DOI: [10.32702/2307-2105-2022.1.75](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.75)

УДК 33:339.138(316.344.8)

*Т. А. Непокупна,
к. е. н., доцент, доцент кафедри політекономії,
Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка
ORCID ID: 0000-0002-4688-5954*

*Б. О. Шевченко,
к. е. н., доцент, доцент кафедри політекономії,
Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка
ORCID ID: 0000-0002-3952-5205*

*Н. В. Щурик,
учитель правознавства, Кременчуцький ліцей № 11 «Гарант»,
Кременчуцька міська рада, Полтавська область
ORCID ID: 0000-0003-4303-4414*

*В. Ю. Бубнова,
учениця 11 класу, Кременчуцький ліцей № 11 «Гарант»,
Кременчуцька міська рада, Полтавська область
ORCID ID: 0000-0001-9109-9795*

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ УСТАНОВОК ЯК ДЖЕРЕЛО МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ЕКОНОМІЧНУ ПОВЕДІНКУ

*T. Nepokupna
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Political
Economy, Poltava National V.G. Korolenko Pedagogical University*

*B. Shevchenko
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Political
Economy, Poltava National V.G. Korolenko Pedagogical University*

*N. Shchuryk
a teacher of Law, Kremenchuk Lyceum 11 «Harant»,
of the Kremenchuk Town Council in Poltava Region*

*V. Bubnova
11th grade student, Kremenchuk Lyceum 11 «Harant»,
of the Kremenchuk Town Council in Poltava Region*

EMPIRICAL STUDY OF GENDER ATTITUDES AS A SOURCE OF MARKETING INFORMATION ABOUT ECONOMIC BEHAVIOR

*У статті розглянуто гендерні установки як складова норм гендерної поведінки на прикладі
проведеного опитування за допомогою анкетування учнів 10 класів Кременчуцького ліцею №
11 «Гарант» Кременчуцької міської ради, Полтавської області. В запитаннях анкети
згруповано словосполучення, твердження, які відображають гендерні установки, котрі під
впливом низки факторів сформувалися і існують у суспільстві як гендерні норми та*

впливають на гендерну поведінку у цілому та економічну зокрема. Частина запитань анкети відображають традиційні (усталені) гендерні норми, частина – прогресивні, сучасні, ті, які руйнують шаблони норм гендерної поведінки. З'ясувалось, що думки учнів ліцею щодо норм гендерної поведінки крізь призму гендерних установок здебільшого, на нашу думку, є консервативними або традиційними. У питаннях, які віддзеркалюють особливості сучасних соціально-економічних і психологічних трансформацій, спостерігаємо прогресивні, порівняно з усталено традиційними, реакції учнів ліцею.

The article considers gender attitudes as a component of norms of gender behavior on the example of a survey conducted by a survey of 10th grade students of Kremenchug Lyceum № 11 «Harant» of Kremenchug City Council of Poltava region. The questions of the questionnaire grouped phrases, statements that reflect gender attitudes, which under the influence of a number of factors formed and exist in society as gender norms and affect gender behavior in general and economic in particular. Some of the questions in the questionnaire reflect traditional (established) gender norms, some – progressive, modern, those that destroy the patterns of gender norms. It turned out that some gender attitudes are already present in the minds of students to some extent. Such are the attitudes of girls about the gallantry of a gentleman at the stage of acquaintance with a girl, about caring for a woman to win her affection; the attitudes of the boys about the impossibility of the wife to limit the husband in the ways of spending free time, etc.

Gender attitudes towards a prosperous family, although more in line with our traditional notions of the qualities to be bestowed on men and women in family relationships, are accompanied by conflicting expectations from members of different sexes about the partner in the family relationship. For example, girls endow men with generosity and boys endow women with generosity; girls want mutual respect from men, and boys from women.

Some traditional statements-attitudes are not inherent in the worldview of students of both sexes: about economic responsibilities as a priority area of activity of the wife, not the husband; about raising children only by the wife; about cooking in the family only by the wife; that the professional self-realization of the husband comes to the fore in comparison with the self-realization of the wife; that the wife must leave her job if her husband's career so requires; that only the husband has the right to defend his point of view, and the wife must obey; that what is allowed to a man is not allowed to a woman; that a woman does not have to be a professional, etc.

Girls do not agree with some gender attitudes, unlike boys, who have more traditional views on them.

Thus, we believe that the opinions of high school students on the norms of gender behavior through the prism of gender attitudes are mostly conservative or traditional. In the issues that reflect the peculiarities of modern socio-economic and psychological transformations, we observe progressive, compared to the established traditional, reactions of lyceum students.

Ключові слова: гендерні установки; економічна поведінка; норми гендерної поведінки; маркетинг; прогресивні і усталені погляди; трансформації.

Keywords: gender attitudes; economic behavior; norms of gender behavior; marketing; progressive and established views; transformations.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Соціально-економічні, політико-правові, культурно-етичні та інші трансформації у ХХІ ст. суттєво вплинули на взаємини між чоловічою і жіночою статтю в усіх сферах їхнього життя, зумовили активізацію кар'єрного зростання жінок у професійній сфері, змінили соціально-економічний статус жінки у сім'ї та суспільстві, вплинули на перегляд традиційних підходів до ідентифікації ознак маскулінності і фемінності у цілому. Науковці розділяють поняття «стать» як біологічний статус, і «гендер» як соціальний статус. Останній називають «соціальною статтю» – «системою взаємин між чоловіками і жінками, що створена через соціальні зв'язки (на відміну від природних взаємин)» [1, с. 12], «психологічною статтю», «культурною статтю».

У суспільстві на поведінку жінок і чоловіків у цілому та економічну поведінку зокрема, на т. зв. норми гендерної поведінки як складової соціальних норм впливає низка факторів, серед яких варто виокремити гендерні уявлення, гендерні стереотипи та гендерні установки. Гендерні установки ми розуміємо як готовність індивіда поводити себе певним чином в тій чи тій ролі відповідно до своєї статі. Гендерні установки ввібрали в себе розповсюджені норми статево-специфічної поведінки, тобто поведінки, яка є характерною для чоловіків і жінок як представників соціальних груп.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Гендерні питання у теорії і практиці у цілому та проблеми соціальних і гендерних норм зокрема, гендерних ролей та факторів впливу на них досліджують економісти, маркетингологи, менеджери, соціологи, психологи та представники інших наук. Серед них такі українські і закордонні науковці, як: Д. Баталер, С. Бортнік, Ф. Л. Гейс, Г. Герасименко, Т. Говорун, В. Кравець, О. Кікінежді, М. Саган, І. Малкіна-Пих, О. Стрельник, Л. Тихонович та багато інших. Аналіз наукової літератури свідчить про розгляд гендерних питань стосовно дорослих, уже сформованих соціально-економічно, культурно-ментально, психологічно жінок і чоловіків. При цьому дослідниками, особливо представниками економічної науки, недостатньо уваги приділяється ставленню підрастаючого покоління до означених проблем.

Вважаємо, що, наприклад, маркетингологам доцільно тримати у полі свого зору світоглядні підвалини старшокласників щодо гендерних питань, норм гендерної поведінки. Це – сьогоденні представники покоління Z, які під впливом різних факторів уже є носіями гендерних установок, гендерних уявлень, гендерних стереотипів. Така увага уможливорюється за рахунок проведення емпіричних досліджень як джерела маркетингової інформації про, насамперед, економічну поведінку майбутніх споживачів.

Формулювання цілей статті. Ознайомлення з думкою представників покоління Z щодо гендерних установок шляхом проведення опитування за допомогою анкетування та аналізу цього елементу норм гендерної поведінки як орієнтира економічної поведінки майбутніх споживачів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Гендерні установки визначають як узагальнені знання про специфіку гендерної ролі, емоційне ставлення (прийняття або неприйняття) моделей і форм поведінки в рамках цієї ролі і готовність до демонстрації поведінки, відповідно цій ролі; як готовність поводити себе певним чином в тій чи тій ролі відповідно до своєї статі [2]. У гендерних установках відображені розповсюджені норми статево-специфічної поведінки, тобто поведінки, характерної для чоловіків і жінок як представників соціальних груп.

Нами для Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів – членів Малої академії наук України була підготовлена наукова робота «Норми гендерної поведінки в сучасному українському суспільстві», складовою якої стало проведення опитування за допомогою анкетування 95 учнів 10 класів Кременчуцького ліцею № 11 «Гарант», з них 60 дівчат (63 %) і 35 хлопців (37 %) віком 15–16 років.

Нами складено анкету, в запитаннях якої згруповано ті словосполучення, твердження, які, на нашу думку, відображають гендерні установки, котрі під впливом низки факторів сформувалися і існують у суспільстві як гендерні норми та впливають на гендерну поведінку у цілому та економічну зокрема. Частина запитань анкети відображають традиційні (усталені) гендерні норми, частина – прогресивні, сучасні, ті, які руйнують шаблони норм гендерної поведінки. При розробці анкети ми використовували закриті питання.

При цьому гендерні норми ми розуміємо як складову соціальних норм, що існують у суспільстві, є регулятором належної поведінки та індикатором для прийняття рішення про оцінки діяльності суб'єкта.

Першим питанням в анкеті було таке: «Наскільки ви погоджуєтесь із запропонованими установками-твердженнями?». Відповіді по кожному твердженню у статевому розрізі подано у діаграмах (рис. 1).

Рис. 1. Наскільки респонденти погоджуються з установками-твердженнями

Як бачимо, із таким твердженням, як «На етапі знайомства з дівчиною хлопець грає роль галантного кавалера» погоджуються 83,4 % (значна більшість) опитаних дівчат і лише 28,6 % опитаних хлопців (меншість). Не погоджуються із цим твердженням 13,3 % дівчат (суттєва меншість) та 57,1 % хлопців (більшість).

З твердженням «Чоловік повинен доглядати за жінкою, щоб завоювати її прихильність» погодилась більшість з опитаних дівчат – 86,7 % та більшість хлопців – 57,1 %. З твердженням «Господарські обов'язки – це пріоритетна сфера діяльності дружини, а не чоловіка» погодилось лише 6,6 % дівчат і 22,8 % хлопців, що складає меншу частину опитаних; більшість опитаних дівчат (88,3 %) та хлопців (77,1 %) не погодились із цим твердженням. Щодо наступного твердження – «Бути домогосподаркою для жінки – це теж саме, що реалізовувати себе на роботі, вибудовувати кар'єру», відповіді розподілились так: погодились із твердженням 15 % дівчат, а не погодились 75 %. Натомість голоси хлопців розділились порівну: 42,9 % погодились і стільки ж не погодились із цим твердженням.

На твердження «Головою сім'ї повинен бути чоловік» позитивно відреагували 35 % дівчат і 20 % хлопців; не погодились із цим твердженням 45 % дівчат і 71,4 % хлопців (переважна більшість опитаних).

З твердженням «Хлопець має поступатися дівчинці» погоджуються 40 % дівчат та 20 % хлопців, при цьому не погоджуються 31,7 % дівчат і 25,8 % хлопців; при цьому, 28,3 % дівчат та 17,2 % хлопців не визначились з відповіддю.

На твердження «Вихованням дітей має займатися дружина» респонденти відреагували таким чином: погодились із твердженням 3,3 % дівчат та 5,7 % хлопців (що є суттєвою меншістю), а не погодились з ним 91,7 % дівчат та 94,3 % хлопців.

Відповіді щодо твердження «Господарством має займатися чоловік, а дружина – заробляти гроші» розподілились так: 8,3 % дівчат та 5,7 % хлопців погодились із твердженням; 58,3 % дівчат та 48,6 % хлопців не погодились з ним, а 33,3 % дівчат та 45,7 % хлопців позначили варіант відповіді «Важко відповісти».

Реакції респондентів на твердження «Готувати їжу в сім'ї повинна дружина» такі: погодились 20 % дівчат та 34,3 % хлопців, не погодились 76,7 % дівчат та 51,4 % хлопців, при цьому 14,3 % хлопців не визначились з відповіддю. З твердженням «Чоловіки куховарять краще, ніж жінки» погодились 36,6 % дівчат і 28,6 % хлопців, не погодились 13,3 % дівчат та 20 % хлопців. Не визначилось з відповіддю половина опитаних: 50 % дівчат та 51,4 % хлопців.

З твердженням «Чоловіки мають більше вільного часу, ніж жінки» погодились 51,7 % дівчат та 25,7 % хлопців, не погодились 33,3 % дівчат та 57,1 % хлопців, не визначилось відповідно 15 % і 17,1 % респондентів. На твердження «Дружина не має права обмежувати чоловіка у способах проведення вільного часу» відповіді розподілились так: 41,6 % дівчат та 65,7 % хлопців погодились із цим твердженням, 46,6 % дівчат і 11,4 % хлопців не погодились, а 11,6 % дівчат та 22,8 % хлопців не визначились з відповіддю.

З твердженням «Дружина не може обтяжувати чоловіка домашнім господарством» погодились 8,6 % хлопців, а всі дівчата (60 чоловік – 100 %) не погодились із цим твердженням, половина хлопців (57,1 %) також не погодились із цим твердженням, а 34,3 % хлопців не визначились. Твердження «Професійна самореалізація чоловіка виступає на перший план порівняно із самореалізацією дружини» не знайшло підтримки ні у дівчат, ні у хлопців: 96,6 % дівчат і 97,1 % хлопців не погодились із цим твердженням. Твердження «Дружина повинна залишити свою роботу (діяльність), якщо того вимагає кар'єра чоловіка» також не знайшло прихильників: 78,3 % дівчат і 94,3 % хлопців не погоджуються із цим твердженням, інші 21,7 % дівчат і 5,7 % хлопців не визначились.

Відповіді на твердження «Коли хворіє дитина, саме мама має забезпечити догляд за нею» розподілились так: 15 % дівчат і 31,4 % хлопців погодились із цим твердженням, 73,3 % дівчат та 57,1 % хлопців не погодились, і 11,6 % та 11,4 % дівчат і хлопців відповідно утримались від відповіді.

З твердженням «Лише чоловік має право відстоювати свою точку зору, а дружина повинна підкорятися» погодились лише 5,7 % хлопців, а 98,3 % дівчат та 91,4 % хлопців не погодились із цим твердженням. Відповіді на твердження «Жінка має з терпимістю ставитися до автономії чоловіка» розподілились так: 15 % дівчат і 31,4 % хлопців погодились із цим твердженням, 81,6 % дівчат (переважна більшість) і 42,8 % хлопців (майже половина опитаних) не погодились, утрималось від відповіді 3,3 % дівчат та 25,7 % хлопців.

Наступне твердження – «Дружина повинна відмовитися від управлінської посади, якщо чоловік не захоче, щоб доходи і статус дружини перевищували його власні» – також не отримало підтримки респондентів обох статей: 80 % дівчат та 54,3 % хлопців не підтримало це твердження, інші – утрималися. На твердження «Що дозволено чоловікові – не дозволено жінці» отримано такі відповіді: 10 % дівчат і 17,1 % хлопців погодились із цим твердженням, а 86,6 % дівчат і 80 % хлопців – не погодились.

З твердженням «Сім'я і кохання – основні цінності у жінок» погодились 30 % дівчат і 40 % хлопців, не погодились 45 % дівчат і 37,1 % хлопців, 25 % дівчат і 22,9 % хлопців не відповіли на це питання. З твердженням «Справа, робота, самореалізація поза сім'єю – основні цінності у чоловіків» погодились 35 % дівчат і 65,7 % хлопців, не погодились 35 % дівчат і 20 % хлопців, утримались від відповіді 30 % дівчат і 14,3 % хлопців.

З твердженням «Жінці не обов'язково бути професіоналом» погодились лише 5,7 % хлопців, інші – 96,7 % дівчат і 94,3 % хлопців – не погодились із цим твердженням. «Справжня дружба може бути лише між чоловіками» – твердження, на яке отримали такі відповіді: погодились 6,7 % дівчат, не погодились 93,3 % дівчат і 100 % хлопців. А на твердження «Цінність жінки вимірюється залежно від того чи народила вона дитину, чи ні» відповіді респондентів розподілились таким чином: погодились 1,7 % дівчат і 40 % хлопців, не погодились 95 % дівчат і 54,3 % хлопців.

Твердження «Політика і влада, армія і поліція – це чоловіча, а не жіноча, справа» отримало такі реакції: погодились лише 5,7 % хлопців, не погодились 98,3 % дівчат та 91,4 % хлопців. Відповіді щодо твердження «Жінці слід більше думати про те, як бути хорошою дружиною і матір'ю, і менше турбуватися про свої права» розподілились так: погодились 46,7 % дівчат і 34,3 % хлопців, не погодились 51,7 % дівчат і 48,6 % хлопців. Щодо твердження «Останнє слово у сімейному житті може залишатися за жінкою, а у суспільному житті – за чоловіком» отримали такі варіанти відповідей: погодились 18,3 % дівчат і 37,1 % хлопців, не погодились 75 % дівчат і 54,3 % хлопців, інші – 6,7 % і 8,6 %, відповідно, не визначились. Думки щодо твердження «Природно, що чоловік агресивний, а жінка – миролюбна» розподілились таким чином: погодились 20 % дівчат і 34,3 % хлопців, не погодились 68,3 % дівчат і 65,7 % хлопців, а 11,7 % дівчат утрималися від відповіді. І з останнім твердженням «Чоловіки і жінки можуть бути рівноправними партнерами в політиці» погодились 95 % дівчат і 85,7 % хлопців, не погодились 5 % дівчат і 14,3 % хлопців.

На друге запитання нашої анкети «На Вашу думку, хто має бути головою в сім'ї» відповіді розподілились так: ролі повинні розподілятися між усіма рівномірно позначили 96,6 % дівчат і 94,2 % хлопців, по 1,7 % дівчат і 2,9 % хлопців вирішили, що головним має бути той, хто розумніший і той, хто займається домашнім господарством, а того, хто більше заробляє та фізично сильніший жоден з респондентів не відмітив.

На третє запитання анкети «Які, на Вашу думку, життєві цінності та цілі ставлять перед собою жінки та чоловіки» отримали такі відповіді, зібрані у діаграмах (рис. 2).

Рис. 2. Які життєві цінності та цілі ставлять перед собою жінки та чоловіки

Так, «Народити дитину» важливо лише для жінки вважають 45 % дівчат і 17 % хлопців; лише для чоловіка вважають 3 % дівчат і 4 % хлопців; і для жінки, і для чоловіка однаково важливо вважають 30 % дівчат і 14 % хлопців. «Створити сім'ю» важливо лише для жінки вважають 6,7 % дівчат і 17,1 % хлопців; лише для чоловіка – 15 % дівчат і 2,9 % хлопців; і для жінки, і для чоловіка однаково важливо – 78,3 % дівчат і 80 % хлопців. «Забезпечити свою сім'ю» важливо лише для жінки вважають 10 % дівчат і 2,9 % хлопців; лише для чоловіка – 46,7 % дівчат і 45,7 % хлопців; і для жінки, і для чоловіка однаково важливо – 43,3 % дівчат і 51,4 % хлопців. «Здобути освіту» важливо лише для жінки вважають 6,7 % дівчат і 11,4 % хлопців; лише для чоловіків – 3,3 % дівчат і 5,7 % хлопців; і для жінок, і для чоловіків однаково важливо вважають 90 % дівчат і 82,9 % хлопців. «Зробити кар'єру» важливо лише для жінки вважають 8,3 % дівчат і 5,7 % хлопців; лише для чоловіків – 5 % дівчат і 25,7 % хлопців; і для жінок, і для чоловіків однаково важливо вважають 86,7 % дівчат і 68,6 % хлопців. «Мати власне житло» важливо лише для жінки вважають 6,7 % дівчат і 8,6 % хлопців; лише для чоловіків – 10 % дівчат і 17,1 % хлопців; і для жінок, і для чоловіків однаково важливо – 83,3 % дівчат і 74,3 % хлопців.

Четверте запитання анкети стосувалось тих якостей, які необхідні чоловікові і жінці для утворення благополучної сім'ї. Респондентам потрібно було поставити одну позначку навпроти кожної запропонованої якості, але лише або жінці, або чоловікові. Відповіді відображено у діаграмах (рис. 3).

Думки учнів розподілились так: «хазяйновитість» для жінки є необхідною для 83,3 % опитаних дівчат і 68,6 % хлопців; для чоловіка – 16,7 % опитаних дівчат і 31,4 % хлопців. «Доброта» для жінки – 75 % дівчат і 82,9 % хлопців; для чоловіка – 25 % дівчат і 17,1 % хлопців. «Поступливість» для жінки – 20 % дівчат і 48,6 % хлопців; для чоловіка – 80 % дівчат і 51,4 % хлопців. «Терпіння» для жінки – 58,4 % дівчат і 14,3 % хлопців; для чоловіка – 41,6 % дівчат і 85,7 % хлопців.

Рис. 3. Які якості необхідні чоловікам і жінкам для утворення благополучної сім'ї

«Вірність» для жінки – 30 % дівчат і 40 % хлопців; для чоловіка – 70 % дівчат і 60 % хлопців.
«Турботливість» для жінки – 70 % дівчат і 68,6 % хлопців; для чоловіка – 30 % дівчат і 31,4 % хлопців.
«Відповідальність» для жінки – 15 % дівчат і 34,3 % хлопців; для чоловіка – 85 % дівчат і 65,7 % хлопців.
«Підприємливість» для жінки – 26,7 % дівчат і 37,1 % хлопців; для чоловіка – 73,3 % дівчат і 62,9 % хлопців.

«Цілеспрямованість» для жінки – 30 % дівчат і 8,6 % хлопців; для чоловіка – 70 % дівчат і 91,4 % хлопців.
«Працелюбність» для жінки – 41,6 % дівчат і 25,7 % хлопців; для чоловіка – 58,4 % дівчат і 74,3 % хлопців.
«Впевненість у собі» для жінки – 58,4 % дівчат і 48,6 % хлопців; для чоловіка – 41,6 % дівчат і 51,4 % хлопців.
«Чесність» для жінки – 53,3 % дівчат і 22,9 % хлопців; для чоловіка – 46,7 % дівчат і 77,1 % хлопців.
«Неконфліктність» для жінки – 88,3 % дівчат і 28,6 % хлопців; для чоловіка – 11,7 % дівчат і 71,4 % хлопців.
«Здатність до компромісу» для жінок – 58,4 % дівчат і 45,7 % хлопців; для чоловіків – 41,6 % дівчат і 54,3 % хлопців.
«Ніжність» для жінок – 96,7 % дівчат і 85,7 % хлопців; для чоловіків – 3,3 % дівчат і 14,3 % хлопців.
«Здатність до хитрості» для жінок – 90 % дівчат і 94,3 % хлопців; для чоловіків – 10 % дівчат і 5,7 % хлопців.
«Взаємоповага» для жінок – 8,3 % дівчат і 77,1 % хлопців; для чоловіків – 91,7 % дівчат і 22,9 % хлопців.
«Взаєморозуміння» для жінок – 66,6 % дівчат і 65,7 % хлопців; для чоловіків – 33,4 % дівчат і 34,3 % хлопців.
«Комунікабельність» для жінок – 56,7 % дівчат і 54,2 % хлопців; для чоловіків – 43,3 % дівчат і 45,8 % хлопців.
«Щедрість» для жінок – 20 % дівчат і 65,7 % хлопців; для чоловіків – 80 % дівчат і 34,3 % хлопців.

Таким чином, ми з'ясували думки учнів ліцею щодо запропонованих в анкеті гендерних установок. На нашу думку, деякі гендерні установки певною мірою уже присутні у свідомості учнів. Такими є установки дівчат про галантність кавалера на етапі знайомства з дівчиною, про догляд за жінкою для завоювання її прихильності; установки хлопців про неможливість дружини обмежувати чоловіка у способах проведення вільного часу, про те, що «справа, робота, самореалізація поза сім'єю є основною цінністю у чоловіків» (рис. 1).

Гендерні установки стосовно утворення благополучної сім'ї, хоча більшою мірою і відповідають традиційним для нашого суспільства уявленням про якості, якими мають бути наділені чоловік і жінка у сімейних стосунках, але супроводжуються протилежними очікуваннями від представників різних статей щодо партнера у сімейних відносинах. Наприклад, дівчата наділяють чоловіків щедрістю, а хлопці – жінок щедрістю; дівчата прагнуть взаємоповаги від чоловіків, а хлопці її від жінок (рис. 3).

Слід зазначити, що деякі традиційні твердження-установки не притаманні світогляду учнівської молоді обох статей. Наприклад, про господарські обов'язки як пріоритетну сферу діяльності дружини, а не чоловіка; про виховання дітей лише дружиною; про приготування їжі в сім'ї лише дружиною; про те, що професійна самореалізація чоловіка виступає на перший план порівняно із самореалізацією дружини; про те, що дружина повинна залишити свою роботу, якщо того вимагає кар'єра чоловіка; про те, що лише чоловік має право відстоювати свою точку зору, а дружина повинна підкорятися; про те, що справжня дружба може бути лише між чоловіками; про те, що дозволено чоловікові – не дозволено жінці; про те, що жінці не обов'язково бути професіоналом; про те, що політика і влада, армія і поліція – це чоловіча, а не жіноча справа; про природну агресивність чоловіка і миролюбність жінки (рис. 1).

З деякими гендерними установками не згодні дівчата, на відміну від хлопців, які мають щодо них більш традиційні погляди. Наприклад, дівчата незгодні з такими твердженнями-установками, як «цінність жінки вимірюється залежно від того чи народила вона дитину, чи ні», «дружина повинна відмовитися від управлінської посади, якщо чоловік не захоче, щоб доходи і статус дружини перевищували його власні», «жінка має з терпимістю ставитися до автономії чоловіка», «дружина не може обтяжувати чоловіка домашнім господарством», «готувати їжу в сім'ї повинна дружина».

Висновки і перспективи подальших розвідок. Таким чином, думки опитаних представників покоління Z – учнів ліцею щодо норм гендерної поведінки крізь призму гендерних установок здебільшого, на нашу думку, є консервативними або традиційними. Проте у питаннях, які віддзеркалюють особливості сучасних соціально-економічних і психологічних трансформацій, спостерігаємо адекватні новим викликам реакції учнів ліцею – вони є прогресивними порівняно з усталено традиційними. При цьому, на нашу думку, відхилення від гендерних установок демонструють більше дівчата порівняно з хлопцями, що в цілому відповідає сучасним тенденціям гендерної рівноправності та все більш активного включення жінки в суспільне життя.

Подальші наукові розвідки у цьому напрямі мають перебувати у площині прикладного застосування отриманих результатів у сфері маркетингу, економічної психології та інших галузей поведінкової науки.

Список літератури.

1. Гендерні дослідження : прикладні аспекти : монографія / [В. П. Кравець, Т. В. Говорун, О. М. Кікінежди та ін.] ; за наук. ред. В. П. Кравця. Тернопіль : Навчальна книга–Богдан, 2013. 448 с.
2. Малкіна-Пих І. Г. Гендерні установки. В кн. : Гендерна терапія. Довідник практичного психолога. URL : <http://medbib.in.ua/gendernyye-ustanovki-41839.html> (дата звернення 5.01.2022).

References.

1. Kravets', V. P. Hovorun, T. V. and Kikinezhdi, O. M. (2013), Genderni doslidzhennia : prykladni aspekty [Gender research: applied aspects], Navchal'na knyha–Bohdan, Ternopil, Ukraine.
2. Malkina-Pykh, I. H. (2003), "Gender attitudes", available at: <http://medbib.in.ua/gendernyye-ustanovki-41839.html> (Accessed 05 Jan 2022).

Стаття надійшла до редакції 09.01.2022 р.