УДК 316

ЭТНИЧНОСТЬ КАК ФАКТОР ВАРИАТИВНОСТИ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ

© 2009 г.

Т.Б. Рябова

Ивановский госуниверситет

riabova2001@inbox.ru

Поступила в редакцию 15.10.2008

Рассматривается проблема устойчивости/изменчивости социальных стереотипов. Демонстрируется, что содержание социальных стереотипов (в частности, стереотипных представлений о мужчинах и женщинах) меняется в случае обозначения дополнительных статусных позиций объектов стереотипизации (в частности, их этнической принадлежности).

Анализируя содержание представлений респондентов о русском мужчине и русской женщине, автор демонстрирует, во-первых, их существенные отличия от традиционного содержания гендерных стереотипов, во-вторых, их изменчивость в зависимости от контекста социальных отношений.

Ключевые слова: социальные стереотипы, гендерные стереотипы, этнические стереотипы, устойчивость и изменчивость стереотипов, взаимовлияние гендерных и этнических стереотипов, стереотипы русского мужчины и русской женщины.

Насколько устойчивы стереотипные представления о слабости женщин, гостеприимстве грузин, неэмоциональности математиков?

Социальные стереотипы – схематизированные, устойчивые, разделяемые и эмоционально окрашенные образы социальных объектов – являются объектом изучения прежде всего психологов [1–4]. Добавляя к стереотипу предикат «социальный», социологи тем самым подчеркивают воздействие социальных факторов на производство, содержание и трансляцию стереотипов, а также роль стереотипов в функционировании общественных отношений. В данной статье мы хотим проанализировать, каким образом корректируется содержание гендерных стереотипов при введении дополнительных статусных позиций мужчин и женщин.

После трудов Генри Тэджфела и Маргарет Шериф идея о том, что стереотипы зависят от контекста межгрупповых отношений и часто используются как способ оправдания негативного отношения к аутгруппе [5, p. 157–159; 6, p. 91], становится все более популярной, в том числе и в отечественной науке [7–10]. Одной из ранних социологических работ, иллюстрирующих этот тезис, стало исследование Л. Диаба (1962). Оно продемонстрировало, что арабские студенты оценивали американцев более позитивно в том случае, если наряду с американцами оценивались и русские. Французов характеризовали как самовлюбленных и низких до тех пор, пока их не начинали сравнивать с теми группами, которые воспринимались респондентами еще более негативно; в этом случае им приписывались демократичность, коммуникабельность, высокий уровень культуры [2, p. 17–18].

Однако социальная роль стереотипов не сводится к проблеме отношений между группами**,** даже группами большими (например, социально-демографическими). Социальные стереотипы являются элементом духовной культуры наряду с ценностями, нормами, обычаями, знаниями. Интерпретация культуры как системы, в которой все элементы взаимосвязаны и взаимообусловлены (Т. Парсонс), создала новые возможности изучения социальных функций стереотипов, в том числе их роли в поддержании взаимодействия с другими элементами системы.

Помимо психологических функций стереотипов, связанных с их ролью в процессе познания и в защите индивидом своих ценностей (когнитивная, ценностно-защитная), следует выделять и социальные. Отметим некоторые из них.

С*оциализационная* функция социальных стереотипов состоит в передаче знаний, заключенных в их содержании, в обучении нормам поведения по отношению к стереотипизируемым социальным группам. *Интеграционная* функция связана с тем, что стереотипы, наряду с ценностями и нормами, становятся объединяющим, гомогенизирующим фактором. Так, разделяемые представления о мужских и женских каче-

ствах, о качествах, скажем, русских, американцев, французов способствуют созданию общего информационного пространства [11, p. 23], позволяют членам общества вести разговор «на одном языке», почувствовать принадлежность к данному социуму и, следовательно, поддерживают стабильность, устойчивость социальной системы. Функция *социального контроля* заключается в том, что стереотипы не только объясняют отношения между социальными группами, но и поддерживают их. Например, гендерные стереотипы поддерживают отношения асимметрии, иерархии как между полами, так и внутри них, гарантируя стабильность социальных норм.

Наконец, социальные стереотипы имеют функцию *поддержания власти.* Власть может осуществляться не только с помощью силы, но и в форме сигнификации в форме легитимации. В качестве основных ресурсов власти в этом случае функционируют идеи, значения и ценности [12, p. 12–15]. Социальные стереотипы, принимая участие в производстве значений и ценностей, вовлекаясь в организацию определенной картины мира и в легитимацию власти, становятся ресурсом власти.

Одним из самых распространенных способов использования стереотипов в производстве значений – включение их в репрезентации, являющиеся представлением кого-либо или чего-либо в определенном свете, с определенной точки зрения (то есть репрезентация – это всегда интерпретация, содержащая оценку). Социальные репрезентации подвижны и относительны, в частности, потому, что различные группы постоянно борются за удобную для себя интерпретацию того или иного события [13, p. XIV.], предлагают свой путь видения ситуации. Значение конструируется непосредственно в самом процессе репрезентации. Иными словами, стереотипизируемая группа не просто описывается в тех или иных категориях – стереотип создается в самом процессе инаковизации. Таким образом, стереотип есть важнейшее дискурсивное свойство идеологической конструкции социальных групп и категорий [14, p. 5; 13, p. 1; 4, p. 148].

Стереотипы помогают определить Своих и Чужих, вырабатывают систему оценок и предпочтений. Основная закономерность здесь определяется ингрупповым фаворитизмом: позитивной оценкой Своих и негативной Чужих, и это также является способом продуцирования отношений власти и подчинения.

Поскольку стереотипы используются для характеристики Чужих групп и зависят от состояния межгрупповых отношений и от социального контекста в целом, они не могут быть неподвижными, ригидными структурами. Характер устойчивости/пластичности социальных стереотипов нетрудно проиллюстрировать на примере гендерных стереотипов.

Под гендерными стереотипами обычно понимают «структурированный набор представлений о персональных характеристиках мужчин и женщин» [15, p. 89]. К. Дио и Л. Льюис включали в этот набор представления о различных личностных качествах мужчин и женщин, в том числе об их физических качествах и внешности, о поведенческих моделях, об умениях и интересах, а также о гендерной специфике социальных ролей и занятий [16–17]. Содержание гендерных стереотипов является весьма сходным и устойчивым в большинстве обществ [18–20].

Гендерные стереотипы относятся к числу наиболее значимых для человека. Д. Шнайдер, один из крупнейших современных исследователей стереотипов, выделяет «большую тройку» социальных стереотипов, куда, помимо гендерных, помещает также возрастные и расовые/ этнические. Они содержат значительно больше информации, чем другие (например, стереотипы «нового русского», ковбоя, провинциала и т.п., в которых акцентируются лишь отдельные атрибуты социальной группы), и при этом выступают фактором, оказывающим влияние на социальную иерархизацию, очевидно, в большинстве культур [21, p. 437].

Одним из важнейших свойств гендерных стереотипов считается их устойчивость. Собственно, именно благодаря данному свойству исследуемый феномен и был назван У. Липпманом «стереотип». Например, современные представления о женской эмоциональности и средневековые идеи о «неспособности женщины контролировать свои чувства» выглядят почти идентичными, равно как не изменились в течение тысячелетия представления о корреляции власти с мужским – разумным, справедливым, не подверженным эмоциям – началом. Налицо также сходство современных стереотипов мужской независимости, агентивности (ресурсность субъектности), ответственности с античными и средневековыми представлениями о том, что мужчина должен нести ответственность за «неразумную, безответственную женщину» [22].

Однако стереотипы как представления о характеристиках социальных объектов, будучи устойчивыми, не являются неизменными – они достаточно пластичны. Их содержание корректируется в зависимости от социального контек-

ста – статусных позиций субъектов и объектов стереотипизации, характеристики межгрупповых отношений.

Среди факторов, обусловливающих вариативность представлений о мужчинах и женщина, М. Киммел, во многом основываясь на идеях Р. Коннелла о множественности маскулинности [23], выделяет, в том числе, влияние культуры, социального класса, расы, этничности, профессионального статуса, сексуальной ориентации и других дифференцирующих признаков [24, с. 146–147]; о вариативности маскулинности и фемининности в разных культурах см. также: [25–26].

Роль этнического/расового фактора в модификациях гендерных стереотипов исследовалась особенно часто (прежде всего, по понятным причинам, на американском материале). Было установлено, что чернокожие мужчины в США воспринимаются иначе, чем белые: как менее компетентные, менее независимые, менее агентивные, а черные женщины, напротив, как более активные, более независимые и менее эмоциональные, чем белые женщины [27, p. 4; 28, p. 16; 13, p. 452]; последнее связано с исторически более активной ролью чернокожих женщин на рынке труда. Латиноамериканским мужчинам приписывают гипермаскулинность, а женщинам – особую женственность, любовь, материнство, выносливость [29, p. 25–27; 28, p. 17]. Существует специфика восприятия француженок и французов, немцев и немок, женщин и мужчин из других национальных групп. Ниже мы вернемся к вопросу о стереотипах русского мужчины и русской женщины.

Не менее важным фактором, корректирующим гендерные стереотипы, выступают возрастные стереотипы. Например, поскольку с возрастом женщины становятся все более агентивными, в стереотип женственности вносятся коррективы, связанные с оценкой ее деятельности, активности и социального положения [28, p. 20]. Модифицирует стереотипы также сексуальная ориентация (содержание стереотипа женственности во многом совпадает со стереотипом мужской гомосексуальности [28, p. 9; 16, p. 191]), классовая принадлежность (женщина из низшего класса часто описывается как более пассивная и безответственная, чем представительница среднего класса) [30, p. 69; 27, p. 4]. Кроме того, считается, что гендерные стереотипы и распространены намного меньше в среде высшего и среднего классов, что связано с увеличением роли других значимых статусных позиций [28, p. 20]. При этом, как свидетельствуют исследования, классовая принадлежность женщин оказывается более значимым фактором для воспринимающих, чем классовая принадлежность мужчин [31, p. 23; 28, p. 20].

Пластичность гендерных стереотипов связана и с тем, что они, как и другие стереотипы, изменяются вместе с изменением социальных представлений и норм. Например, изменениями в американском стереотипе русских сопровождалось ухудшение во взаимоотношениях США и СССР после Второй мировой войны. Исследование конца 1940-х гг. выявило, что по сравнению с военным временем русских стали чаще характеризовать как жестоких и самодовольных и реже как трудолюбивых и храбрых [2, p. 16]. Ушли в прошлое однозначно разделяемые представления о мужчине как единственном кормильце и защитнике семьи и о женщине как о слабом и беспомощном создании, что во многом обусловлено резко возросшей в новейшее время ролью женщины в производстве общественных благ и в социальной жизни.

Отметим еще одно обстоятельство, влияющее на восприятие мужчин и женщин в рамках стереотипных представлений. Подчеркивание в стереотипе двух статусов (русская бабушка, молодой политик, деловая женщина, адвокат-чеченец) не означает автоматического сложения соответствующих характеристик. Образуется некое особое содержание, которое частично совпадает и с тем, и с другим; кроме того, могут появиться и новые смыслы. Так, стереотипные представления о чернокожих женщинах-адвокатах, которые разделяет большинство современных американцев, предполагают, что те готовы активно бороться за права бедных женщин, то есть им приписывают черту, которая не ассоциируется ни с категорией женщин, ни с категорией чернокожих, ни с категорий адвокатов. Это дает основания исследователям выделять особые виды стереотипов тех социальных групп, которые основаны на нескольких социальных статусах. Они полагают, что данным социальным группам приписываются вполне определенные, разделяемые и устойчивые черты, не сводящиеся к сумме характеристик каждого из статусов, что позволяет говорить об их стереотипизации [21, p. 449].

Использование гендерных стереотипов в отношении одних и тех же людей различается и в зависимости от социальной ситуации: в одном случае женщину-офицера сравнивают с мужчиной-офицером, в другом – с женщиной-няней [16, p. 191; 21, p. 83]; очевидно, во втором случае ее будут считать более агентивной. От социального контекста зависит и оценка стереотипических качеств: так, «женская мягкость»

может оцениваться позитивно или негативно в зависимости от того, употребляется ли этот маркер в отношении женщины-политика или женщины-домохозяйки [21, p. 556].

Одной из гипотез нашего эмпирического исследования устойчивости/пластичности гендерных стереотипов было предположение о том, что содержание гендерных стереотипов частично меняется в случае обозначения дополнительных статусов стереотипизируемой группы.

Содержание гендерных стереотипов исследовалось за последние сорок лет и психологами, и социологами достаточно много и по разным методикам. Один из первых перечней «мужских» и «женских» качеств был составлен в результате эмпирического исследования группы психологов под руководством И. Броверман (1968) [19, p. 61, 71–74]. Стоит заметить, что представители обоих полов демонстрировали высокий уровень согласия в отношении того, какие качества можно считать мужскими и какие женскими.

В стереотипном образе мужчины присутствуют качества, связанные, во-первых, с деятельностью и активностью, во-вторых, с властью и управлением (например, предприимчивость, решительность, самообладание, властность, сила, ответственность). Женщине, напротив, отказывается в этих качествах (ей приписываются пассивность, нерешительность, покорность, беспомощность, слабость и др.). В когнитивной сфере «мужские» рациональность, объективность и др. противопоставляется «женским» иррациональности, некритичности восприятия и даже глупости; в эмоциональной сфере «мужскими» считаются сдержанность, хладнокровие, а «женскими» внушаемость, чувствительность, легкая смена эмоциональных состояний [20]. Стереотипизации подвергается круг социальных ролей мужчин и женщин. Маскулинность традиционно связывается с публичной сферой, с участием в жизни общества, фемининность с приватной сферой (семья, дом, воспитание детей, быт). Мужчина воспринимается в первую очередь как работник и гражданин, а женщина как жена и мать.

Достаточно распространенной является точка зрения о том, что гендерно маркированные качества могут быть объединены в две большие группы – инструментальные/агентивные каче-

Таблица 1

Мнение респондентов о том, с кем – мужчинами или женщинами – у них ассоциируются персональные качества (в % от числа опрошенных)

С кем у Вас ассоциируются следующие качества?	С мужчинами	С женщинами	С теми и другими	Не знаю
Сила	85.8	2.3	9.7	2.2
Жесткость, твердость	74.3	2.5	20.4	2.8
Самообладание	61.1	9.7	24.6	4.6
Надежность	53.0	11.4	31.1	4.5
Решительность	50.8	11.4	35.2	2.6
Ум	24.8	7.6	66.1	1.5
Справедливость	20.9	14.2	58.0	6.9
Ответственность	20.8	28.1	49.6	1.5
Воля	47.3	8.4	41.2	3.1
Амбициозность	38.7	16.7	34.7	9.9
Честность	16.1	11.7	63.8	8.4
Терпеливость	10.3	65.5	20.9	3.3
Миролюбие	8.3	54.2	32.5	5.0
Тактичность	7.1	46.2	40.3	6.4
Доброта, отзывчивость	5.1	48.5	43.9	2.5
Эмоциональность	3.3	72.2	23.2	1.3
Пассивность	29.6	19.6	25.7	25.1
Трусость	27.3	14.6	27.9	30.2
Внушаемость	11.1	51.7	25.4	11.8
Непредсказуемость	7.4	73.0	13.5	6.1
Слабость	6.3	59.4	22.1	12.2
Уступчивость	13.4	65.3	17.8	5.5

ства, которые приписываются мужчинам и которые связаны с действиями, с проявлениями компетентности и рациональности, и экспрессивные, «женские» качества, связанные с эмоциональной теплотой [19].

В ходе анкетного опроса мы проверили, насколько разделяют наши респонденты стереотипные представления о мужчинах и женщинах. (Опрос проводился в мае 2007 г. Выборка (стратифицированная непропорциональная) репрезентативна для г. Иванова. N = 400.) Респондентам было предложено ответить, какие качества из предложенного списка (30 единиц) можно считать мужскими, женскими или же присущими представителям обоих полов. Оговоримся, что в список мы включили только те стереотипно мужские (например, сила, решительность, самообладание) и стереотипно женские (миролюбие, терпеливость, эмоциональность) качества, которые являются релевантными отношениям власти и подчинения. Полученные данные свидетельствуют о том, что точка зрения ивановских респондентов оказалась достаточно типичной. Так, силу уверенно приписали мужчине 85.8 % респондентов, женщине – лишь 2.3 %, и 9.7 % атрибутировали ее и тем, и другим. Наоборот, слабость ассоциировали с женщинами 59.4 % респондентов, с мужчинами – лишь 6.3 %. Чисто женскими характеристиками считали и терпеливость (65.5 %), и миролюбие (54.2 %), и внушаемость (51.7 %), и легкую смену убеждений (64.8 %). В таблице 1 показано, как распределились мнения респондентов в отношении ряда упоминаемых качеств.

Как явствует из таблицы, «мужскими» респонденты считают силу, жесткость и твердость, самообладание, властность, надежность, решительность; «женскими» – эмоциональность, доброту и отзывчивость, заботу, слабость, тактичность, непредсказуемость, миролюбие, терпеливость, внушаемость, уступчивость.

Далее мы поставили себе цель выявить, в какой степени соответствуют гендерным стереотипам представления о русском мужчине и русской женщине.

Респондентам было предложено указать черты, характерные для русского мужчины и русской женщины (вопрос был полузакрытым, на выбор предлагались 20 качеств). Первое, что следует отметить, образ русской женщины оказался безусловно позитивным: в первой десятке качеств, называемых респондентами, вообще отсутствовали те, которые оцениваются негативно. Чаще всего респондентами отмечались следующие качества русских женщин: красота (53.8 %), хозяйственность (52.8 %), трудолюбие (50.5 %), заботливость (43.9 %), женственность (42.1 %), доброта (37.1 %), образованность (31.5 %), ум (29.4 %), сила (21.6 %), душевность (20.8 %), независимость (20.1 %), верность (19.5 %). Лишь небольшая часть респондентов назвала их слабыми (3.2 %), пассивными (1.9 %) и ленивыми (1.5 %). В этом образе присутствуют как стереотипно женские черты, экспрессивные характеристики (заботливость, доброта, душевность), так и те, которые не совпадают со стереотипом женщины. Прежде всего отметим наличие в образе маркеров силы и независимости, которые традиционно приписываются мужчинам, а также практически отсутствие слабости и пассивности.

Столь позитивный образ русской женщины легко было бы объяснить ингрупповым фаворитизмом, закономерностями противопоставления Своих и Чужих, если бы представление о русском мужчине, разделяемое респондентами, не оказалось достаточно неоднозначным, включая в себя и позитивные, и негативные качества (в числе которых, например, пассивность и несамостоятельность). Перечислим наиболее часто встречавшиеся варианты ответов. Для русских мужчин характерны: злоупотребление алкоголем (49 %), выносливость (42.3 %), патриотизм (35.4 %), мужественность (30.3 %), сила (27.2 %), непритязательность (24.9 %), ум (23.1 %), безынициативность (23.3 %), зависимость от женщин (22.1 %), отзывчивость (21.3 %), трудолюбие (20.3 %). Независимость отметили лишь 8.7 %, а властность – 10.5 %. Показательны и те качества, которые респонденты предлагали сами: по их мнению, русский мужчина слабый, бесхарактерный, безответственный, ненадежный, ленивый, пассивный, самолюбивый, избалованный, терпеливый, «жадный до халявы». В качестве несоответствия стереотипному образу мужчины отметим также приписывание нашим соотечественникам безынициативности, зависимости от женщины, отзывчивости, а также низкий уровень атрибутирования им независимости и силы.

Таким образом, при оценке группы, обладающей двумя статусами (гендерным и этническим), содержание гендерных стереотипов, как и предполагалось в нашей гипотезе, изменилось под влиянием этнических аутостереотипов.

Обратим внимание на то обстоятельство, что уровень приписывания русскому мужчине безынициативности, пассивности и зависимости от женщин достаточно высок, но семь-десять лет назад в России он был гораздо выше, о чем свидетельствуют и лингвистические, и социологические исследования. В проведенном под мо-

им руководством дипломном исследовании (Т.Б. Рябова, Т.В. Жесткова, 2003, г. Иваново) на открытый вопрос о качествах русского мужчины самыми частыми ответами были «слабость» и «лень» (аналогичные данные см.: [32]). Напротив, уровень атрибутирования русским мужчинам характеристик, составляющих традиционный стереотип мужчины (в том числе силы, мужества, решительности, инструментальных качеств), за этот период значительно вырос.

Очевидно, подобная динамика обусловлена, с одной стороны, обретением нашими соотечественниками за последние годы большей экономической самостоятельности и социальной независимости, с другой стороны, ремаскулинизацией национальной идентичности [33], связанной с ростом высокой оценки маскулинности Своих мужчин и с определенной демаскулинизацией мужчин Чужих, каковыми являются западные мужчины, прежде всего американцы.

Понятным этот тезис становится, если сравнить рассмотренные образы русских мужчин и русских женщин с образами представителей тех наций, которые выполняют роль «значимых Других» в коллективной идентичности русских. В связи с этим для нашего исследования оказывается эвристичным тезис Дж. Моссе о том, что помимо позитивного стереотипа существует и негативный; эти два стереотипа поддерживают и взаимообусловливают друг друга. Так, маскулинный стереотип укрепляется существованием стереотипа мужчины, «который не только потерпел неудачу в достижении идеала, но чьи душа и тело являются оппозицией подлинной маскулинности». Иными словами, негативный стереотип – это противоположность нормативной маскулинности [34].

Одним из негативных стереотипов в современной России является стереотип американца. Еще одно исследование, которое было проведено нами в г. Иванове, преследовало цель изучить гендерные аспекты антиамериканизма. Оно показало, что американские женщины воспринимались в значительно меньшей степени женственными по сравнению с русскими, а русские мужчины получали более высокие оценки по позициям маскулинности, чем американцы [35] (заметим, полученные значения мужественности русских мужчин по сравнению с американскими мужчинами были в этом исследовании существенно выше, чем в предыдущем исследовании, когда респондентам предлагалось оценить качества, присущие только одной группе – русским мужчинам). Эти данные свидетельствуют не только о тенденции ингруппового фаворитизма в оценке Своих и Чужих мужчин, но и согласуются с тезисом Р. Коннелла о том, что различные типы маскулинности и фемининности находятся в постоянной конкуренции и борьбе [23].

Таким образом, содержание гендерных стереотипов, которое кажется стабильным и неизменным, находится под влиянием социального контекста. В случае появления у стереотипизируемой группы дополнительного статуса оно корректируется, обнаруживая тем самым зависимость от характера социальных отношений между субъектом и объектом стереотипизации.

Список литературы

1. Шихирев П.Н. Стереотип социальный // Российская социологическая энциклопедия / Под ред. Г. В. Осипова. М., 1998. С. 538.

2. Oakes P.J., Haslam S.A., Turner J.C. Stereotyping and Social Reality. Oxford, 1994. 255 p.

3. Stereotypes and Stereotyping / ed. by C.N. Macrae, C. Stangor, M. Hewstone. N.Y., 1996. 462 p.

4. Hinton P.R. Stereotypes, Cognition and Culture. East Sussex, 2000. 208 p.

5. Tajfel H.P. Social Identity and Intergroup Relations. Cambr. – Paris, 1982. 528 p.

6. Sherif M., Sherif C.W. Groups in Harmony and Tension: An Integration of Studies on Intergroup Relations. N.Y., 1961. 316 p.

7. Психологические проблемы социальной регуляции поведения / Под ред. Е.В. Шороховой, М.И. Бобневой. М., 1976. 367 с.

8. Шихирев П.Н. Современная социальная психология. М., 2000. 448 с.

9. Агеев В.С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. М., 1990. 240 с.

10. Агеев В.С. Психологическое исследование социальных стереотипов // Вопр. психологии. 1986. № 1. С. 10–20.

11. Berting J., Villain-Gandossi C. The Role and Significance of National Stereotypes in International Relations: An Interdisciplinary Approach // Stereotypes and Nations / ed. by T. Walas. Cracow, 1995. P. 13–29.

12. Scott J. Power. Cambr.-Malden, 2001. 184 p.

13. Pickering M. Stereotyping: the Politics of Representation. Houndmills. Basingstoke, 2001. 246 p.

14. Kitzinger C., Wilkinson S. Theorizing Representing the Other // Representing the Other: A Feminist and Psychology Reader / ed. by S.Wilkinson, S.Kitzinger. L., 1996. P. 1–33.

15. Ashmore R.D., Del Boca F.K., Wohlers A.J. Gender Stereotypes // The Social Psychology of Female-Male Relations: A Critical Analysis of Central Concepts / ed. by Ashmore R.D., Del Boca F.K. N.Y., 1986. P. 69–119.

16. Deaux K., Lewis L.L. Structure of Gender Stereotypes: Interrelations among Components and Gen-

der Label // Journal of Personality and Social Psychology. 1984. № 46. P. 991–1004.

17. Клецина И.С. Гендерная социализация. СПб., 1998. 92 с.

18. Williams J.E., Best D.L. Measuring Sex Stereotypes. A Thirty-Nation Study. Beverly Hills, 1982. 368 p.

19. Broverman I., Vogel S.R., Broverman D.M., Clarkson F.E., Rosenkrantz P.S. Sex Role Stereotype: A Current Appraisal // Journal of Social Issues. 1972. № 28 (2). P. 59–78.

20. Рябова Т.Б. Стереотипы и стереотипизация как проблема гендерных исследований // Личность. Культура. Общество. 2003. Т. V. Вып. 1–2 (15–16). С. 120–139.

21. Schneider D.J. The Psychology of Stereotyping. N.Y. – L., 2004. 704 p.

22. Рябова Т.Б. Женщина в истории западноевропейского средневековья. Иваново, 1999. Гл. 1. 211 с.

23. Connell R.W. Masculinities. Berkeley, 1995. 324 p.

24. Киммел М. Гендерное общество. М.: РОССПЭН, 2006. 458 с.

25. McClintock A. Imperial Leather: Race, Gender, and Sexuality in the Colonial Contest. N.Y., 1995. 449 p.

26. Mohanty C.T. Under Western Eyes: Feminist Scholarship and Colonial Discourses // Dangerous Liaisons: Gender, Nation, and Postcolonial Perspectives / ed. by A. McClintock, A. Mufti, E. Shohat. Minneapolis, 1997. P. 255–277.

27. Basow S.A. Gender Stereotypes and Roles. Pacific Grove, 1992. 447 p.

28. Lips H.M. Sex and Gender: An Introduction. Radford Univ. press. 1997. 513 p.

29. Zinn M.B. Chicano Men and Masculinity // Men's Lives / ed. by M.S. Kimmel, M.A. Messner. Boston, 2001. P. 25–27.

30. Landrine H. Race and Class Stereotypes of Women // Sex Roles. 1985. Vol. 13 (1–2). P. 65–75.

31. Liddle J., Michielsens E. Gender, Class and Political Power // Gendering Elites: Economic and Political Leadership in 27 Industrialized Societies / ed. by M. Vianello, G. Moore. L., 2000. P. 21–24.

32. Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты. М., 1999. 189 с.

33. Рябов О.В., Рябова Т.Б. «Россия поднимается с колен»: ремаскулинизация и новая российская идентичность // Личность. Культура. Общество**.** Т. 10. Вып. 3–4 (42–43) С. 250–256.

34. Mosse G. The Image of Man: The Creation of Modern Masculinity. Oxford, 1996. 232 p.

35. Рябова Т.Б., Лямина А.А. Антиамериканизм по-ивановски: (К вопросу о гендерном измерении этнических стереотипов) // Женщина в российском обществе. 2007. № 1. С. 50–57.

ETHNICITY AS A FACTOR OF VARIABILITY OF GENDER STEREOTYPES

T.B. Riabova

The paper examines the problem of stability and variability of social stereotypes. The author shows that the content of social stereotypes (e.g. stereotypical attitudes to men and women) is changed if additional status of a stereotyped object is marked (e.g. its ethnicity).

When analyzing the content of respondents' attitudes to Russian men and Russian women, the author demonstrates, first, their essential distinctions from the traditional content of gender stereotypes, second, their variability depending on the context of social relations.