

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРИУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІСТОРИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА КУЛЬТУРОЛОГІЇ**

До захисту допустити:
Завідувач кафедри
Юлія САБАДАШ
«22» травня 2024 р.

**«ВПЛИВ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ НА ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ
В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ»**

Кваліфікаційна робота
здобувачки вищої освіти першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньо – професійної програми
«Культурологія»
Анастасії ЛЯМЦЕВОЇ
Науковий керівник:
Степан ЯНКОВСЬКИЙ,
д. філософ. н., доцент
Рецензент:
Олена ПОЛЩУК,
д. філософ. н., професорка,
Житомирський державний університет
імені Івана Франка

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою відмінно – 98 – А
Секретар ЕК
«12» червня 2024 р.

Київ – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. СТЕРЕОТИПИ ЖІНОЧОСТІ ТА МАСКУЛІННОСТІ В УКРАЇНСЬКІЙ КУЛЬТУРІ.....	7
Висновки до розділу 1.....	24
РОЗДІЛ 2. РОЗПОДІЛ СОЦІАЛЬНИХ РОЛЕЙ В КУЛЬТУРІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ.....	26
Висновки до розділу 2.....	43
РОЗДІЛ 3. ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ ТА ПРАВИЛА У ДІЛОВИХ ВІДНОСИНАХ.....	44
Висновки до розділу 3.....	50
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57

ВСТУП

Актуальність дослідження. В сучасних умовах суспільно – політичної трансформації українське суспільство потребує усвідомлення переваг гендерної рівності стереотипів гендерних переосмислення поведінки, переоцінки гендерних ролей. Для більшості населення України гендерна проблематика має невизначений статус і залишається незрозумілою. В Україні, як і в усьому світі, суспільство будує власну культуру, передає культурні традиції від нащадків до спадкоємців. Тому від критичного ставлення і раціонального розуміння гендерної проблематики залежить сталий розвиток українського суспільства на принципах рівності та взаємної поваги.

Гендерні упередження виникають із стереотипного і клішованого уявлення про соціальні ролі чоловіків і жінок, про природу їх психологічних і фізіологічних особливостей. Гендерні упередження сформувалися на основі того, що усвідомлення людиною своєї статевої ідентичності відбувається глибоко. Розуміння гендерних упереджень дуже важливе, оскільки кожна особа, незалежно від її гендерної належності, є індивідуальністю зі своїм характером, здібностями і талантами, тобто виконує свою соціальну роль відповідно до своєї здатності керувати своїми психологічними якостями. У кожній культурі встановлюється і відтворюється унікальне і неповторне для інших культур співвідношення чоловічого та жіночого у соціальному житті, ритуалах, правилах поведінки тощо. Кожна культура фіксує ті форми поведінки та взаємин, які здатні сприяти більш продуктивним відносинам у всіх сферах соціальної взаємодії.

Отже дослідження причин і наслідків гендерно – упередженого спілкування в ділових відносинах є актуальним напрямком культурологічних студій і досліджень. Вони містять проблематику визначенні гендерних стереотипів з'ясуванні природи і причини гендерно – упередженої поведінки. сприймає і реагує на процеси своєї життєдіяльності тільки через стереотипи.

Об’єкт дослідження – гендерна культура ділового етикету в сучасному українському суспільстві.

Предметом дослідження є вплив гендерних стереотипів на діловий етикет

Мета роботи природа і причини гендерно – упередженої поведінки у контексті її впливу на культуру ділових відносин.

Реалізація поставленої мети потребувала вирішення наступних завдань

- розкрити сутність поняття гендерно – неупереджені ділові відносини
- визначити особливість і структуру стереотипів гендерно – упередженої поведінки;

- з’ясувати особливості структури гендерних стереотипів культури ділового спілкування;

- виокремити наслідки впливу гендерно упередженої поведінки на зростання і саморозвиток особистості в процесі ділового спілкування.

Джерельна база дослідження. В наукових роботах, які присвячені аналізу і вивченню гендерних стереотипів, культурі ділового етикету, міжособистісним стосункам у соціальному житті чоловіків і жінок. Вони складають масив наукових праць із історіографії, методології досліджуваної теми. Серед них зазначимо роботи С. Бортнік [2], О. Іващенко [5], М Колінько [7], Л. Малес [8], Ю. Маслової [9; 10; 11] та інших вітчизняних наукових дослідників [4; 6; 12; 13; 15; 23; 24; 25].

В роботах Л. Усанової, Н Нестеренко [17] розглядаються питання застосування методології гендерного аналізу для вирішення конфліктів у діловому спілкуванні які спричинені гендерно – упередженою поведінкою. В них велика увага надається гендерним маркерам. Вони орієнтують дослідників гендерної рівності на розрізнення і розмаїття, а не на типовість і однозначність взаємостосунків чоловіка і жінки в ділових відносинах.

Методи дослідження. Роботу виконано на загальнотеоретичних засадах методологія культурологічних досліджень: історична за її допомогою розглядаються еволюція взаємостосунків в сфері ділових відносин, системний

порівняльний і типологічний аналіз для визначення особливості ділових відносин та спілкування людей різної статі. Аналітичний метод використано з метою потрактування гендерних стереотипів культури в ділових відносинах сучасного українського суспільства.

Для вивчення гендерних стереотипів з позицій культурології важливу роль відіграли роботи представників мариупольської школи практичної культурології, представлені працями Ю. Сабадаш, С. Янковського, Ю. Нікольченко, О. Хроненко, І. Сікорської [3; 14; 21; 28; 29].

Практичне значення результатів дослідження. Гендерні стереотипи проникають у глибинні сфери повсякденного спілкування. Навіть ті, які здаються нейтральними і прагматичними, такі як діловий етикет. Дослідження їхньої дії у сучасному українському суспільстві виявляє значну практичну цінність, вивільняючи нас від невидимих ланцюгів традиційних ролей та відкриваючи шлях до нових можливостей. Ми повинні розуміти, що лише через усвідомлення та переоцінку гендерних стереотипів можлива справжня суспільно – політична трансформація. Гендерні ролі, які століттями формували наші соціальні структури, тепер піддаються критичному аналізу, сприяючи сталому розвитку України. Уявіть як розуміння гендерних стереотипів, їхнього впливу на ділові відносини, може змінити весь діловий клімат. Відкриваються нові горизонти рівноправних умов праці, де продуктивність і ефективність підносяться на новий рівень, незатьмарений упередженнями.

Формування гендерно – врівноваженої культури ділового спілкування є не лише необхідним, але й неминучим етапом еволюції нашого суспільства. Це не просто прагнення до рівності – це глибока трансформація нашого сприйняття самих себе і нашої взаємодії з іншими. У контексті дослідження пропонуються матеріали для розробки програм і тренінгів, які допоможуть формувати нову культуру гендерної рівності. Отже, результати пропонованого дослідження стосуються усіх сфер суспільного життя – освітнього, трудового, соціального. Без подолання гендерних стереотипів неможливо уявити розбудову справедливого і рівноправного суспільства в Україні.

Апробація та публікації автора. Результати дослідження представлені у доповідях на Всеукраїнській науково – практичній конференції «Трансформаційні процеси соціальної культури в Україні» (м. Київ, 22 – 23.03.2022), XIX Міжнародній науково – практичній конференції «Українська і світова культура в умовах глобалізаційних викликів та війни» (м. Рівне, 16 – 17.11.2023), на Круглому столі, присвяченому Всесвітньому дню читання голос «Культура читання в епоху діджиталізації» (м. Київ, 02.02.2023), Міжнародній науково – теоретичній конференції молодих учених «Культура та інформаційне суспільство XXI століття» (м. Харків 20–21.04.2023, Круглому столі з міжнародною участю з нагоди Всесвітнього дня бібліотек «Культуровідповідне середовище під час війни» (м. Київ, 29.09.2023), Круглому столі з міжнародною участю до Всеукраїнського дня працівників культури та майстрів народного мистецтва «Культура та культурологічна освіта в умовах війни та відновлення країни» (м. Київ, 09.11.2023), у заходах Міжкафедрального тижня культурних ініціатив «Шевченківський тиждень» (06 – 10. 03. 2023), Всеукраїнській науково – практичній конференції «Новітні дослідження культури і мистецтва: пошуки, проблеми, перспективи» (м. Київ, 18.05.2023), Міжнародній науково – практичній конференції «Полілог культур: освітній, філологічний, культурологічний аспекти» (м. Чернігів, 18 – 19.04.2024), II Круглому столі до Міжнародного дня музеїв «Музеї та відродження культурного ландшафту» (м. Київ, 17.05.2024)

Окремі аспекти дослідження представлені у реферативній роботі на I турі Всеукраїнського конкурсу студентських реферативних робіт з галузі знань 03 «Гуманітарні науки» спеціальності 034 Культурологія.

РОЗДІЛ 1

СТЕРЕОТИПИ ЖІНОЧОСТІ ТА МАСКУЛІННОСТІ В УКРАЇНСЬКІЙ КУЛЬТУРІ

Стереотипи невід’ємний елемент буденної свідомості. Термін «стереотип» був запозичений з друкарської справи та Уолт Ліппман вперше застосував цей термін в гуманітарних науках при побудові їм концепції громадської думки. Соціальний стереотип – міцно сформований, постійний образ соціального об’єкта (груп, людей, подій), що складається в умовах дефіциту інформації як результат узагальнення особистого досвіду індивіда і уявлень, прийнятих у суспільстві [1, с. 261 – 273]. Головне в стереотипі – переконання в істинності. Відмінною рисою переконаності, супутньої стереотипу, є її стійкість, міцність. Дійсно, в уявленнях повсякденної свідомості зазвичай людина користується стереотипним мисленням в ситуаціях, в яких у неї недостатньо інформації, часу, а також при нестачі життєвого досвіду, що характерно для юності. Стереотипи людина набуває від тієї соціальної групи, до якої вона належить, від людей з вже сформованими стереотипам, а також від засобів масової інформації.

Стереотипи мають значний вплив на поведінку та сприйняття людей, оскільки вони виконують функцію спрощення складної реальності, що оточує нас. Завдяки стереотипам, людина може швидко і без особливих зусиль класифікувати нові об’єкти та ситуації, що виникають в її житті. Однак, цей процес узагальнення часто призводить до формування упереджень та забобонів, що можуть мати негативні наслідки. Стереотипи здатні обмежувати індивідуальний розвиток і взаєморозуміння між різними соціальними групами, оскільки вони гуртуються на спрощених і часто помилкових уявленнях. Таким чином, хоча стереотипи і допомагають нам орієнтуватися у світі, важливо усвідомлювати їхні межі та намагатися не допустити їхньої трансформації у дискримінаційні погляди і поведінку.

Історично склалося різне ставлення до чоловіків і жінок, хлопців і дівчат. Причини цих відмінностей пов'язані зі сформованими соціальними нормами, особливостями конкретної культури, економічного та політичного розвитку, релігії, права та психології людини. Причини цих відмінностей пов'язані зі сформованими соціальними нормами, особливостями конкретної культури, економічного та політичного розвитку, релігії, права та психології людини. Однак виникає питання, наскільки ці відмінності є природними, а наскільки вони – результат нав'язаних суспільством стереотипів та упереджень. Чи не спричиняють ці соціальні норми нерівності та дискримінації, які обмежують можливості індивідів? Чи можливо змінити ці глибоко вкорінені уявлення, які передаються з покоління в покоління? І головне, як балансувати між повагою до культурних традицій та прагненням до гендерної рівності? Ці питання вимагають глибокого аналізу та суспільної дискусії.

Гендерні та статеві стереотипи виникають в досить ранньому віці і формуються поетапно, однак їх небезпечні наслідки розкривають себе в ущемленні можливостей та свободи особистого розвитку, а також в обмеженні широти мислення та розуміння різноманітності індивідів. Гендерні та статеві стереотипи виникають в досить ранньому віці і формуються поетапно:

Перше сприйняття відмінностей між статями виявляється в ранньому дитинстві, приблизно, після першого року життя через соціальне навчання у батьків і найближчого оточення, яке є першою формою статевої та гендерної ідентифікації. На даному етапі при формуванні статевих і гендерних стереотипів найважливішу роль відіграє взаємодія і спілкування з батьками, які «нав'язують», направляють дитину на соціально схвалену поведінку, на орієнтування соціальної ролі маленької дівчинки або маленького хлопчика.

Отже, перше сприйняття відмінностей між статями виявляється в ранньому дитинстві, приблизно, після першого року життя. Дане сприйняття формується на вродженій основі через наслідування дорослому, яке є першою формою статевої та гендерної ідентифікації. На даному етапі при формуванні статевих і гендерних стереотипів найважливішу роль відіграє взаємодія і

спілкування з батьками, які «нав'язують», направляють дитину на соціально схвалену поведінку, на орієнтування соціальної ролі маленької дівчинки або маленького хлопчика. Однак, наскільки це сприяє розвитку індивідуальності та гендерної рівності в майбутньому? Чи не призводить це до упереджень та обмежень у сприйнятті різноманітності гендерних та статевих ідентичностей?

Статева і гендерна диференціація, що включає накопичені знання при ідентифікації характерних ознак чоловіків і жінок («тітка», «дядько» та ін.). Відтак, статеві і гендерні диференціації, що включають накопичені знання при ідентифікації характерних ознак чоловіків і жінок («тітка», «дядько» та ін.), визначаються соціокультурними чинниками, які історично формувалися в суспільстві. Проте, цей процес має тенденцію закріплювати стереотипи та нерівності, що можуть обмежувати індивідуальний розвиток та можливості самовираження. Крім того, ця диференціація може згущувати культурні шаблони та перешкоджати прийняттю різноманітності гендерних ідентичностей, не враховуючи різноманіття людських досвідів та вираження індивідуальності. Чи не час переглянути та переосмислити ці усталені уявлення та стереотипи для побудови більш рівного та вільного суспільства? Особливу роль в цьому відіграє формування відчуття самоідентичності.

Формування відчуття самоідентичності (в два – три роки), коли дитина усвідомлює самого себе, відбувається первинне розуміння стабільності і змінності зовнішніх ознак, особливостей поведінки чоловіків і жінок. Проте, цей процес також може бути забарвлений стереотипами та упередженнями, що впливають на формування гендерної ідентичності та розуміння різноманітності індивідів. Питання в тому, наскільки цей процес сприяє формуванню особистості з відкритим та толерантним ставленням до різноманітності, а не закріпленню стереотипних уявлень про гендерні ролі? Чи не варто активно залучати дітей до дискусій та освітніх програм, що сприяють розумінню та прийняттю різноманітності гендерних ідентичностей та відмінностей?

У пубертатному періоді, коли підлітки починають усвідомлювати себе як індивідів з власними гендерними та статевими ідентичностями, процес формування самоідентичності стає ще складнішим. Цей період відзначається інтенсивним пошуком власного місця в соціумі та розумінням власних статевих ролей. Проте, у цьому процесі можуть виникати серйозні виклики через вплив стереотипів та упереджень, що загрожують розвитку толерантного та відкритого ставлення до гендерної різноманітності. Чи не варто активно включати підлітків у дискусії та освітні програми, спрямовані на розуміння та прийняття розмаїтості гендерних відмінностей, для формування здорової та рівноправної гендерної культури?

У віковій категорії молодих людей, коли індивіди активно формують свою особистість та визначають своє місце у суспільстві, процес самоідентифікації та розуміння гендерних ролей набуває нового рівня складності. У цей період молоді люди зіштовхуються з істотними викликами, пов'язаними з прийняттям власної гендерної ідентичності та розумінням розмаїття виявів гендеру. Однак, у цьому процесі може існувати небезпека закріплення стереотипних уявлень про гендерні ролі, які можуть обмежувати свободу вибору та призводити до дискримінації. Чи не варто активно підтримувати та розвивати освітні програми, спрямовані на розуміння та прийняття гендерної розмаїтості, а також на підтримку індивідуальності та вільного вибору?

У перехідному віці від 20 до 30 років, коли молоді люди активно розвиваються як особистості та визначають своє місце у суспільстві, процес самоідентифікації та розуміння гендерних ролей стає ще складнішим і глибшим. У цьому віці індивіди стикаються з низкою викликів, пов'язаних з прийняттям власної гендерної ідентичності та розумінням різноманітності гендерного самовираження. Однак, в цьому процесі може існувати ризик закріплення стереотипних уявлень про гендерні ролі, які можуть обмежувати свободу вибору та призводити до дискримінації. Чи не варто активно підтримувати та розвивати освітні програми, спрямовані на розуміння та

прийняття розмаїття гендеру, а також на підтримку індивідуальності та вільного вибору, щоб створити толерантне та рівноправне суспільство?

Отже, у зазначених вікових категоріях відбувається процес дорослішання особистості у всіх вікових категоріях відбувається через розвиток самоідентифікації та розуміння гендерних ролей. Узагальнюючи значення культурних чинників у процесі дорослішання особистості у кожній віковій категорії, можна визначити, що ці чинники впливають на формування гендерної ідентичності та розуміння різноманітності гендерних ролей на кожному етапі життя.

Від раннього дитинства до молодого віку, і навіть у перехідному віці від 20 до 30 років, люди зіштовхуються з викликами, пов'язаними з формуванням власної гендерної ідентичності та розумінням розмаїття виявів гендеру. У цьому процесі можуть існувати стереотипи та упередження, які обмежують свободу вибору та сприяють дискримінації.

Активна участь у дискусіях та освітніх програмах, спрямованих на розуміння та прийняття множинності виявів гендеру, а також на підтримку індивідуальності та вільного вибору, може сприяти створенню толерантного та рівноправного суспільства. Відтак, важливо визначити, що формування гендерної ідентичності та розуміння різноманітності індивідів є складним і багатогранним процесом. Чи не стимулюванням активного діалогу та освіти на ранніх етапах життя можна забезпечити краще розуміння та прийняття гендерних різниць у суспільстві? Такий підхід дозволить дітям виробляти толерантне та відкрите ставлення до розмаїтості виявів гендеру у процесі дорослішання індивіда та його соціалізації.

Спочатку дошкільного віку (близько трьох років) триває активне оволодіння власним тілом – формування образу тіла і ставлення до нього, дитина має інтерес до тілесної конструкції людини, в тому числі до статевих розбіжностей, що сприяє статевої ідентифікації. Дошкільник освоює специфіку соціальних ролей, пов'язаних зі статевою приналежністю – гендерної ідентифікації. Саме в цьому віці характерно стереотипне

відтворення досягнутого досвіду, соціальними способами взаємодії з іншими людьми через розвиток механізмів ідентифікації і наслідування. Дошкільник привласнює поведінкові форми, інтереси і цінності своєї статі, прагне підтримати «престиж» своєї статі. Тобто дитина трьох – шести років має вже певні добре виражені статеві і гендерні стереотипи, які яскраво проявляються у провідній діяльності, взаємодії з однолітками і різними дорослими людьми.

Затвердження себе в ролі хлопчика або дівчинки, орієнтир на виконання «чоловічої» або «жіночої» роботи, суттєво впливає на дитячу свідомість і психологічний розвиток. З одного боку, діти сприймають соціально – культурні норми, пов'язані з гендерними ролями, через спостереження за поведінкою батьків та інших дорослих у їхній оточуючій соціальній середовищі. Проте, з іншого боку, цей процес може викликати страх перед майбутнім професійним вибором, особливо якщо очікування оточення щодо професійної діяльності не збігаються з власними інтересами та прагненнями. У групі однолітків, таких як шкільний клас, діти починають усвідомлювати протилежність статі та залучатися до дистанціювання у спілкуванні, що відбувається на основі статевої приналежності. Це проявляється у категоризації та диференціації в рамках статево – рольової групи, де діти прагнуть відповідати стереотипам своєї гендерної ідентичності для отримання соціального прийняття та адаптації до оточуючого середовища. Цей процес може бути додатково ускладнений страхом перед невідомим, пов'язаним із майбутнім професійним вибором. Проте, в той же час, він може стимулювати мрію про соціальне зростання на основі професійної кар'єри, особливо якщо існують позитивні приклади успішної реалізації себе через роботу батьків чи інших дорослих.

Таким чином, культурні чинники та професійні уявлення визначають значущість ролі батьків у формуванні гендерної ідентичності та мрій про майбутнє, які впливають на розвиток особистості впродовж усього життя. У підлітковому віці складаються статеві і гендерні ауто–... й гетеро–... стереотипи, «я як чоловік», «я як жінка» у власній зовнішності, поведінці,

особистісних якостей і зовнішності, поведінки та якостей особи протилежної статі, можлива гіперболізація уявлень про людей своєї і протилежної статі.

В часи юнацтва людина через рефлексію прагне до ідентифікації з собою, однолітками, відбувається стабілізація статевих і гендерних стереотипів та гендерна і статева самоідентифікація. У зрілості аналіз вже сформованих статевих і гендерних стереотипів пов'язаний з унікальною людською здатністю до самопізнання і самооцінки, що дозволяє взаємодіяти з оточуючими людьми, здійснювати корекцію своєї поведінки і оцінок інших людей з точки зору існуючих авто і гетеро – стереотипів, людина сама є об'єктом для наслідування. Відтак, хлопчики і дівчатка в поведінці і діяльності практично не відрізняються один від одного до певного віку, але в міру розвитку в суспільному середовищі вони засвоюють стереотипи поведінки і свою гендерну роль. Відповідно дівчинки психологічно стають фемінними, а в хлопчиків соціум розвиває традиційно маскулінні якості особистості. Маскулінність і фемінність є соціально конструйованими поняттями. Однак, важливо пам'ятати, що кожна особистість унікальна і формується під впливом різноманітних факторів, таких як сімейне середовище, освіта, культурні та професійні чинники. Тому, розвиток особистості не може бути повністю обмежений гендерними стереотипами, але включає в себе індивідуальний розвиток та самовизначення.

Зазвичай вітчизняні дослідники розглядають три основні групи гендерних стереотипів. Характерним для їх виявлення є застосування бінарної моделі статі, тому такі дослідники гендеру виділяють жіночі-фемінні та чоловічі-маскулінні стереотипи, розрізняючи категорії дескриптивної, аскриптивної, прескриптивної маскулінності / фемінності.

Дескриптивна маскулінність / фемінність ктаєгоризує поведінкові та психічні риси індивіда, які сприймаються як природні.

Аскриптивна маскулінність / фемінність – приписувані соціумом вияви чоловічого / жіночого у зовнішньому вигляді, стилі поводження тощо.

Прескриптивна категоризація маскулінності / фемінності репрезентує еталонні, взірцеві образи «справжнього» чоловіка, «справжньої» жінки.

Такий підхід не враховує те, що концепція маскулінності не обмежується лише дескриптивним, аскриптивним і прескриптивним підходами. Ці підходи важливі для розуміння, як маскулінність сприймається та відтворюється в суспільстві, проте вони не враховують всіх аспектів цього складного поняття. Наприклад, виклад не згадує про те, як соціальні та культурні чинники формують маскулінність, включаючи роль родини, медіа, освіти та інших інституцій. Також не враховано, що маскулінність може бути перетворена та переосмислена в різних культурах і спільнотах, і що ідеальний образ маскулінності може суттєво відрізнятись від одного суспільства до іншого. Таким чином, важливо уважно розглянути ширший контекст, в якому формується маскулінність, щоб зрозуміти її сутність та вплив на індивіда та суспільство в цілому.

Дескриптивна або описова категоризація маскулінності базується на спостереженнях про типові характеристики чоловіків, може впадати у пастку загальних уявлень та стереотипів про те, що «маскулінне» повинно бути, а що – ні. Це може призвести до неправильних асоціацій і виключень, які не враховують індивідуальні відмінності.

Аскриптивна маскулінності означає, що чоловічі якості поведінки формуються на основі фізичних характеристик, але і через соціокультурний контекст, в якому відбувається соціалізація індивіда. Тому це викликає питання про те, як соціальні уявлення про маскулінність впливає впродовж життя на самооцінку та самовизначення індивіда, як він уявляє свою поведінку у різних культурних середовищах відповідно до самовизначення «я чоловік»? Яких відповідних рис характеру він має набути, щоби манера його поведінки виповідала його самовизначенню «я чоловік»?

Прескриптивна маскулінність може створювати великий тиск на індивіда, оскільки не потребує самовизначення «я чоловік» обов'язковою умовою. Тут людина працює відповідно до соціальних очікувань щодо

поведінки та ролі чоловіків у суспільстві. Тож, і процес соціалізації відповідає послідовній зміні соціальних ролей, вдосконаленню їх виконання. Для такого індивіда саморозвиток особистості постає рушійним чинником соціалізації. Це може мати негативні наслідки, призводячи до внутрішньо особистісного конфлікту між ідеалізованою маскулінністю у соціумі та реальними можливостями і потребами чоловіка. Як результат, це підносить питання про необхідність перегляду норм та очікувань стосовно маскулінності в сучасному суспільстві. Оскільки чоловіки мають не тільки уявляти вимоги соціального оточення, очікування та певну поведінкову реакцію, але й зважувати на свої можливості без завищеної або заниженої самооцінки та оцінки власних можливостей.

Отже, першу групу гендерних стереотипів складають стереотипи та кліше психологічного портрету мужності і жіночності. Наприклад, жінкам зазвичай приписують такі риси, як пасивність, дратівливість, залежність, емоційність, та інших., а чоловікам протилежні риси, такі як активність, незалежність, компетентність, агресивність тощо. Як бачимо, якості маскулінності і феміністичності мають полярні полюси: активність – пасивність, сила – слабкість. І у формуванні уявлень про гендерні ролі та стереотипи види дескриптивної, аскрептивної, прескриптивної маскулінності відіграють важливу роль для розуміння очікувань, що виникають у процесі соціалізації. Тож слід враховувати, що на рецепцію індивідом соціальних очікувань, що зумовлюються динамікою його соціалізації залежать від домінантного типу маскулінності, яким керується в своїх поведінкових реакціях індивід. При домінуванні аскрептивного типу маскулінності їх визначає система настанов, які визначають ідеальний образ чоловіка, а саме, яким він «повинен» бути згідно з суспільними очікуваннями і стандартами. Це може включати в себе такі риси, як сміливість, сила, незалежність тощо. При домінуванні дескриптивного типу маскулінності до уваги беруться якості, передусім «мужності», що у конкретному соціокультурному середовищі вважаються невід'ємною рисою чоловічої поведінки. Прескриптивна маскулінність

визначається рисами, яким індивід «повинен» відповідати, які сприймаються як універсальні норми та диспозиції чоловічого поведіння. У підсумку із фрагментів окремих типів чоловічої поведінки та зумовлених ними очікувань виникає ідеалізований, або еталонний образ «справжнього чоловіка». Його використовують для формулювання моральних оціночних суджень. Наприклад, «це вчинок справжнього чоловіка», «кожна жінка мріє про такого чоловіка», «смівливість є справжньою рисою чоловічого характеру», «владу створено для чоловіків», «сила є рушійним чинником справжніх чоловічих вчинків» тощо. Проте сенс всіх цих антимоній залишатиметься незрозумілими без усвідомлення того, яким доміантним типом маскулінності вони супроводжуються у свідомості суб'єкта подібних тверджень.

Так само і для дівчат важливим є аскриптивне, дескриптивне, прескриптивне визначення фемінності. Тому слід завжди приймати до уваги такі фактори:

Аскриптивна фемінності полягає у встановленні ідеального образу жінки, відповідно до соціокультурних очікувань та стандартів. Це може включати в себе риси, які вважаються «жіночими» у суспільстві, такі як емоційна вразливість, чутливість, співчутливість тощо.

Дескриптивна фемінності описує фактичні риси та характеристики, які спостерігаються у жінок, включаючи якості, що вважаються «жіночими» в конкретному культурному середовищі.

Прескриптивна фемінність визначає, як жінка «повинна» відповідати суспільно прийнятим стандартам та нормам. Це може бути ідеалізований образ «справжньої жінки», яка відповідає певним критеріям фемінності, таким як грайливість, доглянутість, емоційна вразливість тощо.

Отже, аскриптивна, дескриптивна і прескриптивна фемінність впливають на утворення гендерних стереотипів та уявлень про гендерні ролі у суспільстві. Ці уявлення можуть також як і вияви маскулінності зазнають змін у залежності від культурних, соціальних, історичних обставин так само як і від індивідуальних потреб, уподобань, переконань.

Узагальнюючи аскрептивність, дескриптивність і прескриптивність маскулінності та фемінності, зазначимо, що ними відображаються загальні та відмінні аспекти при формуванні рольових гендерних стереотипів й уявлень. З одного боку, як для фемінності, так і для маскулінності, аскрептивність означає ідеальний образ чоловіка, або жінки, що відповідають соціальним нормам і стандартам. Це може включати в себе певні риси та характеристики, які визначають, яким чи якою мірою у своєму поведженні та стилі життя індивід «повинен» бути чоловіком чи жінкою. З іншого боку, дескриптивність маскулінності та фемінності означає фактичні риси і характеристики, що спостерігаються окремо поміж жінок і чоловіків відповідно. 'Наприклад, стереотипне сприйняття дозволяє нам сприймати, що «жінка фарбує перед дзеркалом губи», а твердження, суб'єктом якого виступає «чоловік» буде викликати іронічну реакцію, або, навіть, голосіння. Так саме твердження, що «людина засмагає в бікіні» не має однозначного референтного поля.

Приклади наводять нас на розуміння множини описових уявлень про те, що робить людину «жіночою» чи «чоловічою» в суспільному контексті. Нарешті, прескриптивність визначає, як людина «повинна» відповідати суспільним очікуванням і стандартам щодо гендерної ролі. Це може бути ідеалізований образ «справжньої жінки» або «справжнього чоловіка», які відповідають певним критеріям фемінності та маскулінності. Відтак, зазначимо, що аскрептивність, дескриптивність і прескриптивність є типологічними характеристиками фемінності та маскулінності у тому сенсі, що вони впливають на уявлення про гендерні ролі. Але, маючи відмінності в залежності від культурного, соціального і історичного контексту, вони визначаються індивідуальними уподобаннями і переконаннями, а також не залежать від статі. Тому чоловіки можуть бути слухняними, хоч би слухняність не відповідала соціальним очікуванням, що зумовлюються еталонами прикладами чоловічої поведінки, тобто поведінка слухняного чоловіка не визнається суспільством належною, але його професійна діяльність та

кар'єрне зростання можуть цілком визначатись саме цією рисою, що буде трактуватись як риса його характеру.

У контексті відмінності особистісних та ділових стосунків, аскрептивність гендерної ідентичності визначає ідеальні образи чоловіків і жінок у суспільстві. Ці ідеали часто впливають на очікувану поведінку та ролі в професійному та особистому житті. Дескриптивність відображає фактичні риси і характеристики, які спостерігаються у чоловіків і жінок у діловому та особистому середовищах. Наприклад, деякі риси, такі як лідерство чи емоційна вразливість, можуть бути сприйняті як типові для певної гендерної групи. Прескриптивність визначає, які стандарти поведінки вважаються соціально прийнятними для чоловіків і жінок. Наприклад, у бізнесі може існувати очікування щодо «мужності» у вищих посадах, а жінки можуть стикатися з побудовою кар'єри на основі «жіночості», яка асоціюється з особистою доглянутістю та комунікативністю. Ці аспекти гендерної ідентичності впливають на ставлення до ділових та особистісних стосунків, можуть підкріплювати стереотипи, спричиняти конфлікти та нерівність, та обмежувати можливості професійного та особистісного розвитку. Відтак, аскрептивна, дескриптивна, прескриптивна маскулінність / фемінність впливають на формування гендерних стереотипів і уявлень про гендерні ролі у суспільстві. Уявлення про чоловіків і жінок можуть, а ці уявлення відрізнятися в залежності від культурного, соціального і історичного контексту.

Перейдемо до розгляду другої групи гендерних стереотипів. Вони проявляються особливості пов'язані з формуванням певних соціальних ролей сімейної сфери а також професійної та інших сферах. До сімейної сфери зазвичай відносять жінок, приписуючи їм ролі «дружини – берегині сімейного вогнища», матері, господині, а для чоловіків – професійні ролі (годувальник сім'ї, який своєю професійністю та силою забезпечує сім'ю). Як справедливо зазначає І. Клеціна, «чоловіків прийнято оцінювати із професійних успіхів, а жінок – наявністю сім'ї та дітей» [7, с. 89].

Проблемою, що виникає в цьому викладі, є утвердження та утримання гендерних стереотипів, які обмежують можливості жінок та чоловіків у формуванні своїх соціальних ролей. Зокрема, стереотипи, – що приписують жінкам виключно сімейні обов'язки та ролі, а чоловікам – професійні, обмежують їхні можливості у самореалізації та виборі кар'єри. Така дискримінація за гендерними ознаками сприяє збереженню нерівності між статями у суспільстві та утримує стереотипні уявлення про ролі чоловіків і жінок. Додатковою проблемою є зацикленість суспільства на оцінці особистості через призму їхньої відповідності стереотипним гендерним ролям. Такий підхід ускладнює можливості людей реалізувати свій потенціал та вільно обирати свої ролі у сім'ї та суспільстві. Водночас, поглиблення гендерних стереотипів може сприяти наслідкам, таким як зростання стресу, невпевненості в собі, конфліктів у стосунках та низького самопочуття, особливо у тих, хто не відповідає очікуванням, заснованим на стереотипах. Отже, заперечення або недооцінка інших аспектів особистості, таких як таланти, навички або потенціал, можуть бути наслідками глибоко вкорінених гендерних стереотипів. Це може призвести до нерівності в можливостях, втрати творчого потенціалу та обмеження індивідуального розвитку як чоловіків, так і жінок. Також варто враховувати, що гендерні стереотипи можуть впливати на відносини в сім'ї, роблячи їх менш гнучкими та відкритими, а також ускладнюючи поділ обов'язків і взаємодію між партнерами.

Друга група стереотипів вказує, що гендерні стереотипи в сучасному суспільстві виявляються у багатьох аспектах. Чоловікам дозволяється бути менш піклуватися про свою зовнішність, в той час як жінкам встановлюються вищі стандарти щодо зовнішнього вигляду. У професійному виборі чоловіки частіше обирають кар'єрні шляхи, пов'язані з технікою, інженерією та бізнесом, тоді як жінки віддають перевагу соціальним професіям, таким як медицина або освіта. Традиційно у багатьох сім'ях чоловік відповідає за фінансове забезпечення, а жінка – за домашні справи та виховання дітей.

Жінки також частіше стикаються з низькими зарплатами та нерівністю у сплаті за той самий вид робіт, порівняно з чоловіками. У колективі жінкам може бути складніше досягти признання та авторитету, особливо в традиційно чоловічих галузях. Часто припускається, що материнські обов'язки природно належать жінкам, тоді як батькам – чоловікам приписують головну роль у фінансовому забезпеченні сім'ї. Такі стереотипи обмежують кар'єрні можливості жінок у певних галузях, таких як наука, технології або політика.

Третя категорія гендерних упереджень відображає відмінності професійної зайнятості чоловіків та жінок, приписуючи певним професіям «чоловічі» та «жіночі» риси, а також, поширюючи твердження про природну відмінність професійної самореалізації та кар'єрне зростання для чоловіків і жінок. Наприклад, за даними ЮНЕСКО, стереотипний перелік чоловічих занять включає професії архітектора, водія, інженера, механіка, дослідника, і т. п., а жіночих – бібліотекаря, виховательки, вчительки, телефоністки, секретарки та інших.

Також проводячи «вертикальний» розподіл сфер праці у чоловіків та жінок, прийнято вважати що чоловіки займають керівні посади а жінки мають посади з підлеглим характером [10, с. 62 – 63].

Ларі Кінг дає таке тлумачення понять «маскулінність» і «фемінність». Маскулінність – набір особистісних і поведінкових рис, відповідних стереотипу «справжнього чоловіка»: мужність, впевненість в собі, владність.

Фемінність – набір особистісних і поведінкових рис, відповідних стереотипу «справжньої жінки»: м'якість, турботливість, ніжність, слабкість, беззахисність [6, с. 77].

Відомий і авторитетний дослідник з психології сексуальності і спілкування Артур Еванс підкреслює багатозначність понять «маскулінність» і «фемінність»:

1) категорії, які описують сукупності поведінкових і психічних характеристик чоловіка і жінки;

2) нормативні (розпорядчі) категорії, якими позначають сукупність ідеальних, бажаних образів того, ким мають бути чоловік або жінка;

3) атрибутивні (приписуючі) категорії, за допомогою яких чоловік і жінка ідентифікуються в соціальному уявленні [9].

Отже, на думку дослідника і всіх тих науковців які поділяють його точку зору гендерні ознаки маскулінності і фемінності позначають генетично задані властивості психіки, які формуються під впливом соціальних факторів. Фемінність – є гендерною роллю яка вимагає від жінок бути турботливими, емоційними, чутливими до інтересів і проблем інших людей. Маскулінність – вимагає від чоловіків активності, агресивності, домінування, амбітності [13; 27].

Втім зауважимо, що формування стереотипів зовнішності залежить від багатьох факторів. Серед них особисті вподобання (власні уявлення про красу), еталони, встановлені модною індустрією та висвітлені в засобах масової інформації та Інтернеті, а також етнічні та культурні фактори, які призводять до поділу на «західні» та «східні» стереотипи. Важливо, що стереотипи зовнішності поширюються як на чоловіків, так і на жінок. Гендерні стереотипи зовнішності значно впливають на повсякденне життя, навіть коли вони конкурують з іншими соціальними ролями. Професійні ролі можуть вимагати від людини відповідності певним гендерним очікуванням, що зумовлені стереотипами зовнішності. Представляється, що стереотипи зовнішності підпорядковані певним соціальним очікуванням, які виникають у відповідності до соціальної групи індивіда. Сприйняття індивіда як представника певної соціальної групи змінне, оскільки залежить від статусної ролі, що сприймається як особистісна властивість індивіда. Наприклад, від психолога очікують якісно іншої виразності в порівнянні з фізиками, але психологи і фізики поступаються художникам, наприклад, в експресивності свого вигляду. Проте існує багато ситуацій, коли і психологів, і фізиків, і художників сприйматимуть не в контексті їх професійної діяльності,

наприклад, в спортивному залі або басейні, або взагалі професійна складова може бути невидимою. Наприклад, при прибиранні саду, або роботі на городі.

Тому слід взяти до уваги, що стереотипи зовнішності мають поверхневий характер. Відтак, дотримання таким стереотипним уявленням в дрес-кодї більше підходить для формального або зовнішнього спілкування. Хоча модна індустрія пропонує стандартизований одяг для чоловіків та жінок, втім слід враховувати, що такий, стандартизований, вигляд більш підходить для працівників тієї організаційної ланки, що не передбачає міжособистісної взаємодії з партнерами, або клієнтами. Важливо, щоби керівники дотримувались більш індивідуального стилю у своєму зовнішньому вигляді з аксесуарами, що представляють бренд компанії, установи, організації. Визначальну роль зовнішній вигляд має при формуванні зв'язків із громадськістю. В цьому випадку вимагається, щоби зовнішній вигляд максимально відповідав заявленим цілям і місії організації, а також гармонійно доповнював очікування аудиторії.

Отже, при конструюванні зовнішності важливо не слідувати стандартизованим та стереотипним уявленням, а ретельно аналізувати та приймати до уваги такі чинники стилю: відповідність зовнішності соціальному контексту, узгодженість зовнішності з професійною роллю, порівняння варіантів того, який вигляд прийняти, спиратись на успішні приклади, які б підтвердили цей образ у різних ситуаціях, знайти належні рекомендації, приймати до уваги особистісні спостереження, ігнорувати поради людей, які знають як треба, наполягають або вимагають відповідності стандартам, чи стереотипам. Слід пам'ятати, що зовнішність може бути особистісним меседжем або сигналом, що дозволить іншому зорієнтуватись у виправданості своїх очікувань і налаштувати спілкування на позитивний лад.

Отже, попри розхожу думку необхідно пам'ятати, що гендерні стереотипи зовнішності не враховують індивідуальні відмінності ані чоловіків, ані жінок. Теж саме стосується стереотипного сприйняття ставлення до виконання професійних завдань чоловіками, або жінками. У цьому аспекті

в більшості випадків домінує спрощений підхід. Вважається, що у підходах до виконання завдань і соціальних стосунків як характерні риси чоловіків, а теплоту та турботу як ознаки жінок є занадто спрощеними. Тому слід пам'ятати, що поведінка чоловіків і жінок у реальному житті не завжди відповідає цим стереотипам. Акцент на службі чи догляді у чоловіків і жінок не є настільки очевидним у їхній поведінці, а тим більшу при виборі або прийнятті життєвих рішень. Наприклад, задля соціального самовираження чоловіки не завжди схиляються до ризикової поведінки, такої як сексуальні експерименти, вживання алкоголю та наркотиків, азартні ігри, або водіння автомобіля. Жінки, зі свого боку, не обов'язково більш обережні в цих сферах.

Так само чоловіки і жінки можуть вибирати однакові професії і брати на себе аналогічні ролі з догляду. Дані соціальних досліджень і переписів не завжди підтверджують чітку сегрегацію за статтю у професійних ролях: багато жінок працюють у традиційно «чоловічих» сферах, таких як правоохоронна діяльність, тоді як чоловіки займають посади в таких професіях, як медсестра. Так само, незалежно від трудового статусу, жінки обов'язково не витрачають більше часу за чоловіків на домашню діяльність. Наприклад, жінка може відмовитись готувати, або прибирати, або доглядати за квітами, тоді як чоловік може з задоволенням перейняти на себе господарчі обов'язки. І чоловіки, і жінки готові допомагати іншим, але їхні способи допомоги можуть не відповідати традиційним уявленням. Наприклад, чоловіки можуть брати участь у волонтерських програмах, таких як Корпус Миру, тоді як жінки можуть бути активними в рятувальних операціях. Таким чином, гендерні стереотипи часто відображають не реальну поведінку чоловіків і жінок, а є лише згадуванням про еталонні образи, що існують лише в уявленні у відповідності до сформованих гендерними стереотипами очікувань [12].

Робота з соціальними очікуваннями, що сформовані домінантними стандартами гендерної поведінки або гендерними стереотипами має комплексний характер. Вона потребує не тільки декларацій, а й реального усвідомлення переваг гендерної рівності. Разом з цим у суспільстві та

суспільній думці завжди існують свідомі, або несвідомі, відкриті, або латентні носії негативної по відношенню до принципів гендерної рівності точки зору. Особливо важливо, що носії такої точки зору або прихильники такої позиції зазвичай мають внутрішній конфлікт із власною гендерною роллю, при виконанні гендерної ролі можуть слідувати подвійним стандартам, мають історію виховання, яка була позбавлена досвіду сприйняття певної гендерної ролі, чи гендерні ролі виконувались батьками гібридній формі. Комплекс цих факторів, що зумовлені певною біографічною ситуацією, або серією таких, соціальними упередженнями у сфері гендеру, неспроможність розрізняти гендерну роль, якій слідує індивід, і сексуальну поведінку, не надають можливості особистісного зростання або обмежують його. Тому, ми поділяємо ту точку зору, що передбачає позицію протидії гендерним стереотипам як на індивідуальному, так і на суспільному рівнях, а також опрацювання змін, що спрямовані на трансформацією соціальних очікувань, норм і упереджень [23, с.89].

Висновки до розділу 1

Дослідження гендерних стереотипів та їх впливу на сучасне суспільство вказує на різноманітні аспекти цієї проблематики, включаючи різницю у вимогах до зовнішності, професійний вибір, поділ обов'язків у сім'ї, рівень оплати праці, відносини в колективі та обмеження у виборі кар'єрних шляхів. При дослідженні гендерних стереотипів, фемінності та маскулінності, необхідно враховувати аспекти аскрептивності, дескриптивності та прескрептивності гендерної ідентичності, а також їхній вплив на особисті та ділові відносини.

Основні висновки такі:

Стереотипи визначають уявлення суспільства про те, як повинні поводитися чоловіки і жінки, і як це впливає на їхні можливості та можливості у різних сферах життя. Зокрема, розглянуто вплив стереотипів на вимоги до

зовнішності і професійного вибору, ускладнюють поділ обов'язків у сім'ї, спричиняють нерівність у сплаті за працю між чоловіками і жінками.

Окремо слід підкреслити важливість аскрептивності, дескриптивності і прескрептивності гендерної ідентичності в контексті ділових відносин, їхні наслідки для взаємин у робочому колективі та у сім'ї.

Крім того відзначимо, що гендерні стереотипи впливають на процеси виховання дітей та вибір кар'єрного шляху. Їх негативний вплив полягає в обмеженні можливостей та інтересів індивідів. Ці обмеження можуть мати серйозний вплив на самооцінку та самовизначення особистості, а також на загальну динаміку суспільства.

Отже, зазначимо, що дослідження гендерних стереотипів спрямовано на розуміння та виявлення можливих шляхів подолання гендерних стереотипів і побудови більш рівного та справедливого суспільства. Безумовно, ця проблематика має глибокі корені в культурі та історії, і вимагає комплексного підходу для подолання. Важливо зрозуміти, що гендерні стереотипи створюються та підтримуються соціокультурними та інституціональними факторами, і їх подолання вимагає широкого спектру заходів на різних рівнях суспільства.

Підкреслимо, що розвиток культури рівності та збалансоване представництво в управлінні та владних структурах. Особливо важливо підтримувати ініціативи, спрямовані на створення рівних можливостей для всіх, незалежно від статі чи гендерної ідентичності. Це може включати активну роль у популяризації позитивних гендерних моделей, створенні безпечних просторів для вільного вираження гендерної ідентичності та сприяння усвідомленню власних прав і можливостей.

РОЗДІЛ 2

РОЗПОДІЛ СОЦІАЛЬНИХ РОЛЕЙ В КУЛЬТУРІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

У сучасному світі ділові відносини між чоловіками та жінками в сфері праці є предметом уваги та обговорень. Особливо важливою є необхідність визначення застосування принципів і правил гендерно – нейтрального етикету в цьому контексті. Поняття гендерно – нейтрального етикету визначає набір правил та норм, які регулюють поведінку та взаємини між статями у сфері професійної діяльності. Дослідження взаємин чоловіків та жінок у робочому середовищі відображають складність цього питання та потребу в чіткому визначенні принципів формування цих відносин. Враховуючи різноманітні культурні та соціальні контексти, а також індивідуальні особливості кожної ситуації, важливо розвивати стратегії та підходи, які сприяють створенню сприятливого та рівного середовища на робочому місці для всіх працівників, незалежно від їхньої статі. Тож, особливої уваги потребують визначення застосуванням принципів і правил гендерно – нейтрального етикету, яким регулюються взаємин чоловіків та жінок в сфері ділових відносин. Взаємини чоловіка і жінки в службовій обстановці – особлива сфера, дуже складна для окреслення відповідних принципів формування цих відносин.

Найбільш значущими аспектами проблеми гендеру в сфері ділових відносин є питання рівних можливостей на робочому місці, переосмислення уявлень про те, які ролі відводяться чоловікам та жінкам у робочих відносинах, забезпечення доступу до однакових умов зайнятості, кар'єрних можливостей, оплати праці тощо. Створення гендерно-сприятливого середовища для всіх працівників, де кожен може почувати себе впевнено та захищено, з урахуванням різноманітних поглядів та досвіду різних груп у процесі управління, забезпечення відповідних санкцій за порушення цих прав. Принциповим є надання підтримки та можливостей для розвитку жінкам у

кар'єрному зростанні та побудові успішної професійної кар'єри. Особливу роль у створенні гендерно-сприятливого середовища відіграє підвищення рівня гендерної освіти, що сприятиме усвідомленню значущості гендерної рівності працівниками, керівництвом, партнерами тощо. Отже, дотримання принципів гендерної рівності є важливим аспектом, який сприяє змінам у культурі та практиках організацій.

Гендерна взаємодія вбудована у площину організаційної взаємодії на суспільному, міжгруповому, міжособистісному рівнях. Категорія гендеру складається з: гендерного типу організації (співвідношення кількості чоловіків і жінок); гендерної ієрархії (розподілу) посад; гендерних особливостей організаційної культури та кадрової політики; характеру гендерної поведінки персоналу (у власній гендерній групі та між гендерними групами) [5, с. 146]. Наведемо кілька прикладів, що демонструють інтеграцію гендерних стереотипів до окремих аспектів організаційної життєдіяльності та як це впливає на культуру, структуру та поведінку персоналу в організаціях, які засновуються на матеріалі спостережень за різними сферами господарчої діяльності, що фіксувались авторкою впродовж 2021 – 2024-го років.

Перший висновок із спостереження стосується збалансованості співвідношення чоловіків і жінок в організації. За спостереженнями у сфері послуг від 70 % до 90 % технічних спеціалістів підприємств є чоловіками, тоді як представництво жінок може не досягати символічних 30% . Це відображає гендерний тип організації, де домінуючою групою є чоловіки.

Наступний – про розподіл посад за статевою приналежністю. У макрофінансових компанія більшість вищого керівництва складають чоловіки, тоді як жінки переважно представлені на низових посадах або у секретарських підрозділах. Це є прикладом гендерної ієрархії в організації.

Спостереження за гендерними особливостями організаційної культури. Програми розвитку кар'єри для жінок і заходи щодо боротьби з гендерними стереотипами свідчить про особливості гендерних стереотипів культури та кадрової політики, оскільки зазвичай порушується пропорційність викладачів

і слухачів програм, коли відсоток чоловіків – викладачів непропорційна відсотку чоловіків – слухачів, що свідчить про те, що установи та організації частіше спрямовують жінок на підвищення рівня гендерної освіти, тоді як чоловіки частіше викладають її основи.

Нарешті, спостереження гендерної поведінки дозволяє стверджувати, що спрямованні на зміцнення гендерних відносин у колективі та підтримку гендерної рівності не належить до пріоритетів реальних відносин.

Приклади надають можливість зробити висновок, що основою проблемою при розбудові гендерного типу організації є незбалансованість задекларованих принципів гендерної рівності та реального стану підприємства.

Представлені спостереження дозволяють сформулювати певні напрямки гендерного дослідження організаційної структури певного підприємства:

Загальний напрямок має бути скеровано на виявлення співвідношення чоловіків і жінок в організаціях. Необхідно дослідити причини нерівного розподілу статей в організаціях та визначити стратегії для досягнення більшої гендерної рівності на всіх рівнях організаційної структури.

Дослідження організаційної структури має стосуватися розподілу посад за статевою приналежністю. Важливо дослідити, які чинники сприяють нерівності у розподілі посад за статевою ознакою та які можливі шляхи для просування жінок до вищих посад в організаціях.

З'ясування особливостей організаційної культури на засадах гендерного підходу. Потрібно вивчити вплив гендерних стереотипів на формування культури організації та розробити стратегії для створення більш інклюзивного середовища, де кожен має рівні можливості для розвитку кар'єри.

Комунікативний передбачає дослідження гендерної поведінки персоналу. Важливо дослідити фактори, які впливають на гендерну поведінку в організаціях та розробити програми для зміцнення гендерних відносин та підтримки гендерної рівності серед персоналу.

Таким чином, ці пріоритетні напрямки дослідження гендерної організаційної структури допоможуть виявити основні проблеми у гендерних

відносинах в організаціях та спрямувати зусилля на розв'язання цих проблем для створення більш справедливого та рівного середовища праці.

Гендерні відмінності, з якими можуть зіткнутися учасники колективу, – це відмінності у комунікативній поведінці чоловіків та жінок, які виявляються у типових стратегіях і тактиках ведення розмови, виборі тем спілкування тощо. Наприклад, чоловікам притаманна зосередженість на одній темі; вони намагаються взяти на себе контроль за перебігом спілкування; їх комунікативній поведінці притаманне використання стратегій домінування. Співрозмовники різної статі можуть неточно оцінювати як вербальні, так і невербальні реакції один одного. Зокрема, жінки, на відміну від чоловіків, більше уваги звертають на почуття і не визнають елементарних мовних рішень, віддають перевагу пошукам прихованого підтексту, прислухаючись до інтонації та «читаючи» мову тіла [6, с. 112]. Тож, розмаїття гендерних відмінностей у колективі може виявлятися через різні стратегії та тактики комунікації між чоловіками та жінками. Наприклад, чоловіки частіше проявляють зосередженість на одній темі та намагаються контролювати хід розмови, використовуючи стратегії домінування. З іншого боку, жінки зазвичай більше уваги приділяють почуттям, шукаючи прихований підтекст у мові співрозмовників та звертаючи увагу на інтонацію та мову тіла. Такі різноманіття можуть призвести до неточної оцінки вербальних та невербальних сигналів під час спілкування між представниками різних статей.

Крім того, різниці у комунікативній поведінці можуть впливати на спосіб сприйняття інформації. Наприклад, чоловіки, як правило, віддають перевагу конкретним фактам та лаконічним висловлюванням, тоді як жінки можуть більше уваги приділяти контексту та емоційному відтінку інформації. Жіночі особливості в цьому контексті можна репрезентувати з врахуванням наступних чинників:

Жінки можуть віддавати перевагу контексту та емоційному відтінку інформації.

Жінки частіше використовують невербальні сигнали, такі як міміка, мова тіла та тон голосу, щоб передавати свої емоції.

Жінки частіше використовують мову співпереживання, тобто мову, яка виражає розуміння та емпатію до почуттів інших людей.

Жінки частіше використовують мову стосунків, тобто мову, яка підкреслює зв'язок та спільність з іншими людьми.

Наприклад, жінка може сказати своїй подрузі: «Я знаю, що зараз Тобі важко», «мені так Тебе жаль», або «Я так співчуваю Тобі», або ж «Як таке могло трапитись». Зазвичай такі заяви або така заява супроводжується невербальними сигналами – контакт зором, дотик.

Жінки схильні обирати мову співпереживання. Наприклад, «Я знаю, що ти зараз переживаєш, бо у мене було таке саме», або мову стосунків «Я тут заради тебе», щоб передати емоційну підтримку.

Враховуючи всі особливості, необхідно пам'ятати, що жінки не спілкуються однаково. Багато інших факторів можуть впливати на стиль спілкування людини, серед них особливо значущо культура, виховання та особистий досвід.

Особливо зазначимо на гендерну культуру ділового спілкування. Гендерні стереотипи культури спілкування – це сукупність норм, очікувань та практик, які впливають на те, як чоловіки та жінки спілкуються один з одним і зі світом навколо них. Ці норми та очікування можуть бути усвідомленими або неусвідомленими, і вони можуть бути виражені в мові, невербальних сигналах та інших формах спілкування. Гендерні стереотипи культури спілкування формується під впливом різних факторів, включаючи соціальні норми, культурні цінності, соціалізацію тощо. У багатьох культурах існують чіткі уявлення про те, як чоловіки та жінки повинні поводитися та спілкуватися. Ці норми можуть бути виражені в таких речах, як одяг, який носять люди, діяльність, якою вони займаються, і мова, якою вони розмовляють. Дещо іншим є вплив цінностей на гендерну культуру спілкування. Наприклад, у культурах, які цінують індивідуалізм, чоловіки та

жінки частіше очікують, що вони будуть прямолінійними та наполегливими у спілкуванні. Натомість у культурах, які цінують колективізм, чоловіки та жінки частіше очікують, що вони будуть співпрацювати та підтримувати один одного. Соціалізація видається універсальним чинником гендерних стереотипів культури спілкування Чоловіки та жінки соціалізуються по – різному, що може призвести до різних стилів спілкування. Наприклад, хлопчиків частіше заохочують бути незалежними та наполегливими, тоді як дівчат частіше заохочують бути добрими та співчутливими. Тож, гендерні стереотипи культури спілкування може мати як позитивний, так і негативний вплив на спілкування. З одного боку, вона може допомогти чоловікам та жінкам краще зрозуміти один одного та налагодити зв'язок. З іншого боку, вона може призвести до непорозумінь, конфліктів та дискримінації.

У свою чергу гендерна культура ділового спілкування є сукупністю норм, очікувань, практик, які впливають на те, як чоловіки та жінки спілкуються один з одним у діловому середовищі. Ці норми та очікування можуть бути усвідомленими або неусвідомленими, і вони можуть виражатися в мові, невербальних сигналах та інших формах ділової взаємодії. Вони можуть мати як позитивний, так і негативний вплив.

I. Основні риси позитивного впливу гендерних стереотипів культури ділового спілкування:

Допомагає чоловікам та жінкам краще зрозуміти один одного та налагодити зв'язок.

Сприяє більш різноманітному погляду на проблеми та прийняття рішень.

Створює більш інклюзивне та сприятливе для всіх робоче середовище.

II. Негативний вплив гендерних стереотипів культури ділового спілкування:

Може призвести до непорозумінь, конфліктів та дискримінації.

Жінки можуть відчувати себе недооціненими або ігнорованими.

Чоловіки можуть сприйматися як занадто агресивні або наполегливі.

Необхідно зазначити, що гендерні стереотипи культури спілкування впливає на індивідуальну поведінку та спілкування з іншими. Розуміння її особливостей, норм й очікувань, сприяє ефективності та урізноманітнення стилю спілкування.

Адже важливо враховувати, що різні уявлення про ефективну комунікацію можуть виникати через гендерні стереотипи та соціальні очікування. Наприклад, деякі чоловіки можуть сприймати емоційний вираз жінки як недостатньо «професійний», тоді як жінки можуть відчувати тиск виражати свої почуття менше експресивно. Отже, розмаїття гендерних відмінностей у комунікативній поведінці може створювати виклики для ефективного спілкування в колективі та вимагати уважного розгляду та розуміння індивідуальних особливостей кожного учасника комунікації. Одна із головних особливостей гендерних стереотипів полягає в тому, що вони задні відтворювати та підтримувати гендерні очікування. Відтак, дуже важливо систематизувати очікування з позицій гендеру в культурі ділового спілкування. Умовно з точки зору гендерних очікувань можна виділити чоловічий та жіночий стилі ділового спілкування. Це дозволяє вирізняти очікування у чоловічому та жіночому стилях ділового спілкування. На основі очікувань виформовуються чоловіча та жіноча манери ділового спілкування.

Очікування у чоловічому стилі ділового спілкування:

1. Риса: впевненість.

Коментар: від чоловіків очікується, що вони будуть впевненими у собі та у своїх здібностях; вони повинні чітко висловлювати свої думки та ідеї, не зважаючи на критику.

2. Риса: наполегливість.

Коментар: чоловіків заохочують бути наполегливими у досягненні своїх цілей; вони повинні бути готові відстоювати свою точку зору та йти на ризик.

3. Риса: пряmolінійність.

Коментар: від чоловіків очікується, що вони будуть прямолінійними та чіткими у своєму спілкуванні; вони повинні уникати невизначеності та двозначності.

4. Риса: орієнтація на результат.

Коментар: чоловіків зазвичай орієнтують на результат; чоловіків цікавить швидке та ефективне досягнення цілей.

5. Чоловіча манера спілкування:

- чоловіки частіше використовують директивну мову, накази та жаргон;
- мова чоловіків може бути більш лаконічною та чітко орієнтованою на дії;
- прямий контакт зором;
- сильна поза тіла (чоловіки частіше використовують сильні пози тіла, такі як розставлені ноги та схрещені руки, щоб показати свою силу та домінування).

Очікування у жіночому стилі ділового спілкування:

1. Риса: співпраця.

Коментар: від жінок очікується, що вони будуть орієнтовані на співпрацю та командну роботу; жінки повинні бути готові слухати думки інших та йти на компроміси.

2. Риса: злагода.

Коментар: жінок зазвичай очікують, що вони будуть ввічливими та дипломатичними; жінки повинні уникати конфліктів та намагатися знайти спільну мову з іншими.

3. Риса: вміння налагоджувати стосунки.

Коментар: жінки частіше цінуються за їхні навички міжособистісного спілкування та вміння налагоджувати стосунки.

4. Риса: емпатія.

Коментар: від жінок очікується, що вони будуть чутливими та співчутливими до потреб інших.

5. Жіноча манера спілкування:

- використання ввічливої мови;

- м'який контакт зором;
- перевага закритим позам тіла.

Привертає увагу та особливість індивідуального характеру спілкування, що проявляється в обранні манери спілкування, чоловічої або жіночої, незалежно від статі. Стать належить лише до факторів другого ряду, більш важливішими є відношення субординації, компетентність, вікові розбіжності, а також випадкові естетичні фактори.

Втім вирішальна роль у формуванні збалансованої гендерної структури в організації належить не морально – психологічному клімату, а здатності керівництва свідомо слідувати принципам рівноправ'я, а й повагу до різноманітності, визнання індивідуальних потреб та можливостей кожного працівника незалежно від статі.

По-перше, культура організації визначає стандарти та очікування стосовно професійної поведінки. Якщо вона підтримує принципи рівності та визнає різноманіття, це сприяє активній участі жінок у високопосадових позиціях та сприяє їхньому професійному зростанню. Підтримуюча культура може забезпечити відповідні умови для розвитку кар'єри та сприяти розширенню можливостей для всіх співробітників.

По-друге, культура формує підґрунтя для гендерних стереотипів. Якщо в організації закріплені стереотипи про типові ролі чоловіків і жінок, це може призвести до нерівних можливостей для кар'єрного зростання та перешкодити досягненню гендерної рівності. Зміна культурних установок допомагає подолати ці стереотипи та створити рівні умови для всіх.

По-третє, культура організації впливає на створення відкритого та інклюзивного середовища. Відчуття приналежності до культури організації може суттєво вплинути на те, наскільки ефективно організація розвиває та впроваджує політики, спрямовані на підтримку гендерної рівності та справедливості. Організаційна культура, що підтримує інклюзію, сприяє взаєморозумінню та співпраці між співробітниками різних статей.

Привертає увагу та особливість індивідуального характеру спілкування, що проявляється в обранні манери спілкування, чоловічої або жіночої, незалежно від статі. Стать належить лише до факторів другого ряду, більш важливішими є відношення субординації, компетентність, вікові розбіжності, а також випадкові естетичні фактори. Важливо зазначити, що індивідуальний стиль комунікації може бути значно більшою мірою визначений особистісними характеристиками, ніж гендерними особливостями. Наприклад, впевненість у своїх професійних здібностях або специфіка виконуваних завдань може більше впливати на стиль спілкування, ніж статева приналежність.

Таким чином, розуміння та управління культурними аспектами є важливим кроком у відбудові збалансованої гендерної структури в організації. Визнання та активне впровадження цих аспектів допомагає створити сприятливі умови для розвитку та успіху кожного члена колективу, незалежно від його статі. Збалансована гендерна структура сприяє підвищенню ефективності та інноваційної організації, створюючи середовище, де кожен має можливість реалізувати свій потенціал.

У внутрішньо-організаційних комунікаціях фактор статі використовується як додатковий спосіб тиску на партнера. Чоловіки можуть застосовувати поведінкову стратегію завуальованої ворожості: розмова на підвищених тонах, погрози і залякування впливають на жінку сильніше, ніж на чоловіка, деморалізуючи її [24, с. 138]. Такі проблеми, викликають неусвідомлювані комунікативні бар'єри, що в свою чергу може стати когнітивним, емоційним і поведінковим розходженням між статями

Гендерні стереотипи та установки значно впливають на професійне та міжособистісне спілкування в організаціях. Егалітарний підхід сприяє гармонійній взаємодії та професійному розвитку, тоді як традиційні установки, як позитивні, так і негативні, ведуть до гендерної дискримінації. Різні типи гендерної взаємодії – від професійної співпраці до конфліктних ситуацій – демонструють важливість балансу між професійними та особистими

стосунками на робочому місці. Для створення сприятливого робочого середовища важливо підтримувати егалітарні установки та мінімізувати негативний вплив традиційних гендерних стереотипів. [13].

Зазначимо, що гендерні конфлікти між чоловіками і жінками виникають з однаковою частотою, але їхні причини і форми різняться. Жінки мають тенденцію спрямовувати негативну енергію назовні та володіють кращими навичками у вирішенні конфліктів шляхом компромісу та прийняття зважених рішень. Гендерна взаємодія в організаціях може розвиватися у продуктивному або непродуктивному напрямку. Непродуктивна взаємодія характеризується деструктивними поведінковими стратегіями та дисгармонійними стосунками між колегами протилежної статі. Вона включає суперництво, уникання взаємодії, недовірливість і скептичність, що призводить до негативних наслідків: формування неправильних уявлень про професіоналізм колег, зниження продуктивності та виникнення високої напруги і агресії в колективі. Це підкреслює важливість подолання стереотипів і впровадження ефективних стратегій гендерної взаємодії для забезпечення гармонійного робочого середовища. [2, с. 63; 9].

Непродуктивна гендерна взаємодія, на відміну від продуктивної, визначається відсутністю конструктивних поведінкових стратегій міжособистісної взаємодії, відсутністю партнерського типу гендерної взаємодії та дисгармонійною спрямованістю міжособистісних взаємин з колегами протилежної статі. Відсутність партнерського типу гендерної взаємодії означає відсутність таких стратегій, як співробітництво, компроміс, комунікативність, бажання взаємодіяти та довіра. Міжособистісній взаємодії з колегами протилежної статі притаманна відсутність зближення, високий рівень конфліктів і агресивності, наявність напруги та відсутність гармонійної спрямованості. [4, с. 275 – 277].

Гендерні різниці впливають на те, як люди визначають свої професійні цілі, обирають кар'єрний шлях і отримують оцінку своєї праці. Зокрема, в сфері управління спостерігається нерівність між чоловіками та жінками: чим

вище посада, тим менше шансів, що її займе жінка. Під час розвитку кар'єри жінкам доводиться стикається з культурними, історичними, політичними, психологічними та соціальними перешкодами. Роботодавці вірять і серйозніше ставляться до чоловіків принаймні або вирішенні робочих питань, виходячи зі стереотипів, що чоловіки більш активні, логічні, мужні та незалежні, а жінки - емоційні, вразливі та м'які [11, с. 23–24; 17, с. 63 – 65]. Так само жінкам часто приписують недостатню компетентність та відсутність амбіцій у кар'єрному зростанні, маючи на увазі, що вони віддають перевагу менш напруженій та більш комунікативній роботі. Вони частіше зацікавлені в емоційних аспектах своєї діяльності, а не в інтелектуальних викликах. Крім того, жінки, за загальним уявленням, менше цінують можливості для самореалізації та професійного зростання, а також сумніваються у своїх здібностях у поєднанні кар'єри і сімейного життя. Такі стереотипи ускладнюють можливості жінок у досягненні успіху у професійній сфері та підтримують гендерний дисбаланс у керівництві та розвитку кар'єри [10, с. 62 – 63].

Немало важну роль, в культурі ділового етикету, грає статус працівника, його посада та дотримання субординації враховуючи стать, вік, рівень професійної підготовки тощо.

Головне в діловій субординації – посада або належність до більш високого посадового рівня. Але належність до тієї чи іншої статі відіграє значну роль в побудові ділових стосунків, кар'єрному зростанні, службовій поведінці і конкретних вчинках. Визначимо деякі особливості жінок і чоловіків та їх проявлення в діловій сфері, що дасть можливість уникати етичних помилок і конфліктів в процесі ділового спілкування.

Психологічні дослідження підтверджують такі твердження [18]:

Жінки мають більш витончений смак порівняно з чоловіками.

Жінки краще розрізняють матеріали, форми та кольори.

Жінки частіше відчувають страх і побоювання перед керівництвом, ситуаціями та обставинами.

У поведінці та відносинах жінки більше керуються емоційними переживаннями.

У жінок емоційне домінує над раціональним, тому вони швидше приймають тактичні рішення, ніж чоловіки.

Жінки більш схильні до конформізму порівняно з чоловіками.

Навпаки, чоловіки в діловому спілкуванні можуть демонструвати такі якості та вміння, які відображають їхню піраміду переваг у цій сфері:

Наполегливість у досягненні своїх цілей без компромісів.

Твердість і прямолінійність у веденні переговорів.

Фокусування на власних конкурентних перевагах.

Чітке усвідомлення своїх особистих можливостей та цілей.

Ефективне вирішення конфліктних ситуацій.

Вміння діяти впевнено при зростаючих ризиках.

Адаптація та рішучість у змінних ситуаціях.

Швидке прийняття рішень.

Вміння стратегічно використовувати ресурси для досягнення власних цілей.

Чоловіки у порівнянні з жінками в діловому спілкуванні можуть демонструвати такі якості та вміння, які відображають їхню піраміду переваг у цій сфері:

Наполегливість у досягненні своїх цілей без компромісів.

Твердість і прямолінійність у веденні переговорів.

Фокусування на власних конкурентних перевагах.

Чітке усвідомлення своїх особистих можливостей та цілей.

Ефективне вирішення конфліктних ситуацій.

Вміння діяти впевнено при зростаючих ризиках.

Адаптація та рішучість у змінних ситуаціях.

Швидке прийняття рішень.

Вміння стратегічно використовувати ресурси для досягнення власних цілей.

Жінки у порівнянні з чоловіками в діловому спілкуванні можуть демонструвати такі якості та вміння, які відображають їхню піраміду переваг у цій сфері:

Вміння йти на компроміс.

Гнучкість у веденні переговорів.

Вміння враховувати конкурентні позиції.

Вміння визначити свою місію відповідно до особистих можливостей.

Вміння діяти в конфліктних ситуаціях.

Вміння діяти при зростаючих ризиках.

Вміння змінювати та вміння діяти ситуативно.

Вміння швидко робити вибір.

Вміння користуватися іншими заради власних цілей.

Таким чином, аналізуючи відмінності у діловому спілкуванні чоловіків і жінок, можна дійти до висновку, що кожна статеві група має свої унікальні переваги і стратегії. Чоловіки, як правило, проявляють наполегливість, прямолінійність і твердість у переговорах, чітко усвідомлюють свої цілі і впевнено діють у конфліктних та ризикових ситуаціях. Жінки, з іншого боку, демонструють високу гнучкість, схильність до компромісу і стратегічне використання конкурентних переваг. Вони також виявляють здатність швидко адаптуватися до змінних обставин та ефективно приймати рішення. Вміння обох статевих груп доповнюють одне одного, що вказує на важливість гендерної різноманітності у діловій сфері для створення збалансованої і успішної організаційної культури.

Втім протистояння зовнішнього впливу, вміння відстоювати власну позицію, враховувати протилежну точку зору, планувати свою діяльність і вирішувати певні завдання в умовах зростаючою невизначеності становлять ті загальнолюдські риси ділової поведінки, які не залежать від стереотипів гендерно – упередженої поведінки.

То завдяки чому чоловіки домінують в бізнесі? Та тому, що вони більше демонструють вміння діяти в ситуації невизначеності і загрози ризику,

ефективно використовувати інших людей. А жінки досягають успіху завдяки: здатності до компромісу, впевненості в собі, гнучкій поведінці в різних ситуаціях.

Існують відмінності і в мотивації дій. Як показують дослідження, для жінок характерна велика диференціація мотивів, а для чоловіків – актуальними є реалізація більш високих потреб. Складнощі задоволення потреби в самореалізації у жінок ведуть до частих внутрішніх розчарувань і, як наслідок, до невиходу на роботу через хворобу та з інших поважних причин. Це пов'язано із суперечливим прагненням жінок до успішності і в професійній, та сімейній сферах.

Опитування жінок показують, що у професійному самовизначенні їх, в першу чергу, приваблюють: можливість активного спілкування, соціальні взаємодії, відносини, що складаються в компанії. Особисті, комфортні відносини на роботі можуть компенсувати незадоволеність заробітною платою чи неблагополучними сімейними відносинами. Ймовірно, для частини жінок міжособистісні відносини на роботі особливо значимі тому, що допомагають їм у визначенні своєї професійної Я – концепції. Крім того, соціальна підтримка на роботі пов'язана з меншим відсотком депресій і фізичних нездужань у жінок.

Другим за значимістю фактором є матеріальна винагорода за працю, тоді як інтерес до змісту професійної діяльності стоїть лише на третьому місці [22, с. 76–83]. Що стосується чоловіків, то серед різних орієнтирів вибору кар'єри вони частіше прагнуть до підприємницької активності, менеджменту та змагальності. Вони мають потребу створювати нові продукти або послуги. Жінки, в свою чергу, у своїй роботі частіше орієнтовані на незалежність, стабільність, безпеку та професійну компетентність. Крім того, важливим мотивом вибору роботи для жінок є умови праці, санітарно-гігієнічні характеристики діяльності та організація роботи.

Успішність жінки значною мірою не залежить від наявності в неї наставника – майстра. Суть проблеми полягає в тому, що чимало жінок не

займають положення, яке дозволяє їм не керувати, не давати поради чи не надавати заступництво молодим жінкам за місцем роботи. Коли ж роль наставника не бере на себе чоловік, ділові стосунки між ними не можуть бути ускладнені, наприклад, стремлінням один до одного. Дослідження Д. Левінсона показали, що жінки не довше перебувають в періоді учнівства і не продовжують значитися новачками аж до досягнення ними середнього віку.

Жінка в оцінюванні власної праці істотною мірою орієнтована на похвалу чи негативну оцінку з боку інших співробітників. Потрібно зазначити, що для робітниць важливою є не тільки оцінка її професійної компетентності, а й її особистих якостей (в тому числі фізичних достоїнств і недоліків).

Чоловіки орієнтовані на розрахунок, зіставлення фактів, логічний аналіз і раціональний підхід. У жінок своя, жіноча логіка, її дії, рішення продиктовані інтуїцією, ситуаційністю, асоціативністю.

Рисами жіночого характеру є добродушність, м'якість, висока чутливість, емоційність. Властивості характеру чоловіків – самостійність, надійність, схильність до ризику, твердість.

Чоловіки цінують у собі ділові якості, інтелект, мужність. Для жінок важливим є схвальна оцінка їх зовнішності, жіночності, емоційності.

Оскільки жінки більш емоційні, ніж чоловіки, вони частіше виступають «конфлікто-носіями». До конфліктності також призводять максималістські судження жінок.

З іншого боку, перераховані характеристики жінок дозволяють їм краще розуміти інших людей, проявляти до них співчуття. Жінки більш уважні до деталей, але узагальнення, висновки – не завжди їх сфера. Відмінністю також є те, що у чоловіків, краще ніж у жінок, розвинута просторова уява.

Привернення уваги до психологічних особливостей представників різних статей дозволять створити сприятливу атмосферу для здорових ділових стосунків.

У сфері ділового етикету існує ряд рекомендацій, які викликають певні зауваження, оскільки в деяких випадках перевага віддається жінці [12]:

- жінка першою подає руку для рукостискання;
- жінці рекомендують чоловіка, а не навпаки;
- у службовому автомобілі жінка займає більш почесне місце і першою сідає в автомобіль;
- у службовому приміщенні жінка може прийняти допомогу чоловіка (з урахуванням його більшої фізичної сили) при необхідності пересунути чи перенести меблі або важке обладнання;
- згідно з міжнародним протоколом, кількість прикрас у жінки не повинна перевищувати тринадцять предметів, включаючи гудзики;
- чоловік поступається жінці дорогою.

Багато чоловіків і жінок все ще не обізнані з деякими тонкощами взаємин між собою, що призводить до помилок у діловому етикеті. На цю проблему звертає увагу Сабат Енн Мері у своїй книзі «Бізнес – етикет» [19].

Помилки чоловіків:

- Не звертатися до жінок – колег словами «дорогенька», «люба моя»;
- Утримуватися від торкання жінок – колег руками, крім випадків, коли надається допомога;
- Не виключати жінок з «кола старих добрих друзів».

Помилки жінок:

- Не називати тільки своє ім'я при відповіді на телефонний дзвінок;
- Утримуватися від хіхікання з метою заповнення паузи;
- Вести себе так само дружелюбно з дружинами чоловіків – колег, як і з самими колегами;
- Уникати використання ненормативної лексики на робочому місці;
- Не телефонувати під час роботи у особистих справах.

Отже, належність до тієї чи іншої статі накладає на суб'єктів ділових стосунків додаткові обов'язки з дотримання норм ділового етикету.

Висновки до розділу 2

Загальне тенденція в професійному самовизначенні жінок вказує на те, що соціальні аспекти, зокрема якісні міжособистісні взаємини на робочому місці, виявляються важливішими за матеріальну винагороду або інтерес до змісту роботи. Це висновок може викликати обурення в умовах, де заробітна плата та інтересна професійна діяльність вважаються основними факторами вибору кар'єри. Однак, такий підхід свідчить про те, що для жінок важливо не лише саме заняття, але й якісні відносини на робочому місці та підтримка у колективі.

Розглядаючи помилки у діловому етикеті, виявлено певні недоліки, які характерні як для чоловіків, так і для жінок. Спробуючи виявити ці недоліки, ми бачимо, що чоловіки часто допускають помилки, звертаючись до жінок-колег неадекватними та некоректними словами, торкаючись їх неприпустимим чином та виключаючи з дружнього кола. Щодо жінок, їхні помилки включають недостатню професійну поведінку у відповіді на дзвінки, недооцінку у власній комунікації з колегами та використання нецензурної лексики. Загалом, ці помилки свідчать про необхідність більшої уваги до питань ділового етикету в організаційному середовищі, де всі члени команди мають дотримуватися стандартів професійної поведінки для досягнення успішних взаємин і результатів.

Після аналізу помилок у діловому етикеті стає очевидним, що як чоловіки, так і жінки можуть бути вразливі до некоректної поведінки. Чоловіки, зокрема, можуть зробити помилки, такі як використання неприпустимої мови та неправильне торкання жіночих колег. З іншого боку, жінки можуть допускати помилки, такі як неадекватна реакція на дзвінки та неприпустиме використання ненормативної лексики на робочому місці. Ці помилки підкреслюють важливість розуміння та дотримання відповідних норм етикету, які сприяють успішним взаємовідносинам та сприяють підвищенню професійного статусу у колективі.

РОЗДІЛ 3

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ ТА ПРАВИЛА У ДІЛОВИХ ВІДНОСИНАХ

Впродовж останніх кількох десятиліть, етичні та психологічні принципи у сфері бізнесу зазнали значних змін, особливо у контексті «ділової жінки». Ми спостерігаємо швидкий прогрес у рості кількості жінок на високих посадах у корпоративному секторі, а також серед власників підприємств та фірм. Проте, проблема гендерної рівності залишається актуальною і далеко не вирішеною. У суспільній свідомості, особливо серед представників чоловічої частини, існують стереотипи, що перешкоджають реалізації ідеї гендерної рівності у бізнесі.

Серед цих стереотипів, на які варто звернути увагу, можна виділити наступні:

Невпевненість чоловіків у відносності допуску жінок до бізнес-середовища.

Перешкоди у кар'єрному зростанні на основі гендерних принципів.

Сприйняття чоловіками-менеджерами жінок на керівних посадах як конкуренток.

Скептичне ставлення чоловіків-адміністраторів до жінок-менеджерів.

Перевага, яку чоловікові як начальнику надають підлеглі.

Засудження жінок-менеджерів з боку родини, друзів та інших жінок.

Гендерні конфлікти в організаціях, спричинені невизнанням чоловіками-підлеглими права жінки на керівництво через її стать.

Більші можливості для чоловіків у знаходженні високооплачуваної роботи.

Нав'язування жінкам маскулінного стилю ведення справ у бізнесі.

Сексуальні домагання з боку чоловіків на робочому місці щодо жінок.

Гендерні стереотипи активно впливають на формування статусних ролей чоловіків та жінок, утворюючи домінуюче становище чоловіків і

підтримуючи дискримінаційні практики щодо жінок. Основні стереотипи, що стосуються жінок у патріархальному суспільстві, відображаються через наступні погляди:

Жінка не повинна мати розвиненого інтелекту, адже розум жінки призначений для того, щоб приховувати його від чоловіка.

Жінка має знаходити щастя в ролі домогосподарки, яка забезпечує затишок для чоловіка та дітей.

Жінка має підлаштовуватися під чоловіка, гарантуючи йому зручні умови та комфорт.

Жінка повинна терпіти та миритися з важкими стосунками, включаючи насильство, заради збереження сім'ї.

Жінка має відповідати певному набору психологічних якостей, які включають доброту, слухняність та залежність.

Жінка повинна бути красивою та доглянутою, щоб успішно впоратися з роллю дружини та матері.

Жінці дозволяється виявляти відкриту емоційну реакцію та навіть проявляти вербальну агресивність та капризність.

Гендерні стереотипи не лише утверджують нерівність між чоловіками та жінками, але й обмежують можливості жінок у професійному, особистому та суспільному житті. Тож слід брати до уваги, що гендерні очікування є загальнопоширеними в суспільстві. Зокрема, чоловіки часто сприймаються як особи з вищим рівнем витриманості та безпристрасності, а жінки – як більш емоційні. Такі уявлення можуть обмежувати можливості як чоловіків, так і жінок особливо при емоційній взаємодії з іншими. Також жінкам часто умовою кар'єрного зростання є молодість і відсутність дітей. Так створюються умови додаткового тиску на професійне зростання жінки. Нарешті, існують особливі проблеми в сфері бізнесу. Це може включати в себе неоднакове ставлення до чоловіків і жінок, а також недоліки в культурі робочого середовища щодо гендерної рівності.

Отже, для створення більш рівних та справедливих взаємин між чоловіками та жінками в робочому середовищі необхідне впровадження особливих принципів та політик. Одним із особливих прикладів такого є випадок компанії «Оболонь» свідчить про те, що врахування гендерних особливостей може стати стратегічним ресурсом, спрямованим на гармонізацію інтересів підприємства та працівників, підвищення якості управлінської діяльності та ефективності управління персоналом. Керівництво компанії ще у 2012 році розробила гендерний план та ввела посаду уповноваженого з гендерних питань. У 2014 році компанія почала апробацію механізмів, що допомагають працівникам поєднувати сімейні та трудові обов'язки. Для реалізації гендерно-орієнтованої програми психологічного супроводу персоналу було запропоновано кілька підходів:

Усунення гендерної дискримінації в кадровій політиці, коли організація повинна була позбутися будь-яких практик, які ставлять в невігідне становище жінок або чоловіків на основі їх статі.

Психолого-управлінське консультування, коли менеджерам необхідно надавати консультації з метою формування гендерної компетентності, що включає в себе розуміння гендерних питань та використання гендерно-чутливого стилю керівництва.

Тренінги з розвитку гендерної взаємодії, що допомагають працівникам формувати чутливість до ситуацій переслідувань і дискримінації на основі гендеру, що має сприяти більш ефективній взаємодії між статями.

Відмова від стереотипів про ідеального співробітника, коли організація переглядає свої уявлення про те, яким має бути ідеальний співробітник, зокрема відмовитися від ідеї, що співробітник, який не перебуває під постійним контролем, є менш цінним.

Нові процедури вимірювання продуктивності персоналу, що дозволить об'єктивно оцінювати внесок кожного працівника, перспективи кар'єрного зростання незалежно від їх статі.

Системний підхід до балансу «робота-життя» чим передбачається створення умов, які дозволяють працівникам гармонійно поєднувати робочі та сімейні обов'язки.

Узагальнення позитивного досвіду гармонізації гендерно-орієнтованої програми трансформації організаційних структур управління втілилось в концепцію провадження гендерного кодексу. Основним завданням гендерного кодексу є забезпечення рівних можливостей чоловіків і жінок в оплаті праці, кар'єрному просуванні, а також рівних прав на відпочинок. Основною вимогою до гендерного кодексу є необхідність представлення інтересів усіх гендерних груп, передбачення конкретних механізмів його реалізації. Окремим питанням є включення правил ділового етикету на підставах застосування принципів гендерної рівності.

Гендерний кодекс передбачає набір правил та рекомендацій ділового етикету, що спрямовані на забезпечення рівних можливостей для чоловіків та жінок у робочому середовищі, а також взаємини між співробітниками, що спрямовані на підтримку поваги, етичності та професіоналізму незалежно від гендерних відмінностей. Основні правила ділового етикету, що можуть бути включені до гендерного кодексу можуть включати наступні положення:

I. Рівні можливості та повага:

I.1. Повага до всіх співробітників незалежно від їх статі.

I.2. Забезпечення рівних умов праці та можливостей для кар'єрного зростання для чоловіків і жінок.

I.3. Запобігання будь-яким формам дискримінації та гендерних упереджень.

II. Комунікативні стандарти:

II.1. Уникання використання принизливих або неформальних звертань (наприклад, «дороженька», «люба» тощо).

II.2. Використання професійної мови у всіх ділових комунікаціях.

II.3. Повага до особистих меж і особистого простору.

III. Поведінкові норми:

III.1. Заборона будь-яких форм сексуальних домагань або недоречних фізичних контактів.

III.2. Визнання та повага особистих досягнень і внеску кожного працівника, незалежно від статі.

III.3. Відмова від стереотипного мислення щодо ролей та можливостей співробітників різної статі.

III.4. Підтримка балансу між роботою і життям:

IV. Врахування потреб співробітників у поєднанні професійних і сімейних обов'язків.

V. Надання рівних можливостей для гнучкого графіку роботи або віддаленої роботи для чоловіків і жінок.

VI. Створення умов для підтримки працівників з сімейними обов'язками (наприклад, забезпечення дитячих кімнат або фінансова допомога для догляду за дітьми).

Правила поведінки та етикету, яких бажано дотримуватись при спілкуванні в діловому просторі, для чоловіків:

- по вулиці чоловік повинен йти зліва від дами (тільки військовослужбовці можуть йти з право на випадок відати військове вітання);

- чоловік заходить до ресторану завжди першим, головна причина – по даній ознаці метрдотель вправі зробити висновок про те, хто є ініціатором походу до закладу та хто буде платити по рахункам;

- як що на вході до закладу відвідувачів зустрічає швейцар, то чоловік повинен пропустити першою жінку;

- в суспільстві не прийнято сідати якщо дами стоять;

- слід ніколи не доторкатися до жінки без її бажання, брати її за руку, торкатися її під час спілкування, штовхати її або брати за руку вище ліктя, крім випадків коли їй потрібна допомога;

- за етикетом чоловіку не рекомендується запізнюватися на зустріч з дамою, напроти йому слід прийти на декілька хвилин раніше, щоб його затримка не ставила даму в незручне положення;

- в присутності жінки чоловік може палити тільки з її дозволу;
- входячи в приміщення чоловіку слід допомогти жінці зняти верхній одяг, а також виходячи з кімнати слід подати їй одяг;
- під час будь якого святкового заходу чоловік не повинен відмовляти жінці у білому танці;
- в суспільстві не прийнято вести відверту розмову про жінку в третій особі, особливо в компанії чоловіків;
- під час розмови з жінкою, чоловіку краще відмовитися від манери складати руки на грудях або тримати їх в карманах, також не варто крутити в руках різні предмети;
- чоловік завжди першим заходить до ліфту , але виходить першим той хто ближче до виходу.

Правила поведінки та етикету, яких бажано дотримуватись при спілкуванні в діловому просторі, для жінок [25]:

- жінка може не знімати в приміщенні капелюх і перчатки, але не шапку та рукавички;
- сумку не бажано ставити на коліна або на свій стілець (сумочку – клатч дозволяється покласти на стіл, об'ємну сумку повішати на спинку стільця або поставити на підлогу, портфель слід ставити на підлогу);
- головна вимога етикету що до зовнішнього вигляду жінки – це чистота одягу та взуття, а також доглянутий й охайний зовнішній вигляд;
- правила хорошого тону передбачають звертати особливу увагу на перчатки, туфлі, сумочку та носову хустку, підбирати в тон, щоби вони гармоніювали з нарядом;
- справжня леді на людях промокне очі виключно тонкою шовковою хусткою;
- загальна кількість прикрас за міжнародним протоколом не повинна перевищувати тринадцять предметів враховуючи ювелірні гудзики;
- поверх печаток не надягають обручку, але дозволяється носити браслет;

- приводити себе в порядок, наводити лоск слід тільки вдома або в туалетній кімнаті, дозволяється швиденько окинути оком в дзеркальце й трішки підвести губи;

- на побачення жінці дозволяється запізнитися на п'ять – десять хвилин;

- у ресторані або кафе, вибір столу робить чоловік, жінці слід дочекатися запрошення сісти, коли її супутник відсуне стілець;

- за нормами етикету чоловік сідає за стіл з ліва від дами, якщо стіл невеликий, то навпроти;

- меню першою читає жінка та вибирає блюда для себе, замовляти блюда для обох – прерогатива чоловіка.

Необхідно зазначити, що для повної самореалізації людині необхідно позбавлятися певних обмежень, які накладають стереотипи на поведінку чоловіків і жінок. Свобода від подібних стереотипів дає людині можливість отримати фізичне і душевне здоров'я та здатність жити повним життям. Саме суспільство створює гендерні ролі для чоловіків і жінок. Виникнувши за певних умов ці ролі передаються із покоління в покоління у культурних або релігійних традиціях, а знання основ гендерного ділового спілкування дозволить уникати або швидко реагувати на непорозуміння, комунікативні бар'єри і конфлікти на роботі між чоловіками і жінками.

Висновки до розділу 3

Незважаючи на значні досягнення у просуванні жінок на високі посади та у власницький сектор бізнесу протягом останніх десятиліть, проблема гендерної рівності в діловій сфері залишається невирішеною. Основні бар'єри включають стереотипи у суспільній свідомості, які зберігаються переважно серед чоловіків, та перешкоджають жінкам у бізнесі. Ці стереотипи проявляються у недовірі до жінок у бізнес-середовищі, гендерних перепонах у кар'єрному зростанні, сприйнятті жінок-менеджерів як конкуренток, скептицизмі чоловіків-адміністраторів, перевазі чоловічих керівників серед

підлеглих, засудженні жінок-менеджерів їхніми близькими, гендерних конфліктах через невизнання права жінок на керівництво, перевагах чоловіків у пошуку високооплачуваної роботи, нав'язуванні маскулінного стилю ведення справ та сексуальних домагань. Подолання цих бар'єрів є ключовим для досягнення справжньої гендерної рівності у бізнесі.

Гендерні стереотипи у патріархальному суспільстві не тільки обмежують жінок у їхніх можливостях, але й підтримують нерівність у суспільстві, що ускладнює досягнення гендерної рівності. Подолання цих упереджень є важливим кроком до створення більш справедливого та рівноправного суспільства.

Інтеграція гендерно-орієнтованих підходів у кадрову політику та управлінські практики компанії може значно підвищити ефективність управління персоналом, покращити робочу атмосферу та забезпечити рівні можливості для всіх працівників, незалежно від їх статі. Досвід компанії «Оболонь» свідчить про те, що стратегічне врахування гендерних особливостей може стати ресурсом для гармонізації інтересів підприємства та його працівників, а також сприяти балансу між роботою і особистим життям. Такий підхід включає усунення гендерної дискримінації, підвищення гендерної компетентності менеджерів, впровадження тренінгів з гендерної взаємодії, перегляд стереотипів про ідеального співробітника та запровадження нових методів оцінки продуктивності.

Гендерний кодекс та гендерно-орієнтовані програми в організаціях є ключовими для забезпечення рівних можливостей та справедливості на робочих місцях. Впровадження таких заходів допомагає створити більш інклюзивне та продуктивне середовище, сприяє гармонізації інтересів підприємства та його працівників, а також підвищенню ефективності управління персоналом.

Попри позитивний характер провадження принципів гендерної рівності в організаційній структурі управління компанією, залишаються значущими окремі зауваження:

По-перше, провадження правил гендерної рівності в діловому етикеті залишається надто загальними та мало конкретизованими.

По-друге, правила гендерної рівності звучать певною мірою утопічно, оскільки не враховують повсякденні реалії проникнення і впливу гендерних стереотипів патріархального суспільства на діловий етикет.

По-третє, відкритим залишається виявлення проблем гендерної рівності у діловому спілкуванні та механізмів їх вирішення.

Отже, вирішення проблем гендерної рівності в діловому спілкуванні та етикеті має враховувати інші фактори взаємодії адміністрації, персоналу, партнерів і клієнтів, серед них відзначимо соціально-економічний статус, етнічна належність, культурні цінності та стереотипи.

Незважаючи на значні успіхи у просуванні жінок на високі посади та власницький сектор бізнесу, проблема гендерної рівності в діловій сфері залишається актуальною. Головні бар'єри включають стереотипи у суспільній свідомості, особливо серед чоловіків, які перешкоджають жінкам у бізнесі. Ці стереотипи проявляються у недовірі, гендерних перепонах у кар'єрному зростанні, сприйнятті жінок-менеджерів як конкуренток, скептицизмі чоловіків-адміністраторів та інших аспектах. Подолання цих бар'єрів – важливий крок до досягнення справжньої гендерної рівності. Гендерні стереотипи в патріархальному суспільстві обмежують можливості жінок та підтримують нерівність, ускладнюючи завдання з досягнення гендерної рівності. Подолання цих упереджень - важливий крок до створення більш справедливого суспільства.

ВИСНОВКИ

Зазначимо, що стереотипи в даний час є невід'ємним елементом повсякденного життя кожного індивіда нашого суспільства. У соціумі формування соціальних стереотипів проходить досить легко, оскільки соціалізація та культура нав'язують для нас певні норми та правила, які є загально прийнятими та визнаними. Тому люди керуються цими нормами та правилами для того щоб відповідати певним соціальним ролям.

Основні чинники формування соціальних стереотипів є як особистий досвід людини, так і вироблені суспільством норми.

Роблячи висновки слід звернути увагу на те, що стереотипи існують сьогодні у нашому суспільстві. Особливо яскраво себе проявляють гендерні стереотипи. Також варто зазначити про неоднозначну роль стереотипів, з однієї сторони вони мають руйнівний вплив на нашу свідомість, а з іншої вони є носіями певної етнічної інформації, яка допомагала для людей протягом довгого часу бути суспільством.

Результати дослідження засвідчують, що гендерні стереотипи у нашому суспільстві присутні і панують у житті. Від чоловіків у нас чекають захисту і забезпечення сім'ї, а від жінок материнства, виховування дітей і турботи про сім'ю і сімейний затишок, але зараз ще й самореалізацію і роботу для себе. Багато опитуваних зазначали, що ідеалів не буває, що зараз панує рівноправ'я, але кількість цих думок не значна порівняно з кількістю тих, хто вважає інакше. Жінка й досі «хранителька домашнього вогнища», а чоловік і досі «добувач». Але за результатами дослідження можна зробити висновок, що у сучасному українському суспільстві є багато суперечливих гендерних стереотипів і очікувань у жінок і чоловіків, які можуть призводити до конфліктів і непорозуміння між представниками різних статей, а також до нерівності представників різних статей у системі соціальних ролей і системі соціальної стратифікації.

Загальні висновки представлені у таких положеннях:

Дослідження гендерних стереотипів і їх впливу на сучасне суспільство розкриває різні аспекти цієї проблематики, включаючи різницю у вимогах до зовнішності, вибір професії, поділ обов'язків у сім'ї, рівень оплати праці, відносини в колективі та обмеження у виборі кар'єрних шляхів. Під час дослідження гендерних стереотипів, фемінності та маскулінності важливо враховувати аспекти аскрептивності, дескриптивності та прескрептивності гендерної ідентичності, а також їхній вплив на особисті та професійні відносини.

Основні висновки такі: стереотипи визначають уявлення суспільства про те, як повинні поводитися чоловіки і жінки, що впливає на їхні можливості в різних сферах життя, включаючи вибір професії та розподіл обов'язків у сім'ї, а також призводить до нерівності у сплаті праці між представниками за гендерною ознакою. Важливо підкреслити вплив аскрептивності, дескриптивності і прескрептивності гендерної ідентичності на ділові відносини та їхні наслідки для спілкування в колективі та в сім'ї.

Крім того, гендерні стереотипи впливають на виховання дітей та вибір кар'єрного шляху, обмежуючи їхні можливості та інтереси, що може негативно впливати на їхню самооцінку та самовизначення. Таким чином, дослідження гендерних стереотипів спрямоване на розуміння та подолання цих обмежень для побудови більш рівного та справедливого суспільства.

Важливо зрозуміти, що гендерні стереотипи формуються та підтримуються соціокультурними та інституціональними факторами, і їхнє подолання вимагає широкого спектру заходів на різних рівнях суспільства. Підкреслюється необхідність розвитку культури рівності та збалансованого представництва в управлінні та владних структурах, а також створення безпечних просторів для вільного вираження гендерної ідентичності та підтримки усвідомлення власних прав і можливостей для кожного гендеру.

Загальна тенденція в професійному самовизначенні жінок свідчить про переважання важливості соціальних аспектів, зокрема, якісних

міжособистісних відносин на робочому місці, над матеріальною винагородою чи інтересом до змісту роботи. Цей висновок може викликати обурення в умовах, де головними факторами вибору кар'єри вважаються заробітна плата та цікавість професійною діяльністю. Однак, такий підхід підтверджує, що для жінок важливі не лише саме заняття, але й якісні взаємини та підтримка в колективі.

Розглядаючи помилки у діловому етикеті, зазначено, що певні з них є типовими як для чоловіків, так і для жінок. Аналіз свідчить, що чоловіки часто роблять помилки, спілкуючись з жінками-колегами неадекватно та некоректно, використовуючи нецензурну мову чи торкаючись їх неприпустимим чином. Серед помилок жінок можна відзначити недостатню професійну поведінку при обробці телефонних дзвінків, недооцінку власної комунікації з колегами та використання нецензурної лексики. Ці недоліки свідчать про необхідність більшої уваги до питань ділового етикету в організаційному середовищі, де всі члени команди мають дотримуватися стандартів професійної поведінки для досягнення успішних взаємин та результатів.

Після аналізу помилок у діловому етикеті стає очевидним, що як чоловіки, так і жінки можуть бути вразливі до некоректної поведінки. Чоловіки можуть допускати помилки, такі як використання неприпустимої мови та неправильне торкання жіночих колег. З іншого боку, жінки можуть допускати помилки, такі як неадекватна реакція на дзвінки та неприпустиме використання ненормативної лексики на робочому місці. Ці помилки підкреслюють важливість розуміння та дотримання відповідних норм етикету, які сприяють успішним взаємовідносинам та підвищенню професійного статусу у колективі.

Інтеграція гендерно-орієнтованих підходів у кадрову політику та управлінські практики може підвищити ефективність управління персоналом і забезпечити рівні можливості для всіх працівників. Досвід компанії «Оболонь» показує, що стратегічне врахування гендерних особливостей може сприяти гармонізації інтересів підприємства та його працівників.

Незважаючи на позитивний напрямок, важливо враховувати певні обмеження. Проведення правил гендерної рівності в діловому етикеті залишається загальним і потребує конкретизації. Також важливо враховувати різні соціокультурні контексти та фактори, які впливають на сприйняття та виконання таких правил.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Боротьба з мовою ворожнечі. (2022) Переклад Рекомендації CM/REC(2022)16 здійснено Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення. Видання англійською мовою: Combating Hate Speech. Council of Europe. URL = <<https://rm.coe.int/recommendation-cm-rec-2022-16-on-combating-hate-speech-ukrainian-versi/1680a9b672>>.
2. Бортнік, С. М., Саган М. В. (2018) Вирішення конфліктів ділового спілкування в умовах гендерної нерівності Економічний форум. № 2. С. 272–285.
3. Демідко О. О. Гендер і соціальна стратифікація в половецькому суспільстві. Вісник Маріупольського державного університету. Сер.: Історія. Політологія. Т. 2012, № 4-5. С. 65–72.
4. Забіяка, І. (2019) Лист у мережі інтернет як новий тип документа: морально-етичний та діловий аспект: Український інформаційний простір, № 1, С. 222 – 230.
5. Іващенко, О.В. (2018) Гендерна наукова перспектива: від світогляду до політики. Соціологія: Теорія, метода, маркетинг. № 6. С. 78 – 92.
6. Кінг, Л. (2019) Як розмовляти будь з ким, будь-коли і будь-де. Секрети успішного спілкування. Дніпро, Моноліт. 204 с.
7. Колінько М. В. (2019) Міжкультурна комунікація: топологічний вимір: монографія Донец. нац. ун-т ім. Василя Стуса. ТВОРИ, 343 с.
8. Малес, Л.В. (2004) Біологічні, психологічні та соціокультурні чинники / Л.В. Малес. Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. Київ: К.І.С. С. 154-156.
9. Маслова, Ю. П. (2009) Мовна реперзентація гендеру. Наукові записки (Національного університету «Острозька академія»). Серія: Філологічна. Острог : Вид-во НаУ – Острозька академія, Вип. 12. С. 224–233. URL:

<https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/1307/1/maslova6%20120412.pdf> (Дата звернення: 10.04.24.)

10. Маслова, Ю. П. (2010) Репрезентація образів сучасного чоловіка у друкованих ЗМІ : гендерний аспект. Наукові записки (Національного університету «Острозька академія»). Серія: Філологічна. Вип. 16.С. 190-195. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2010_16_32 (Дата звернення: 10.04.24)

11. Маслова, Ю. П. (2014) Роль гендерних стереотипів у розбудові громадянського суспільства (на прикладі сучасних українськомовних ЗМІ). Розвиток громадянського суспільства в Україні: проблеми і перспективи. Громадянське суспільство (Вип. 7). Вид-во НаУОА, Острог, С. 278-297. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/1470/> (Дата звернення: 12.04.24)

12. Мешко, О., Мешко Г. (2016) Гендерні аспекти ділового спілкування в організаціях влади, бізнесу, менеджменту. Гендерні аспекти ділового спілкування в організаціях влади, бізнесу, менеджменту Серія: Педагогіка. № 9. С. 133–138.

13. Миролобенко, Г. Інформаційна етика. Проблеми становлення галузі URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/6957/1/122.pdf> (Дата звернення: 12.04.24)

14. Сабадаш, Ю., Нікольченко, Ю., Дабло, Л. (2021) Культурологія: понятійно-категоріальний апарат у логіці дослідницького процесу. Культура і сучасність : альманах. № 1. С.3-8.

15. Стовелл, Л. (2020) Життя онлайн. Як уберегтися від кібербулінгу, вірусів та інших халеп в інтернеті. Книголав, 144 с.

16. Ткалич, М. Г., Кацович, Я. Ю. (2019) Соціально – психологічні характеристики гендерних груп як суб'єктів гендерної взаємодії. Проблеми сучасної психології. № 2. С. 76 – 83.

17. Усанова, Л. А., Нестеренко, М. М. (2020) Гендерні стереотипи та проблеми лідерства. Філософські обрії. № 43. 306 с.

18. Що таке мова ворожнечі та як з нею боротися. Організація Об'єднаних Націй Україна. URL: <https://ukraine.un.org/en/168160-what-hate-speech-and-how-combat-it> (дата звернення: 20.04.24)
19. Юкочума, Ю. (2021) Гендерні аспекти вітчизняного топменеджменту. Smart and Young. № 5. С. 33–40. URL: <http://dspace.ubs.edu.ua/jspui/handle/123456789/465> (дата звернення: 20.04.24)
20. ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності URL: http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko_opublikovala_pyat_printsipiv_mediynoi_ta_informatsiynoi_gramotnosti/ (дата звернення: 20.04.24)
21. Янковський, С. (2014) Аналітичні моделі політики гендерної рівності. Журнал Культура і Сучасність : альманах. 2011. № 1. С. 45–59.
22. Cultural Studies in the Classroom and Beyond. Editors Jaafar Aksikas, Sean Johnson Andrews, Donald Hedrick (2019). Palgrave Macmillan Cham, 342 p.
23. Ethnomethodology, Conversation Analysis and Constructive Analysis on Formal Structures of Practical Action by Graham Button, Michael Lynch, Wes Sharrock. Routledge. (2023) Taylor & Francis Group:, 316 p.
24. Horizons of Phenomenology. Essays on the State of the Field and Its Applications. Editors: Jeff Yoshimi, Philip Walsh, Patrick Londen (2023). Springer Cham, 355 p.
25. Philosophy of Culture as Theory, Method, and Way of Life. Contemporary Reflections and Applications (2022). Brill:. 432 p.
26. Piechota, G. (2018) Cultural differences in Network communication. Haw Polish, German and Ukrainian netizens use social media. Peter Lang. 155 p.
27. Polishchuk, O. (2015) Mitopoesis i mitologizacja jako fenomeny współczesnej kultury. Mitologizacja kultury w polskiej i iberyjskiej twórczości artystycznej /red. Wojciech Charchalis i Bogdan Trocha. Zielona Góra. P. 33 – 42.
28. Sabadash, J., Petrova, I. (2023) Visualization of Culture Using Computer Technologies. International Journal of Emerging Technologies in Learning. Vol. 17. Issu 10. P. 51-61.

29. Sikorska, I. (2023) Europeanisation and reformation of higher education sector in the Eastern Partnership countries through Bologna process in pursuit of the European integration. *Eastern European Journal of Regional Studies*. Volume 9, issue 2. ISSN: 2537-6179 December, 2023.

30. White, Tracy A., "Ethnopsychology: A Breakdown in Communication" (1999). Honors Theses. Paper 122.