місце та виконувані ролі того чи іншого гендеру в суспільстві, а також про особистість людей тієї чи іншої гендерної ідентичності

Маскуліність і фемінність – дві основні категорії [гендерних досліджень](#), які узагальнюють нормативні уявлення та установки, якими мають бути і чим повинні займатися [чоловіки](#) та [жінки](#) у даному [суспільстві](#) й у дану [епоху](#), а також виражають [гендерну ідентичність](#) людини. [5]

В психодіагностичній практиці застосовуються кілька стандартизованих опитувальників, які дозволяють визначити гендерну приналежність и ступінь вираженості цього параметра. Детальний аналіз методик опитувального характеру зроблений як вітчизняними вченими, наприклад, Максименко С. Д. [3], так і зарубіжними [4].

Альтернативою є тести проективного характеру. Так, наприклад, В.А. Лібін вказує, що переваги використання графічних методів в роботі практичних і клінічних психологів обґрунтовані самою специфікою психографічних методів. Перш за все, процес малювання має уні-

кальну розгальмувальну дію на людину. Будь-яке психологічне дослідження найефективніше починати саме з використання психографічного методу. Він вважає малюнки «псіхомоторним посередником» між автором малюнка і його внутрішнім світом, між психологом і тим, хто малює. Конструювання як метод вивчення індивідуально-психологічних особливостей широко застосовується в дослідницькій і консультативній практиці. Дослідники відзначають, що на відміну від вільного малюнка при конструюванні зображення «трансляція внутрішньої репрезентації в зображення знаходиться в меншій залежності від чисто моторних навичок, ніж при малюванні. Притаманні вільному малюнку графічні обмеження тут практично відсутні». [2]

Кожна з цих методичних груп володіє, як перевагами, так і недоліками.

Докладний аналіз позитивних і негативних сторін застосування проєктивних методик, зроблений О.Е. Євсєєвою, дозволяє нам не зупинятися докладно на цьому питанні, зазначивши, однак, що ми не в повній мірі поділяємо точку зору автора щодо неможливості піддати результати проєктивних методик кількісного аналізу. У контексті даної роботи, нам ближче точка зору Р. Ф. Беляускайте, яка, в своїй праці «Рисункові тести як засіб діагностики розвитку особистості», призводить варіант кількісної оцінки, де якісні показники згруповані в певні симптомокомплекси, які оцінюються балами. У той же час, ми згодні з її висловом: «Найбільше утруднення виникає на етапі подання інтерпретації в наукових текстах в зв'язку з тим, що, за великим рахунком, проєктивні методики не піддаються статистичному обрахунку. На даний момент в психодіагностиці немає чіткої єдиної системи перекладу якісної інтерпретації проєкції в кількісну оцифровану оцінку». [1]

У даній роботі ми віддали перевагу другій групі методик, а саме проєктивному тесту: «Конструктивний малюнок людини з геометричних форм».

З огляду на той факт, що основні діагностичні та інтерпретаційні навантаження лежали на проєктивній методиці, хотілося б детальніше зупинитися на описі обраного нами тесту.

Тест «Конструктивний малюнок людини з геометричних форм» А. В. Лібіна, в єдиному тестовому завданні об'єднує проєктивний малюнок фігури людини з неусвідомленою перевагою основних геометричних форм. Відмітна особливість завдання тесту полягає в зображенні фігури людини з простих геометричних форм – трикутника, кола, квадрата. В процесі тестування необхідно намалювати або сконструювати фігуру людини тільки з трикутників, кіл і квадратів і складається рівно з десяти частин. Своєрідність виконаних за допомогою психографічного тесту малюнків відрізняється чіткістю, виразністю і індивідуальністю. У кожному з малюнків знаходить відображення особистість його творця.

У психографічним тесті інтегруються такі параметри, як суб'єктивні переваги, проєктивний сенс зображення, семантика геометричних форм і конструктивний малюнок фігури людини.

Суб'єктивна перевага геометричних форм є одним з основних механізмів, що співвідносять семантику геометричних форм, особливості конструювання і манеру зображення малюнка людини з індивідуальними особливостями автора зображення. В особливостях переважання геометричних форм і характерному способі конструювання зображення, зробленого під впливом неусвідомлюваних вражень і асоціацій, відображаються важливі характеристики індивідуальності. Зокрема, функціональні або одномоментні стани автора малюнка, а також його стійкі особистісні риси, обумовлені психофізіологічними, психологічними і соціальними факторами.

Базові геометричні форми – трикутник, коло і квадрат – відрізняються по своїй семантичній валентності, або потенційної привабливості, для людей з певними особливостями сприйняття і складом характеру, та відносяться до архетипних семантичних конструктів.

Аналіз індивідуальних уподобань семантики геометричних форм лежить в основі інтерпретації основних показників формалізованого проєктованого тесту. Діагностика переваг з'являється в стратегіях зняття невизначеності, при роботі тестованого зі стимульним матеріалом по жорстко заданій інструкції. [2]

Характеристика вибірки, методів та організація проведення дослідження.

Наше дослідження проводилося в період 2018-2019 рр. У дослідженні взяло участь 500 осіб, студенти ВЗО України, у віці від 17 до 25 років. За ознакою біологічної статі вибірка була представлена рівними підгрупами по 250 учасників у кожній.

Виходячи із загальної мети дослідження, в емпіричній частини перед нами стояли такі завдання та запитання:

- Визначити наявність і ступінь наявності гендерних стереотипів (подалі ГС).

- Чи мають місце особливості ГС у чоловічій і жіночій вибірках за показниками фемінність, маскуліність, андрогенність.

- Чи мають місце типологічні відмінності ГС.

- Які особливості вищевказаних характеристик при кросгендерному проєктуванні.

Згідно дизайну нашого дослідження, кожен учасник, діючи за строго заданою інструкції, конструював із запропонованого набору геометричних фігур зображення людини, що складається з 10 елементів. Конструювання кожним випробовуваним проводилося двічі: перший досвід, відповідав завданню зобразити себе, а друга інструкція пропонувала зобразити людину протилежної статі.

Цікавим видається той факт, що жоден з випробуваних не вважав значущим уточнення експериментатора про різницю між поняттями

«стать» і «гендер». Це може побічно вказувати на відсутність репрезентації у свідомості учасників даної диференціації. Тобто, кажучи іншими словами, поняття статі, як соціального ідентифікатора, в нашому випадку, виявилось більш вираженим, ніж гендерна ідентифікація.

Таким чином, кожен випробовуваний складає малюнок №1, що репрезентує його проєкцію про самого себе, і малюнок №2, який представляє проєкцію кроссгендерного шаблону. Сумарно ж ми отримуємо з одного боку, набір репрезентацій самоідентифікації, по 500 від кожної підвибірки, і така ж кількість зображень, що відображають уявлення про представників іншої статі.

В результаті первинного аналізу, кожен малюнок отримував три кодифікуючі позначки:

1. Пол випробовуваного.
2. Тип малюнка.
3. Наявність і тип гендерних шаблонів.

Типом ми називаємо найбільш узагальнені і чітко розрізнені між собою характеристики індивідуальності. Включені в той чи інший тип підтипи по своїй загальній характеристиці співвідносяться з рисами свого типу і в той же час відрізняються між собою специфічними особливостями.

Комбінація трикутників, кіл і квадратів – трьох основних елементів малюнка, в сумі складових 10, дає можливість виділити 36 провідних підтипів, об'єднаних у вісім базових психологічних типів.

В рамках даного дослідження нас цікавив не весь спектр тригерів властивостей психіки, які можуть знаходити відображення в проєкційній інтерпретації, а тільки ті, які відображають гендерну ідентифікацію. Даний набір тригерів гендерних стереотипів описаний і тісно пов'язані авторами-розробниками методики з поведінковими стереотипами і відображено в описі підтипів. Зокрема, до таких поведінкових характеристик відносяться прагнення до лідируючої позиції, агресивні тенденції в поведінці, експансивна територіальність, прагнення до домінування тощо.

В аналізі малюнків ми звертали увагу на характерні особливості зображення, які відображують зазначені тенденції. До таких ознак належать, наприклад: переважання у формулі малюнка таких фігур як трикутник, з орієнтацією вершини назовні, квадрати, в тому числі, орієнтовані як ромб, посилені трикутниками голова і руки.

Цікаво відзначити спостереження, що в чоловічих малюнках зробленими учасниками обох статей, присутній регулярно зустрічається тригер – зигзаг в руці, який визначається випробовуваним як «зброю» або «символ влади». Такий же зигзаг, але підсилює голову, трактується випробовуваними зовсім інакше: у чоловіків, як «вітер в голові», а у жінок як «підсилювач краси». Дане спостереження підкреслює важливість серйозного підходу до аналізу наративів випробовуваних, а не тільки до кількісного підрахунку елементів малюнка.

Крім зазначених ознак, так само нами розглядалися в аналізі такі характерні особливості як розмір малюнка, що відображає тенденції до експансивного заняття простору або, навпаки, до мінімізації такої і співвіднесення розмірів першого (самоідентифікаційний) і другого (кроссідентифікаційного) малюнка.

Переходячи від якісного аналізу матеріалу до кількісного, нами були поставлені наступні питання:

1. Чи існують особливості і пріоритети в типах малюнків, в вибірках різної статі?

2. Чи мають місце закономірності в ступеню прояву гендерних стереотипів в малюнках учасників різної статі? Іншими словами: чи є особливість у розподілі фемінних, маскулінних і андрогінних типів в підвибірках?

3. Чи мають місце особливості в кроссідентифікаційних малюнках другого завдання?

4. Як проявляється закономірність розподілу гендерних стереотипів у другому випадку.

Розглянемо детальніше результати першого завдання. Ми повинні встановити, чи існують особливості у зображенні першого малюнка за статтю досліджуваних. Результати аналізу представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

**Показники пов'язаності між статтю та типом першого зображення (у %)**

Стать	Тип зображення							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Чоловіки	6,0	4,0	5,0	6,5	6,0	8,5	5,2	8,5
Жінки	4,6	7,9	7,9	7,1	5,2	3,6	5,0	9,1
Всього	10,6	11,9	12,9	13,6	11,2	12,1	10,2	17,6

Як ми можемо бачити з таблиці, типи представлених малюнків мають яскраво виражену особливість в кожній з груп.

Проаналізуємо представлені дані.

Як в чоловічій, так і в жіночій групі пріоритетними є малюнки 8-го типу: 8,5 і 9,1% відповідно. Нарівні з цим типом по частоті в чоловічій групі представлені малюнки 6-го типу. Вони зустрічаються в 8,5% випадків. У жіночій же вибірці, малюнки даного типу мають частоту зустрічальності 3,6%.

Другими, по частоті в чоловічій групі ми можемо відзначити малюнки 4-го типу (6,5%), 1-го і 5-го типів (по 6,0% кожен). У жіночій групі, друге місце по частоті займають малюнки 2-го, 3-го і 4-го типів (7,9; 7,9; 7,1% відповідно). Ми можемо звернути увагу на той факт, що в цьому випадку, збіг між вибірками відбувається тільки в малюнках 4-го типу.

Третіми, найменш часто зустрічаються зображеннями, в чоловічій групі є малюнки 2-го, 3-го і 7-го типів (4; 5 і 5,2%). У жіночій групі,

до найбільш рідкісним, відносяться малюнки 6-го, 1-го, 5-го і 7-го типів (3,6; 4,6; 5; 5,2%).

Нам видається цікавим відзначити кілька фактів:

По-перше, в чоловічій групі ступінь пріоритетів малюнків не настільки очевидна, як в жіночій. Так наприклад по 8,5% виборів відноситься до 6 і 8 типів, а найбільш рідко зустрічається 4-й тип відповідає 4% виборів у чоловіків. У жінок, максимально пріоритетний вибір малюнків 8-го типу відповідає 9,1%, а самі рідкісні малюнки 6-го типу зустрічаються лише у 3,6% вибірки.

По-друге, пріоритетний в чоловічій групі тип 6 (8,5%), в жіночій групі виявляється самим рідкісним (3,6%). Як ми зазначали вище, 8-й тип був зустрінутий максимальну кількість разів в обох групах, що говорить про високий пріоритет даного типу незалежно від статевої приналежності.

По-третє, стабільно представлені на другому місці за частотою виборів типи 2 і 3 в жіночій групі (7,9%), в чоловічій групі займають нижні позиції (4 і 5%).

Таким чином, на цьому рівні аналізу ми можемо бачити помітну різницю в особливостях вибору типів малюнків в чоловічій і жіночій підвибірках. Ті типи, які є пріоритетними в одній групі, виявляються аутсайдерними в іншій, і навпаки. Виняток становить тільки один тип, якому віддали переваги в двох групах.

Аналіз даних за допомогою Хі-квадрат Пірсона показує наявність статистично значущих відмінностей між чоловіками і жінками за проективним малюнків першого завдання.

Таким чином, ми можемо говорити про наявність особливостей гендерних ідентифікаційних портретів чоловіків і жінок, що виявляються в типології як найбільш часто зустрічаються, так і відкидала проективних зображень.

На наш погляд, має сенс звернути увагу на той факт, що без аналізу пріоритетів зображень по групах, розділеним за ознакою статі, ми отримуємо абсолютно іншу картину. Якщо ми подивимося на нижній рядок таблиці, то побачимо, що розподіл частот зустрічальності по загальній вибірці, досить плавне і рівномірне. Є пріоритетний 8-й тип (17,7%), є типи другого ешелону знаходження: 4-й, 3-й, 6-й (13,7; 12,9; 11,9%), і є аутсайдерні типи: 7-й (10,1) і 1-й (10,5%). Образно кажучи, міряючи «середню температуру по лікарні» ми отримуємо результати, які не можуть розкрити особливості виборів, які ми бачимо при більш ретельному аналізі.

Перейдемо до опису результатів аналізу другого малюнка. В даному випадку, випробовувані виконували інструкцію зобразити людину протилежної статі. Дані, отримані в ході даного етапу, представлені в таблиці 2.

**Показники пов'язаності між статтю та  
типом другого зображення ( у % )**

Стать	Тип зображення							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Чоловіки	5,4	7,3	4,8	7,7	6,2	6,3	5,8	6,2
Жінки	4,8	5,6	6,3	7,5	8,7	7,7	5,2	4,6
Всього	10,1	12,9	11,1	15,3	14,9	14,1	10,9	10,7

Ми можемо бачити, що в чоловічій частині вибірки пріоритетними, хоча і з не настільки яскраво вираженим відривом, як в першому досвіді, представлені малюнки 4-го і 2-го типів (7,7 і 7,3% відповідно). У групі жінок найбільш часто зустрічалися малюнки трьох типів: 5-й (8,7%), 6-й (7,7%) і 5-й (7,5%).

Звернемо увагу на наступний факт: якщо в першому досвіді обидві групи показали як найбільш часто зустрічається малюнок 8-го типу, а в чоловічій групі, як ми пам'ятаємо, також малюнки 6-го типу, то в другому досвіді, 8-й тип і, і представлений, відповідно 6,2% в чоловічій і 4,6% в жіночій групі. 6-й тип в чоловічій групі займає 6,3%, що показує нам пропорційне і рівномірне зниження цих типів в групі, але, тим не менш, зберігаючи їх відносно високу частоту зустрічальності.

Порівняльний аналіз малюнків першого і другого типу дозволяє нам зрозуміти, наскільки збігаються або не збігаються кроссгендерні уявлення чоловіків і жінок.

Ми бачимо, що чоловіки, конструюючи самопроекційний малюнок, найбільш часто зображують себе малюнками 8-го і 6-го типу, в той час, як жінки, конструюючи кроссгендерний малюнок, бачать чоловіків в малюнках 5-го типу (8,7%), який в першому досвіді був представлений у другому ешелоні по частоті (6%).

Малюнки, які в першому досвіді зустрічалися в жіночій групі найбільш часто, належали 8-у типу (9%), а малюнки 4-го і 2-го типів (7,7 і 7,3% відповідно). У другому досвіді, чоловіки, конструюючи проєктивний малюнок жінки, найбільш часто показували малюнки 4-го (7,7%) і 2-го (7,3%) типів. Але, якщо ми повернемося до таблиці 1 то ми побачимо, що в жіночій групі, друге місце по частоті займають малюнки 2-го, 3-го і 4-го типів (7,9; 7,9; 7,1% відповідно).

Ми можемо вказувати на той факт, що кроссгендерне «впізнавання» відбувається на досить високому рівні. Ті типи, які займали друге місце в самоідентифікаційному малюнку, отримали перше місце при перехресної оцінки. Побічно, це може вказувати на наявність у представників обох груп стійких гендерних або статево-рольових уявленнях, як про себе, так і представників протилежної статі.

На відміну від першого досвіду, де ми отримали значні особливості при конструюванні проєктованого самоідентифікаційний зображення, в даному випадку, ми бачимо, що статистично значущих особ-

ливостей, при конструюванні малюнків представниками протилежної статі, не спостерігається. Це може свідчити, на наш погляд, про наявність більш специфічного і стабілізованого уявлення про себе, ніж про осіб протилежної статі, що призводить до більшого розкиду подаються гендерних стереотипів і, відповідно, до більш гнучкого розуміння при кроссгендерній комунікації. Розбіжність уявлень про іншу людину і його проявами в реальному житті, може ставати причиною когнітивного дисонансу і, як наслідок, зниження толерантності в поведінці.

Наступний крок нашого аналізу – пошук особливостей і кореляцій між статтю випробовуваних і наявністю в проєктивних зображеннях ознак гендерної стереотипізації. Після аналізу малюнка, передбаченого протоколом, кожен малюнок отримувач кодування, що відображає наявність ознак фемінного, маскулітного або андрогінного характеру.

В групі чоловіків малюнки маскулітного типу були представлені у 15%, фемінного типу 6,8% і андрогінності - 28%. У той час, як в групі жінок малюнки маскулітного типу були представлені у 8,7%, фемінного типу – 18,6% і андрогінності – 22,9%. В цілому, дані результати цілком передбачувані, і для більш поглибленого аналізу ми піддали їх обробці на предмет встановлення наявності статистично значущих особливостей вибору в кожній групі, а також встановлення кореляції між статтю випробовуваних і маркерів гендерної приналежності малюнків першого досвіду.

Аналіз даних, за допомогою хи-квадрата Пирсона, показує статистично значущі відмінності в прояві гендерних ознак фемінності і маскулітності в малюнках першого досвіду у чоловіків і жінок. Виявлено, за V- критерієм Крамера на дуже високому рівні статистичної значущості, взаємозв'язок між статтю випробовуваного і виразністю гендерних стереотипів, що проявляються в малюнках першого досвіду, які мають ознаки маскулітного або фемінного характеру.

Таким чином, ми можемо стверджувати, що з високою статистичною достовірністю виявлені: по-перше, гендерні особливості в кожній з двох груп. По-друге, має місце кореляція між статтю учасника та гендерними шаблонами в проєктному малюнку.

У другому досвіді, коли випробовувані виконували інструкцію конструювання образу представника протилежної статі, нами був проведений аналіз результатів, аналогічний описаному вище.

В групі чоловіків малюнки маскулітного типу були представлені у 6,6%, фемінного типу у 34,7% і андрогінності – 8,2%. У групі жінок малюнки маскулітного типу були представлені у 20,5%, фемінного типу у 17,5% і андрогінності - 12,5%.

Для подальшого аналізу ми піддали отримані результати обробці на предмет встановлення наявності статистично значущих особливостей вибору в кожній групі, а так само встановлення кореляції між статтю випробовуваних і маркерів гендерної приналежності малюнків



другого досвіду. Аналіз показує статистично значущі відмінності в прояві гендерних ознак фемінності і маскулінності в малюнках другого досвіду у чоловіків і жінок. Виявлено, на дуже високому рівні статистичної значущості, взаємозв'язок між статтю випробуваного і виразністю гендерних стереотипів, що проявляються в малюнках другого досвіду, які несуть ознаки маскулінного або фемінного характеру. Причому, слід зазначити, що в разі другого досвіду, ми бачимо більш високий рівень взаємозв'язку між статтю випробуваного і його шаблонізації гендерного стереотипу щодо протилежної статі, ніж в разі малюнків першого типу. Іншими словами, випробовувані схильні до формування більш стереотипного уявлення про представників протилежної статі, ніж про самих себе.

Для наочності дані по гендерному розподілу малюнків в двох групах в першому і другому завданню зведені нами у таблицю 3

Таблиця 3.

**Частота пред'явлення зображень першого і другого завдання з гендеротіпічними ознаками (у %)**

Стать	Маскулінни		Фемінни		Андрогінни	
	1	2	1	2	1	2
Чоловіки	15	20,5	6,8	17,5	28	12,5
Жінки	8,7	6,6	18,6	34,7	22,9	8,2

Зупинимось на деяких цікавих моментах, які ми можемо проаналізувати, виходячи з отриманих даних.

По-перше, в жіночих малюнках другого досвіду (зображення чоловіка), маскуліний образ зустрічається частіше, ніж у чоловічій. Тобто жінки більш схильні представляти чоловіка більш маскуліним, ніж це роблять чоловіки. У той час, як маскуліність в малюнках обох груп, при конструюванні жіночого образу, зустрічається у відносно однаковому відсотку випадків (8,7 і 6,6%).

По-друге, ще більшу різницю в частоті, ми можемо бачити в малюнках двох груп за ознакою фемінності. У малюнках й досвіду чоловіки, зображуючи себе, всього в 6,7% випадках сконструювали малюнок, що несе фемінні ознаки. А ось жінки, зображуючи чоловіків, вже в 17,5% випадків демонструють такі. Аналогічно, в малюнках, на яких чоловіки відображали образ жінки, фемінні ознаки зустрічаються у 34,7%, а жінки, в малюнках першого досвіду – 18,6%. Як ми бачимо, відбувається перехресне спотворення в приписуванні представникам протилежної статі більшою фемінності, чим це роблять учасники, по відношенню до самих себе.

По-третє, представники обох груп, і чоловіки і жінки, в малюнках першого досвіду показують більш часто, ніж при перехресному відображенні, ознаки андрогінності. Що говорить, можливо, про мен-

шу прояву цієї ознаки в поведінкових патернах, що в свою чергу, узгоджується з більш високопріоритетною демонстрацією гендерних ознак фемінного і маскулінного характеру.

Можна припустити, що наявність більш чітко сформованих внутрішньогрупових гендерних стереотипів, спричинить за собою більше вираження нетолерантності внутрішньогрупового, ніж міжгрупового характеру. Іншими словами: чоловік, який веде себе не у відповідності з очікуваним стереотипом, буде більш різко зустрінутий іншими чоловіками, ніж жінками, у яких шаблон кроссгендерного стереотипу менш чіткий; і навпаки, жінка, яка надходить всупереч гендерної стереотипу, більш чітко вираженого в жіночому середовищі, буде всередині своєї поло-рольової групи зустрічати більше відкидання і неприйняття, ніж чоловічою групою, в силу менш вираженої стереотипізації гендерного шаблону у останніх.

### **Висновки**

Згідно з завданнями та проведеним аналізом даних ми можемо зробити наступні висновки:

1. Доведено помітну різницю в особливостях вибору типів малюнків в чоловічій і жіночій підвибірках. Ті типи, які є пріоритетними в одній групі, виявляються аутсайдерними в іншій, і навпаки. Виняток становить тільки один тип, якому віддали переваги в двох групах.

2. Виявлена наявність особливостей гендерних ідентифікаційних самопредставлень чоловіків і жінок, що виявляються в типології проєктивних зображень.

3. З високою статистичною достовірністю виявлено: по-перше, гендерні особливості в зображеннях кожній з двох груп. По-друге, має місце кореляція між статтю учасника та гендерними шаблонами в проєктивному малюнку.

### **Список використаних джерел**

1. Евсева О. Е. Проблема применения проєктивных методик в современной психодиагностике // Актуальные проблемы психологии личности: сб. ст. по матер. VI междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК, 2011.
2. Либин В. В, Либина А. В., Либин А. В. Психографический тест: конструктивный рисунок человека из геометрических форм. - Эксмо, 2008.
3. Максименко С. Д. Метод дослідження особистості./ С.Д. Максименко // Загальна психологія: Хрестоматія. [Електронний ресурс] — [http://pidruchniki.com/16400221/psihologiya/maksimenko\\_metod\\_doslidzhenny\\_a\\_osobistosti](http://pidruchniki.com/16400221/psihologiya/maksimenko_metod_doslidzhenny_a_osobistosti)
4. Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. СПб. : Питер, 2000. 336 с.
5. Психологічний тлумачний словник найсучасніших термінів / [Під ред. В. Б. Шапаря]. — Х. : Прапор, 2009. — 672 с..

### **Spysok vykorystanykh dzherel**

1. Evseeva O. E. Problema pryumenenya proektyvnykh metodykh v sovremennoy psyhodyagnostyke // Aktual'nye problemy psyhologyu lychnomy: sb. st. po mater. VI mezhdunar. nauch.-prakt. konf. – Novosybyrsk: SybAK, 2011.

2. Lybyn V. V, Lybyna A. V., Lybyn A. V. Psyhografycheskyj test: konstruktyvnyj rysunok cheloveka yz geometrycheskyh form. - Eksmo, 2008.
3. Maksymenko S. D. Metod doslidzhennja osobystosti./ S.D. Maksymenko // Zagal'na psihologija: Hrestomatija. [Elektronnyj resurs] — [http://pidruchniki.com/16400221/psihologiya/maksimenko\\_metod\\_doslidzhennja\\_osobystosti](http://pidruchniki.com/16400221/psihologiya/maksimenko_metod_doslidzhennja_osobystosti)
4. Mylgram S. Eksperyment v socyal'noj psihologyu. SPb. : Pyter, 2000. 336 s.
5. Psyhologichnyj tlumachnyj slovnyk najsuchasnishyh terminiv / [Pid red. V. B. Shap-arja]. — H. : Prapor, 2009. — 672 s..

**Schwalb A.**

**FEATURES OF GENDER STEREOTYPES IN MODERN YOUTH OF UKRAINE**

The work provides a consistent analysis of the results of a study of the characteristics of gender stereotypes of modern youth in Ukraine. The possibility of using the projective test “Constructive young people of geometric shapes” by A. V. Libin, as a tool for the translation of unrecognized ones, and therefore difficult to study with the help of questionnaire tests, gender stereotypes, is shown. A qualitative and quantitative analysis of the obtained data is presented, showing the presence of pronounced self-identification and cross-gender stereotypes in the studied sample.

**Keywords:** *gender, gender stereotype, masculinity, femininity, projective design.*

**Швалб А. Ю.**

**ОСОБЕННОСТИ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ УКРАИНЫ**

В работе приводится последовательный анализ результатов исследования особенностей гендерных стереотипов современной молодежи Украины. Показана возможность применения проективного теста «Конструктивный малюнок людини з геометричних форм» А. В. Либина, в качестве инструмента для перевода не осознаваемых и потому с трудом поддающихся изучению с помощью тестов опросникового характера, гендерных стереотипов. Приводится качественный и количественный анализ полученных данных, показывающий наличие ярко выраженных самоидентификационных и кросгендерных стереотипов у исследуемой выборки.

**Ключевые слова:** *гендер, гендерный стереотип, маскулинность, феминность, проективный рисунок.*