

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Факультет соціології
Кафедра методології та методів соціологічних досліджень

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«ІНТЕРСЕКЦІЙНА МЕТОДОЛОГІЯ В ДОСЛІДЖЕННЯХ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ УКРАЇНЦІВ»

Спеціальність: 054 Соціологія

Освітня програма: «Гендерні студії»

Освітній ступінь: магістр

Кваліфікація: магістр соціології

Авторка:

Конотопець Євгенія Олегівна,
студентка магістратури

Наукова керівниця:

Ковтуненко Елліанна Станіславівна,
кандидатка соціологічних наук, доцентка

Магістерська робота допущена до захисту
рішенням кафедри методології та методів соціологічних досліджень

Протокол № _____ від «___» _____ 20__ р.

Зав. кафедри _____ доцент Сидоров М. В.-С.

Київ 2023

Реєстрація

номер

дата

підпис лаборанта кафедри

**Рекомендовано
до захисту**

підпис наукового керівника

ініціали, прізвище наукового керівника

Результат захисту

оцінка

дата захисту

Голова ЕК

підпис

ініціали, прізвище

Члени ЕК

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

Секретар ЕК

підпис

ініціали, прізвище

Анотація: На сьогодні в арсеналі соціологів існують різні методологічні підходи. В роботі розглянуто, досить нову для соціологічного поля, інтерсекційну методологію. Цей підхід вже тривалий час існує як теорія в гендерних дослідженнях. Протягом останніх десятиліть західні дослідники і дослідниці почали розробляти соціологічну методологічну рамку, яка б відповідала теоретичним засадам інтерсекційності. В цій роботі проаналізовано наробки стосовно інтерсекційної методології в кількісних дослідженнях гендерних стереотипів. Також здійснене порівняння інтерсекційної методології в кількісних дослідженнях з іншими. Інтерсекційна методологія бере за основу множинні ідентичності, чим відрізняється від інших соціологічних концептів. Ця відмінність дозволяє дослідникам і дослідницям, що її застосовують більш чітко таргетувати групи, які продукують ті чи інші думки (в цій роботі стереотипи).

Ключові слова: інтерсекційність, методологія, стереотипи, гендерні стереотипи.

Annotation: Nowadays there are different methodological approaches in the arsenal of sociologists. In the thesis considers, a new for the sociological field, intersectional methodology. This approach has existed for a long time as a theory in gender studies. In recent decades, western researchers have begun to develop a sociological methodological framework that would correspond to the theoretical foundations of intersectionality. In this thesis analyzes developments on intersectional methodology in quantitative surveys of gender stereotypes. Moreover, a comparison of intersectional methodology in quantitative studies with others was also made. Intersectional methodology is based on multiple identities. It differs from other sociological concepts. This difference allows researchers who use intersectionality more clearly target groups that produce certain opinions (stereotypes in this thesis).

Key words: intersectionality, methodology, stereotypes, gender stereotypes.

Зміст

Вступ	6
Розділ 1. Розвиток інтерсекційної методології в соціологічних дослідженнях	9
1.1. Методологічні підходи в соціології та гендерних дослідженнях	9
1.2. Інтерсекційна методологія для дослідження гендеру та гендерних стереотипів	13
Висновки до розділу 1	18
Розділ 2. Гендерні стереотипи: сучасний стан інтерсекційних досліджень	20
2.1. Підходи до розуміння та аналізу гендеру та гендерних стереотипів	20
2.2. Гендерні стереотипи у світі і в Україні через призму інтерсекційності	24
Висновки до розділу 2	29
Розділ 3. Застосування інтерсекційної методології при дослідженні гендерних стереотипів українців	30
Висновки до розділу 3	39
Висновки	40
Список використаної літератури	41
Додаток А. Показники для аналізу	45
Додаток Б. Розподіли та значимості на основі одномірних характеристик	48
Додаток В. Розподіли та значимості на основі багатомірної характеристики	51
Додаток Г. Багатомірна характеристика: наповнення груп	59

Вступ

Актуальність теми дослідження. Методологія важливий аспект досліджень. Багато в чому вона визначає дизайн дослідження, особливості теоретизування, збору та аналізу даних. У гендерних дослідженнях наразі випрацювана доволі значна кількість теорій і підходів, але методи досліджень зазвичай залишаються типово соціологічними. Інтерсекційна методологія одна з напрацьованих гендерних теоретиків, що стала популярною останнім часом. В гендерних дослідженнях особливість та ефективність інтерсекційності не викликає питань. Але за межами гендерних досліджень інтерсекційність не настільки популярна. В даній роботі ми застосуємо інтерсекційну методологію до аналізу гендерних стереотипів українців і покажемо особливості її застосування. Це додасть новий гендерно-чутливий інструмент в запас інструментів соціології.

Довідка про ступінь наукової розробки теми дипломного дослідження. Теоретичну базу цієї дипломної роботи складають праці закордонних науковців: Майкл Кіммел, Гібсон Баррел, Гарет Морган, Барбара Рісман, Рейвен Коннел, Джоан Акер, Кімберлі Креншоу, Хе Йон Чу, Міра Маркс Фейрі, Соня Канг, Гален Боденхаузен, Шарлін Хессен-Бібер, Патрісія Ліві, Дженіфер Неш, Леслі Маккол, Еріка Холл, Елісон Холл, Адам Галінські, Катеріна Філіпс тощо. Також дипломна робота спирається на вклад українських дослідників: Маріанна Ткалич, Тетяна Зінченко, Олена Вілкова тощо.

Об'єкт – інтерсекційна методологія в соціології.

Предмет – інтерсекційна методологія в дослідженнях гендерних стереотипів.

Мета – проаналізувати ефективність інтерсекційної методології в дослідженнях гендерних стереотипів українців.

Завдання:

- 1) виокремити основні методологічні підходи в соціології та гендерних дослідженнях;
- 2) охарактеризувати інтерсекційну методологію;
- 3) розглянути способи застосування інтерсекційності в дослідженні гендерних стереотипів;
- 4) застосувати та визначити особливості застосування інтерсекційної рамки для дослідження гендерних стереотипів на масиві EVS-WVS.

Методи дослідження. На основі аналізу соціологічної літератури, узагальненні теоретичних тверджень, у роботі висвітлено різні наукові погляди і підходи щодо теоретичних концептів у соціології та гендерних дослідженнях. Основним методом цієї роботи є аналіз даних на масиві EVS-WVS.

Фактологічні джерела. В ході роботи для підкріплення достовірності матеріалу окрім наукових публікацій використано нормативно-правові документи України, а також результати соціологічних досліджень Соціологічної групи рейтинг та Global Gender Gap Report.

Теоретичне і практичне значення отриманих результатів. Висновки, сформульовані в ході роботи щодо застосування інтерсекційної методології, дають розуміння її переваг та обмежень. Таким чином дослідники й науковці можуть оцінити можливість її застосування для своїх цілей в межах інших досліджень.

Коротка довідка про структуру роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літератури та додатків. У вступі сформульовано об'єкт та предмет, визначена мета, завдання і методи магістерської дипломної роботи. У першому розділі подано аналіз методологічних підходів в соціології та, конкретно, інтерсекційного. Другий розділ присвячено дослідженню гендерних стереотипів та особливостям застосування інтерсекційності для роботи із ними. У третьому розділі наведено результати двох типів аналізу масиву даних. У висновку сформульовано основні особливості застосування інтерсекційної методології

для дослідження гендерних стереотипів українців. Список літератури містить 34 джерела, 22 з яких – іноземні. У додатках представлено таблиці, що супроводжують результати аналізу гендерних стереотипів в тексті роботи.

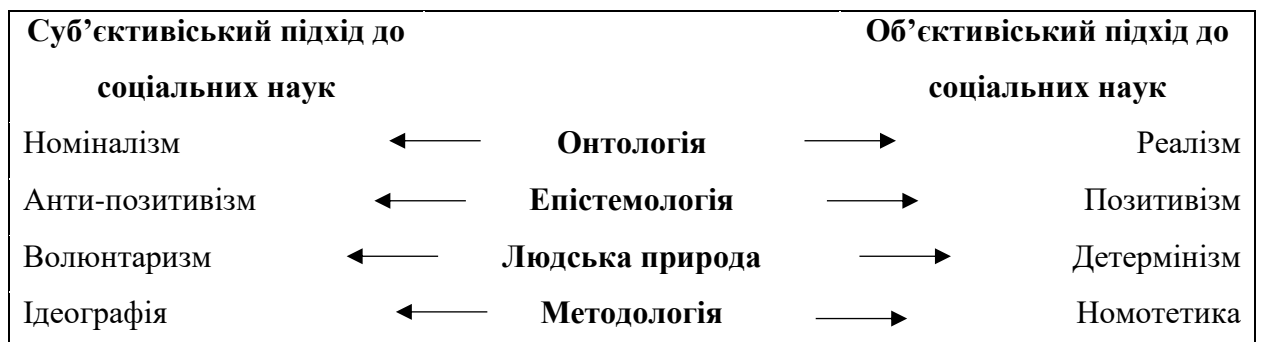
Розділ 1. Розвиток інтерсекційної методології в соціологічних дослідженнях

1.1. Методологічні підходи в соціології та гендерних дослідженнях

«Методологія є системою логічно обґрунтованих принципів наукового дослідження, що пов'язують теорію з практикою, ... а емпірію з теорією» [Вісник КНУ ім. Т. Шевченка, 2015, 69]. Програма будь-якого наукового соціологічного дослідження будується на соціологічній теорії. Гібсон Баррел і Гарет Морган виокремили два виміри в яких можна розмістити усі соціологічні теорії: об'єктивізм – суб'єктивізм (припущення про природу науки) та соціологія регулювання – соціологія радикальних змін (припущення про природу соціального) [Burrell, 1979, 21].

Гібсон Баррел і Гарет Морган вважають, що соціальну науку зручно концептуалізувати в термінах чотирьох наборів припущень, пов'язаних з онтологією (що таке реальність), епістемологією (що та як можна вивчити реальність), людською природою і методологією (яку процедуру можна використати, щоб отримати нове знання) [Burrell, 1979, 1]. За наборами цих чотирьох припущень використовуються різні підходи відповідно до того, до якого полюсу наближена теорія. Полюси, відповідно, бувають суб'єктивним і об'єктивним. Цей вимір отримав назву вимір «об'єктивізм – суб'єктивізм».

Рисунок 1.2.1. Вимір «об'єктивізм – суб'єктивізм»

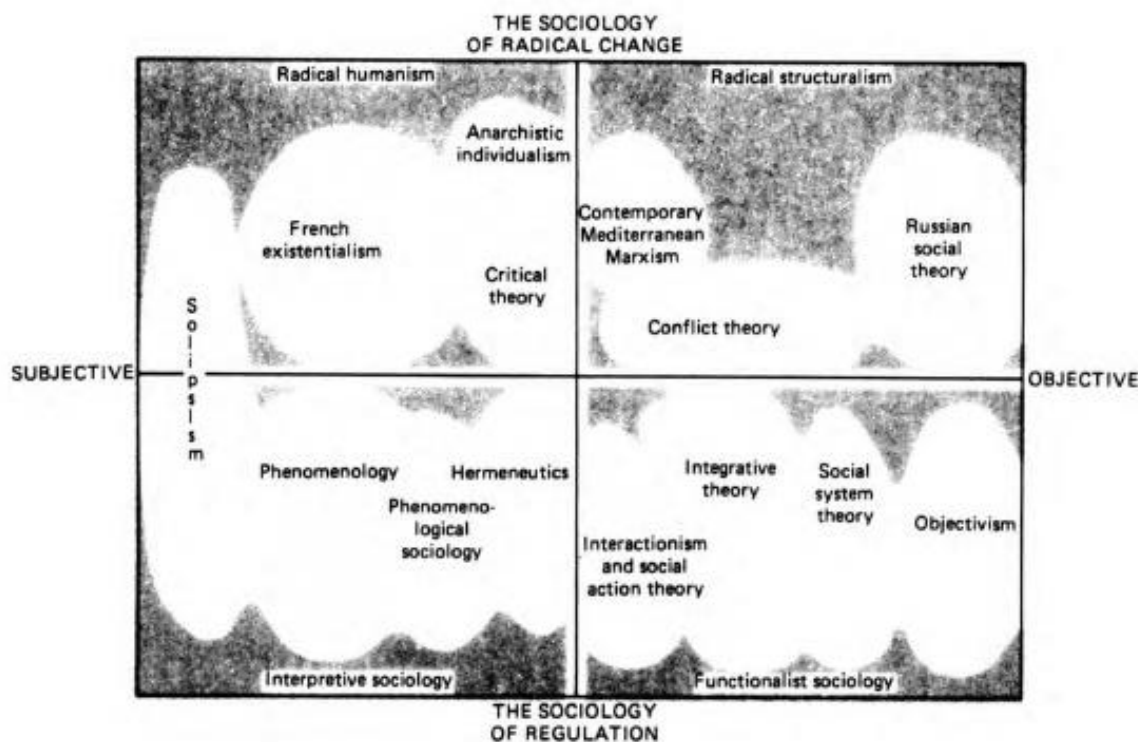


[Burrell, 1979, 3].

У вимірі «соціологія регулювання – соціологія радикальних змін» за Гібсоном Баррелом та Гаретом Морганом всі соціологічні теорії поділяються на такі, що мають інтеграційний погляд на суспільство (акцент на «порядок») та такі, що зосереджуються на конфліктах і примусі [Burrel, 1979, 22].

Поклавши ці два виміри на координатну площину вчені вказали, що усі соціологічні теорії можна розподілити на чотири парадигми: радикальний структуралізм, радикальний гуманізм, інтерпретативна та функціоналістська парадигми.

Рисунок 1.2.2. Парадигми організаційного аналізу



[Burrel, 1979, 29].

Для гендерних досліджень характерне поєднання класичної соціологічної методології з гендерною чутливістю та особливими дослідницькими парадигмами. На сьогодні Вчені виділяють такі основні методології для дослідження гендеру та гендерних складових є постмодернізм,

транснаціональний підхід, інтерсекційний підхід та квір-теорія. Як вказує Леслі Маккол «різні методології продукують різні типи знань» [McCall, 2005, 1772].

Приміняючи координатну площину Гібсона Баррела і Гарета Моргана постмодернізм є теорією наближеною до полюсів суб'єктивізму та соціології радикальних змін (більший акцент на конфліктах суспільства). За рівнем аналізу спрямована більше на інтеракційний рівень. Методологічними принципами постмодернізму є твердження, що не тільки біологічне походження формує різниця між чоловіками і жінками, а й інші фактори (соціальні в тому числі). Також в контексті цього підходу розглядається різниця в досвідах жінок і чоловіків та гендерна нерівність.

Транснаціональний підхід досліджує наднаціональні процеси та їх вплив на групи у різних частинах світу. Значний вплив для формування цього підходу мали постколоніальний фемінізм та глобалізація. В координатній площині соціологічних теорій транснаціональна теорія лежить ближче до суб'єктивізму та соціології радикальних змін. Рівень аналізу переважно інституційний. Основними методологічними принципами транснаціонального підходу є критика культурного імперіалізму, критика опозиції культури і природи при формуванні гендеру та аналіз внутрішньо-гендерних відносин.

Інтерсекційна теорія також є частиною парадигми радикального гуманізму (ближче до суб'єктивізму та соціології радикальних змін). Працює для досліджень гендеру на різних рівнях – індивідуальному, інтеракційному, інституційному. Серед методологічних принципів можна виокремити підхід, за яким не визначається дихотомія «чоловік-жінка», а надається значимість різним формам відносин (гендерним, етнічним, віковим тощо) та зміщується аналіз до дослідження виробництва та конструювання гендерних практик.

Квір-теорія також наближена до полюсів соціології радикальних змін та суб'єктивізму. Гендер досліджується також на різних рівнях. Основним принципом є дослідження того як вибудовуються бінарні категорії.

Ведучи мову про зв'язок теорії та практики маємо вищевказані найбільше розповсюджені методологічні принципи при дослідженні гендеру (відповідно і гендерних стереотипів). Якщо ж говорити про зв'язок емпірії та теорії, то наприклад Патрісія Ліві вказує, що в соціології основними методологічними підходами є кількісні, якісні та змішані (комбінація кількісних та якісних) дослідження, рідше проводяться дослідження на основі мистецтва та дослідження за участі громади [Leavy, 2017, 9]. Вона вказує на методи проведення досліджень та їх вплив на формування програми соціологічного дослідження того чи іншого явища. Загалом для досліджень гендеру більш притаманні якісні дослідження, адже більшість теорій наближені до суб'єктивіського полюсу. Але зважаючи на те, що на сьогодні гендерні дослідження стають не окремою сферою, а наскрізною (гендерний аспект намагаються враховувати у дослідженнях в різних сферах), то методи, що використовують в цих дослідженнях, розширюють. Наразі проводять як якісні, так кількісні і змішані соціологічні гендерні дослідження.

1.2. Інтерсекційна методологія для дослідження гендеру та гендерних стереотипів

Як було показано в попередньому підрозділі, існують різні підходи до вивчення гендеру та його аспектів (у випадку нашої роботи - гендерних стереотипів). Ми зупинимось на інтерсекційному як на одному з найбільш актуальних в контексті феміністичного підходу в соціології.

Інтерсекційність — це аналітична чутливість, спосіб мислення про ідентичність та її владний статус [Crenshaw, 2015].

Інтерсекційність як поняття з'явилося наприкінці ХХ століття в Сполучених Штатах Америки в рамках чорного фемінізму. Патрісія Хілл Коллінз, Кімберлі Креншоу, Дебора Кінг та Одр Лорд концептуалізували гендер як вісь пригнічення, що перетинається з іншими осями пригнічення, включаючи расу, сексуальну орієнтацію, національність, здібності, релігію тощо [Risman, 2013, 742]. Інтерсекційність зосереджує увагу на вивченні так званих «груп на перетині», тобто представників множинних ідентичностей (наприклад, чорношкірих жінок чи гомосексуальних чоловіків). Множинні ідентичності створюють виклик для сприйняття, оскільки неоднозначність категоризації може призвести в міжособистісній комунікації до активізації множинних, потенційно суперечливих стереотипів і упереджень [Kang, 2015, 549].

Першопочатково інтерсекційність в рамках феміністичного руху зосереджувалась на дослідженні множинних ідентичностей на основі гендеру (жінки у поєднанні з іншими соціальними категоріями). Була сформульована гіпотеза подвійної небезпеки (особи з двома або більше соціальними ідентичностями (наприклад, чорношкірі жінки, тобто сексизм у поєднанні з расизмом) відчувають більше дискримінації та стресу щодо ідентичності, ніж ті, хто має одну таку ідентичність (наприклад, білі жінки – тільки сексизм, чорношкірі чоловіки – тільки расизм) [Kang, 2015, 557]. Таким чином, групи

на перетинах відрізняються одна від одної і зазнають різної дискримінації відповідно до своїх ознак. А дослідження нерівностей лише за однією певною соціальною ознакою залишають такі групи поза увагою, оскільки вони не вписуються в концепти досліджень. Відповідно, основною ціллю інтерсекційності на початку ХХ століття було надати голос тим, хто цього голосу не має, зробити «невидимі» групи більш видимими. Інтерсекційність була використана як теоретична рамка досліджень, оскільки на той момент не існувало конкретної методології (через що в соціології інтерсекційність набагато частіше примінялась в якісних дослідженнях).

На сьогодні інтерсекційність продовжують розвивати і застосовувати у соціологічних дослідженнях. Інтерсекційність з теорії маргіналізації поступово трансформується у загальну теорію множинної ідентичності. В основному її розвиток йде у двох аспектах. По-перше, формування методології. Хе Єн Чу і Майра Маркс Феррі наголошують, що обрання інтерсекційності в якості теоретичної бази спрямовує увагу вчених і на методологічний вибір, який дозволяє більш конкретно ставити мету (більш конкретно, аніж «надання голосу») і розробляти / застосовувати конкретні методи [Choo, 2010, 146]. По-друге, акцент з дослідження труднощів та проблем груп з множинною ідентичністю розширюється: починають досліджувати також їх можливості та переваги приналежності до таких (інтерсекційних) груп, тобто вчені намагаються розглядати об'єкти досліджень під різними кутами зору [Nash, 2008, 11-12]. Зупинимось на цих двох аспектах розвитку і розглянемо їх детальніше.

На сьогодні існують різні класифікації досліджень з використанням інтерсекційності. Наприклад, Хе Єн Чу і Майра Маркс Феррі класифікують дослідження за стилями інтерсекційних практик на групо-центровані, процесо-центровані та системо-центровані [Choo, 2010, 130].

Групо-центровані зосереджені на включенні до змісту дослідження груп із множинною ідентичністю, які вважаються маргіналізованими. Зазвичай в

рамках соціології дослідники зосереджуються на порівнянні груп, членів груп на індивідуальному рівні.

Процесо-центровані та системо-центровані зосереджені на поясненні міжсекційної динаміки. Для процесо-центрованих досліджень основним елементом є порівняльний аналіз з метою побачити, як різняться взаємодія між різними структурами домінування. Методологія таких досліджень використовує порівняння груп на більш високих рівнях, ніж індивідуальний (інтерактивному чи інституційному). Процеси зазвичай розглядаються науковцями в динаміці.

Системо-центровані дослідження покликані вивчати структури домінування в різних системах (наприклад, різних суспільствах). Тож на практиці часто бачимо порівняння структур домінування в різних країнах. Варто зауважити, що не всі інтерсекційні дослідження можна віднести до одного з трьох підходів і деякі дослідження можуть належати одразу до двох підходів, тобто бути змішаними [McCall, 2005, 1774].

Також існує класифікація інтерсекційних досліджень за методологіями використаними в дослідженнях за Леслі Макколл. Вона поділяє дослідження за трьома підходами, які сама називає – антикатегоріальна складність (*anticategorical complexity*), інтракатегоріальна складність (*intracategorical complexity*), інтеркатегоріальна складність (*intercategorical complexity*) [McCall, 2005, 1773].

Антикатегоріальна складність має на меті деконструкцію аналітичних категорій. На сьогодні вчені вважають, що соціальне життя надто складне, переповнене множинними визначеннями як суб'єктів, так і структур, тому створюють спрощені категорії для можливості їх аналізу. Але такі спрощені соціальні категорії породжують соціальну нерівність. По суті, антикатегоріальна складність має на меті розгляд груп не за окремими ознаками, а за множинними [McCall, 2005, 1773].

Інтракатегоріальна складність, зосереджується на окремих соціальних групах у недосліджених точках перетину, щоб розкрити складність /

відмінність життєвого досвіду всередині таких груп. Групи за цим підходом обираються за множинними ознаками, але мають на меті зафіксувати відносини нерівності [McCall, 2005, 1774].

Інтеркатегоріальна складність, на відміну від антикатегоріальної, використовує існуючі аналітичні категорії для того, щоб задокументувати відносини нерівності між соціальними групами та зміну конфігурації нерівності за численними та суперечливими вимірами [McCall, 2005, 1773].

В своїх роботах Ріта Каур Дамун також вдається до класифікації інтерсекційних досліджень. Вона класифікує їх за аспектами суспільно-політичного життя. Дослідниця виділяє роботи спрямовані на дослідження «ідентичності індивідів або сукупності індивідів чи соціальних груп, які позначаються як різні (наприклад, жінки мусульманки чи чорношкірі жінки), категорій відмінностей (наприклад, раса і гендер), процеси диференціації (наприклад, расованість і гендерність) і системи домінування (наприклад, расизм, колоніалізм, сексизм і патріархат)» [Kaur Dhamoon, 2011, 232-233]. Що загалом перекликається з рівнями соціальної структури гендеру за Барбарою Рісман.

Загалом описані вище підходи схожі між собою за рівнями та способами аналізу. Усі дослідниці наголошують, що в чистому вигляді такі класифікації навряд чи можуть бути застосовані і частіше зустрічаються у змішаній формі.

Що ж до акценту досліджень. Інтерсекційність дозволяє глибше вивчити об'єкт і зробити дослідження максимально чутливим. Тож не дивно, що застосовувати її бажають не тільки в рамках її звичного призначення. Наприклад, при дослідженні гендерних стереотипів зазвичай вчені досліджують, які стереотипи існують, які є більш розповсюдженими, які є менш розповсюдженими, причини цього тощо. В даних дослідницьких питаннях не має місця для пошуку маргіналізованих груп. Але інтерсекційність в даному випадку можна застосувати для більш глибокого вивчення носіїв та трансляторів стереотипів. При розумінні того, які саме групи транслюють гендерні стереотипи, можна більш точно таргетувати

групи, з якими потрібно працювати, наприклад, на місцях, для подолання гендерних стереотипів. Адже подолання гендерних стереотипів визначено як завдання і в Державній соціальній програмі забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на період до 2021 року, і в Національному плану дій з виконання зауважень Комітету ООН з ліквідації дискримінації щодо жінок до восьмої періодичної доповіді України на період до 2021 року.

Таким чином у інтерсекційної методології є свої переваги та недоліки. Серед основних переваг: визнання та представлення множинних ідентичностей [Kang, 2015, 556], що зменшує упередженість до відповідних соціальних груп та дозволяє зробити аналіз більш глибоким. Серед недоліків: розмивання кордонів між усталеними категоріями соціальних груп, неможливість забезпечення повного охоплення досліджуваного явища (оскільки це потребує великих фінансів) і неможливість охоплення дослідженням усіх груп (оскільки виокремити їх можна багато), також вчені вказують на недостатню розробленість методології та недостатню її впровадженість в соціологічні дослідження поза гендерним аспектом.

Висновки до розділу 1

Найпоширенішими підходами у вивченні гендерних складових нині є постмодернізм, транснаціональний підхід, інтерсекційний підхід та квір-теорія. Нашу подальшу роботу ми зосередимо на інтерсекційності. Оскільки цей підхід дозволяє досліджувати гендерні стереотипи на усіх трьох рівнях. Квір-теорія також дозволяє робити дослідження на трьох рівнях. Але інтерсекційність на відміну від квір-теорії дозволяє використовувати знайомі, усталені соціальні категорії. Хоча обидва підходи передбачають деконструкцію бінарності, але інтерсекційність пропонує не повну зміну соціальних категорій, а їх переосмислення та ускладнення для відходу від спрощеного розуміння / пояснення соціальної реальності та більш глибокого її розуміння. На нашу думку, на сьогоднішній день саме інтерсекційність має більший потенціал для розвитку в соціології як нова теорія та методологія для дослідження суспільства.

Інтерсекційність перетворюється нині на теорію множинних ідентичностей. Ця теорія зосереджується на вивченні соціальних груп за поєднанням декількох ознак. Не кожна відмінність між групами означає нерівність та дискримінацію. Інтерсекційність покликана виявляти підлегловладні відносини та аналізувати їх характер. Серед інших переваг інтерсекційної теорії те, що вона через аналіз множинних ідентичностей ускладнює спосіб аналізу, чим поглиблює та уточнює розуміння соціальної реальності. В інтерсекційності є і недоліки. Серед них недостатня методологічна розробка (є наробки, але вони не загальноприйняті). Не існує чітких інструкцій щодо ознак за якими формувати групи та які саме зі сформованих брати до аналізу. Адже, додавати ознаки для формування групи можна нескінченно, але охопити аналізом всі сформовані групи буде неможливо. Як і через брак часових та людських ресурсів, так і через високу вартість такого дослідження.

Як методологія інтерсекційність може працювати на трьох рівнях: індивідуальному, інтеракційному та інституційному. У світовій науковій спільноті є дослідження із застосуванням інтерсекційності як теоретичної рамки, також є спроби сформулювати конкретну методологію для дослідження гендерних стереотипів за допомогою інтерсекційності. Ці спроби стосуються, так званого, індивідуального та інтеракційного рівнів. Тобто вони застосовуються до аналізу конкретної групи, що виокремлена на основі множинних характеристик, а також до порівняння груп сформованих на основі різних множинних характеристик та їх владних відносин.

У наступному розділі ми спробуємо показати як застосовують інтерсекційну методологію при проведенні гендерних досліджень, а саме – при дослідженні гендерних стереотипів.

Розділ 2. Гендерні стереотипи: сучасний стан інтерсекційних досліджень

2.1. Підходи до розуміння та аналізу гендеру та гендерних стереотипів

За визначенням Великого тлумачного словника, стереотипи – це «сукупність спрощених узагальнень про групу індивідумів, що дозволяє розподіляти членів групи за категоріями та сприймати їх шаблонно згідно з цими очікуваннями» [Jary, 2000, 629]. Стереотипні уявлення часто є не обґрунтованими фактами. Стереотипи можна розподіляти за різними ознаками. Об'єктом нашої роботи є саме гендерні стереотипи. «Гендерна стереотипізація - практика присвоєння окремій жінці чи чоловіку конкретних ознак, характеристик чи ролей виключно на основі його / її приналежності до соціальної групи жінок чи чоловіків» [Cusack, 2013, 17]. «Гендерні стереотипи засвоюються та конструюються через систему соціалізації, розподілу праці й культурні норми, вони детермінують гендерні ролі та ідеали у суспільстві» [Вілкова, 2004, 26]. М. Ворона стверджує, що гендерні стереотипи не є самі по собі поганими чи хорошими, але вони створюють асиметричний розподіл гендерних ролей, що в сучасному суспільстві, наприклад, призводить до гендерної сегрегації на користь чоловіків та нерівної заробітної плати на ринку праці [Ворона, 2010, 72].

В цьому розділі ми хочемо звернутися до теоретичних підходів вивчення гендерних стереотипів. Вивчення гендерних стереотипів неможливе без розуміння контексту їх існування, а вивчення теоретичних рамок їх дослідження неможливе без розуміння теоретичних підходів до вивчення гендеру в цілому. Тож перше на чому ми зупинимось будуть етапи розвитку знання про гендер.

Не секрет, що витоки дослідження гендеру лежать між такими науками як соціологія та психологія і починались з дослідження статі та її проявів (маскулінності та фемінності). Ще Маргарет Мід у книзі «Стать і темперамент у трьох примітивних суспільствах» показала, що як жінки, так і чоловіки здатні

формувати різні загальноприйнятні в конкретному суспільстві моделі поведінок [Mead, 1935]. З моменту як стало очевидно, що різниця між жінками і чоловіками не є чисто біологічно обумовленою, почались пошуки інших факторів впливу на формування поведінки індивідів. Першопочатково дослідження різниці статей відбувалося в контекстах соціалізаційної теорії та теорії статевих ролей. Спочатку фемінність та маскуліність в цих теоріях розглядались як протилежні одна одній. Високий рівень фемінних ознак означав низький рівень маскуліних і навпаки. Але дослідження Сандри Бем показали, що ці два поняття не є протилежними. Один індивід може демонструвати як високі показники фемінних, так і маскуліних ознак (андрогіні). Це дало поштовх для подальших досліджень і розвитку двох напрямків дослідження жінок і чоловіків – нового структуралізму та перформативної теорії (на основі символічно-інтераційної парадигми). В рамках нового структуралізму дослідники зосереджувались на владних відносинах (позиції жінок та чоловіків в приватній та публічній сферах тощо). На основі ж символічно-інтераційної парадигми стало очевидним недостатність поняття «стать» та викристалізувалось поняття «гендеру» у рамках теорії конструювання гендеру Кендіс Вест і Дона Зіммермана, а згодом розвилась перформативна теорія Джудіт Батлер. Кендіс Вест і Дон Зіммерман вкладали в поняття гендер той факт, що його творять безпосередньо самі чоловіки і жінки. Гендер, на їх думку, «комплекс соціально контрольованих дій, метою яких виступає вираження маскуліної та фемінної «природи» [West, 1987, 126]. З цього моменту починається більш глибоке вивчення гендеру. Наприклад, Рейвін Коннел наголошує, що «гендер – це скоріше процес, ніж предмет» [Connell, 1987, 140]. Тобто розглядає гендер під новим для нього кутом, як пластичне явище, що може змінюватись. Гендер починає досліджуватись не тільки на індивідуальному рівні, але і на рівні організацій та навіть як інститут. Джоан Акер розглядає гендер як «базовий принцип соціальної структури та культурної взаємодії» [Acker, 1992, 565]. Та згодом гендер починає розумітися ще ширше як соціальна структура. «Нам потрібно

концептуалізувати гендер як соціальну структуру, і, роблячи це, ми можемо краще проаналізувати шляхи, якими гендер вбудовується в індивідуальний, інтерактивний та інституційний виміри нашого суспільства», - наголошує Барбара Рісман [Risman, 2004, 429]. Розуміння гендеру як соціальної структури, що пронизує усе суспільне і саме суспільство, дозволило поєднати всі знання щодо нього, які розроблялись раніше. Гендер як соціальна структура за Барбарою Рісман складається з трьох вимірів:

- (1) індивідуального рівня (особливості розвитку гендерного «Я» - на рівні світогляду та на рівні тіла);
- (2) інтеракційного рівня (культурні стереотипи та очікування відносно чоловіків та жінок, гендерно обумовлена поведінка)
- (3) інституційного рівня («правила» щодо розподілу ресурсів і благ між чоловіками та жінками) [Risman, 2004; Risman, 2014].

Рівні взаємодіють між собою. І явище, що існує на одному з рівнів може мати вплив і на інші рівні існування гендеру. Наприклад, гендерні стереотипи за Барбарою Рісман існують на інтеракційному рівні і найчастіше відтворюються у способах поведінки та очікуваннях жінок і чоловіків по відношенню одне до одного. Але безперечно стереотипи поширені в тому чи іншому суспільстві впливають на формування ідентичності, в даному випадку гендерної, й індивід починає поступово втілювати та транслювати стереотипи, що тиснуть на нього з соціуму. Що ж до інституційного рівня, то зрозуміло, що він є більш глобальним, але гендерні стереотипи певним чином можуть впливати і на нього. Міцно укоріненні стереотипи призводять до розповсюдженого переконання, що може перерости, наприклад, у правило соціального розподілу. Так добре відомий стереотип про те, що чоловік має фінансово забезпечувати родину, призводить до широко розповсюдженої практики, коли чоловіки в більшій мірі залучені до публічної сфери, ніж жінки, а жінки залучені більше до приватної сфери. На сьогодні поступово це правило починає розвіюватись, оскільки жінки все частіше і частіше виходять з приватної сфери і стають залученими до роботи в різних сферах діяльності.

Так гендерні стереотипи, що існують на інтеракційному рівні можуть впливати на індивідуальний та інституційний рівні, але цей вплив відбувається і навпаки. Індивіди формуванням власного «Я» та підтримкою існуючої системи розподілу благ можуть підтримувати ті чи інші гендерні стереотипи. Наприклад, існуючі сьогодні способи виховання та навчання у школах підтримують стереотип про те, що чоловіки більш схильні до технічних наук, а жінки до гуманітарних.

2.2. Гендерні стереотипи у світі і в Україні через призму інтерсекційності

В 2021 році у Глобальному звіті про гендерні розриви зазначено, що гендерний паритет у світі встановлено на 68% (на основі даних з 156 країн). У порівнянні з показниками 2020 року це є кроком назад на 0,6 відсоткових пунктів [Global Gender Gap Report, 2021, 5]. Індекс гендерного розриву розраховується на основі даних з чотирьох сфер - економічна участь і можливості, освіта, здоров'я та виживання та політичні можливості. На 2021 рік загальні показники у цих сферах наступні:

- економічна участь і можливості – паритет досягнуто на 58%
- освіта - паритет досягнуто на 95%
- здоров'я та виживання - паритет досягнуто на 96%
- політичні можливості - паритет досягнуто на 22%.

Україна також бере участь у Глобальному звіті про гендерні розриви. На 2021 рік посідає 74 місце (у 2020 було 59 місце і 48 у 2006 році), а гендерний паритет в країні встановлено на 71%. За чотирма вимірами показники України наступні:

- економічна участь і можливості – паритет досягнуто на 73%
- освіта - паритет досягнуто на 100%
- здоров'я та виживання - паритет досягнуто на 98%
- політичні можливості - паритет досягнуто на 15%.

Звісно індекс враховує обмежене коло показників і не можна говорити про те, що у сфері освіти повністю досягнуто рівності, але загалом можна побачити певну тенденцію. В Україні, як і в світі, в економічній та політичній сфері індекс рівності чоловіків і жінок нижчий. Можна припустити, що велика кількість гендерних стереотипів і упереджень будуть стосуватися саме цих сфер. Але ці стереотипи лежать скоріше у сфері праці, про інші висновки ми зробити на основі цих даних ми не можемо.

Та загалом існують гендерні стереотипи різних типів. Маріанна Ткалич та Тетяна Зінченко визначають, що існують такі групи гендерних стереотипів:

- стереотипи маскулінності-фемінності
- стереотипи професійної діяльності чоловіків і жінок
- стереотипи поєднання сімейних і професійних ролей відповідно до статі
- гендерні стереотипи зовнішності [Ткалич, 2013, 48].

Таким чином гендерні стереотипи існують в різних сферах життя і відповідно мають вплив на кожен з них.

Існують й інші варіанти класифікації стереотипів. Наприклад, за характером стереотипу виділяють:

- описові стереотипи (як індивіди поведуться)
- застережні стереотипи (як індивіди не повинні поводитися)
- наказові стереотипи (як індивіди мають поводитися) [Hall, 2019, 655].

В українському суспільстві за останніми дослідженнями соціологічної компанії Соціологічна група рейтинг (у 2021 році) 56% опитаних вважають, що нерівність між жінками і чоловіками в Україні рідкісним явищем. З наступними гендерними стереотипами загалом погоджується майже кожен другий респондент з тих, хто брав участь в опитуванні:

- «Чоловік має повністю забезпечувати свою сім'ю» - 75% загалом погоджуються.
- «У жіночому колективі сварок більше, ніж у чоловічому» - 65% загалом погоджуються.
- «Головне покликання жінки – народити дітей» - 64% загалом погоджуються.
- «Успішна кар'єра важливіша чоловіку, ніж жінці» - 58% загалом погоджуються.
- «Жінка краще виховує дітей, ніж чоловік» - 56% загалом погоджуються.
- «Для чоловіків секс важливіший, ніж для жінок» - 49% загалом погоджуються.

- «Чоловіча дружба міцніша за жіночу» - 47% загалом погоджуються.
- «Чоловіки кращі керівники, ніж жінки» - 43% загалом погоджуються.

Приблизно кожен третій респондент вважає, що «Жінка несе відповідальність за небажану вагітність більше, ніж чоловік» (36% загалом погоджуються), а кожен четвертий-п'ятий вважає, що «Жінка повинна слухатися чоловіка» (25% загалом погоджуються) та «Бути домогосподаркою для жінки – це повноцінна реалізація себе» (21% загалом погоджуються) [Соціологічна група рейтинг, 2021, 29].

В цьому опитуванні переважно тестувались стереотипи професійної діяльності чоловіків і жінок та стереотипи поєднання сімейних і професійних ролей відповідно до статі. За звітом видно, що в українському суспільстві на сьогодні присутні гендерні стереотипи обох типів.

Як ми зазначали в попередньому розділі аналіз / дослідження гендерних стереотипів в соціології може відбуватись під різними кутами зору, на різних рівнях: індивідуальному, інтеракційному, інституційному.

Інтерсекційність як методологія може працювати на будь-якому рівні. Загалом досліджень гендерних стереотипів українців із залученням інтерсекційності як методології нам не вдалося, але вони існують у світі. Наприклад, Еріка Холл та група вчених запропонували модель стереотипів через асоційовані та інтерсекційні категорії (*A Model of Stereotyping Through Associated and Intersectional Categories - MOSAIC*). Науковці наголошують, що «демографічні характеристики є ключовим джерелом упередженості в оцінках» [Hall, 2019, 643], індивіди можуть належати до багатьох різних за демографічними ознаками груп. Широко використовувана на сьогодні модель домінування однієї категорії не може пояснити всіх аспектів стереотипізування індивідів на основі певних демографічних ознак. Модель MOSAIC просуває пояснення на мікрорівні того, як і чому різні конфігурації демографічних категорій дають як чіткі та передбачувані моделі стереотипів, очікувань та оцінок.

Робота за моделлю MOSAIC складається з таких етапів:

1. Категоризація.

Обрання демографічних характеристик за якими буде здійснюватись аналіз. Особливістю категоризації за цією моделлю є те, що обираються два типи категорій – основна демографічна категорія та допоміжна демографічна категорія.

Основна демографічна категорія - категорія, спільна для двох гіпотетичних людей під час порівняльного аналізу в моделі MOSAIC. Обирається тільки одна така категорія. Допоміжні демографічні категорії - категорії, які існують на додаток до основної демографічної категорії. Їх може бути декілька. Вони в свою чергу поділяються на інтерсекційні та асоційовані демографічні категорії. Інтерсекційна демографічна категорія - категорія, яка варіюється між гіпотетичними особами для порівняльного аналізу в моделі MOSAIC. Асоційована демографічна категорія - категорія, яка має неявний когнітивний зв'язок з іншою демографічною категорією, як правило, категорією перетину.

2. Інтеграція стереотипів.

Передбачає аналіз стереотипів та їх характеру. Комбінації демографічних характеристик можуть посилювати або пом'якшувати стереотипи, що можуть бути використані до особи.

3. Створення шаблону (тобто безпосередня розробка інструментарію) для аналізу виокремлених груп та стереотипів, що їх стосуються.

На сьогодні інтерсекційність не передбачає застосування окремих методів. Застосовуються звичні для соціології кількісні чи якісні дослідження.

4. Оцінка результатів.

MOSAIC направлений на аналіз на рівні інтеракцій. Інтерсекційність застосовується до груп які зазнають стереотипізації.

Важливий аспект, який є в цій моделі – це те, що зауважується існування асоційованих демографічних категорій. Тобто таких до яких особу віднести не можна, але помилково відносять (наприклад, на основі зовнішності) і

відповідно продукують на особу ті стереотипи які є типовими для категорії, яку їй приписують. Наприклад, Еріка Холл та група вчених пишуть: «ісламський тероризм посилив дискримінацію на робочому місці щодо працівників, які точно чи помилково вважаються мусульманами. Незважаючи на те, що 63 відсотки арабських американців є християнами, арабські американці легко асоціюються з мусульманською релігією через уявну фенотипну схожість з людьми-мусульманами (наприклад, оливкова шкіра, темне волосся). Індійські сикхи також часто помилково сприймаються як мусульмани через схожість у релігійній зовнішності; нещодавнє дослідження показало, що 48 відсотків американців асоціюють тюрбани з мусульманами, хоча майже всі люди в Сполучених Штатах, які носять тюрбани, є сикхами» [Hall, 2019, 649]. Вчені підкреслюють, що найпоширенішими є асоційовані категорії етнічність – релігія, раса – клас, раса – гендер.

Загалом описана вище модель акумулює та поглиблює в собі основні особливості закордонних досліджень проведених з застосуванням інтерсекційності. Інтерсекційність закладається ще на теоретичному рівні і опрацьовується у вигляді роботи з групами, що сформовані за множинними характеристиками.

Висновки до розділу 2

Гендерні стереотипи на сьогодні вивчаються в соціології як частина соціальної структури гендеру. Досліджувати гендерні стереотипи можна на трьох рівнях з яких складається структура. На індивідуальному рівні можна досліджувати вплив гендерних стереотипів на процеси соціалізації та інтерналізації, особистісного становлення індивіда. На інтеракційному рівні можна вивчати гендерні стереотипи у різних суспільствах, їх вплив на статусні експектації, когнітивну упередженість, розрізнення на «ми» / «вони» групи, розподіл влади тощо. На інституційному рівні можна вивчати роль гендерних стереотипів в формуванні та підтримці певних ідеологій, правових норм, розподілу ресурсів і благ, а також роль гендерних стереотипів у формуванні організаційних практик, що існують в суспільстві.

В українському науковому просторі ми не знайшли досліджень з застосуванням інтерсекційності як теоретичної чи методологічної рамки. Цьому є пояснення. Інтерсекційність не широковідома поза гендерними дослідженнями в Україні та і гендерні дослідження в Україні не поширені. Також важливим фактором може бути вартість таких досліджень та складність пошуку респондентів, що мають необхідні множинні характеристики. Але існують такі дослідження у світі. Вони зосереджуються на поглибленні вже отриманих знань, а також пошуку схованих донині в масі даних «голосів» пригнічених і владних груп.

У третьому розділі нашої роботи ми спробуємо застосувати інтерсекційність безпосередньо до аналізу вже зібраних раніше даних щодо гендерних стереотипів українців, а також показати переваги та недоліки застосування інтерсекційності перед моделлю домінування однієї соціальної категорії в аналізі.

Розділ 3. Застосування інтерсекційної методології при дослідженні гендерних стереотипів українців

У цьому розділі буде представлено порівняння одновимірного (типового для українських досліджень) та багатовимірного (інтерсекційного) аналізу. Також ми спробуємо описати особливості застосування інтерсекційного аналізу при дослідженні гендерних стереотипів українців. У даній роботі ми звернемось тільки до індивідуального рівня застосування інтерсекційної методології.

Для виконання поставленої задачі ми використаємо масив даних Європейського та Світового досліджень цінностей (спільна хвиля), яке проводилось протягом 2017-2021 років. А саме до питань, що стосуються погодження / непогодження з деякими гендерними стереотипами:

C001_01 - Jobs scarce: Men should have more right to a job than women (5-point scale) / Дефіцит робочих місць: чоловіки повинні мати більше прав на роботу, ніж жінки (5-бальна шкала).

D059 - Men make better political leaders than women do / Чоловіки кращі політичні лідери, ніж жінки.

D060 - University is more important for a boy than for a girl / Університет важливіший для хлопчика, ніж для дівчини.

D078 - Men make better business executives than women do / Чоловіки кращі керівники бізнесу, ніж жінки (*переклад власний – Конопонець Є. О.*).

До питання C001_01 можливо було обрати наступні варіанти відповідей:

-5 – *Missing: Other / Пропущені*

-4 – *Not asked in survey / Питання не ставилось*

-3 – *Not applicable / Питання не застосовано*

-2 – *No answer / Нема відповіді*

-1 – *Don't know / Не знаю*

1 – *Strongly agree / Точно погоджуюсь*

2 – Agree / погоджуюсь

3 – Neither agree nor disagree / Як погоджуюсь, так і не погоджуюсь

4 – Disagree / Не погоджуюсь

5 – Strongly disagree/ Точно не погоджуюсь (*переклад власний – Конотопець Є. О.*).

Варіанти -5 – -1 не зачитувались респондентам. В питаннях D059, D060, D078 варіанти відповідей майже ідентичні. Немає лише альтернативи «Neither agree nor disagree / Як погоджуюсь, так і не погоджуюсь». Масив для ознайомлення можна знайти на сайтах Світового та Європейського досліджень цінностей [Масив WVS, Масив EVS].

Також для здійснення аналізу необхідно залучити деякі соціально-демографічні показники. Для дослідження ми обрали показники статі, віку та культурного регіону проживання. Зазвичай в інтерсекційному аналізі групи формують на основі статі, віку, раси / національності та класу. Расове різноманіття в Україні не таке множинне, а відповідно не поширена і расова дискримінація. Від так расовий розріз не буде показувати владні відносини, а скоріше повторюватиме загальні тенденції. Показник класу варто було б будувати на основі показників доходів чи професійної зайнятості, але, на жаль, в анкетах Світового та Європейського досліджень цінностей ці шкали різняться, тож скомбінувати їх не так просто. Тож було прийнято рішення про включення показника культурного регіону проживання. Наразі для українців актуальні наративи про різницю західну та східну України. Часто саме за цими показниками ділять українців. Таким чином ми вирішили взяти цей показник для аналізу.

Деякі з показників обраних для аналізу довелось перекодувати і сформувати нове віяло відповідей. Це необхідно було зробити, по-перше, щоб усі групи для аналізу були достатньо наповненими (містили більше 50 респондентів), і, по-друге, сформувати необхідні показники яких немає першопочатково в масиві (мова йде про показник культурного регіону).

Показник статі залишився без змін і містить поділ на чоловіків і жінок. Показник віку поділено на групи 18-34, 35 – 60, 61+. Такі групи обрано для того, щоб виокремити молодь (за українським законодавством молоддю вважаються люди до 34 років [Закон України Про основні засади молодіжної політики]), людей середнього віку і людей пенсійного віку (показник також визначений законом України [Закон України Про пенсійне забезпечення]; взято саме 60 років, щоб показник був спільним для чоловіків і жінок). Показник культурного регіону проживання було сформовано на основі стандартів Міжнародної організації стандартизації (ISO) для позначення геокодів та номенклатури територіальних одиниць для цілей статистики (NUTS-1). Обидві перемінні були представлені в масиві Європейського та Світового досліджень цінностей. NUTS-1 пропонує розподіл України на райони Захід-1, Захід-2, м. Київ, Південь, Північ, Схід-1, Схід-2, Центр. Ми б воліли залишити таку категоризацію регіонів, адже вона є офіційною і сформованою на основі чисельності населення, прагненні до відповідності адміністративному поділу та географічних ареалів [NUTS]. Але застосувавши її ми не отримуємо достатньої насиченості груп для інтерсекційного аналізу. Тож ми згрупували деякі регіони за культурною схожістю і отримали наступні групи:

1. Захід (W) – Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Хмельницька та Чернівецька області.
2. Південь та Схід (SE) – Миколаївська, Херсонська, Дніпропетровська, Сумська, Харківська, Донецька, Луганська, Запорізька області.
3. Північ та Центр (NC) – Житомирська, Київська, Чернігівська, Вінницька, Кіровоградська, Полтавська, Черкаська області та Київ.

Таким чином для аналізу ми взяли 4 питання щодо гендерних стереотипів та 3 соціально-демографічні показники (стать, вік, культурний регіон). Ознайомитись з одномірними таблицями можна в Додатку 1.

Так як ми вже описали особливості даних, що будемо аналізувати, то наразі звернемось до цілей яких ми хочемо досягнути за допомогою аналізу. Питання, що ставились в дослідженнях цінностей мають на меті не визначити групи, що страждають від відповідних гендерних стереотипів, а скоріше побачити які групи їх транслюють та підтримують у суспільстві. Таким чином визначимо мету аналізу: розглянути поширеність деяких гендерних стереотипів в українському суспільстві та виявити групи які найбільше схильні до трансляції цих стереотипів. Основним аспектом уваги будуть ті, хто транслює та підтримує стереотипи, а не ті хто висловлюється проти них.

Першим ділом звернемося до даних по Україні загалом та розподілів за кожною соціально-демографічною ознакою окремо (див. Додаток 2).

1. «Чоловіки повинні мати більше прав на роботу, ніж жінки».

25% погоджуються з цим твердженням, 48% не погоджуються. Цікаво, що майже ще чверть вагається у відповіді. Частіше за інших з цим стереотипом погоджуються чоловіки, респонденти віком 35+ та респонденти з західного та північно-центрального регіону.

2. «Чоловіки кращі політики, ніж жінки».

43% погоджуються з цим стереотипом, 50% не погоджуються, інші вагаються у відповіді. Частіше за інших з цим стереотипом погоджуються чоловіки. Показники по різних регіонах значущі у всіх регіонах, але в різних категоріях (точно погоджуюсь, погоджуюсь).

3. «Університет більш важливий для хлопчиків, ніж для дівчат».

18% погоджуються з цим стереотипом, 76% не погоджуються, інші вагаються у відповіді. Частіше за інших з цим стереотипом погоджуються чоловіки.

4. «Чоловіки стають кращими керівниками бізнесу, ніж жінки».

37% погоджуються з цим твердженням, 56% не погоджуються. Ще 7% вагається у відповіді. Частіше за інших з цим стереотипом погоджуються чоловіки, респонденти вікової групи 35+ та респонденти з східно-південного та північно-центрального регіону.

Можна зробити загальний висновок про те, що серед українців є групи (більше п'ятої населення в кожному випадку), які підтримують гендерні стереотипи. Також значна частина українців (біля 10% в кожному випадку) не мають конкретної точки зору. Таким чином, не зважаючи на вищі показники не підтримки гендерних стереотипів, все ще залишаються відносно великі групи, що підтримують їх. Що ж до більш конкретних характеристик респондентів, що підтримують гендерні стереотипи. Наразі у всіх чотирьох стереотипах видно лише те, що у всіх випадках більшу підтримку висловлюють чоловіки. Показники відносно віку та культурних регіонів різняться в різних питаннях.

Тепер подивимось на таблиці з розподілами, які ми отримали на основі множинної змінної, що ми створили з перетинів статі, віку та культурного регіону проживання (див. Додаток 3). Всього ця змінна містить 18 груп (для того, щоб ознайомитись з наповненням груп див. Додаток 4).

1. «Чоловіки повинні мати більше прав на роботу, ніж жінки».

Погоджуються з твердженням значно частіше наступні групи:

- Чоловіки з північно-центрального регіону віком 18-34 років
- Чоловіки з західного регіону віком 18-34 років
- Чоловіки з західного регіону віком 35-60 років
- Чоловіки з західного регіону віком 61+ років
- Чоловіки з південно-східного регіону віком 35-60 років
- Чоловіки з південно-східного регіону віком 61+ років
- Жінки з північно-центрального регіону віком 18-34 років
- Жінки з північно-центрального регіону віком 35-60 років

- Жінки з північно-центрального регіону віком 61+ років
- Жінки з західного регіону віком 35-60 років
- Жінки з південно-східного регіону віком 61+ років

Як бачимо в даному випадку найбільше стереотип продукують чоловіки з західного регіону та жінки з північно-центрального. Можна припустити, що така картина в західному регіоні склалася через те, що він в принципі є більш консервативним та традиційним за поглядами. А ось щодо північно-центрального можна припустити, що така ситуація в ньому складається через велику конкуренцію на ринку праці й все ще досить великим поширенням стереотипу щодо того, що саме чоловік є годувальником у родині. Всі ці твердження потребують подальших перевірок.

2. «Чоловіки кращі політики, ніж жінки».

Це твердження частіше підтримують:

- Чоловіки з північно-центрального регіону віком 35-60 років
- Чоловіки з західного регіону віком 18-34 років
- Чоловіки з західного регіону віком 61+ років
- Чоловіки з південно-східного регіону віком 35-60 років
- Чоловіки з південно-східного регіону віком 61+ років

У випадку цього стереотипу бачимо, що групи які його підтримують доволі різноманітні. Єдине що їх об'єднує – це чоловіча стать.

3. «Університет більш важливий для хлопчиків, ніж для дівчат».

Стереотип щодо навчання в університеті частіше за інших підтримує лише одна група - чоловіки з південно-східного регіону віком 61+ років. Загалом рівень підтримки цього стереотипу серед українців нижчий, ніж інших.

4. «Чоловіки стають кращими керівниками бізнесу, ніж жінки».

Це твердження частіше за інших підтримують:

- Чоловіки з північно-центрального регіону віком 18-34 років
- Чоловіки з північно-центрального регіону віком 35-60 років
- Чоловіки з південно-східного регіону віком 18-34 років
- Чоловіки з південно-східного регіону віком 35-60 років
- Чоловіки з південно-східного регіону віком 61+ років

Знову бачимо, що частіше продукують ці стереотипи групи чоловіків у різному віці, у всіх регіонах крім західного. Це може бути пов'язано з тим, що в Україні більше скупчення бізнесу саме в північно-центральных та південно-східних областях.

Загальні висновки робити стосовно багатовимірного аналізу на основі тільки таблиць важко. Адже, такі таблиці важко читати, потрібен час, щоб в них заглибитись, вони є доволі громіздкими. Але можна одразу виокремити конкретні групи, які транслюють гендерні стереотипи. Звісно, причини підтримки тих чи інших стереотипів у груп різні і потребують окремого дослідження. Але, що цікаво, наприклад, організації протидії стереотипам можуть працювати з конкретними групами, а не з усім населенням України для того, щоб протидіяти розповсюдженню гендерних стереотипів. Це може значно підвищити ефективність їх роботи.

Виділити конкретні групи, що транслюють гендерні стереотипи найчастіше, на основі поданих вище і в додатках даних важко. Але для того, щоб зрозуміти, які саме групи транслюють найбільше стереотипів, можна створити «показник продукування гендерних стереотипів».

Показник продукування гендерних стереотипів можна створити на основі відповідей респондентів на питання, які ми взяли до аналізу. Показник лежатиме між 0 і 4. Якщо респондент погоджується (або точно погоджується) зі стереотипом, то набирає 1. Максимально респондент може набрати показник 4 у випадку, якщо він транслює всі гендерні стереотипи з дослідження (1 якщо розглядатимемо кожне питання окремо). Після

створення показника, розглянемо середні значення по групах (див. Таблицю 3.1).

Таблиця 3.1. Показник продукування гендерних стереотипів - 1

Чоловіки з західного регіону віком 18-34 роки	1,41
Чоловіки з південно-східного регіону віком 18-34 роки	1,29
Чоловіки з північно-центрального регіону віком 18-34 роки	1,63
Чоловіки з західного регіону віком 35-60 років	1,51
Чоловіки з південно-східного регіону віком 35-60 років	1,49
Чоловіки з північно-центрального регіону віком 35-60 років	1,54
Чоловіки з західного регіону віком 61+ років	1,60
Чоловіки з південно-східного регіону віком 61+ років	1,43
Чоловіки з північно-центрального регіону віком 61+ років	1,47
Жінки з західного регіону віком 18-34 роки	1,04
Жінки з південно-східного регіону віком 18-34 роки	,97
Жінки з північно-центрального регіону віком 18-34 роки	,90
Жінки з західного регіону віком 35-60 років	1,01
Жінки з південно-східного регіону віком 35-60 років	,89
Жінки з північно-центрального регіону віком 35-60 років	1,08
Жінки з західного регіону віком 61+ років	1,13
Жінки з південно-східного регіону віком 61+ років	1,18
Жінки з північно-центрального регіону віком 61+ років	1,33

* червоним позначено статистично більш значимі показники.

Загалом показник в усіх групах не перевищує 2, але він більше 0 у всіх групах. Статистично вищі показники продукування гендерних стереотипів у груп:

- Чоловіки з північно-центрального регіону віком 18-34 роки
- Чоловіки з західного регіону віком 35-60 років
- Чоловіки з південно-східного регіону віком 35-60 років
- Чоловіки з північно-центрального регіону віком 35-60 років

- Чоловіки з західного регіону віком 61+ років

Важко вказати об'єднуючі причини продукування і підтримки гендерних стереотипів цими групами, але їх визначення це вже перший крок до подальшого їх дослідження. Звісно, варто взяти до уваги, що показник доволі обмежений, адже створений на вимірі відношення лише до 4 стереотипів. Але загалом показник по багатовимірному показнику дозволяє отримати більш детальні дані для таргетингу, ніж такі саме показники стосовно кожного соціально-демографічного показника окремо (див. Таблицю 3.2).

Таблиця 3.2. Показник продукування гендерних стереотипів - 2

Стать	Чоловік	1,48
	Жінка	1,05
Вік	18-34	1,18
	35-60	1,21
	61+	1,33
Культурний регіон	Західний	1,24
	Південно-східний	1,17
	Північно-центральний	1,32

* червоним позначено статистично більш значимі показники.

З таблиць бачимо, що є значимо вищі показники. Вони вказують на те, що одні групи продукують стереотипи частіше за інші. Але при порівнянні даних отриманих в Таблиці 3.1 та Таблиці 3.2 бачимо, що вищі показники у багатофакторних групах є не тільки в тих групах, що комбінують групи, які статистично більш значимі в Таблиці 3.2. Таким чином робимо висновок, що інтерсекційний аналіз є більш глибинним і детальним.

Висновки до розділу 3

У цьому розділі ми розглянули два варіанти аналізу даних – одномірний і багатомірний (інтерсекційний). Для аналізу обрали індивідуальний рівень. У ході роботи розглянули як роботу з типовими таблицями, так із новоствореним показником продукування гендерних стереотипів.

Перевагою інтерсекційного аналізу є те, що багатомірність дозволяє глибше поринути в дані і більш детально описувати групи. У нашому випадку групи тих, хто транслює гендерні стереотипи. Більш чітке таргетування дозволяє підвищити ефективність подальших досліджень та безпосередньої роботи з групами.

У нашій роботі ми зосередились на розгляді груп, які транслюють гендерні стереотипи. Але інтерсекційну методологію можна використовувати і в інших випадках. Наприклад, для дослідження того, які групи населення найбільш нейтрально відносяться до тих чи інших гендерних стереотипів. Визначення таких груп дозволило б проводити відповідну роботу із ними для просування гендерної рівності (робота з групами нейтральних людей в таких випадках легша).

Серед основних обмежень такого аналізу є складність визначення ознак для створення багатомірних груп, складність набору необхідної кількості респондентів в кожній групі та безпосередньо складність читання даних (адже вони доволі розлогі).

Таким чином інтерсекційний аналіз є більш детальною та ефективною методикою, хоча і водночас дуже затратною (як в плані фінансових, так і в плані людських ресурсів).

Висновки

У ході роботи було проаналізовано ефективність інтерсекційної методології в дослідженнях гендерних стереотипів українців. Для цього було виокремлено основні методологічні підходи в соціології та гендерних дослідженнях, охарактеризовано інтерсекційну методологію, розглянуто способи застосування інтерсекційності в дослідженні гендерних стереотипів, а також застосовано інтерсекційну рамку для безпосереднього аналізу гендерних стереотипів на масиві EVS-WVS.

Особливістю інтерсекційної методології є те, що вона не є першопочатково соціологічною. Вона була створена в якості теоретичного концепту саме в гендерній теорії. Через що більше відповідає тенденціям гендерних досліджень до максимального врахування всіх груп суспільства до аналізу. Як методологія інтерсекційність досі розробляється. Застосовувати її можливо на трьох рівнях: індивідуальному, інтеракційному, інституційному.

У ході здійснення аналізу даних масиву EVS-WVS було показано, що інтерсекційність здатна до більш детального, глибинного аналізу. Із застосуванням інтерсекційного інструменту вдалось більш чітко визначити групи, що трансклюють та підтримують гендерні стереотипи в українському суспільстві. Такі висновки більш зручно використовувати для подальшої роботи в соціологічних, маркетингових, політичних дослідженнях тощо. Але як і в будь-якого методу в інтерсекційності є свої обмеження. Методологія доволі громіздка і затратна. Вона потребує широкого спектру зібраних даних (що в свою чергу впливає на вартість дослідження), також вона значно обмежується тими групами, які виокремить дослідник. Хоча інтерсекційність і передбачає мульти-ідентичність, але в рамках дослідження вона все одно буде обмеженою тими факторами на яких дослідник зупиниться.

Таким чином інтерсекційна методологія доволі ефективна, особливо для таргетування. Застосовувати її варто в разі необхідності поглиблення просто описових загальних даних.

Список використаної літератури

1. Вілкова О. Ю. Конструктивні та деструктивні вияви гендерних стереотипів / Олена Юріївна Вілкова // Український соціум. - 2004. - № 3 (5). - С. 24-29.
2. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Соціологія / за ред. О. Д. Куценко. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2015. - Вип. 6.- 74 с.
3. Ворона М. В. Гендерні стереотипи: сутність, функції, наслідки / М. В. Ворона // Щоквартальний науково-інформаційний журнал «Статистика України». - 2010. - №4(51). - С.71-74.
4. Закон України «Про основні засади молодіжної політики» від 27 квітня 2021 р. № 1414-IX [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#Text>
5. Закон України «Про пенсійне забезпечення» від 5 листопада 1991 р. № 1788-XII [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1788-12#Text>
6. Кімел М. С. Гендероване суспільство / Майкл С. Кімел // пер. з англ. – К.: Сфера. - 2003. – 490 с.
7. Масив EVS [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://europeanvaluesstudy.eu/methodology-data-documentation/survey-2017/full-release-evs2017/>
8. Масив WVS [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp>
9. Постанова «Про затвердження Державної соціальної програми забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на період до 2021 року» від 11 квітня 2018 р. № 273 [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/273-2018-%D0%BF#Text>

10. Розпорядження «Про затвердження Національного плану дій з виконання рекомендацій, викладених у заключних зауваженнях Комітету ООН з ліквідації дискримінації щодо жінок до восьмої періодичної доповіді України про виконання Конвенції про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок на період до 2021 року» від 5 вересня 2018 р. № 634-р [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/634-2018-%D1%80#Text>

11. Соціологічна група Рейтинг Гендерні ролі і стереотипи [Електронний ресурс] // 2021. - Режим доступу: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/gendernye_rol_i_stereotipy.html

12. Ткалич М. Г. Типологія гендерних стереотипів особистості [Електронний ресурс] / М. Г. Ткалич, Т. П. Зінченко // Проблеми сучасної психології. - 2013. - № 2. - С. 47-52. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pspz_2013_2_11.

13. Acker J. From Sex Roles to Gendered Institutions / Joan Acker // Contemporary Sociology. – 1992. - Vol. 21(5). - P. 565-569.

14. Burrell G. Sociological Paradigms and Organisational Analysis / G. Burrell, G. Morgan // London. - Heinemann. – 1979. – 432 p.

15. Choo H. Y. Practicing Intersectionality in Sociological Research: A Critical Analysis of Inclusions, Interactions, and Institutions in the Study of Inequalities / H. Y. Choo, M. M. Ferree // Sociological Theory. – 2010. - Vol. 28(2). – P. 129-149.

16. Connell R. W. Gender and power: society, the person and sexual politics / Raewyn W. Connell // Polity Press. – 1987. – 334 p.

17. Crenshaw K. Opinion: Why intersectionality can't wait [Електронний ресурс] / Kimberlé Crenshaw // The Washington Post. - 2015. - Режим доступу: <https://www.washingtonpost.com/news/in-theory/wp/2015/09/24/why-intersectionality-cant-wait/>

18. Cusack S. Gender Stereotyping as a Human Rights Violation: Research Report. Prepared for the UN Office of the High Commissioner for Human Rights

[Электронный ресурс] / Sinéad Cusack // 2013. – 44 p. - Режим доступа: <http://www.ohchr.org/Documents/Issues/Women/WRGS/StudyGenderStereotyping.doc>

19. Global Gender Gap Report 2020 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.weforum.org/reports/gender-gap-2020-report-100-years-pay-equality>

20. Global Gender Gap Report 2021 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2021/in-full>

21. Hall E. V. MOSAIC: A model of stereotyping through associated and intersectional categories / Erika V. Hall, Alison V. Hall, Adam D. Galinsky, Katherine W. Phillips / *The Academy of Management Review*. – 2019. – Vol. 44(3). – P. 643–672.

22. Hesse-Biber S. N. Mixed methods research: Merging theory with practice / Sharlene N. Hesse-Biber // *The Guilford Press*. – 2010. – 242 p.

23. Jary D. *Collins Dictionary of Sociology* / David Jary, Julia Jary // 3rd edition. – HarperCollins. – 2000. - 712 p.

24. Kang S. K. Multiple Identities in Social Perception and Interaction: Challenges and Opportunities / S. K. Kang, G. V. Bodenhausen // *Annual Review of Psychology*. - 2015. - Vol. 66. – P. 547-574.

25. Kaur Dhamoon R. Considerations of Mainstreaming Intersection / Rita Kaur Dhamoon // *Political Research Quarterly*. – 2011. – Vol. 64(1). – P. 230-243.

26. Leavy P. *Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches* / Patricia Leavy // *The Guilford Press*. - New York, London. - 2017. – 301 p.

27. Mead M. Sex and temperament in three primitive societies / Margaret Mead // *New York*. - W. Morrow & Co. – 1935. - 335p.

28. McCall L. The Complexity of Intersectionality / Leslie McCall // *Signs*. – 2005. - Vol. 30(3). - P. 1771-1800.

29. Nash J. C. Re-Thinking Intersectionality / Jennifer C. Nash // *Feminist Review*. – 2008. - Vol. 89(1). – P. 1-15.

30. NUTS — The Nomenclature of Territorial Units for Statistics [Электронный ресурс]/ European Commission. Eurostat. — Режим доступа: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/nuts_nomenclature/introduction

31. Risman B. J. From Sex Roles to Gender Structure / B. J. Risman, G. Davis // *Current Sociology*. – 2013. – Vol. 61(5–6). – P. 733–755.

32. Risman B. J. Gender as a Social Structure: Theory Wrestling with Activism / Barbara J. Risman // *Gender & Society*. - 2004. – Vol. 18(4). - P. 429–450.

33. West C. Doing Gender / C. West, D. H. Zimmerman // *Gender and Society*. – 1987. - Vol. 1(2). - P. 125-151.

Додаток А. Показники для аналізу

		N	%
Стать	Чоловік	1124	43%
	Жінка	1777	57%
	Всього	2901	100%
Вік	18-34	773	26%
	35-60	1419	46%
	61+	709	28%
	Всього	2901	100%
Культурний регіон	Західний	777	25%
	Південно-східний	1209	45%
	Північно-центральний	915	30%
	Всього	2901	100%
Jobs scarce: Men should have more right to a job than women (5-point scale)	<i>Missing: Other</i>	0	0%
	<i>Not asked in survey</i>	0	0%
	<i>Not applicable</i>	0	0%
	<i>No answer</i>	13	1%
	<i>Don't know</i>	110	4%
	Strongly agree	244	9%
	Agree	487	17%
	Neither agree nor disagree	643	21%
	Disagree	1015	35%
	Strongly disagree	389	14%
	Всього	2901	100%

Men make better political leaders than women do	<i>Missing: Other</i>	0	0%
	<i>Not asked in survey</i>	0	0%
	<i>Not applicable</i>	0	0%
	<i>No answer</i>	11	1%
	<i>Don't know</i>	191	7%
	Agree strongly	322	12%
	Agree	916	30%
	Disagree	1121	36%
	Strongly disagree	340	14%
	Всього	2901	100%
University is more important for a boy than for a girl	<i>Missing: Other</i>	0	0%
	<i>Not asked in survey</i>	0	0%
	<i>Not applicable</i>	0	0%
	<i>No answer</i>	14	1%
	<i>Don't know</i>	130	5%
	Agree strongly	126	5%
	Agree	398	13%
	Disagree	1445	49%
	Strongly disagree	788	28%
	Всього	2901	100%
Men make better business executives than women do	<i>Missing: Other</i>	0	0%
	<i>Not asked in survey</i>	0	0%
	<i>Not applicable</i>	0	0%
	<i>No answer</i>	13	1%
	<i>Don't know</i>	184	6%
	Agree strongly	251	10%

Agree	828	27%
Disagree	1231	41%
Strongly disagree	394	15%
Всього	2901	100%

Додаток Б. Розподіли та значимості на основі одномірних характеристик

										Стать		Вік			Культурний регіон		
		Стать		Вік			Культурний регіон			Male	Female	18-34	35-60	61+	WEST	SOUTH+EAST	NORTH+CENTER
		Male	Female	18-34	35-60	61+	WEST	SOUTH+EAST	NORTH+CENTER	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
Jobs scarce: Men should have more right to a job than women (5-point scale)	Missing : Other	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a
	Not asked in survey	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a
	Not applicable	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a
	No answer	1%	1%	0%	1%	2%	0%	1%	1%	B				B			
	Don't know	5%	4%	4%	4%	5%	6%	3%	5%						B		B
	Strongly agree	12%	6%	7%	10%	8%	8%	10%	7%	B			A				
	Agree	18%	16%	15%	15%	21%	24%	11%	18%					A B	B C		B
	Neither agree nor disagree	22%	21%	23%	19%	23%	23%	20%	21%								
	Disagree	29%	39%	36%	35%	33%	30%	38%	33%		A					A	
	Strongly disagree	12%	15%	15%	16%	9%	8%	16%	14%		A	C	C			A	A
	Всього	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%								

		1124	1777	773	1419	709	777	1209	915									
Men make better political leaders than women do	Missing : Other	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	
	Not asked in survey	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	
	Not applicable	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	
	No answer	1%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	B				A				
	Don't know	7%	7%	7%	8%	6%	9%	5%	8%							B		
	Agree strongly	16%	10%	12%	12%	14%	6%	14%	15%	B							A	A
	Agree	36%	26%	32%	28%	32%	36%	27%	30%	B						B C		
	Disagree	31%	40%	33%	38%	37%	37%	36%	36%		A							
	Strongly disagree	9%	17%	17%	14%	10%	11%	16%	12%		A	C	C				A C	
	Всего	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%								
		1124	1777	773	1419	709	777	1209	915									
University is more important for a boy than for a girl	Missing : Other	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	
	Not asked in survey	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	
	Not applicable	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	
	No answer	1%	1%	0%	0%	2%	0%	1%	1%						A B			
	Don't know	6%	4%	5%	4%	5%	8%	3%	5%	B						B		

	Agree strongly	6%	4%	4%	5%	6%	3%	6%	4%	B						A		
	Agree	13%	13%	12%	13%	13%	15%	10%	16%							B	B	
	Disagree	49%	48%	51%	48%	48%	53%	46%	50%							B		
	Strongly disagree	24%	30%	28%	29%	25%	21%	33%	24%		A						A C	
	Всего	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%									
		1124	1777	773	1419	709	777	1209	915									
Men make better business executives than women do	Missing : Other	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	
	Not asked in survey	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	
	Not applicable	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a	
	No answer	1%	0%	0%	0%	2%	0%	1%	0%	B					A B			
	Don't know	7%	6%	5%	5%	9%	11%	4%	5%						A B	B C		
	Agree strongly	16%	6%	10%	10%	10%	7%	11%	12%	B							A	A
	Agree	31%	24%	26%	28%	28%	25%	27%	30%	B								
	Disagree	36%	45%	43%	39%	43%	45%	40%	38%		A						C	
	Strongly disagree	9%	19%	16%	17%	9%	12%	16%	14%		A	C	C				A	
	Всего	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%								
		1124	1777	773	1419	709	777	1209	915									

Додаток В. Розподіли та значимості на основі багатомірної характеристики

		M_W _18- 34	M_SE _18- 34	M_N C_18- 34	M_W _35- 60	M_SE _35- 60	M_N C_35- 60	M_W _61+	M_SE _61+	M_NC _61+	F_W _18- 34	F_SE _18- 34	F_NC _18- 34	F_W _35- 60	F_SE _35- 60	F_NC _35- 60	F_W _61+	F_SE _61+	F_NC _61+	
Jobs scarce : Men shoul d have more right to a job than wome n (5- point scale)	Missi ng: Other	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
	Not asked in surve y	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
	Not applic able	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	No answ er	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	7%	0%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
	Don't know	6%	6%	9%	4%	4%	5%	16%	0%	1%	4%	3%	0%	3%	1%	10%	7%	3%	4%	
	Stron gly agree	5%	10%	12%	20%	18%	7%	7%	18%	10%	4%	2%	12%	5%	8%	3%	8%	5%	5%	
	Agree	32%	13%	23%	26%	10%	14%	32%	17%	18%	14%	8%	9%	29%	6%	20%	12%	21%	25%	
	Neith er agree nor disagr ee	21%	33%	22%	11%	22%	25%	23%	13%	30%	22%	19%	21%	22%	19%	13%	40%	19%	20%	
	Disag ree	30%	23%	26%	32%	28%	29%	22%	38%	37%	46%	44%	40%	28%	47%	39%	25%	41%	31%	

	Strongly disagree	8%	15%	8%	7%	18%	19%	1%	7%	5%	8%	24%	18%	14%	18%	14%	8%	9%	14%
	Всого	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		86	119	104	125	224	196	74	114	82	128	185	151	241	382	251	123	185	131
Men make better political leaders than women do	Missing: Other	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Not asked in survey	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Not applicable	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	No answer	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	7%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Don't know	4%	5%	12%	6%	11%	7%	14%	3%	3%	9%	6%	6%	7%	4%	14%	13%	3%	3%
	Agree strongly	5%	13%	13%	8%	19%	22%	12%	21%	14%	12%	15%	9%	2%	8%	9%	3%	14%	19%
	Agree	54%	31%	37%	35%	28%	32%	50%	31%	43%	29%	24%	19%	22%	27%	29%	40%	24%	23%
	Disagree	19%	39%	26%	42%	33%	32%	19%	34%	35%	35%	32%	48%	55%	38%	33%	36%	43%	43%
	Strongly disagree	18%	12%	12%	7%	9%	8%	4%	4%	4%	14%	23%	18%	14%	24%	15%	8%	18%	12%
	Всого	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

		86	119	104	125	224	196	74	114	82	128	185	151	241	382	251	123	185	131	
University is more important for a boy than for a girl	Missing: Other	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
	Not asked in survey	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
	Not applicable	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
	No answer	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	7%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%
	Don't know	2%	6%	6%	4%	6%	8%	15%	4%	6%	12%	2%	3%	4%	2%	4%	11%	0%	3%	
	Agree strongly	3%	4%	3%	2%	8%	8%	1%	14%	5%	2%	7%	4%	2%	4%	3%	10%	5%	2%	
	Agree	11%	9%	19%	17%	12%	17%	21%	5%	9%	12%	12%	11%	15%	10%	14%	15%	10%	21%	
	Disagree	57%	52%	47%	47%	48%	50%	48%	38%	67%	55%	47%	52%	56%	42%	49%	51%	50%	42%	
	Strongly disagree	28%	29%	25%	29%	25%	17%	13%	32%	13%	19%	32%	30%	23%	42%	30%	13%	35%	27%	
	Всѣго	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
		86	119	104	125	224	196	74	114	82	128	185	151	241	382	251	123	185	131	
Men make better business execu	Missing: Other	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
	Not asked in	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	

tives than wome n do	surve y																		
	Not applic able	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	No answ er	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	7%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Don't know	5%	2%	13%	10%	6%	6%	18%	4%	5%	7%	4%	4%	8%	3%	3%	21%	6%	4%
	Agree stron gly	5%	14%	13%	7%	19%	24%	13%	20%	9%	14%	9%	6%	1%	4%	4%	5%	5%	9%
	Agree	27%	34%	42%	35%	35%	30%	25%	18%	38%	17%	20%	20%	25%	22%	25%	21%	35%	29%
	Disag ree	45%	36%	27%	43%	28%	32%	42%	45%	42%	48%	49%	47%	47%	44%	43%	46%	41%	42%
	Stron gly disagr ee	18%	14%	5%	5%	12%	8%	1%	7%	5%	14%	18%	24%	19%	26%	24%	8%	12%	15%
	Всѣ го	100 %	100%	100%	100 %	100%	100%	100%	100%	100%	100 %	100 %	100%	100 %	100 %	100%	100 %	100%	100%
	86	119	104	125	224	196	74	114	82	128	185	151	241	382	251	123	185	131	

		M_W _18- _34	M_SE _18- _34	M_N C_18- _34	M_W _35- _60	M_SE _35- _60	M_N C_35- _60	M_W _61+	M_SE _61+	M_NC _61+	F_W _18- _34	F_SE _18- _34	F_NC _18- _34	F_W _35- _60	F_SE _35- _60	F_NC _35- _60	F_W _61+	F_SE _61+	F_NC _61+
		(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)
Jobs scarce : Men shoul d have	Missi ng: Other	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a
	Not asked in	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a

more right to a job than wome n (5- point scale)	surve y																		
	Not applic able	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a
	No answ er	.a	.a	.a	.a			.a	EKN OR	.a				.a					
	Don't know			N				EIK MN Q	.a				.a			N			
	Stron gly agree			K	JK MO QR	JKM NO QR			KM OQR				K						
	Agree	EFK LNP		N	EK N			EFK LNP	N					EF KL NP		N		KN	EKN
	Neith er agree nor disagr ee		DH O															DE HK NO QR	
	Disag ree										BG	BE G			BC EFG MP				
	Stron gly disagr ee		G			G	G					DG HIJ Q	G		G				
	Всѣ го																		
Men make better politi cal	Missi ng: Other	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a
	Not asked	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a

leaders than women do	in survey																			
	Not applicable	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	
	No answer	.a	.a	.a				.a	EFM NO	.a	.a	.a					.a	.a	.a	
	Don't know							NQ								NQ R	NQ			
	Agree strongly		M	M			AM NP	AM NOP		AM NP	M		M					M	MP	
	Agree	B E F H J K L M N O Q R							E K L M N Q R		M									
	Disagree					A								A G	A C E F G H K N O	A			A G	A G
	Strongly disagree	H												D E F G H I		D E F G H I P			H	
	Всё го																			
University is more important	Missing: Other	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	
	Not asked in	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	

for a boy than for a girl	survey																		
	Not applicable	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a
	No answer	.a	.a	.a			.a		EMNO	.a	.a	.a					.a	.a	N
	Don't know						Q	AK NQR			KN Q						NQ		
	Agree strongly								MN OR										
	Agree							H											H
	Disagree									HNR									
	Strongly disagree								P			FP				EFG IJM P			FGI P
	Всё го																		
Men make better business executives than women do	Missing: Other	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a
	Not asked in survey	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a
	Not applicable	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a	.a
	No answer	.a	.a	.a					EMNO		.a	.a					.a	.a	.a

Don't know			N				BEH KN OR									BEF HK LN OQ R		
Agree strongly		MN	M		MN OPQ	ADK LMN OPQ R	M	MN OPQ		MN								
Agree			HJK N		HK												H	
Disagree									E	CEF		E	E					
Strongly disagree	G									G	CDF GH	G	CD EFG HIP Q	CDE FGH IP				G
Всѣго																		

Додаток Г. Багатомірна характеристика: наповнення груп

Чоловіки з західного регіону віком 18-34 роки	M_W_18-34	86
Чоловіки з південно-східного регіону віком 18-34 роки	M_SE_18-34	119
Чоловіки з північно-центрального регіону віком 18-34 роки	M_NC_18-34	104
Чоловіки з західного регіону віком 35-60 років	M_W_35-60	125
Чоловіки з південно-східного регіону віком 35-60 років	M_SE_35-60	224
Чоловіки з північно-центрального регіону віком 35-60 років	M_NC_35-60	196
Чоловіки з західного регіону віком 61+ років	M_W_61+	74
Чоловіки з південно-східного регіону віком 61+ років	M_SE_61+	114
Чоловіки з північно-центрального регіону віком 61+ років	M_NC_61+	82
Жінки з західного регіону віком 18-34 роки	F_W_18-34	128
Жінки з південно-східного регіону віком 18-34 роки	F_SE_18-34	185
Жінки з північно-центрального регіону віком 18-34 роки	F_NC_18-34	151
Жінки з західного регіону віком 35-60 років	F_W_35-60	241
Жінки з південно-східного регіону віком 35-60 років	F_SE_35-60	382
Жінки з північно-центрального регіону віком 35-60 років	F_NC_35-60	251
Жінки з західного регіону віком 61+ років	F_W_61+	123
Жінки з південно-східного регіону віком 61+ років	F_SE_61+	185
Жінки з північно-центрального регіону віком 61+ років	F_NC_61+	131
Всього		2901