

Особливості використання методики М. Куна та Т. Макпартленда «Хто Я?» при вивченні гендерної ідентичності

Tseshnatiy O.B. The peculiarities of M.Kuhn and T.McPartland's Twenty Statements Test using in gender identity studies / O.B. Tseshnatiy // Problems of Modern Psychology : Collection of research papers of Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko National University, G.S. Kostyuk Institute of Psychology at the National Academy of Pedagogical Science of Ukraine / scientific editing by S.D.Maksymenko, L.A.Onufriieva. – Issue 27. – Kamianets-Podilskyi : Aksioma, 2015. – P. 620–634.

О.Б. Цешнатій. Особливості використання методики М. Куна та Т. Макпартленда «Хто Я?» при вивченні гендерної ідентичності. У статті розглянуто змістовні смислові характеристики гендерної ідентичності. Відзначено проблему дослідження ідентичності як соціально-психологічного феномена. Обґрунтовано доцільність використання семантично-орієнтованого підходу при дослідженнях феномена ідентичності. Дані було отримано у ході самоопису респондентів за допомогою методики М. Куна й Т. Макпартленда «Хто Я?». Методику було доповнено завданням продовжити фрази «Жінки звичайно» і «Чоловіки звичайно». Результати було проаналізовано згідно із методологією Обґрунтованої Теорії. Отримані результати виражають суб'єктивні уявлення про себе та про традиційні образи «чоловіка» й «жінки». Було встановлено уявлення респондентів про найбільш значущі ролі за допомогою розрахованих рангів. Виявлено та проаналізовано змістовний склад висловлювань, які респонденти використовували при самоописі та описі «Жінки звичайно» і «Чоловіки звичайно». При проведенні змістовного аналізу тексту були виділені лексико-семантичні гнізда з семами. Знайдено залежності від аскриптивної статі респондентів та їх приналежності до різних вибірок. Зроблено висновок, що чоловіки гетероеротичної вибірки вважають себе такими, що мають багато друзів та мають навички щодо заробляння грошей. Жінки гетероеротичної вибірки, насамперед, реалізуються як жінки і матері, вони красиві, охайні та мають друзів. Чоловіки гомоеротичної вибірки підкреслюють значущість сексуальної орієнтації та відтворюють образ витонченої, схильної до «легкого» спілкування людини. Жінки гомоеротичної вибірки також роблять акцент на своїх сексуальних уподобаннях та підкреслюють свою приналежність до жінок. Також вони підкреслюють своє відособлене становище в соціумі.

Ключові слова: гендерна ідентичність, методика М. Куна та Т. Макпартленда «Хто Я?», образ «Звичайної жінки», образ «Звичайного чоловіка», гомоеротична вибірка.

О.Б. Цешнатий. Особенности использования методики М.Куна и Т. Макпартленда «Кто Я?» при изучении гендерной идентичности. В статье рассматриваются содержательные смысловые характеристики гендерной идентичности. Обозначены проблемы исследования идентичности как социально-психологического феномена. Обоснована целесообразность использования семантически-ориентированного подхода при исследованиях феномена идентичности. Данные были получены в ходе самоописания респондентов с помощью методики М. Куна и Т. Макпартленда «Кто Я?». Методика была дополнена заданием продолжить фразы «Женщины обычно» и «Мужчины обычно». Результаты проанализировано согласно методологии Обоснованной Теории. Полученные результаты выражают субъективные представления о себе и о традиционных образах «мужчины» и «женщины». Выявлены представления респондентов о наиболее значимых ролях с помощью рассчитанных рангов. Выявлен и проанализирован содержательный состав высказываний, которые респонденты использовали при самоописании и описании «Женщины обычно» и «Мужчины обычно». При проведении содержательного анализа текста были выделены лексико-семантические гнезда с семами. Найдены зависимости от аскриптивного пола респондентов и их принадлежностей к разным выборкам. Сделан вывод, что мужчины гетероэротичной выборки считают, что имеют много друзей и имеют навыки в зарабатывании денег. Женщины гетероэротичной выборки, прежде всего, реализуются как женщины и матери, они красивы, опрятны и имеют друзей. Мужчины гомоэротичной выборки подчёркивают значимость сексуальной ориентации и воспроизводят образ утонченного, расположенного к «лёгкому» общению человека. Женщины гомоэротичной выборки также делают акцент на своей сексуальной ориентации и подчеркивают свою принадлежность к женщинам. Также они подчеркивают свое обособленное положение в социуме.

Ключевые слова: гендерная идентичность, методика М. Куна и Т. Макпартленда «Кто Я?», образ «Обыкновенной женщины», образ «Обыкновенного мужчины», гомоэротическая выборка.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Ідентичність – це складний для вивчення феномен. Вона конструється в реальній взаємодії людей, для вивчення якої найбільш адекватними вважаються експериментальні процедури. З іншого боку, для кожної особистості зміст ідентичності являє собою систему смислів, що передбачає в якості основної парадигми її вивчення семантично орієнтований підхід [8].

У семантично-орієнтованих підходах реалізується парадигма конструктивізму, у якій суб'єктивна картина світу трактується не як «віддзеркалення», так званої, «дійсності», а як одна

з можливих культурно-історичних моделей світу, які породжує суб'єкт. У центрі уваги семантично орієнтованих методів перебуває реконструкція унікального ансамблю змістів, у якій відтворюється суб'єктивна картина світу й комплекси відносин і самовідносин суб'єкта. Суб'єкт таким чином є простір смислів, в яких реалізуються значущі соціальні відношення, у тому числі ідентифікації [2; 15].

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається автор. Ідеї Дж. Міда щодо соціально-психологічної значущості вербалізованих компонентів «Я», а також суб'єктивний смисл та форми їх актуалізації в поведінці й комунікації як універсальної моделі всякої поведінки призвели до розробки тесту установок особистості на себе: «Хто я?» (або тест «20 висловлень»), запропонованого М. Куном і Т. Макпартлендом [5]. Дана методика в останні роки широко застосовується в соціально-психологічних дослідженнях ідентичності (Н.Л. Іванова, Л.М. Ожигова, А.В. Мікляєва, П.В. Румянцева, Н.О. Шухова, Г.У. Солдатова, А.М. Смирнова та ін.).

Формулювання мети статті (постановка завдання). Метою дослідження за допомогою методики М.Куна й Т.Макпартленда «Хто Я?» було вивчення змістовних смислових характеристик гендерної ідентичності, які були отримані у ході самоопису респондентів та які виражають суб'єктивні уявлення про себе, про традиційні образи «чоловіка» й «жінки» залежно від аскриптивної статі [13] та їх приналежності до різних вибірок.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В дослідженні брали участь студенти та співробітники ВНЗ (далі – *He*-вибірка). Серед них вказали свою стать як жіночу – 87 респондентів, а як чоловічу – 85 респондентів. Друга вибірка була складена з респондентів, що мають стійкі гомоеротичні уподобання (далі – *Ho*-вибірка). Серед них вказали свою стать як жіночу – 28 респондентів, а як чоловічу – 26 респондентів. Всього в дослідженні взяли участь 226 осіб.

Респондентам пропонувалося продовжити двадцять раз фрази «Хто Я?», «Жінки звичайно» і «Чоловіки звичайно». Результати аналізуються згідно із методологією «Обґрунтованої Теорії» (Grounded Theory) [16]. На підставі аналізу отриманих висловлювань нами були виділені 14 змістовних категорій. Для п'яти з них були розраховані ранги. З метою мінімізації випадкових знахідок, при аналізі використовувалися результати, які перевищували поріг в 15% . Виняток складала окремі результати, які

мали статистично значущу різницю між вибірками за результатами *t*-критерія Стьюдента.

Для виявлення уявлень про найбільш значущі ролі нами були розраховані ранги. При описі «Хто Я?» у всіх респондентів на першому місці знаходиться «антропологічна роль», прикладами якої можуть слугувати висловлювання: «Людина», «Особистість», «Громадянин», «Незалежний», «Альтруїст» та ін., тобто респонденти сприймають себе, в першу чергу, як особистість, яка вже сформувалася та є базою для подальшого самоопису. На другому місці, у всіх респондентів спостерігається переважно «соціальна роль», крім жінок *Но*-вибірки, у яких на другому місці знаходиться «сексуальний кластер», що свідчить про те, що вони можуть визнати свої власні сексуальні бажання як елемент дискурса.

При описі «Чоловіки звичайно» в усіх вибірках, крім чоловічої *Но*-вибірки, на першому місці знаходиться «соціальна роль», прикладами якої можуть слугувати такі висловлювання: «Чоловік», «Дружина», «Сестра», «Брат», «Читач», «Водій» та ін., тобто респонденти функціонують в певному соціальному контексті, в рамках норм і правил, що були засвоєні в ході соціалізації. В уявленні чоловіків *Но*-вибірки образ «звичайного чоловіка» є в першу чергу сексуальним; в даному контексті це означає, що сексуальність є різновидом діалогу, який протистоїть соціологічному знеособлюванню.

При описі «Жінки звичайно» в усіх вибірках на першому місці «соціальна роль», тобто усі респонденти дотримуються точки зору, що традиційна жінка повинна вести активне соціальне життя, охоплюючи усі соціальні сфери. На другому місці у респондентів усіх вибірок, крім жінок *Но*-вибірки «сексуальний кластер», що є свідченням потреби у комунікації, оскільки сексуальність залишається без Іншого німою [10]. Гарно цю тенденцію висвітлює Лакан: «Бажання людини отримує своє значення у бажанні іншого – не стільки тому, що інший володіє ключем до бажаного об'єкта, скільки тому, що головний його об'єкт – це визнання з боку іншого» [6, с.38]. У жінок *Но*-вибірки на другому місці – «порівняння статей», тобто вони не сприймають інших діалогічно, бо перед ними не потенційний співрозмовник, а соціологічна фікція. «Порівняння статей» може свідчити про потребу протиставлення себе іншим, що може носити параноїдні риси, ворожість оточуючого світу. Тобто, в уявленні більшості респондентів соціальна роль жінки зводиться до фертильної та матримоніальної функції; а жінки *Но*-вибірки у даному випадку не «продуктивні», так як зайняті протиставленням статей, але

«воюють» не стільки проти самих традиційних уявлень, скільки проти носіїв традиційних уявлень.

При описі «Я» усі респонденти використовують велику кількість «дескриптивів», які мають характер оцінок (наприклад: «Веселий», «Красива», «Сумна», «Агресивний» та ін.). Активне використання «дескриптивів» свідчить про неаналітичний, нерелективний підхід, який скоріше описує враження, ніж значущі характеристики. Оціночні судження частіше зустрічаються в *Но*-вибірках, що підтверджується розрахунками *t*-критерію Стьюдента: у *МНе*- та *ФНо*-вибірок ($t=-2,713$ при $p<0,01$) та у *ФНе* та *ФНо*-вибірок ($t=-2,672$ при $p<0,01$).

Всі респонденти використовують велику кількість «диспозитивів», які характеризують їх відношення до соціуму, оточуючих, себе. Прикладами можуть слугувати висловлювання, що починаються: «Я люблю...», «Мені до вподоби...» та ін. Використання диспозитивів свідчить про певну життєву позицію, про сформовану систему цінностей, інтересів, цілей та способів дії.

Ще одним показником, що об'єднує усіх респондентів є категорія «соціальна роль», наявність якої свідчить про заглибленість у соціальні стосунки. Прикладами можуть слугувати висловлювання: «Друг», «Господарка», «Ботько», «Клоун» та ін.. Значуща різниця між жінками *Не*- та *Но*-вибірок ($t=2,712$ при $p<0,01$). Жінки *Но*-вибірки занурені у свої соціальні характеристики; для них дуже важливим є соціальний статус: жінка не бажає бути бажаною, а бажає бути затребуваною.

Також показником, що об'єднує усіх респондентів, є категорія «індивідний». Прикладами можуть слугувати такі висловлювання «Добра», «Хороша», «Веселий», «Скромний», «Працелюбна» та ін. За результатами *t*-критерію Стьюдента спостерігається істотна різниця між чоловіками *Не*-вибірки та *Но*-вибірки ($t=-2,800$ при $p<0,01$) та між жінками *Не*-вибірки і чоловіками *Но*-вибірки ($t=-3,193$ при $p<0,01$), тобто чоловіки *Но*-вибірки використовують значно більше індивідних характеристик при описі себе, що свідчить про зацікавленість в індивідуально-психологічних якостях їх партнерів.

Також цікавим є використання респондентами *Не*-вибірок великої кількості «номінативів», які відповідають на питання «Хто?». Прикладом можуть слугувати «Дівчина», «Хлопець», «Спортсмен», «Чоловік», «Дружина» та ін. Лексеми, які відносяться до цього кластеру, часто мають відношення до соціальних ролей, тобто є еквівалентом соціальної маски. Респондентам *Но*-вибірки не потрібна велика кількість соціальних масок для того,

щоб описувати свою поведінку; вони більше звертають увагу на індивідні та диспозитивні конструкції, тобто демонструють увагу щодо деталей та принципів, отже, високий соціальний інтелект, високу пластичність поведінки.

Ще однією значущою різницею є кластер «Сімейний» ($t=3,013$ при $p<0,01$) у жінок *He*- та *Ho*-вибірок, тобто *He*-жінки вважають сімейну сферу та виконання сімейних ролей більш важливою.

При завданні продовжити фразу «Чоловіки звичайно» респондентами було використано категорія «deskриптивів» та категорія «індивідний», за якими статистично значущих різниць не виявлено, що може свідчити про логічну різницю при самоописі та описі інших, тобто описуючи інших, респонденти використовують однакові за кількістю, але різні за змістом та знаком характеристики.

За категорією «диспозитиви» спостерігається значуща різниця між чоловіками *He*- та *Ho*-вибірок ($t=-2,794$ при $p<0,01$): чоловіки *Ho*-вибірки більш активно себе позиціонують, позначаючи потенціал певної дії, тобто визначають відношення, атитюди, на підставі яких вони будують свої соціальні стосунки.

За категорією «соціальна роль» спостерігається значуща різниця між жінками *He*- та *Ho*-вибірок ($t=3,462$ при $p<0,001$) та між жінками *He*-вибірки та чоловіками *Ho*-вибірки ($t=3,605$ при $p<0,001$), тобто усі респонденти, крім чоловіків *Ho*-вибірки, вважають звичайних чоловіків соціальними персонами.

Значно більша кількість «перформативів» при описі «Чоловіки звичайно», ніж при описі «Я» спостерігаються у респондентів всіх вибірок, крім чоловіків *Ho*-вибірки. Вважаючи, що перформативне висловлювання еквівалентне дії або вчинку, то більшість респондентів на підставі традиційний стереотипних уявлень вважають «чоловіка звичайного» особою діючою, активною, відповідальною за близьких. А чоловіки *Ho*-вибірки меншою мірою обтяжені стереотипними уявленнями і тому в змозі сприймати оточуючих більш вільно. Також треба відмітити значущі різниці за кластером «сексуальність» у чоловіків *He*-та *Ho*-вибірок ($t=-3,040$ при $p<0,01$), тобто респонденти *MHo*-вибірки вважають, що чоловіки повинні бути сексуальними, не зважаючи на стать об'єкта потягу.

При завданні продовжити фразу «Жінки звичайно» також всі респонденти при описі використовували такі категорії, як «deskриптиви» та «диспозитиви», за якими не знайдено статистично значущих різниць.

За кластером «соціальна роль» спостерігається значуща різниця між чоловіками *He*- та *Ho*-вибірок ($t=3,023$ при $p<0,01$) та між жінками *He*-вибірки та чоловіками *Ho*-вибірки ($t=3,664$ при $p<0,001$), тобто чоловіки *Ho*-вибірки не вважають звичайних жінок статусними персонами. Змістовно різняться описи соціальних ролей чоловіків і жінок: в описі чоловіків переважають теми, пов'язані з працею, а у жінок – з роллю матері та хатньої господарки [4].

За кластером «індивідний» спостерігається значуща різниця між жінками *He*-вибірки та чоловіками *Ho*-вибірки ($t=-3,140$ при $p<0,01$), тобто для чоловіків *Ho*-вибірки більш важливі індивідні, особистісні характеристики оточуючих, вони краще помічають деталі, що допомагає їм в процесі міжособистісної взаємодії.

Велика кількість перформативів спостерігаються тільки у респондентів *He*-вибірок: вони сприймають образ традиційної жінки такою, яка завжди зайнята справами та щось робить.

Треба відмітити різниці за кластером «сексуальність» у чоловіків і жінок *He*-вибірки ($t=3,518$ при $p<0,001$) та у чоловіків *He*-вибірки і жінок *Ho*-вибірки ($t=3,552$ при $p<0,001$); тобто чоловіки сприймають жінок як об'єкт, який немає певних індивідних характеристик, проте є сексуально привабливим, або бачать в них об'єкт сексуальної експлуатації [4].

При проведенні змістовного аналізу тексту нами були виділені лексико-семантичні гнізда з семами (Табл. 1), які відображають загальний зміст усього класу одиниць тексту. Для аналізу було обрано тільки ті висловлювання, які зустрічаються у не менш як 50% респондентів.

Таблиця 1

Лексико-семантичні гнізда з прикладами висловлювань

Семі	Приклади висловлювань
«Професія»	«Начальник», «Водій», «Гарний працівник», перелік професій
«Дружба»	«Друг», «Гарний друг», «Гарний співрозмовник», «Подруга» та ін.
«Алкоголь»	«Чоловіки люблять випити», «П'ють пиво», «Часто п'ють з друзями» та ін.
«Заробіток»	«Заробляють гроші», «Працелюбні», «Утримують сім'ю» та ін.
«Мачо»	«Сильні», «Власні», «Егоїсти» та ін.
«Спокусниця»	«Красиві», «Піклуються про свою зовнішність», «Модні», «Користуються косметикою», «Красять очі, губи, нігті...» та ін.

«Динамо»	«Жінки люблять гроші», «Люблять ходити по магазинах», «Бажають та витрачають багато грошей» та ін.
«Нестабільні»	«Емоційні», «Ревниві», «Стерво», «Дратівливі», «Багато бовтають» та ін.
«Сім'я»	«Мати», «Люблять дітей», «Турботливі хазяйки», «Народжують дітей», «Глава сім'ї» та ін.
«Секс»	«Люблю», «Лесбійка», «Гей», «Люблю секс», «Люблять чоловіків», «Люблять жінок», «Романтичний», «Чарівний» та ін.
«Шкода»	«Курять», «Зрадники», «Плетуха» та ін.
«Домогосподарка»	«Домогосподарка».
«Дурень»	«Тупі».
«Нечупара»	«Неохайні», «Смердючі», «Ходять в сімейних трусах».
«Козел»	«Козли», «Усі чоловіки козли».

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок з цього напрямку. Чоловіки *Не*-вибірки описують себе як таких, що мають багато друзів і мають деякі навички щодо заробляння грошей (Табл. 2). Жінки *Не*-вибірки описують себе як людину, яка передусім реалізується як жінка та мати, яка красива та витрачає багато часу на свою зовнішність і має друзів.

Таблиця 2

Семи опису «Я»

Стать / Вибірка	<i>Не</i>	<i>Но</i>
М	– людина; – дружба; – професія	– людина; – дружба; – секс
Ф	– людина; – сім'я; – спокусниця; – дружба	– людина; – секс; – відмінність.

Чоловіки *Но*-вибірки описують себе як людину, яка признає легітимність і сенс сексуальних стосунків та значущість сексуальної орієнтації; яка є чарівною, веселою, романтичною, відвертою та дратівливою. Відтворює образ витонченої, схильної до «легкого» спілкування людини, але дратівливість вносить дещо негативну ноту. Треба відзначити, що 100% респондентів *МНо*-вибірки вказали на те, що вони – «Людина», тобто підкреслюють

свою антропологічну роль, при цьому більше 30% респондентів вказали на своє соціальне неприйняття, що є характерним, хоча й може бути компенсаторним співвідношенням між соціальними та антропологічними ролями. Також тільки в *Ho*-вибірці у респондентів зустрічається таке висловлювання як «живий», що є свідченням про наявність Я – трансцендентального, тобто абстрактної рефлексії, незалежно від конкретної соціальної ситуації [4; 14].

Жінки *Ho*-вибірки, як і чоловіки *Ho*-вибірки, акцентують свої сексуальні уподобання, але, як і жінки *He*-вибірки, підкреслюють свою приналежність до жінок. Це узгоджується зі значущим для даної вибірки самоописом – «нестандартна, незвичайна та ін.», чим підкреслюють особисте своєрідне, відособлене становище в соціальному світі, що, скоріше за все, носить компенсаторний характер та є ознакою особливого стану, який пов'язано з утрудненнями позиціонування себе у системі соціальних відносин.

При описі «Чоловіки звичайно» чоловіки *He*-вибірки створюють образ людини, яка ходить на роботу та заробляє гроші тільки для того, щоб потім вистачило на випивку та жінок (Табл. 3).

Таблиця 3

Семи опису «Чоловіки звичайно»

Стать Вибірка	<i>He</i>	<i>Ho</i>
М	– мачо; – алкоголь; – заробіток	– секс; – сім'я; – шкода; – дружба; – нечупара; – козел
Ф	– мачо; – професія; – козел	– секс; – шкода; – нечупара; – козел

Жінки *He*-вибірки, описуючи «Чоловіки звичайно», підкреслюють їх силу, егоїстичне бажання власті, таких, які багато трудяться та люблять жінок. Такий образ чоловіка повністю відображає історично сформовані традиційні уявлення про призначення чоловіка у суспільстві: добувач, захисник, який користується владою, люблячий жінок та ін. Треба відзначити, що уявлення *FHe*-вибірки постає більш привабливим й «придатним до вживання», ніж образ створений чоловіками *He*-вибірки; образ примітивного споживача, який здатний тільки отримувати: поїсти, випити, подивитися футбол та уникають відповідальнос-

ті. Ще одним узагальненням є стале словосполучення «Усі чоловіки козли», що насичає образ негативним забарвленням.

Деяко інакшими постають «Звичайні чоловіки» в описі *МНО*-вибірки: глави сім'ї, які люблять та бажають жінок, але часто зраджують їм; вміють дружити, але розпиваючи з друзями спиртні напої з цигаркою. Також чоловіки *НО*-вибірки вказують на неохайність більшості чоловіків, що не дивно, після вказаного вище способу життя та вслід за жінками *НЕ*-вибірки узагальнюють – «Усі чоловіки козли!». При описі «Чоловіки звичайно» жінки *НО*-вибірки проявляють своє явне негативне відношення: тупі, неохайні, смердючі козли, які люблять пити, курити та секс.

Часте використання лексеми «козел» при описі чоловіків обґрунтувало розгляд історичної семантики слова «козел»: «Козел відпущення» – спочатку козел у стародавніх євреїв, на якого особливим обрядом покладали гріхи всього народу, пізніше – людина, на яку звалюють чужу провину; «Як з козла молока» – про людину зовсім нікчемну; «Пустити козла в город» – впустити когось-небудь туди, де він може нашкодити [1; 9; 12]. В грецькій міфології Пан – бог природи з цапиними ногами, рогами та бородою, який грав на сопілці та танцював з німфами й сатирами; сатири – постійні супутники Діоніса, які люблять танці, музику, вино, жінок; бог Діоніс – Бахус-Вакх покровитель вина і пов'язаних з ним веселощів [7]. Словник тюремного арго повідомляє [11], що козлами називали ув'язнених, які відкрито співробітничали з адміністрацією виправних закладів, тобто людей, які проявили свою інаковість по відношенню до більшості ув'язнених. У сучасній повсякденній мові зустрічаються сталі висловлювання: «Старий козел», «Смердючий козел», які мають негативне забарвлення та стосуються тільки чоловічої групи. Узагальнюючи вищесказане, зміст слова «козел» має наступне значення: «Нікчемна, грішна людина, за якою потрібен постійний догляд; яка любить розваги, п'яні веселощі, жінок та сприймається іншими як небезпечно чужорідна, загрозна, не така, як вони, та має виражене негативне забарвлення».

Цей виражено негативний опис передбачає пейорацію сексуальності: «З козла молока» передбачає негативне відношення до можливості чоловічого запліднення, у такий спосіб потенція, прокреація, створення родини й вже тим більше сексуальність автоматично набувають пейоративного забарвлення. Віднесення людини до категорії чоловіка, у контексті козла, блокує всяку можливість сексуального дискурсу. У цьому виразі фактично проявляється прототип усякого переходу від сексуального дискурсу

до дискурсу гендерного. Жорстке пейоративне табування сексуальності, сексуальних функцій Іншого, автоматично робить його приналежним до іншого гендеру. Саме так гендер і виникає: через негативне відношення до сексуальності Іншого. Характерно, що цей результат отриманий нами в результаті статистичної та історико-семантичної обробки вільного тесту, який дозволяє досить спонтанно виражати відношення до себе та інших. Характерно також, що такого роду твердження повністю підтримує висунуту нами гіпотезу, що, так звана, «гендерна ідентичність» виникає в результаті блокування сексуального дискурсу.

При описі «Жінки звичайно» (Табл. 4) чоловіки *He*-вибірки вибирають образ жінки-домогосподарки, при цьому є привабливими ті, які постійно доглядають за собою, а також бажають мати багато грошей на свої витрати. Даний образ дуже нагадує образ типової блондинки, але дещо обтяжений хатніми клопатами. Цікаво, що описи, які створюють чоловіки *He*-вибірки, досить примітивні та поверхневі: небажання емоційної близькості перетворює відносини у фізіологічний та побутовий абюзус.

Таблиця 4

Семи опису «Жінки звичайно»

Стать / Вибірка	<i>He</i>	<i>Ho</i>
М	<ul style="list-style-type: none"> – спокусниця; – «динамо»; – домогосподарка 	<ul style="list-style-type: none"> – спокусниці; – «динамо»; – секс; – нестабільні; – шкода
Ф	<ul style="list-style-type: none"> – сім'я; – спокусниця; – «динамо»; – нестабільні 	<ul style="list-style-type: none"> – сім'я; – спокусниця; – секс; – нестабільні

Опис «Жінки звичайно» у жінок *He*-вибірки відрізняється більшою емоційністю: турботливі хазяйки, люблять дітей, емоційні, схильні до ревностів, які красиві, турбуються про свою зовнішність і багато ходять по магазинах. Опис жінок *He*-вибірки схожий на опис чоловіків *He*-вибірки, але жінки залишають за собою можливість проявляти емоції як до дітей, так і до чоловіків, а в описі чоловіків образ жінки явно має контекст використання.

Чоловіки *Ho*-вибірки при описі «Жінки звичайно» вимальовують портрет емоційної, «стервозної» жінки, які витрачають багато часу на балачки та плітки з такими ж, як вони; люблять гроші, які з легкістю витрачають у крамницях, та мріють як-

найшвидше вийти заміж та народити дитину. В уяві чоловіків *Ho*-вибірки постає ще одна типова блондинка, але дещо інше: з вираженим бажанням улаштувати свої справи за рахунок чоловіка, приманивши його своєю доглянутістю та вродою, але не почувавши до нього почуттів.

При описі «Жінки звичайно» жінки *Ho*-вибірки створюють образ розумної, сильної, але емоційно нестабільної жінки, яка любить чоловіків та заради них турбується своєю зовнішністю та народжує від цих чоловіків дітей. Підкреслення розуму та внутрішньої сили жінок, на нашу думку, носить компенсаторний характер. Очевидне привнесення власних переживань у сприйняття образу типової жінки: від образу типової жінки залишаються типово матримоніальні й прокреативні установки, що певно покликано поєднувати жінок *Ho*-вибірки з усіма іншими жінками, а що стосується сили й емоційної нестабільності, то це скоріше відноситься до самих авторів відповідного тексту.

Узагальнюючи вищесказане, треба відзначити, що жінки обох вибірок демонструють погані уявлення про чоловіків та причини їх поведінки, що змушує їх будувати портрет чоловіка міфологічного, звідки виникає новий архетип – «Козел». Чоловіки гетероеротичної вибірки демонструють найбільш формальну, можливо й безперспективну комунікативну взаємодію. Чоловіки гомоеротичної вибірки демонструють ситуаційну гнучкість, ігнорування стереотипів та значущість для них соціальної взаємодії. Найбільш афектогенною та утрудненою соціальною взаємодією спостерігається у жінок гомоеротичної вибірки, особливо з представниками чоловічої статі, що підтверджується найбільшим використанням захисних стратегій.

Результати дослідження дозволили сформулювати пропозиції щодо роботи як з представниками сексуальних меншин, так і з клієнтами, які зазнають комунікативних труднощів в сімейному або соціальному житті.

Список використаних джерел

1. Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб. : Норинт, 2001. – 1536 с.
2. Вассерман Л.И. Медицинская психодиагностика: Теория, практика и обучение / Л.И. Вассерман, О.Ю. Щелкова. – СПб. – М. : Академия, 2003. – 736 с.
3. Говорун Т.В. Гендерна психологія: Навчальний посібник / Т.В. Говорун, О.М. Кікінежді. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 308 с.

4. Качанов Ю. Л. Семантические пространства социальной идентичности / Ю.Л. Качанов, Н.А. Шматко // Социальная идентификация личности. – М. : ИС РАН, 1993. – С. 47–68.
5. Кун М. Эмпирическое исследование установок личности на себя [Текст] / М. Кун, Т. Макпартлэнд // Современная зарубежная социальная психология: тексты / Под ред. Г.М. Андреевой, И.Н. Богомоловой. – М. : Изд-во МГУ. – 1984. – С. 180–187.
6. Лакан Ж. Функция и поле речи и языка в психоанализе / Ж. Лакан. – М. : Гнозис, 1995. – 192 с.
7. Лосев А.Ф. Боги и герои Древней Греции / А.Ф. Лосев, А.А. Тахо-Годи. – Харьков : Фолио, 2009. – 352 с.
8. Микляева А.В. Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования. Монография / А.В. Микляева, П. В. Румянцева. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2008. – 118 с.
9. Ожегов С. И. Словарь русского языка / С.И. Ожегов. – М. : Рус. яз., 1986. – 797 с.
10. Пырьянова О.А. Язык сексуальности как проявление жизни / О.А. Пырьянова // Alter Idem: Сборник научных трудов и переводов иностранной литературы. Вып. 1. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2008. – С. 30–34.
11. Словарь тюремно-лагерно-блатного жаргона : речевой и графический портрет советской тюрьмы / Авт.-сост. : Д.С. Балдаев, В.К. Белко, И.М. Исупов. – Одинцово : Края Москвы, 1992. – 529 с.
12. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка / Д.Н. Ушаков. – М. : «Буколика», «РООССА», 2008. – 1246 с.
13. Цешнатій О.Б. Стаття в гендерній психології / О.Б. Цешнатій // II Міжнародна науково-практична конференція «Генеза буття особистості» (19-20 грудня 2011 року). – Київ. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2011. – Том I. – С. 340–343.
14. Ядов В. А. Социальные идентификации личности в условиях быстрых социальных перемен // Социальная идентификация личности. – М. : ИС РАН, 1994. – Кн. 2. – С. 267–290.
15. Borodulin V. The Meta-Theory of Consciousness and Psychiatric Practice / V. Borodulin, A. Vasiliev // Analecta Husserliana. – Vol. XLVIII – Dordrecht : Kluwer Publishers, 1996. – PP. 319–328.
16. Glaser BG. Doing grounded theory: Issues and discussions. Mill Valley. – CA : Sociology Press, 1998.

Spysok vykorystanyh dzherel

1. Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo yazyka / Gl. red. S. A. Kuznecov. – SPb. : Norint, 2001. – 1536 s.
2. Vasserman L.I. Medicinskaya psixodiagnostika: Teoriya, praktika i obuchenie / L.I.Vasserman, O.Yu. Shhelkova. – SPb. – M. : Akademiya, 2003. – 736 s.
3. Govorun T.V. Genderna psixologiya: Navchal'nij posibnik / T.V. Govorun, O.M. Kikinezhd. – K. : Vidavnichij centr «Akademiya», 2004. – 308 s.
4. Kachanov Yu. L. Semanticheskie prostranstva social'noj identichnosti / Yu.L. Kachanov, N.A. Shmatko // Social'naya identifikaciya lichnosti. – M. : IS RAN, 1993. – S. 47–68.
5. Kun M. Jempiricheskoe issledovanie ustanovok lichnosti na sebja Tekst. / M. Kun, T. Makpartljend //Sovremennaja zarubezhnaja social'naja psihologija: teksty / Pod red. G.M. Andreevoj, I.N. Bogomolovoj. – M. : Izd-vo MGU. – 1984. – S. 180–187.
6. Lakan Zh. Funkciya i pole rechi i yazyka v psixoanalize / Zh. Lakan. – M. : Gnozis, 1995. – 192s.
7. Losev A.F. Bogi i geroi Drevnej Grecii / A.F. Losev, A.A. Taxogodi. – Xar'kov : Folio, 2009. – 352 s.
8. Miklyaeva A.V. Social'naya identichnost' lichnosti : sodержanie, struktura, mexanizmy formirovaniya : Monografiya. / A.V. Miklyaeva, P.V. Rumyanceva. – SPb. : Izd-vo RGPU im. A. I. Gercena, 2008. – 118 s.
9. Ozhegov S. I. Slovar' russkogo yazyka / S.I. Ozhegov. – M. : Rus. yaz., 1986. – 797 s.
10. Pyr'yanova O.A. Yazyk seksual'nosti kak proyavlenie zhizni / O.A. Pyr'yanova // Alter Idem: Sbornik nauchnyx trudov i perevodov inostrannoju literatury. Vyp. 1. – Ekaterinburg : Izdatel'stvo Ural'skogo universiteta, 2008. – S. 30–34.
11. Slovar' tyuremno-lagerno-blatnogo zhargona: rechevoj i graficheskij portret sovetskoj tyur'my / Avt.-sost. : D.S.Baldaev, V.K.Belko, I.M.Isupov. – Odincovo : Kraja Moskvy, 1992. – 529 s.
12. Ushakov D.N. Bol'shoj tolkovyj slovar' sovremennogo russkogo yazyka / D.N. Ushakov. – M. : «Bukolika», «ROOSSA», 2008. – 1246 s.
13. Ceshnatij O.B. Stat' v gendernij psixologii / O.B. Ceshnatij // II Mizhnarodna naukovopraktichna konferenciya «Geneza buttya osobistosti» (19-20 grudnya 2011 roku). – Kiiv. : DP «Informacijno-analitichne agentstvo», 2011. – Tom I. S. 340–343.

14. Yadov V. A. Social'nye identifikacii lichnosti v usloviyax bystryx social'nyx peremenu // Social'naya identifikaciya lichnosti. – M. : IS RAN, 1994. – Kn. 2. – S. 267–290.
15. Borodulin V. The Meta-Theory of Consciousness and Psychiatric Practice / V. Borodulin, A. Vasiliev // Analecta Husserliana. – Vol. XLVIII – Dordrecht : Kluwer Publishers, 1996. – PP. 319–328.
16. Glaser BG. Doing grounded theory: Issues and discussions. Mill Valley. – CA : Sociology Press, 1998.

O.B. Tsheshnatiy. The peculiarities of M.Kuhn and T.McPartland's Twenty Statements Test using in gender identity studies. The paper deals with gender identity concept. Identity as essentially phenomenon belonging to the field of social psychology field is stated in the paper. A semantically oriented approach to the phenomenon of identity has been proved to be a relevant and effective one. Gender identity is interpreted from the point of view of this phenomenon of subjective semantics, that is, from the point of view of its contents and meaning. The data analysed were acquired with a self-report of Kuhn and McPartland's Twenty Statements Test (TST). Kuhn and McPartland's TST is designed to investigate empirically self-attributes. This paper uses an additional instruction to original TST. Participants were instructed to continue the phrases beginning with «Women usually...» and «Men usually...». This extension of classical TST gives two sets of data attributing some subjectively important qualities to «women» and «men» respectively. Data was collected according to the Grounded Theory approach. The data sets represent subjective notion about themselves and traditional «woman» and «man» images. The collected data has been qualitatively and statistically analysed. The most frequent responses were considered as important. Social and anthropological roles were ranked. The contents of participants' responses was analysed to obtain trustworthy generalizations of «Women usually» and «Men usually» images. During the content analysis of the text the lexical and semantic families were distinguished. The participants' ascriptive sex and erotic preferences were connected statistically by their discursive praxis. The conclusion was made that heteroerotically oriented men see themselves as having lots of friends and being competent in money making. Heteroerotically oriented women realize themselves primarily as women and mothers, they see themselves as tidy beauties attracting a number of friends. Homoerotically oriented men emphasize their sexual preferences and manage their image as that of a subtle and easy to communicate with persons. Homoerotically oriented women, too, accentuate their sexual tastes while inflating their belonging to some abstract womanhood. They underline their peculiar societal area.

Key words: gender identity, homoerotic preferences, Kuhn and McPartland's TST, Usual Woman image, Usual Man image, Self-image, Grounded Theory.

Received October 24, 2014
Revised November 17, 2014
Accepted December 09, 2014