МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації

Кафедра психології, педагогіки та суспільних дисциплін

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему: Соціально-психологічні чинники ціннісного розвитку підприємців: гендерний аспект

Здобувача вищої освіти
другого (магістерського) рівня
ПСМЗ-24-1 групи,
спеціальності 053 «Психологія»
ОПП «Психологія. Психологія бізнесу»

_____ **А.В. Курта**
підпис здобувача вищої освіти

Науковий керівник
_____ **О.Б. Готра**
підпис наукового керівника к. іст.н., доцент

Гарант освітньо-
професійної програми
_____ **Т.А. Ткачук**
підпис керівника ОПП д. психол. н., проф.

Допущено до захисту за рішенням кафедри психології, педагогіки та суспільних дисциплін протокол від «5» грудня 2025 р. № 6

Завідувач кафедри
_____ **І.О. Пєтухова**,
підпис к. пед. н., доцент

Ірпінь – 2026

Реєстрація № 18 06.02.2026 _____
(дата) (підпис відповідальної особи)

Результати перевірки *до захисту* _____ _____
(до захисту, на доопрацювання) (дата) (підпис)

Результат захисту 86 45 B 09.02.26 _____
(оцінка) (дата) (підпис)

Голова комісії: _____ А.М. Маслюк
(підпис) (ініціали, ПІБ)

Члени комісії: _____ Т.А. Ткачук
(підпис) (ініціали, ПІБ)

_____ О.Г. Льовкіна
(підпис) (ініціали, ПІБ)

_____ І.Е. Коваленко
(підпис) (ініціали, ПІБ)

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціально-гуманітарних технології, спорту та реабілітації
Кафедра психології, педагогіки та суспільних дисциплін
Спеціальність 053 «Психологія»
Освітньо-професійна програма «Психологія. Психологія бізнесу»

Затверджую:
Завідувач кафедри психології, педагогіки та суспільних дисциплін
_____ І.О. Пєтухова

Завдання на кваліфікаційну роботу
здобувача вищої освіти

Курти Анни Володимирівни
(прізвище, ім'я, по батькові)

Тема кваліфікаційної роботи: **Соціально-психологічні чинники ціннісного розвитку підприємців: гендерний аспект**
Затверджена наказом ректора від 07.06.2025 № 499
Термін подачі закінченої роботи: 11.02.2026

Цільова установка полягає в теоретико-методологічному аналізі соціально-психологічних чинників ціннісного розвитку особистості; емпіричному дослідженні гендерних особливостей ієрархії життєвих цінностей, мотиваційних установок та сфер їх реалізації у чоловіків і жінок; визначенні взаємозв'язку між типом гендерної ідентичності (маскулінний, фемінний, андрогінний) та структурою ціннісних пріоритетів; розробці системи психологічних умов та методичних рекомендацій, спрямованих на гармонізацію ціннісної сфери та формування адаптивної андрогінної особистості, вільної від деструктивного впливу гендерних стереотипів.

Мета роботи полягає в тому, щоб теоретично обґрунтувати та емпірично дослідити соціально-психологічні чинники ціннісного розвитку підприємців в гендерному контексті.

Об'єктом дослідження є ціннісний розвиток особистості.

Предметом дослідження є гендерні особливості та соціально-психологічні чинники ціннісного розвитку підприємців.

База дослідження. У дослідженні взяли участь 52 особи віком від 19 до 35 на базі ГО «Центр психологічного та фізичного здоров'я «ЕЙРА», м. Київ.

Календарний план виконання роботи

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання	
		За планом	Фактично
1	Вибір та затвердження теми кваліфікаційної роботи	до 30.11.2024	30.11.2024
1.1	Вивчення літературних джерел та складання плану роботи	до 30.12.2024	23.12.2024
2	Підготовка розділів кваліфікаційної роботи та подання їх на перевірку керівнику		
2.1	Підготовка першого розділу кваліфікаційної роботи	15.01.2025 – 20.03.2025	15.03.2025
2.2	Підготовка другого розділу кваліфікаційної роботи	01.04.2025 – 15.09.2025	14.07.2025
2.3	Підготовка третього розділу кваліфікаційної роботи	до 23.11.2025	20.11.2025
3	Попередній захист кваліфікаційної роботи	до 01.12.2025	05.12.2025
4	Подання роботи на перевірку наявності академічного плагіату	до 25.12.2025	13.01.2026
5	Отримання відгуку керівника кваліфікаційної роботи	до 18.01.2026	30.01.2026
6	Отримання зовнішньої рецензії	до 18.01.2026	16.01.2026
7	Допуск кваліфікаційної роботи завідувачем кафедри до захисту	до 30.01.2026	05.12.2025
8	Захист кваліфікаційної роботи	лютий 2026	10.02.2026

1. Дата видачі завдання «30» 11 2024 р.
2. Керівник кваліфікаційної роботи _____ О.Б. Готра
3. Керівник освітньо-професійної програми _____ Т.А. Ткачук
4. Завдання до виконання отримав здобувач вищої освіти _____ А.В. Курта

АНОТАЦІЯ

У дипломній роботі досліджено соціально-психологічні чинники та механізми ціннісного розвитку особистості в гендерному контексті. Основна увага приділяється теоретичному аналізу впливу гендерної соціалізації на формування аксіосфери, емпіричному дослідженню відмінностей у ціннісних пріоритетах чоловіків та жінок, а також розробці шляхів їх гармонізації. Дослідження проводилось на вибірці 52 осіб (26 чоловіків та 26 жінок) віком від 19 до 35 років. За допомогою методик PVQ-R, LVI та BSRI встановлено наявність суттєвих диспропорцій: чоловіки демонструють домінування цінностей самоствердження, фінансового успіху та автономії, тоді як жінки орієнтовані на цінності виходу за межі «Я», приналежності та турботи. Виявлено, що найбільш збалансованою є ціннісна система осіб з андрогінним типом ідентичності. На основі отриманих результатів розроблено диференційовані рекомендації для чоловіків та жінок, спрямовані на інтеграцію агентних та комунальних рис, розвиток емоційного інтелекту та подолання рольових конфліктів.

Ключові слова: цінності особистості, гендерна соціалізація, гендерна ідентичність, маскулінність, фемінність, андрогінія, життєві пріоритети.

ABSTRACT

This thesis investigates the socio-psychological factors and mechanisms of value development of personality in a gender context. The main focus is on the theoretical analysis of the influence of gender socialization on the formation of the axiosphere, the empirical study of differences in value priorities of men and women, and the development of ways to harmonize them. The research was conducted on a sample of 52 individuals (26 men and 26 women) aged 19 to 35. Using PVQ-R, LVI, and BSRI methods, significant disparities were established: men demonstrate a dominance of values of self-enhancement, financial success, and autonomy, while women are oriented towards values of self-transcendence, belonging, and care. It was found that the value system of individuals with an androgynous identity type is the most balanced. Based on the obtained results, differentiated recommendations for men and women were developed, aimed at integrating agentic and communal traits, developing emotional intelligence, and overcoming role conflicts.

Keywords: personality values, gender socialization, gender identity, masculinity, femininity, androgyny, life priorities.

ЗМІСТ

ВСТУП 8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ЦІННІСНОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ 11
1.1. Психологічна сутність та структура ціннісної сфери особистості 11
1.2. Гендерна соціалізація як фактор ціннісної сфери особистості 20
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЦІННІСНОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ В ГЕНДЕРНОМУ КОНТЕКСТІ 31
2.1. Організація та методи емпіричного дослідження 31
2.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження 36
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ГАРМОНІЗАЦІЇ ЦІННІСНОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ 50
3.1. Психологічні умови подолання диспропорцій у ціннісній сфері особистості 50
3.2. Методичні рекомендації щодо психологічного супроводу ціннісного розвитку з урахуванням гендеру 53
ВИСНОВКИ 60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 62
ДОДАТКИ 66

ВСТУП

Актуальність дослідження. Актуальність теми зумовлена тим, що в умовах сучасних соціокультурних трансформацій відбуваються суттєві зміни у структурі гендерних ролей та ціннісних орієнтацій особистості. Особливої гостроти ця проблема набуває в умовах воєнного стану та соціальної нестабільності в Україні, коли традиційні стереотипи про «чоловічу» та «жіночу» поведінку піддаються випробуванням реальністю, а особистість змушена шукати нові опори для збереження ментального здоров'я. Дослідження соціально-психологічних чинників, що визначають формування цінностей у чоловіків та жінок, є важливим для розробки ефективних стратегій психологічної допомоги, спрямованих на подолання внутрішньоособистісних конфліктів та гармонізацію особистості.

Значний внесок у розробку проблематики ціннісної сфери та гендерної психології зроблено в роботах таких дослідників як М. Рокич, А. Маслоу, В. Франкл, Ш. Шварц, Д. Леонтьєв, С. Бем, І. Кон. Особливості гендерної соціалізації та становлення особистості в українському контексті висвітлювали Т.М. Титаренко, Т.В. Говорун, О.М. Кікінежді, В.П. Кравець, Т.М. Мельник, Л.Е. Орбан-Лембрик. Проблема трансформації цінностей молоді досліджувалась І.Д. Бехом, М.Й. Боришевським, С.Д. Максименком. Незважаючи на значну кількість наукових праць, недостатньо вивченими залишаються конкретні механізми впливу типу гендерної ідентичності на ієрархію життєвих цінностей та практичні аспекти формування ціннісної гнучкості (андрогінії) у консультативній практиці.

Об'єкт дослідження – ціннісний розвиток особистості.

Предмет дослідження – гендерні особливості та соціально-психологічні чинники ціннісного розвитку підприємців.

Мета дослідження – теоретично обґрунтувати та емпірично дослідити соціально-психологічні чинники ціннісного розвитку підприємців в гендерному контексті.

Для досягнення мети необхідно виконати наступні **завдання дослідження**:

1. Здійснити теоретичний аналіз наукової літератури щодо ціннісного розвитку особистості.

2. Емпіричного дослідити та охарактеризувати особливості ціннісного розвитку підприємців в гендерному контексті.

3. Розробити практичні рекомендації, спрямовані на гармонізацію ціннісної сфери підприємців з урахуванням гендерних особливостей для використання у консультативній практиці.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження та вирішення означених завдань було використано комплекс методів, що включає теоретичний аналіз, синтез, узагальнення. Також були застосовані емпіричні методики дослідження, серед яких: «Портретний ціннісний опитувальник» (PVQ-R) Ш. Шварца для вивчення базових мета-цінностей; «Опитувальник життєвих цінностей» (Life Values Inventory, LVI) Д. Брауна та Р. К. Крейса для аналізу поведінкових пріоритетів; «Опитувальник статевих ролей» (BSRI) С. Бем для визначення типу гендерної ідентичності.

Наукова новизна полягає в тому, що: вперше комплексно досліджено взаємозв'язок між біологічною статтю, типом гендерної ідентичності (маскулінний, фемінний, андрогінний) та ієрархією життєвих цінностей на вибірці сучасної української молоді; уточнено зміст гендерних диспропорцій у ціннісній сфері (домінування агентних цінностей у чоловіків та комунальних у жінок); розширено уявлення про роль андрогінії як фактора ціннісної збалансованості та адаптивності особистості.

Практична значущість полягає у можливості застосування розроблених практичних рекомендацій та стратегій «зустрічного руху» в роботі практичних психологів, сімейних консультантів та HR-фахівців. Матеріали дослідження можуть бути використані при розробці тренінгових програм з розвитку емоційного інтелекту, гендерної рівності та особистісного зростання, а також у процесі підготовки фахівців за спеціальністю 053 Психологія.

База дослідження. Емпіричне дослідження проводилось серед осіб віком від 19 до 35 років на базі ГО «Центр психологічного та фізичного здоров'я «ЕЙРА», м. Київ. Загалом у дослідженні взяли участь 52 особи (26 чоловіків та 26 жінок) з різним рівнем освіти та сімейним станом. Формування вибірки здійснювалося з дотриманням принципу гендерного паритету.

Апробація дослідження. Результати досліджень були відображені у матеріалах міжнародної конференції:

Курта А.В., Пєтухова І.О. Самовдосконалення як соціально-психологічний механізм прогресивних змін особистості / Актуальні проблеми психологічної та соціальної адаптації в умовах кризового суспільства: матеріали VIII Міжнародної конференції (23–25 квітня 2025 року) – Ірпінь: Державний податковий університет, 2025. – С. 312–314 [17].

Курта А.В., Готра О.Б. Самовдосконалення як соціально-психологічний механізм прогресивних змін особистості / Актуальні проблеми освітнього процесу в контексті європейського вибору України: матеріали VIII Міжнародної конференції (12 листопада 2025 року) – Київ: КНУБА, 2025. – С. 666–668 [18].

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (41 найменування). Загальний обсяг роботи становить 74 сторінок. Робота містить 1 рисунок, 3 таблиці та 3 додатки.

РОЗДІЛ 1.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ЦІННІСНОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ

1.1. Психологічна сутність та структура ціннісної сфери особистості

Проблема визначення сутності ціннісної сфери особистості вирізняється складністю та міждисциплінарним характером, перебуваючи на перетині філософії, соціології та психології. Лук'яненко М.М. зазначає, що категорія «цінність» не має однозначного трактування, трансформуючись від античного розуміння блага до сучасних психологічних концепцій сенсоутворення. Еволюція поглядів демонструє перехід від сприйняття цінностей як зовнішніх етичних норм (конфуціанство, Е. Дюркгайм) до їх розуміння як внутрішніх психологічних механізмів, що регулюють поведінку та надають життю сенсу. Психологічна наука розглядає ціннісну сферу як динамічне утворення, що інтегрує потреби, мотиви та ідеали, виступаючи вищою інстанцією регуляції діяльності [20].

Феномен цінності у науковій літературі трактується як показник значущості явищ для індивіда, суспільства та культури, причому дослідники акцентують увагу на різних аспектах цього поняття. Менцер П. визначає цінності як орієнтири діяльності, що детермінуються емоційною сферою індивіда та відображають особисте бачення найважливішого для життя [24]. Головатий М. пропонує розглядати їх як ідеологічні конструкти, що слугують засобом задоволення потреб та інтересів особистості [24]. Рокич М., чиї праці є фундаментальними для психології цінностей, характеризує їх як стійкі переконання, що виступають ієрархічними орієнтирами поведінки та життєвих цілей [24]. Возняк С. та Кононенко В. пов'язують цінність із категорією значущості, підкреслюючи роль об'єкта в задоволенні потреб та досягненні цілей суб'єкта. Варіабельність та суб'єктивність системи цінностей зумовлюють можливість їхньої класифікації за різними критеріями: за змістом (матеріальні,

духовні, естетичні), за джерелом (суб'єктивні, об'єктивні) та за ступенем універсальності [5; 15].

Різні психологічні школи пропонують відмінні погляди на природу та структуру цінностей. Психоаналітичний підхід, зокрема у працях Фройда З., трактує цінності як глибоко інтеріоризовані соціальні норми, що формують Супер-Его і часто діють на несвідомому рівні, обмежуючи інстинктивні потяги. Натомість представники гуманістичної психології (Маслоу А., Роджерс К.) акцентують увагу на позитивній природі цінностей, розглядаючи їх як необхідну умову самоактуалізації та психічного здоров'я. Роджерс К., наприклад, розрізняв цінності, що переживаються організмом безпосередньо, та ті, що є інтроєктованими (запозиченими) від соціуму, що може призводити до внутрішніх конфліктів [20].

Важливим етапом у структуруванні аксіосфери стала розробка ієрархічних моделей. Значний внесок у цей процес зробив Рокич М., який запропонував поділ цінностей на два великі класи: термінальні (цінності-цілі, що відображають бажаний кінцевий стан існування) та інструментальні (цінності-засоби, що описують бажаний спосіб дій). Франкл В., розвиваючи екзистенційний підхід, пов'язував цінності передусім із пошуком сенсу життя, виокремлюючи цінності творчості, переживання та ставлення. Така ієрархічність дозволяє особистості орієнтуватися у складному соціальному середовищі, обираючи пріоритетні напрямки самореалізації [20].

Розширюючи уявлення про структурну організацію аксіосфери, варто звернути увагу на підхід Парсонса Т., який визначав цінність як нормативний стандарт, що регламентує бажану поведінку індивіда у соціумі. Згідно з його теорією, такий стандарт поділяється на когнітивний (обґрунтованість суджень), апресиативний (емоційна оцінка) та моральний (оцінка наслідків дій). Водночас, значний внесок у класифікацію цінностей зробили такі дослідники, як Решер Н., який виділяв три класи (цінності предметів, власне цінності як абстракції та специфічні різновиди), та Ріккерт Г., що запропонував поділ на шість класів, включаючи логічні, естетичні та містичні цінності. Гегель Г., у свою чергу,

диференціював цінності на утилітарні, пов’язані з вжитковим характером, та духовні, які співвідносив зі свободою духу та вважав абсолютними [34].

Особливої уваги в контексті структурного аналізу заслуговує ієрархічна модель Бубнової С.С., яка виокремлює три рівні в системі ціннісних орієнтацій. Перший рівень включає найбільш узагальнені, абстрактні духовні та соціальні цінності. Другий рівень становлять цінності, що закріплюються у процесі життєдіяльності та проявляються як стійкі властивості особистості. Третій рівень – це характерні способи поведінки, що слугують засобами реалізації та закріплення цінностей-властивостей. Ломов Б.Ф. доповнює це розуміння, описуючи систему ціннісних орієнтацій як багатомірний динамічний простір, де «ядро» залишається відносно стабільним, тоді як співвідношення між елементами може змінюватися, особливо в періоди життєвих криз [34].

Вітчизняна психологічна традиція розглядає ціннісну сферу у нерозривному зв’язку з діяльністю та свідомістю. Згідно з положеннями діяльнісного підходу (Рубінштейн С., Леонтьєв Д.), цінність виникає у взаємодії суб’єкта зі світом і набуває форми особистісного смислу. Братусь Б. наголошує на смисловій природі ціннісних утворень, які виконують функцію створення образу майбутнього та побудови життєвої перспективи. Аксіосфера, таким чином, постає не просто як набір уподобань, а як складна смислова система, що забезпечує цілісність особистості та її стійкість у мінливому світі [20].

Розвиваючи думку про діяльнісну природу аксіосфери, Панчук Н.П. визначає цінності як вузловий момент реалізації особистості, оскільки саме вони детермінують загальне ставлення людини до життєвих цілей, завдань і вимог. Ціннісна сфера розглядається як один із центральних компонентів структури особистості, що визначає зміст уявлень про власне «Я» та нормативно-оцінне ставлення до довкілля. Наявність сформованої системи цінностей свідчить про рівень соціальної зрілості індивіда та є результатом оволодіння середовищем задля задоволення власних потреб. Важливим є твердження Косової Л.В., яка характеризує систему цінностей як універсальну, пролонговану та відносно

консервативну структуру пріоритетів, що формує бажаний життєвий проект індивіда [29].

Інтеграція цінностей у структуру особистості нерозривно пов’язана з формуванням ідентичності, яка стає центральним компонентом самосвідомості, особливо у підлітковому віці. Яндрова Ю.В., посилаючись на дослідження Говорун Т.В. та Кікінежді О.М., пропонує чітко розмежовувати поняття «гендерна роль» та «гендерна ідентичність» у контексті внутрішнього світу особистості. Якщо гендерна роль відображає зовнішні ознаки моделей поведінки, за якими соціум оцінює індивіда, то гендерна ідентичність характеризує внутрішнє, глибоко особистісне переживання себе як людини певної статі. Це складно структуроване утворення включає не лише усвідомлення статевої приналежності, але й гендерні переваги та ціннісні установки, що стають фундаментом для побудови життєвих сценаріїв [7; 22; 41].

Функціональне призначення ціннісних орієнтацій полягає у регуляції активності та спрямованості розвитку людини. Яницький М.С. розглядає ціннісний компонент як основний регулятор активності [29], тоді як Шевченко Н.Ф. підкреслює, що сутність цінності найяскравіше проявляється в ситуаціях вибору [38]. Саме необхідність прийняття рішень актуалізує ціннісно-змістовий компонент свідомості, перетворюючи потенційні орієнтири на реальні мотиви поведінки. Бех І.Д. доповнює це розуміння, вказуючи на те, що особистісні цінності виступають унормованими утвореннями – приписами або заборонами, що існують у вигляді ідеалів чи зразків для наслідування. Вони являють собою діалектичну єдність думок, почуттів і практичної поведінки, забезпечуючи перетворення культурних норм на внутрішні стимули [3].

Процес формування цінностей, згідно з аналізом Панчук Н.П., є складним і багатоаспектним явищем. По-перше, він є соціальним за своєю природою, тобто неможливим поза межами соціуму. По-друге, цей процес нерозривно пов’язаний із характером діяльності людини та її процесуальними характеристиками (мотиваційними та виконавчим). По-третє, становлення аксіосфери опосередковується спілкуванням індивіда з іншими людьми, в ході

якого реалізуються різні соціальні ролі та статусні відносини. По-четверте, формування цінностей відображає сенсожиттєву активність особистості, зокрема створення ідеалів. Нарешті, цей процес завжди супроводжується оцінюванням, яке пронизує всі акти психічної активності суб'єкта та веде до формування суб'єктивного образу об'єктивного світу [29].

Сучасні наукові розвідки дедалі частіше розглядають аксіосферу не ізольовано, а як інтегральну ціннісно-смислову сферу особистості. Згідно з теоретичними позиціями Леонтьєва Д., смислова сфера є особливим чином організованою сукупністю смислових утворень і зв'язків між ними, що забезпечує смислову регуляцію цілісної життєдіяльності. У цьому контексті цінності та смисли перебувають у нерозривній єдності: цінність об'єктивує ідеальне бачення життя, а смисл виявляє індивідуальну пристрасть людини та пов'язує її з реальністю. Братусь Б. наголошує, що розвиток цієї сфери передбачає рух до загальнолюдських цінностей, де вершиною ієрархії стає духовність. Саме духовність, яка не зводиться лише до релігійності чи інтелекту, виступає системоутворювальним компонентом та ядром ціннісно-смислової сфери, визначаючи здатність особистості до самотрансценденції та етичного ставлення до Іншого [1].

Аналіз психологічної сутності аксіосфери вимагає звернення до категорії «оцінка», без якої неможливе формування ціннісних орієнтацій. Шайгородський Ю. зазначає, що цінність отримує свій статус саме через акт оцінювання, який Платонов К. відносить до однієї з трьох основних функцій психіки поряд з пізнанням і регуляцією. У процесі життєдіяльності особистість виокремлює з різноманіття об'єктів ті, що мають для неї певний сенс, і в результаті емоційного або раціонального оцінювання відносить їх до категорії корисних, потрібних чи шкідливих. Таким чином, відбувається особистісна диференціація об'єктів за їхньою значущістю, що стає основою для формування системи ціннісних орієнтацій [37].

Структурно-рівнева організація ціннісно-смислової сфери може бути представлена як складна динамічна система, що функціонує на

дорефлексивному та когнітивно-рефлексивному рівнях. До її складу, окрім власне цінностей та ціннісних орієнтацій, входять особистісні смисли, переживання, ідеали та установки. Асєєв В. підкреслює, що ціннісні орієнтації є системою оцінних відношень, які безпосередньо пов'язані з ідеалами та самоставленням особистості. Важливим функціональним навантаженням цієї системи є не лише регуляція поведінки, але й прогностична функція (створення образу майбутнього), адаптаційна (забезпечення відповідності умовам соціуму) та функція цілепокладання, що задає координати життєвого шляху. Така поліфункціональність дозволяє особистості долати життєві кризи та зберігати внутрішню стійкість в умовах невизначеності [1].

Важливим теоретичним аспектом є розмежування понять «соціальна норма» та «особистісна цінність». Норма виступає формалізованим, зовнішнім регулятором поведінки (традиції, закони), якому індивід мусить підкорятися. Цінність, натомість, є внутрішнім, емоційно сприйнятим орієнтиром, власною духовною інтенцією. Шайгородський Ю. підкреслює, що ефективна регуляція поведінки досягається тоді, коли суспільні норми інтерналізуються, тобто перетворюються на особистісні цінності. У цьому контексті ціннісні орієнтації розглядаються як складна інтегративна структура, що характеризує спрямованість особистості і проявляється в цілях, ідеалах та життєвих планах [37].

Багатогранність феномену ціннісної сфери зумовила виникнення низки наукових підходів до її вивчення, кожен з яких фокусується на специфічних механізмах формування. Психоаналітичний підхід наголошує на тому, що цінності формуються завдяки взаємодії зі значущими людьми (батьками), а внутрішні конфлікти відіграють ключову роль у цьому процесі. Когнітивний напрям розглядає цінності як результат мисленнєвої обробки досвіду та знань про світ. Соціологічний підхід визначальним фактором вважає соціальні відносини та середовище, тоді як еволюційний припускає наявність вродженої вибірки цінностей, сформованої в процесі розвитку виду. Окремої уваги

заслуговує антропологічний підхід, який розглядає ціннісні орієнтації як невід'ємну частину культури та традицій суспільства [11].

Розуміння механізмів функціонування аксіосфери поглиблюється завдяки виокремленню змістових та процесуальних компонентів. Група дослідників (Головаха І., Драч С., Лапіна М.) пропонує розглядати ціннісну сферу не як сталий набір якостей, а як динамічний процес, що проходить три основні фази: пошук та оцінювання інформації, динамічний відбір і присвоєння цінностей, та, нарешті, проекція обраних орієнтирів у майбутнє [8]. У цьому контексті ціннісна сфера особистості, за визначенням Моткова С., постає як складний соціально-психологічний конструкт, що поєднує ціннісні орієнтації та систему особистісних смислів, забезпечуючи ефективність психологічного супроводу людини у змінному світі [25]. Шолох О.А. додає, що система цінностей виступає ключовим показником культурного рівня людини, охоплюючи духовні та матеріальні пріоритети, які слугують орієнтирами в динамічних соціокультурних умовах [40].

Аналіз наукових підходів до розуміння компетентності особистості дозволяє виокремити ціннісну складову як інтегральний елемент її структури. Шлєіна Л.І. наголошує, що в умовах глобалізаційних змін та інформаційної революції відбувається трансформація не лише соціальних практик, але й фундаментальних уявлень, моральних норм та життєвих стратегій людини. У цьому контексті ціннісна сфера не розглядається як статичне утворення, а є динамічною системою, що адаптується до цивілізаційних викликів. Компетентність фахівця, згідно з опрацьованими даними, не обмежується сумою знань чи навичок, а включає інтегровану здатність особистості, що складається з досвіду, ставлення та цінностей, які можуть цілісно реалізовуватися на практиці [39].

Важливим теоретичним конструктом для розуміння структури ціннісної сфери є поняття «гендерна культура особистості», яке ввела в науковий обіг Слободянюк О.М. Дослідниця визначає це явище як індивідуально-особистісну характеристику, частину загальної культури суб'єкта, що охоплює гендерну

картину світу, специфічні ціннісні орієнтири та моделі поведінки. Залежно від змісту цих орієнтирів, гендерна культура може бути двох полярних типів: патріархальна, що базується на традиційних уявленнях про домінування чоловіка, або егалітарна, спрямована на реалізацію принципів рівності. У цьому контексті аксіосфера особистості розглядається не просто як набір якостей, а як складна система, що включає когнітивний (знання), операційний (навички) та особистісний компоненти. Останній є ключовим для ціннісної сфери, оскільки передбачає прийняття себе, толерантне ставлення до інших та інтерналізацію ідей рівноправності [32].

Структурна організація ціннісної сфери у контексті гендерної проблематики деталізується через виокремлення специфічних компонентів. Спираючись на типологію, яку наводить у своїй праці Слободянюк О.М., доцільно виділити окремий «ціннісний елемент» у структурі особистості. Зазначений компонент пов’язаний із ціннісними орієнтирами, що передбачають прийняття або неприйняття ідей гендерної рівності, толерантності та антисексизму. Фактично, йдеться про внутрішню дихотомію між орієнтацією на традиційні патріархальні цінності та новітні егалітарні установки, що стають ядром світогляду сучасної молодої людини [32].

Розуміння ціннісної сфери особистості буде неповним без урахування її ґендерної складової, яка формується на перетині біологічного та соціокультурного. Мельник Т.М. визначає ґендер не просто як соціальну стать, а як змодельовану суспільством та підтримувану соціальними інститутами систему цінностей, норм і характеристик чоловічої й жіночої поведінки. У цьому контексті ґендерна ідентичність постає як складне психологічне утворення, що базується на відчутті тотожності самому собі та неперервності свого існування в часі й просторі як представника певної статі [28]. Горностай П.П., спираючись на концепцію Е. Еріксона, зазначає, що розвиток ідентичності (зокрема ґендерної) є історією становлення психологічних основ тих суперечностей і конфліктів, які пронизують суспільство. Важливим є розрізнення понять «статева ідентичність» (усвідомлення біологічної належності) та «ґендерна

ідентичність» (переживання своєї відповідності культурним нормам та стереотипам), оскільки людина може мати чітку статеву ідентичність, але переживати ціннісний конфлікт через невідповідність нав’язаним суспільством ґендерним ролям [28].

Психологічною формою прояву ціннісних орієнтацій виступає переживання, яке дозволяє зрозуміти особистісний смисл подій. Шайгородський Ю., посилаючись на класифікацію Хорні К., зазначає, що різні типи особистостей породжують специфічні ціннісні орієнтації у стосунках: орієнтацію на людей (поступливість), від людей (відособленість) або проти людей (агресивність). Це підтверджує тезу про те, що аксіосфера не є статичним утворенням, а динамічно реалізується у процесі міжособистісного спілкування, яке виступає не просто обміном інформацією, а внутрішньоособистісним діалогом, у ході якого усвідомлюється власна система цінностей [37].

Розуміння природи цінностей неможливе без урахування кризових періодів розвитку особистості, які виступають каталізаторами змін в аксіосфері. Сочинський А. розглядає «ціннісно-мотиваційну сферу» як динамічне утворення, що зазнає суттєвих трансформацій під час вікових криз, зокрема в юнацькому віці. Під впливом фізіологічних та соціальних змін відбувається процес переоцінки цінностей: молоді люди піддають сумніву попередні пріоритети, замислюються про сенс життя та своє ставлення до соціальних інститутів. Криза, викликаючи стрес і невизначеність, водночас стимулює розвиток вольових якостей та спонукає до пошуку нових мотиваційних орієнтирів, перетворюючи цінності з абстрактних понять на дієві інструменти самовизначення [33; 12].

Функціональне призначення ціннісних орієнтацій, згідно з концепцією Ядова В., полягає у регуляції поведінки та допомозі індивіду орієнтуватися в соціально-культурному середовищі. Ціннісні орієнтації представляють собою інтегральні, автономно сформовані установки особистості, що виходять за межі ситуативних норм. Здравомислов А. доповнює це бачення, підкреслюючи, що ціннісні орієнтації є результатом тривалого процесу соціалізації та

індивідуалізації, відображаючи унікальний життєвий досвід людини. Забезпечуючи внутрішню гармонію та когерентність світогляду, вони виступають основою для самоідентифікації та самоактуалізації особистості, інтегруючи соціальне та індивідуальне начало у свідомості [10].

1.2. Гендерна соціалізація як фактор ціннісної сфери особистості

Для глибокого розуміння процесу формування цінностей необхідно розглядати соціалізацію через призму культури як метасистеми, що детермінує напрям розвитку особистості. Зінченко В. та Мещеряков Б. стверджують, що культура є не просто середовищем існування, а джерелом і рушійною силою розвитку, своєрідною «фабрикою цінностей і смислів». Взаємодія індивіда з культурою відбувається за принципом діалогу, де культура пропонує певні нормативні моделі (зокрема й гендерні), а особистість їх інтеріоризує або відкидає. У цьому процесі культура виконує роль фільтра, крізь який людина сприймає світ, формуючи специфічні «культурні окуляри», що визначають оцінку подій та явищ незалежно від усвідомлення цього впливу [1].

У сучасному інформаційному суспільстві потужним агентом соціалізації, що активно впливає на ціннісну сферу, виступають масмедіа. Петрунько О.В. застерігає, що в умовах кризи (війни, соціальних потрясінь) медіатизація свідомості може призводити до явища аномії – розмивання моральних норм і цінностей. Ініційована кризою та посилена медіапростором «подвійна мораль» створює об’єктивний конфлікт цінностей, що загрожує формуванням аномійної особистості, дезорієнтованої у виборі життєвих стратегій. Вплив масмедіа на гендерну соціалізацію є особливо відчутним, оскільки вони транслюють не лише новини, а й певні моделі поведінки, які можуть як закріплювати традиційні стереотипи, так і пропонувати нові, іноді деструктивні, сценарії [4; 30; 35].

Процес інтеграції культурних норм у структуру особистості конкретизується в понятті «гендерна соціалізація». Цокур О. та Іванова І. визначають її як процес засвоєння людиною соціальної ролі, визначеної для неї суспільством від народження залежно від біологічної статі. Цей процес включає

дві взаємозалежні складові: освоєння прийнятих моделей поведінки, норм, цінностей і стереотипів, а також активний вплив соціального середовища з метою прищеплення цих стандартів. Засвоєння культурної схеми гендеру відбувається через конструювання відмінностей між статями, причому колективні норми стають частиною особистості і підсвідомо нею керують. Інформація, пов'язана з диференційованою поведінкою, кодується у свідомості у вигляді гендерних схем, які в подальшому фільтрують сприйняття реальності [36].

Науковий аналіз чинників ціннісного розвитку передбачає виокремлення спеціального гендерного підходу, який досліджує відмінності між формуванням цінностей у жінок і чоловіків. Цей напрям фокусується на вивченні системи соціальних ролей та стереотипів, які впливають на життя та поведінку молоді в соціумі. Дослідники в рамках цього підходу аналізують, як приналежність до певної статі детермінує набір пріоритетів та життєвих орієнтирів, створюючи специфічний контекст для розвитку особистості [23].

Важливим механізмом трансляції культурних та гендерних цінностей виступають тексти культури та наративи. Чепелєва Н. зазначає, що тексти культури є невичерпним семіотичним ресурсом для самопроектування особистості, оскільки в них зафіксовані соціокультурні норми, сценарії поведінки та версії «ідеального» для даного суспільства. Освоюючи ці тексти (міфи, художні твори, медійні повідомлення), людина не просто асимілює їх зміст, а вибудовує власний життєвий наратив. Таким чином, гендерна соціалізація постає як процес входження в світ культурних значень, де через механізми ідентифікації та інтерпретації відбувається засвоєння колективного досвіду та формування індивідуальної ціннісної системи [31].

Система освіти виступає одним із ключових інститутів гендерної соціалізації, здійснюючи безпосередній вплив на формування аксіосфери молоді. Освітній простір виконує функцію передачі та поширення ідеалів, норм і цінностей від одного покоління до іншого, закладаючи теоретичні та практичні засади гендерного виховання. Шлєіна Л.І. підкреслює, що процес соціалізації в

стінах вищої школи не обмежується лише змістом навчальних дисциплін, а формується самою атмосферою закладу, яка може як сприяти утвердженню егалітарних цінностей, так і консервувати застарілі стереотипи [39].

Важливим аспектом впливу соціалізації на ціннісний розвиток є наявність так званого «прихованого навчального плану» (hidden curriculum). Дослідниця Ярська-Смирнова О. звертає увагу на те, що через приховані механізми освітня система може транслювати та нав'язувати патріархальні, андроцентричні та гетеросексистські стереотипи, які інтегруються у ціннісну структуру особистості несвідомо. Такий вплив часто перешкоджає формуванню автономної та вільної від упереджень особистості, змушуючи її відтворювати моделі поведінки, що обмежують можливості самореалізації [39].

Аналіз механізмів трансляції ціннісних орієнтацій в освітньому просторі вимагає звернення до концепції «прихованого навчального плану» (hidden curriculum), яку вперше обґрунтував Джексон П. Цей феномен передбачає, що окрім офіційної програми, школа передає учням імпліцитний, неусвідомлений зміст, навчаючи їх пасивному споживанню наявного соціального порядку. Луценко О.А. зазначає, що прихований план діє через особливу структуру спілкування, підбір завдань та організацію простору, внаслідок чого формуються метауроки ґендерної поведінки. Дослідження Спендер Д. та інших науковців показують, що в змішаних класах вчителі приділяють хлопцям до двох третин часу та уваги, очікуючи від них вищих результатів та активності, тоді як дівчат орієнтують на старанність і слухняність. Такий підхід закріплює у свідомості дітей ієрархію цінностей, де чоловіче асоціюється з домінуванням та інтелектом, а жіноче – з підпорядкуванням та обслуговуванням [28].

Роль педагога у процесі гендерної соціалізації є визначальною, оскільки саме стиль викладання часто стає інструментом відтворення стереотипів. Учителі, часто несвідомо, по-різному ставляться до хлопчиків і дівчаток: перших заохочують до активності та самовираження, а других – до старанності та охайності. Іспити у формі тестів та змагання за оцінки стимулюють прояв маскулінних рис (конкурентності), тоді як нові форми навчання, що базуються

на діалозі та партнерстві, сприяють формуванню гендерної толерантності та поваги до людської гідності. Таким чином, трансформація освітніх практик є необхідною умовою для зміни традиційних гендерних схем та формування егалітарних цінностей у молоді [36].

Важливим нюансом процесу формування гендерних цінностей є його хронологічна протяжність, яка фактично розпочинається ще до народження дитини. Соціологічні дослідження вказують на те, що підготовка до гендерної соціалізації стартує з моменту визначення статі майбутньої дитини, що запускає процес соціальної категоризації через підбір імені, кольорової гами одягу та облаштування простору. Сьогодні в науці домінує позиція, згідно з якою більшість поведінкових відмінностей між статями пояснюється саме відмінностями в соціалізації та вихованні, а не генетичними чи біологічними факторами. Очікування соціуму щодо того, як мають поводитися хлопчики та дівчатка, формують стійкі ціннісні матриці ще до того, як особистість здатна їх критично осмислити [6].

Механізми засвоєння гендерних норм глибоко кореняться у загальних принципах формування ціннісної сфери. Аналізуючи соціологічні підходи, Лук’яненко М.М. звертається до ідей Дюркгайма Е., який стверджував, що система цінностей є сукупністю ціннісних уявлень окремих індивідів, яка, однак, виступає як зовнішня примусова сила. У контексті гендерної соціалізації це означає, що суспільні очікування щодо «чоловічої» та «жіночої» поведінки спочатку існують як зовнішній тиск, а згодом, через механізм інтеріоризації, стають внутрішніми переконаннями особистості. Олпорт Г. влучно зауважив, що цінність стає для людини такою лише тоді, коли вона набуває особистісного сенсу, а не залишається нав’язаним ззовні правилом. Відтак, гендерна соціалізація є процесом перетворення зовнішніх суспільних імперативів на внутрішню структуру мотивації [20].

Процес соціалізації супроводжується формуванням специфічних складових гендерної компетентності, які безпосередньо корелюють із ціннісним розвитком. Слободянюк О.М., систематизуючи підходи Вороніної О.А. та

Кльоциної І.С., виокремлює «ціннісний елемент» як окрему структурну одиницю компетентності. Зазначений елемент передбачає наявність чітких ціннісних орієнтирів студентів: прийняття або неприйняття таких феноменів, як гендерна рівність, толерантність та антисексизм. Фактично, соціалізація виступає ареною боротьби між орієнтацією на патріархальні цінності (традиційні ролі) та егалітарні (партнерство). Вагомим аспектом є те, що сама по собі компетентність може бути ціннісно-нейтральною, проте вибір між патріархальною та егалітарною системами цінностей фундаментально впливає на всі інші елементи особистісної структури та визначає вектор самоактуалізації індивіда [32].

Первинним та найвпливовішим інститутом, де відбувається закладання основ гендерної ціннісної сфери, виступає сім'я, яка є серцевиною мезосистеми розвитку дитини. Аккерман А. вводить поняття «сімейна ідентичність», описуючи її як сукупність уявлень, планів та взаємних зобов'язань, що формують первинний ціннісний простір особистості. Саме в родинному колі через механізм ідентифікації з батьками відбувається засвоєння нормативних стандартів поведінки. Відсутність повноцінної рольової моделі (наприклад, в умовах депривації батьківського піклування) призводить до формування дифузного уявлення про власне «Я» та викривлення ціннісних орієнтацій, що проявляється у інфантильності, низькій автономності та нездатності до побудови гармонійних стосунків у майбутньому [41].

Психологічні механізми, через які соціум та сім'я формують гендерні цінності, можна класифікувати за трьома напрямками. Першим є предметно-середовищна спрямованість, коли дорослі створюють для дитини специфічне оточення (іграшки, одяг), що відповідає статі та символізує очікувані соціальні ролі. Другим механізмом виступає моделювання, яке полягає у засвоєнні дитиною запропонованих моделей поведінки шляхом наслідування значущих дорослих. Третій механізм – заохочення (підкріплення), що діє через систему винагород та покарань: дитина отримує схвалення за поведінку, яка відповідає гендерним стереотипам («хлопчики не плачуть», «дівчатка мають бути ніжними»), та осуд за невідповідність їм. Таким чином зовнішні соціальні

очікування трансформуються у стійкі внутрішні переконання та цінності особистості [41].

Механізми гендерної соціалізації, що забезпечують формування відповідної ціннісної сфери, діють за принципом підкріплення та наслідування. Дослідники виокремлюють «диференціальне посилення», коли прийнятна гендерно-рольова поведінка заохочується, а неприйнятна карається соціальним несхваленням. Другим механізмом є «диференціальне наслідування», що полягає у виборі рольових моделей у близьких групах (родина, школа, однолітки). Важливо зазначити, що суспільство часто демонструє асиметричну толерантність: воно поблажливіше ставиться до маскулінної поведінки дівчинки, але жорстко засуджує фемінінну поведінку хлопчика, що закладає основи майбутніх гендерно-рольових конфліктів [2; 36].

Фундаментальну роль у первинному формуванні ґендерних цінностей відіграє сім’я, яку Лавриненко Н.В. називає «горнилом формування ґендеру». Саме в родинному колі через спостереження за розподілом ролей між батьками дитина засвоює первинні моделі поведінки та ставлення до протилежної статі. Якщо досвід батьківських ґендерних ролей є обмеженим або деформованим (наприклад, у неповних сім’ях або сім’ях з авторитарним стилем виховання), це призводить до прогалин у розвитку особистості та викривлення її ціннісної сфери. Особливий вплив мають сімейні міфи – системи інтегрованих вірувань, які не піддаються сумніву членами родини та регулюють їхні взаємини, часто консервуючи патріархальні стереотипи та обмежуючи можливості для самореалізації, особливо жінок [28].

Процес засвоєння гендерних цінностей відбувається шляхом поєднання спрямованих та спонтанних впливів на особистість. Грабовська Т.О. визначає цей процес як такий, що допомагає індивіду засвоїти норми та правила поведінки відповідно до культурних уявлень про роль статей у суспільстві. Результатом успішної позитивної соціалізації стає сформована гендерна компетентність, яка включає не лише когнітивну обізнаність, але й особистісну складову – толерантне ставлення до представників іншої статі та прийняття ідеї

рівноправності як базової життєвої цінності. Відсутність належної гендерної компетентності призводить до того, що особистість не може звільнитися від тиску гендерно-поляризованої культури, переживаючи конфліктні стани через нереалізовані прагнення [9].

Формування егалітарної свідомості як результату ціннісного розвитку вимагає деконструкції традиційних стереотипів. Нежинська О.О. зазначає, що взаємодія з особами різної статі має будуватися на засадах гендерної рівності, опосередкованих індивідуально-психологічними особливостями. У цьому контексті гендерна соціалізація розглядається не як пасивне сприйняття навколишньої дійсності, а як активний процес конструювання власного гендеру, що передбачає відповідальність особистості за свій ціннісний вибір та розвиток критичного мислення щодо нав'язуваних суспільством ролей [27].

Кризові ситуації, такі як війна, виступають каталізатором, що перевіряє стійкість засвоєних у процесі соціалізації ціннісних орієнтацій та гендерних моделей поведінки. Співак Д.М. та Співак Н.В. зазначають, що в екстремальних умовах відбувається трансформація ієрархії цінностей, де на перший план виходять базові цінності життя, безпеки та захисту Батьківщини. Характерно, що реагування на кризу часто відбувається відповідно до традиційних гендерних схем: значна частина чоловіків актуалізує цінність захисту, стаючи на оборону країни, тоді як жінки, реалізуючи цінність турботи про потомство, змушені евакуюватися задля порятунку дітей. Така диференціація стратегій поведінки підтверджує глибину інтеріоризації гендерних норм, які формуються суспільством і стають визначальними факторами вибору в ситуаціях, що загрожують життю [34].

Фактори впливу на формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді не обмежуються традиційними інститутами, а включають широкий спектр агентів соціалізації. Коротких Я.П. виокремлює серед ключових чинників впливу сім'ю, найближче оточення, соціальні мережі, засоби масової інформації, а також загальний спосіб життя та самопочуття особистості. Лавріненко В. наголошує, що ціннісно-смислова сфера молодої людини є результатом безпосереднього

комунікування з оточуючою дійсністю, де під час перебування у навчальних закладах відбувається засвоєння необхідних професійних та життєвих цінностей [19]. Водночас, Кальницька К. та Прядко Б. вказують на дуалістичний характер цього процесу: з одного боку, світ змінює людину, а з іншого – індивід активно поглинає наявний суспільний досвід, трансформуючи його відповідно до власних потреб [13].

Особливої уваги в контексті аналізу чинників розвитку заслуговує вплив екстремальних соціальних умов, таких як війна, що виступає потужним фактором ресоціалізації та переоцінки цінностей. Емпіричні дані свідчать про те, що в умовах воєнного стану відбувається трансформація ієрархії ціннісних орієнтацій молоді: на перший план виходять цінності безпеки, саморегуляції (здатності контролювати емоції) та суспільної залученості. Спостерігається зростання значущості традицій та родинних зв’язків, що виконують стабілізуючу функцію. Така динаміка підтверджує тезу про те, що ціннісна система є гнучким утворенням, яке адаптується до загроз навколишнього середовища, зміщуючи акценти з матеріальних благ та дозвілля на збереження життя, здоров’я та підтримку близьких [16].

Процес соціалізації часто супроводжується внутрішніми конфліктами, які Гросс М. (Gross M.U.M.) описує як «дилему вимушеного вибору». Особистість опиняється перед необхідністю обирати між збереженням власної цілісності (слідуванням індивідуальним цінностям) та прагненням бути прийнятою соціальною групою. Хоча цей механізм первинно описувався в контексті обдарованості, він є універсальним для гендерної соціалізації: під тиском оточення індивід може відмовлятися від власних аутентичних інтересів на користь нормативних гендерних ролей задля уникнення соціальної ізоляції. Махоні Е. (Mahoney A.S.) підкреслює важливість «афірмації» – активного інтеракційного підкріплення та визнання особистості з боку батьків, вчителів та ровесників, відсутність якого може призвести до кризи ідентичності та деформації ціннісної сфери [26].

Процес гендерної соціалізації тісно переплітається з віковим пошуком ідентичності, який Еріксон Е. визначав як конфлікт між ідентичністю та рольовою розсіяністю. Сочинський А. зауважує, що в цей період молода людина перебуває під інтенсивним впливом різних екологічних систем (за Бронфенбреннером У.) – сім'ї, школи та однолітків. Саме в цих системах відбувається перевірка засвоєних гендерних цінностей на міцність: соціальний тиск з боку групи може спричиняти мотиваційні конфлікти між власними прагненнями особистості та зовнішніми очікуваннями щодо її поведінки. Успішне проходження цього етапу передбачає формування автономії та компетентності, що дозволяє індивіду інтегрувати гендерні норми у власну систему цінностей без втрати індивідуальності [33].

Закріплення набутих у процесі соціалізації цінностей відбувається через формування ґендерних стереотипів, які Оксамитна С.М. визначає як узагальнені, схематичні уявлення про чоловіків і жінок. Ці стереотипи діють як когнітивні схеми, що управляють процесом опрацювання інформації: людина легше помічає та запам'ятовує ті факти, які відповідають сформованим уявленням, і ігнорує ті, що їм суперечать. Сила ґендерних стереотипів полягає в їхній здатності приписувати певні психологічні риси (наприклад, інструментальність чоловікам та експресивність жінкам) як природні та незмінні, хоча насправді вони є продуктом соціального конструювання. Невідповідність особистості цим жорстким нормативним очікуванням часто призводить до ґендерно-рольових конфліктів, стресу та зниження самооцінки, що гальмує гармонійний розвиток ціннісної сфери [28].

Гендерні стереотипи безпосередньо впливають на комунікативну поведінку особистості, формуючи специфічні «чоловічі» та «жіночі» стилі спілкування, які базуються на різних ціннісних системах. Згідно з аналізом Клименко М.А., для чоловіків комунікація часто виступає засобом передачі інформації, самоствердження та встановлення статусу, тоді як для жінок пріоритетним є встановлення та підтримка міжособистісних стосунків, прояв емпатії та кооперації. Дослідниця відзначає, що жінки частіше використовують

стиль співробітництва, прагнуть досягти консенсусу, в той час як чоловіки схильні до конкуренції та домінування. Ці відмінності не є вродженими, а формуються під впливом соціальних очікувань, які «диктують» відповідну поведінку. Наприклад, вираження агресії вважається більш прийнятним для чоловіків, а прояв вразливості та емоційності – для жінок [14; 21].

Традиційна модель соціалізації базується на бінарній концепції, де ціннісна сфера особистості конструюється виключно вздовж осі «чоловіче – жіноче». Водночас сучасний науковий дискурс актуалізує питання гендерної плинності (fluidity), коли особистість кидає виклик жорстким бінарним нормам. У цьому контексті гендерна ідентичність розглядається не як фіксована біологічна данність, а як динамічна структура, де цінності та норми можуть свідомо прийматися або відкидатися соціалізованою особою. Проте відхилення від усталених гендерних стереотипів часто призводить до негативних соціальних наслідків, зокрема остракізму з боку однолітків, що стає серйозним випробуванням для ціннісної стійкості та самооцінки індивіда [6].

Важливим фактором, що опосередковує вплив гендеру на міжособистісну взаємодію, є емоційний інтелект. Дослідження показують, що жінки, як правило, демонструють вищі показники в розпізнаванні емоцій та емпатії, що пов’язано з процесом соціалізації, який заохочує дівчаток до уважності щодо почуттів інших. Натомість хлопчиків частіше орієнтують на контроль емоцій та стриманість. Клименко М.А. наводить дані, що чоловіки краще справляються з управлінням стресовими ситуаціями та виявляють більшу впевненість у собі, тоді як жінки більш компетентні у побудові соціальних зв’язків. Відмінності в емоційному інтелекті можуть призводити до непорозумінь у стосунках, коли партнери керуються різними ціннісними пріоритетами: для одного важливим є емоційний контакт, а для іншого – раціональне вирішення проблеми [14; 17].

Висновки до розділу 1

1. На основі теоретико-методологічного аналізу з'ясовано, що ціннісна сфера особистості є складним динамічним утворенням, яке інтегрує потреби, мотиви та ідеали, виступаючи вищою інстанцією регуляції поведінки та діяльності. Визначено, що структура аксіосфери має ієрархічну будову (від ситуативних установок до абстрактних духовних цінностей) і формується через механізм інтеріоризації – перетворення зовнішніх соціальних норм на внутрішні особистісні переконання. Встановлено, що ціннісна сфера тісно пов'язана з формуванням ідентичності, де гендерний компонент визначає специфічні життєві сценарії, стратегії самореалізації та способи взаємодії з соціумом.
2. Проаналізовано феномен гендерної соціалізації та визначено його як провідний чинник формування життєвих орієнтацій, що відбувається під впливом культури, сім'ї, системи освіти та масмедіа. З'ясовано, що засвоєння гендерних цінностей здійснюється через соціально-психологічні механізми ідентифікації, наслідування та соціального підкріплення (заохочення відповідної статі поведінки та осуд невідповідної).
3. Узагальнено, що сучасний процес ціннісного розвитку особистості характеризується протиріччям між традиційними патріархальними установками та новітніми егалітарними тенденціями. Встановлено, що жорстка прив'язка до гендерних ролей може призводити до внутрішньоособистісних конфліктів та обмежувати потенціал самоактуалізації. Водночас кризові умови (зокрема, війна) виступають каталізатором трансформації ціннісної сфери, актуалізуючи базові екзистенційні цінності та перевіряючи на стійкість засвоєні гендерні моделі поведінки, що вимагає від особистості розвиненої гендерної компетентності та ціннісної гнучкості.

РОЗДІЛ 2.
ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЦІННІСНОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ В ГЕНДЕРНОМУ КОНТЕКСТІ

2.1. Організація та методи емпіричного дослідження

Емпіричне дослідження соціально-психологічних чинників ціннісного розвитку особистості в гендерному контексті проводилось у ГО «Центр психологічного та фізичного здоров'я «ЕЙРА». Дослідженням було охоплено респондентів, що проживають у містах України та є представниками різних соціально-професійних груп (студентська молодь, наймані працівники, фахівці сфери послуг). Загалом у дослідженні взяли участь 52 особи.

Формування вибіркової сукупності здійснювалося методом випадкового відбору з дотриманням принципу гендерного паритету для забезпечення достовірності порівняльного аналізу. Демографічний склад учасників характеризувався наступним чином: вікова категорія респондентів варіювалася від 19 до 35 років (період ранньої дорослості, що є сенситивним для остаточного формування ціннісної структури). Гендерний розподіл (рис. 2.1) склав 26 чоловіків (50%) та 26 жінок (50%).

Щодо освітнього рівня, 38 осіб (73,1%) мали повну або незакінчену вищу освіту, а 14 осіб (26,9%) – середню спеціальну освіту. Аналіз сімейного стану показав, що 28 осіб (53,8%) не перебувають у шлюбі, 19 осіб (36,5%) одружені або проживають у цивільному шлюбі, а 5 осіб (9,7%) розлучені. Такий демографічний розподіл дозволив охопити респондентів з різним життєвим досвідом, що є важливим для нівелювання впливу суто ситуативних факторів на результати діагностики цінностей.

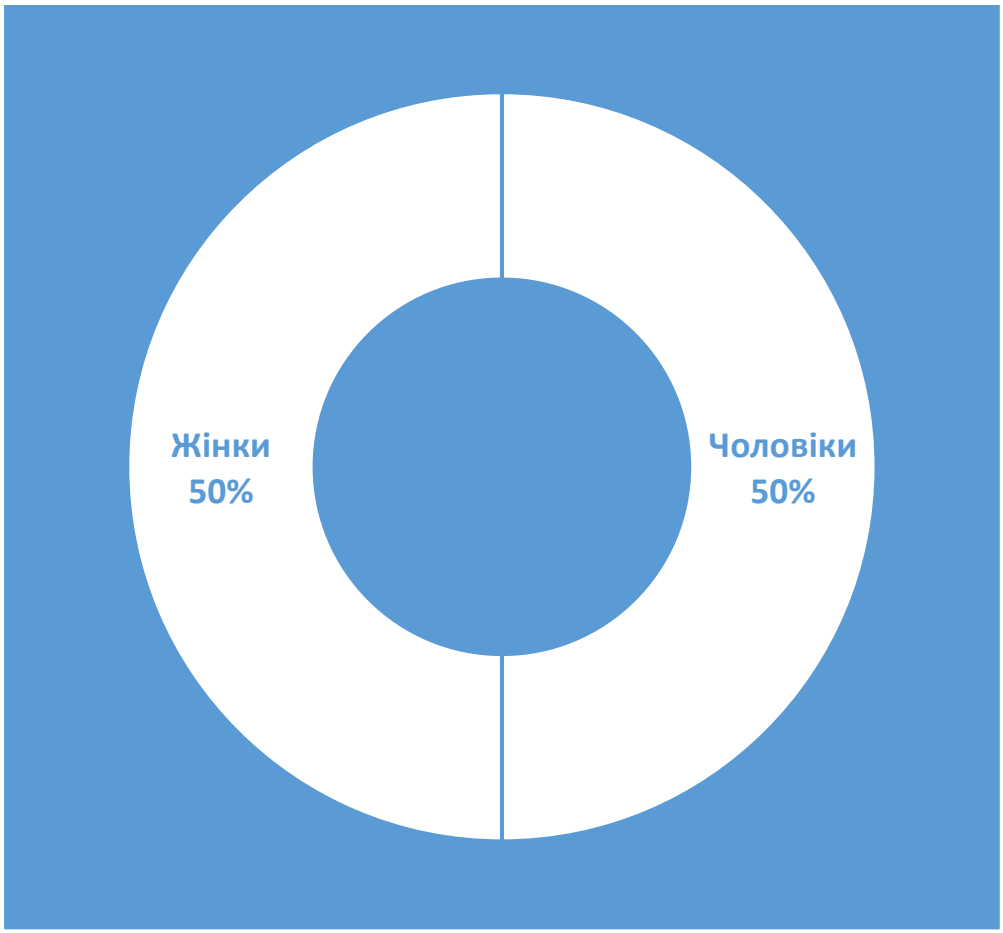


Рисунок 2.1. Гендерний розподіл дослідження

Для досягнення мети дослідження – теоретичного обґрунтування та емпіричного вивчення механізмів розвитку цінностей особистості в гендерному контексті – було обрано комплекс взаємодоповнюючих психодіагностичних методик, що дозволяють оцінити як свідомі переконання, так і глибинні мотиваційні установки.

Першою методикою стала «Портретний ціннісний опитувальник» (Portrait Values Questionnaire, PVQ-R), розроблений Ш. Шварцем. Вибір саме цієї методики обумовлений її валідністю в крос-культурних дослідженнях та здатністю вимірювати ціннісні орієнтації опосередковано, знижуючи вплив соціальної бажаності. Методика дозволяє виміряти індивідуальну ієрархію базових цінностей особистості через оцінку подібності респондента до описаних «портретів» різних людей.

Опитувальник складається з 57 тверджень, які описують цілі, прагнення або бажання певної (умовної) людини. Наприклад: «Для неї важливо бути багатою» або «Для нього важливо допомагати людям навколо». Респондент має оцінити, наскільки ця людина схожа на нього, використовуючи 6-бальну шкалу: від 1 («зовсім не схоже на мене») до 6 («дуже схоже на мене»).

Структурно методика охоплює 19 конкретних цінностей, які об'єднуються у чотири мета-цінності (цінності вищого порядку), що утворюють дві біполярні вісі:

1. «Відкритість до змін» (самостійність, стимуляція, гедонізм) протиставляється «Збереженню» (безпека, конформність, традиція).
2. «Самоствердження» (влада, досягнення) протиставляється «Виходу за межі Я» (універсалізм, доброзичливість).

Перевагою цієї методики є можливість аналізувати глибинні мотиваційні цілі, які лежать в основі гендерних відмінностей у поведінці, та виявити конфлікти між різними групами цінностей (Додаток А).

Другою методикою, обраною для поглибленого аналізу аксіосфери, став «Опитувальник життєвих цінностей» (Life Values Inventory, LVI), розроблений американськими дослідниками Д. Брауном та Р. К. Крейсом. Вибір цього інструментарію обумовлений необхідністю оцінити цінності не як абстрактні ідеали, а як реальні регулятори поведінки, що безпосередньо керують повсякденними вчинками та процесом прийняття рішень особистістю. На відміну від методики Шварца, яка вимірює загальну мотиваційну спрямованість, LVI фокусується на практичній реалізації переконань у соціальному житті.

Методика дозволяє побудувати індивідуальний «Профіль цінностей» за 14 шкалами, які охоплюють широкий спектр життєдіяльності. До переліку шкал входять: Досягнення (Achievement), Приналежність (Belonging), Піклування про довкілля (Concern for the Environment), Піклування про інших (Concern for Others), Творчість (Creativity), Фінансовий добробут (Financial Prosperity), Здоров'я та активність (Health and Activity), Смирення (Humility), Незалежність (Independence), Відданість сім'ї або групі (Loyalty to Family or Group),

Конфіденційність (Privacy), Відповідальність (Responsibility), Наукове розуміння (Scientific Understanding) та Духовність (Spirituality).

Така деталізація дає змогу глибоко проаналізувати, яким чином абстрактні переконання трансформуються у реальні життєві пріоритети чоловіків та жінок. Особливу цінність для нашого дослідження становить можливість виявити специфіку впливу гендерних ролей на формування цих пріоритетів, зокрема, простежити різницю у значущості шкал «Фінансовий добробут» та «Незалежність» (що традиційно приписуються чоловікам) порівняно зі шкалами «Приналежність» та «Відданість сім'ї» (що асоціюються з жіночою гендерною роллю) (Додаток Б).

Третьою методикою дослідження було обрано «Опитувальник статевих ролей» (Bem Sex Role Inventory, BSRI), розроблений відомою американською психологинею Сандрою Бем. Включення цієї методики до діагностичного комплексу є принциповим, оскільки вона дозволяє вийти за межі біологічного детермінізму та аналізувати ціннісну сферу крізь призму психологічної статі. Методика призначена для діагностики типу гендерної ідентичності особистості (маскулінний, фемінний, андрогінний або недиференційований) та визначення ступеня вираженості відповідних рис.

Опитувальник складається з 60 тверджень-характеристик (якостей особистості), згрупованих у три субшкали. 20 тверджень відображають стереотипно маскулінні риси, пов'язані з інструментальністю та активністю (наприклад, лідерство, наполегливість, схильність до ризику, агресивність). Інші 20 тверджень описують стереотипно фемінні риси, пов'язані з експресивністю та емоційною чутливістю (наприклад, чуйність, ніжність, вміння співчувати, м'якість). Ще 20 тверджень є нейтральними і слугують для маскування мети опитування («шкала соціальної бажаності»). Респондент оцінює наявність у себе кожної якості за 7-бальною шкалою Лайкерта: від 1 («ніколи або майже ніколи не вірно») до 7 («завжди або майже завжди вірно»).

Унікальність методики С. Бем полягає в тому, що вона базується на концепції андрогінії, згідно з якою здорова, психологічно зріла та гармонійна

особистість поєднує в собі як інструментальні (чоловічі), так і експресивні (жіночі) риси, незалежно від біологічної статі. Використання цього інструментарію дозволить перевірити гіпотезу про те, що саме андрогінний тип особистості має найбільш збалансовану систему ціннісних орієнтацій, вільну від жорстких гендерних обмежень, та здатний гнучко адаптуватися до змінних умов соціального середовища (Додаток В).

Процедура дослідження складалася з кількох послідовних етапів. На першому, організаційно-підготовчому етапі, було проведено формування вибірки та попередню комунікацію з потенційними учасниками. У ході індивідуальних бесід роз'яснювалася мета та завдання дослідження, його наукова значущість для розуміння сучасних тенденцій розвитку особистості. Особлива увага приділялася етичним аспектам психологічної діагностики: було наголошено на суворій конфіденційності отриманих даних, анонімності анкетування (результати аналізуються виключно в узагальненому вигляді) та добровільності участі. Від усіх респондентів було отримано інформовану згоду на участь у дослідженні.

Основний етап включав безпосереднє проведення психодіагностичних процедур. Опитування проводилося у зручний для респондентів час, переважно в онлайн-форматі за допомогою Google Forms, що дозволило охопити ширшу аудиторію та забезпечити відчуття психологічної безпеки, необхідне для відвертих відповідей на ціннісно-смислові питання. Для уникнення ефекту втоми та зниження валідності даних, методики пропонувалися у фіксованій послідовності: спочатку «Портретний ціннісний опитувальник» (PVQ-R), як найбільш об'ємний та рефлексивний, потім – «Опитувальник життєвих цінностей» (LVI), і на завершення – «Опитувальник статевих ролей» (BSRI), який є найменш навантажувальним когнітивно. Середній час заповнення всього пакету методик становив 30–40 хвилин.

На завершальному етапі відбувалася первинна обробка протоколів, вибракування некоректно заповнених анкет (таких виявлено не було), математико-статистична обробка та якісна інтерпретація емпіричних даних.

Обробка результатів методики PVQ-R (Ш. Шварц) здійснювалася шляхом центрування балів для нівелювання індивідуальних відмінностей у використанні шкали відповідей. Спочатку обчислювався середній бал респондента за всіма 57 питаннями (MRAT). Потім для кожної з 19 цінностей обчислювався первинний індекс, з якого віднімався MRAT. Отримані центровані бали групувалися у чотири мета-цінності («Збереження», «Відкритість», «Самоствердження», «Вихід за межі Я»), що дозволило визначити індивідуальну ієрархію ціннісних пріоритетів.

Для методики LVI (Д. Браун, Р. Крейс) підрахунок балів проводився шляхом сумування оцінок за твердженнями, що належать до кожної з 14 шкал. Максимально можливий бал за шкалою свідчив про високу суб’єктивну значущість даної цінності та її провідну роль у регуляції поведінки. Отримані сирі бали переводилися у відсоткові показники для зручності порівняння між групами чоловіків та жінок.

2.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження

Аналіз результатів емпіричного дослідження гендерних особливостей ціннісної сфери особистості розпочнемо з розгляду показників за методикою «Портретний ціннісний опитувальник» (PVQ-R) Ш. Шварца. Ця методика дозволила виявити індивідуальну ієрархію базових цінностей та визначити, які мета-цінності є пріоритетними для чоловіків та жінок у досліджуваній вибірці (Табл. 2.1). Для обробки результатів ми використовували частотний аналіз, визначаючи відсоток респондентів у кожній групі, для яких певна мета-цінність має високий суб’єктивний ранг (центрированый бал перевищує середньостатистичну норму).

Таблиця 2.1. Розподіл респондентів з високим рівнем значущості мета-цінностей (за статтю).

Шкала (Мета-цінність)	Чоловік	Жінки
Самоствердження (Влада, Досягнення)	71%	33%
Вихід за межі «Я» (Доброзичливість, Універсалізм)	29%	76%
Відкритість до змін (Самостійність, Стимуляція)	57%	48%
Збереження (Безпека, Традиції)	38%	67%

Отримані дані демонструють яскраву картину гендерної диференціації ціннісних орієнтацій, що підтверджує гіпотезу про стійкість традиційних соціалізаційних моделей навіть у сучасному українському суспільстві. Найбільш виражені розбіжності (контраст) спостерігаються за віссю «Самоствердження» – «Вихід за межі Я», що фактично розділяє вибірку на два полюси.

Для переважної більшості чоловіків (71%) провідною ціннісною мотивацією є «Самоствердження». Ця мета-цінність є складним конструктом, що об’єднує прагнення до соціального статусу, домінування над людьми та ресурсами (цінність «Влада»), а також орієнтацію на особистий успіх через демонстрацію компетентності (цінність «Досягнення»). Такий високий показник серед чоловіків корелює з традиційною маскулінною роллю «добувача» та «лідера». Інтерпретуючи цей результат, можна стверджувати, що чоловіки частіше сприймають соціальний світ як ієрархічну структуру, де необхідно постійно доводити свою спроможність та займати високу позицію для забезпечення власних інтересів.

Висока значущість цінності «Влада» у чоловіків (яка входить до блоку Самоствердження) вказує не лише на бажання керувати, але й на потребу контролювати невизначеність. У сучасному світі, що швидко змінюється,

накопичення ресурсів та здобуття авторитету стає для чоловіків способом зниження тривожності та гарантуванням безпеки для себе та своєї родини. Водночас, акцент на «Досягненні» свідчить про те, що самооцінка чоловіків значною мірою залежить від зовнішнього підкріплення: схвалення їхніх професійних успіхів, фінансових результатів чи перемог у конкурентній боротьбі. Це створює певний психологічний ризик: у разі невдачі (втрати роботи, зниження доходу) така ціннісна структура може призвести до глибокої кризи ідентичності.

Діаметрально протилежна ситуація спостерігається у жіночій частині вибірки, де для 76% респонденток пріоритетною є група цінностей «Вихід за межі Я» (Self-Transcendence). До цього блоку входять «Доброзичливість» (турбота про благополуччя близького оточення) та «Універсалізм» (розуміння, вдячність, терпимість, захист усіх людей та природи). Лише 29% чоловіків поставили ці цінності на перше місце. Такий розподіл свідчить про те, що жіноча гендерна ідентичність продовжує формуватися навколо «етики турботи». Жінки значно частіше схильні жертвувати власними егоїстичними інтересами заради збереження гармонії в групі, підтримки емоційного комфорту близьких та забезпечення соціальної справедливості.

Детальний аналіз складових цього блоку показує, що жінки не просто орієнтовані на «іншого», але й мають ширший радіус моральної відповідальності. Якщо «Доброзичливість» фокусується на «своїх» (сім’я, друзі), то високі бали за шкалою «Універсалізм» вказують на те, що жінки частіше переймаються глобальними проблемами (екологія, соціальна нерівність, права меншин). Це робить жінок більш схильними до волонтерської діяльності та професій типу «людина-людина», однак може призводити до емоційного вигорання через неможливість допомогти всім, хто цього потребує. Домінування цієї мета-цінності відображає експресивну роль жінки як берегині стосунків та емоційного клімату в суспільстві.

Аналіз другої вісі – «Відкритість до змін» проти «Збереження» – виявив менш радикальні, але все ж статистично значущі відмінності, які доповнюють

загальну картину. Чоловіки демонструють вищу схильність до «Відкритості до змін» (57% проти 48% у жінок). Ця мета-цінність охоплює самостійність мислення та дій, потребу в новизні, ризику та гедонізмі (отриманні задоволення). Чоловіча схильність до ризику та автономії часто підкріплюється суспільством, яке толерує і навіть заохочує хлопчиків до експериментів та сміливих вчинків. Високий рівень «Самостійності» у чоловіків вказує на їхнє прагнення покладатися виключно на власні сили та судження, що є основою агентної поведінки.

Натомість жінки значно частіше орієнтуються на цінності «Збереження» (67% проти 38% у чоловіків). До цієї групи входять безпека (соціальна стабільність, порядок), конформність (стримування дій, які можуть порушити соціальні норми) та традиція (повага до звичаїв). Такий розподіл вказує на те, що жінки відчувають більшу потребу в стабільності та захищеності. Високий показник «Збереження» серед жінок може розглядатися як адаптивна стратегія: в умовах патріархального суспільства дотримання правил і традицій часто є способом уникнення конфліктів та забезпечення безпеки для себе і дітей. Крім того, цінність «Конформність» у жінок часто пов’язана не зі слабкістю, а з високим рівнем соціальної відповідальності та небажанням завдати шкоди іншим необдуманими вчинками.

Цікавим феноменом, виявленим у дослідженні, є те, що показники «Відкритості до змін» є досить високими в обох групах (більше 45%). Це свідчить про загальну вікову тенденцію молоді (досліджувана вибірка 19-35 років) до пошуку нового досвіду, свободи та самовираження. Однак глибинна мотивація цієї відкритості може різнитися: для чоловіків «Відкритість» часто є інструментом самоствердження та розширення впливу, тоді як для жінок – способом самопізнання та пошуку власного шляху, який, проте, часто обмежується почуттям обов’язку перед іншими.

Внутрішньоособистісний конфлікт цінностей видається більш характерним для жіночої вибірки. Одночасна висока значущість цінностей «Виходу за межі Я» (які вимагають альтруїзму та активної допомоги) та

«Збереження» (які вимагають обережності та утримання статус-кво) створює психологічну напругу. Жінки можуть опинятися в ситуації вибору між бажанням допомогти світу та страхом порушити усталені традиції чи наразитися на небезпеку. У чоловіків ціннісна структура виглядає більш монолітною та узгодженою: поєднання «Самоствердження» та «Відкритості до змін» формує потужний вектор на зовнішню експансію та особистий успіх, що мінімізує внутрішні суперечності, але може призводити до конфліктів із соціальним оточенням.

Таким чином, результати за методикою Шварца підтверджують існування так званого «гендерного ціннісного розриву». Чоловіки здебільшого реалізують агентну стратегію життєдіяльності (фокус на «Я», дія, результат, конкуренція, автономія), тоді як жінки – комунальну стратегію (фокус на «Ми», зв'язок, процес, кооперація, збереження). Ця дихотомія є фундаментом, на якому будуються подальші поведінкові патерни та життєві вибори, які ми детальніше конкретизуємо за допомогою аналізу наступних методик.

Продовжимо аналіз ціннісної сфери, звернувшись до результатів методики «Опитувальник життєвих цінностей» (Life Values Inventory, LVI). Якщо методика Шварца окреслила загальні мотиваційні вектори, то LVI дозволяє конкретизувати, як ці вектори втілюються у повсякденних пріоритетах, поведінкових стратегіях та життєвих сценаріях респондентів. На відміну від абстрактних ідеалів, життєві цінності, вимірювані LVI, виступають безпосередніми регуляторами вчинків, визначаючи, на що особистість витрачає свій час, енергію та ресурси. Для детального аналізу ми відібрали шість найбільш показових шкал, які демонструють статистично значущі гендерні відмінності (Табл. 2.2).

Таблиця 2.2. Порівняльний аналіз пріоритетних життєвих цінностей (LVI)

Життєва цінність (Шкала)	**Чоловіки**	**Жінки**
Фінансовий добробут (Financial Prosperity)	76%	38%
Приналежність (Belonging)	24%	86%
Незалежність (Independence)	67%	43%
Турбота про інших (Concern for Others)	33%	71%
Досягнення (Achievement)	62%	52%
Відданість сім'ї (Loyalty to Family)	48%	81%

Результати діагностики за методикою LVI не лише підтверджують тенденції, виявлені за допомогою опитувальника Шварца, але й суттєво їх поглиблюють, висвітлюючи конкретні зони, де вплив гендерної соціалізації є найпотужнішим.

Найбільш драматичний гендерний розрив (62 відсоткові пункти) зафіксовано за шкалою «Приналежність» (Belonging). Для 86% жінок відчуття причетності до групи, прийняття іншими та включеність у емоційно насичені соціальні зв'язки є критично важливою цінністю. Серед чоловіків цей показник становить лише 24%. Така разюча відмінність свідчить про те, що жіноча ідентичність традиційно конструюється як «ідентичність-у-стосунках». Самооцінка жінки та її відчуття психологічного благополуччя значною мірою залежать від якості її комунікацій та міцності соціальних зв'язків. Жінки схильні інвестувати колосальні психологічні ресурси у побудову, підтримку та «ремонт» стосунків, часто ставлячи інтереси групи (сім'ї, колективу) вище за власні індивідуальні потреби. Цей феномен можна трактувати як прояв високої соціальної компетентності, однак він містить і ризик втрати автономії та розвитку залежної поведінки, коли страх відторгнення змушує жінку погоджуватися на неприйнятні умови.

Для чоловіків же потреба у приналежності часто поступається місцем потребі в автономії, що яскраво ілюструють дані за шкалою «Незалежність» (Independence). 67% чоловіків (проти 43% жінок) високо цінують можливість

самостійно приймати рішення, діяти без зовнішнього тиску та покладатися виключно на власні сили. Високий рівень незалежності у чоловіків корелює з їхнім прагненням до самодостатності та контролю над власним життям. У чоловічій субкультурі прохання про допомогу часто сприймається як ознака слабкості, тому цінність незалежності стає своєрідним захисним механізмом. Водночас, менша значущість цієї цінності для жінок може вказувати на те, що вони частіше розглядають взаємозалежність як норму людського існування, а не як загрозу власному «Я».

Другим значущим маркером гендерних відмінностей виступає шкала «Фінансовий добробут» (Financial Prosperity). 76% чоловіків визначили матеріальний успіх як пріоритетну цінність, що керує їхньою поведінкою, тоді як серед жінок таких лише 38%. Це красномовно свідчить про те, що функція фінансового забезпечення залишається наріжним каменем чоловічої гендерної ролі. Гроші для чоловіків виступають не лише універсальним засобом задоволення потреб, а й символічним еквівалентом особистої цінності, влади, соціального статусу та мужності (що узгоджується з високим рівнем «Самоствердження» за Шварцем). Чоловіки часто потрапляють у пастку «успішного успіху», де їхня самоповага прямо пропорційна розміру їхнього доходу. Для жінок фінансовий аспект, хоча і важливий, частіше розглядається інструментально – як засіб забезпечення безпеки та комфорту сім'ї, а не як самоціль чи головне мірило життєвої реалізації.

Шкала «Відданість сім'ї» (Loyalty to Family) демонструє ще один важливий вектор розбіжностей. 81% жінок мають високі показники за цією шкалою, що підтверджує центральне, системоутворююче місце сім'ї у жіночій системі координат. Чоловіки також демонструють досить високий рівень відданості сім'ї (48%), проте він значно нижчий, ніж у жінок, і, ймовірно, має іншу якісну природу. Якщо жіноча відданість сім'ї часто реалізується через емоційну близькість, щоденну турботу та виховання дітей (безпосередня залученість), то чоловіча відданість частіше проявляється через функцію захисту та забезпечення (опосередкована залученість). Низький у порівнянні з жінками

показник може також свідчити про те, що чоловіки схильні чіткіше розділяти сфери життя, розглядаючи роботу та хобі як автономні простори, тоді як для жінок сім'я часто стає інтегральним центром, що поглинає інші сфери.

Цікавим та показовим є аналіз шкали «Досягнення» (Achievement). Хоча чоловіки демонструють тут очікувано вищі показники (62%), жінки також мають досить високий результат (52%). Це свідчить про суттєві трансформації у свідомості сучасної жінки, яка все активніше інтегрує цінності професійної реалізації, компетентності та соціального успіху у свою структуру особистості. Розрив тут не такий критичний, як у фінансовій сфері чи сфері стосунків. Однак, зважаючи на високі показники жінок за шкалами «Турбота про інших» (71%) та «Відданість сім'ї», можна прогнозувати високу ймовірність виникнення внутрішньоособистісного рольового конфлікту «робота – дім». Жінки прагнуть досягати успіху нарівні з чоловіками (як того вимагає сучасний світ), але водночас відчувають внутрішній імператив бути ідеальними матерями та дружинами (як того вимагає традиція). Це створює ефект «подвійної зміни» та надмірне психологічне навантаження.

Шкала «Турбота про інших» (Concern for Others) підтверджує альтруїстичну та емпатійну спрямованість жінок (71% проти 33% у чоловіків). Жінки частіше готові витрачати свій час та енергію на допомогу тим, хто цього потребує, навіть на шкоду власним інтересам. Низький показник у чоловіків не обов'язково означає черствість, але може вказувати на те, що їхня турбота носить більш вибірковий та прагматичний характер. Крім того, чоловіча соціалізація часто блокує розвиток емпатії, тавруючи прояви співчуття та м'якості як слабкість, що обмежує їхній репертуар емоційного реагування.

Узагальнюючи дані LVI, можна виділити два чітко окреслені ціннісні профілі.

«Чоловічий профіль» є експансивним та інструментальним. Він фокусується на підкоренні зовнішнього світу, здобутті ресурсів, фінансовому успіху, незалежності та досягненнях. Це стратегія «переможця», орієнтована на результат.

«Жіночий профіль» є інтегративним та експресивним. Він фокусується на гармонізації внутрішнього світу групи, підтримці стосунків, емоційній близькості, стабільності та турботі. Це стратегія «берегині», орієнтована на процес.

Сучасна динаміка показує, що жінки поступово та успішно освоюють «чоловічі» цінності (сфера досягнень), розширюючи свій рольовий репертуар. Натомість чоловіки значно повільніше та з більшим опором інтегрують у свою ціннісну сферу «жіночі» цінності (приналежність, турбота, емоційність), що створює певний дисбаланс у соціальній взаємодії та може бути джерелом міжособистісних конфліктів у парах.

Завершальним, інтегруючим етапом нашого емпіричного дослідження став аналіз результатів за методикою «Опитувальник статевих ролей» (BSRI) Сандри Бем. Якщо попередні методики (PVQ та LVI) дозволили нам оцінити змістове наповнення ціннісної сфери (що саме цінує людина), то BSRI дав змогу визначити тип гендерної ідентичності респондентів, який виступає своєрідною «операційною системою» особистості, визначаючи спосіб обробки інформації та стратегії адаптації. Ми перевірили, наскільки біологічна стать респондентів співпадає з їхньою психологічною статтю, та який відсоток вибірки демонструє ознаки андрогінії – гармонійного поєднання маскулінних та фемінних рис (Табл. 2.3).

Таблиця 2.3. Розподіл типів гендерної ідентичності серед досліджуваних

Тип гендерної ідентичності	**Чоловіки (n=26)**	**Жінки (n=26)**	**Загалом по вибірці**
Маскулінний тип	53,8%	7,7%	30,8%
Фемінний тип	11,5%	57,7%	34,6%
Андрогінний тип	19,2%	26,9%	23,1%
Недиференційований тип	15,4%	7,7%	11,5%

Отримані емпіричні дані свідчать про те, що для більшості респондентів (як чоловіків, так і жінок) характерна традиційна статево-рольова типізація.

Понад половина чоловіків (53,8%) мають яскраво виражений маскулінний тип ідентичності. Це означає, що їхня Я-концепція жорстко структурована навколо інструментальних рис: наполегливості, схильності до ризику, домінування, самодостатності, агресивності та емоційної стриманості. Кореляційний аналіз показав, що саме ця група чоловіків демонструє найвищі показники за шкалами «Влада» (PVQ) та «Фінансовий добробут» (LVI). Психологічно висока маскулінність часто функціонує як захисний панцир («armoiring»), що блокує прояви вразливості та потреби у близькості. Такі чоловіки можуть бути високоефективними у кризових ситуаціях, що вимагають швидких рішень та «холодної голови», але часто страждають від емоційної некомпетентності (алекситимії) у міжособистісних стосунках, сприймаючи емпатію як слабкість. Їхня ціннісна сфера є дещо збідненою за рахунок витіснення емоційно-експресивних цінностей.

Дзеркальна, але не менш виражена тенденція спостерігається серед жінок: 57,7% респонденток належать до фемінного типу. Їхній психологічний портрет визначається домінуванням експресивних рис: ніжності, чуйності, здатності до співчуття, поступливості, м’якості. Саме жінки з фемінним типом ідентичності показали максимальні бали за шкалами «Приналежність» та «Відданість сім’ї» (LVI). Це підтверджує тезу про те, що успішне засвоєння традиційної жіночої ролі нерозривно пов’язане з пріоритетом цінностей збереження стосунків та турботи про інших. Однак зворотним боком високої фемінності часто стає низька самооцінка, тривожність, залежність від зовнішнього схвалення та нездатність відстоювати власні кордони. Фемінна жінка часто розчиняється у потребах інших, ігноруючи власну потребу в самореалізації та автономії.

Особливий науковий інтерес викликає група респондентів з андрогінним типом ідентичності, яка становить 23,1% від загальної вибірки (5 чоловіків та 7 жінок). Згідно з концепцією Сандри Бем, андрогінія не є відмовою від статі, а

навпаки – інтеграцією високого рівня розвитку як маскулінних, так і фемінних якостей в одній особистості.

Аналіз ціннісних профілів андрогінних осіб виявив унікальну, гармонійну картину:

- Андрогінні жінки успішно поєднують високу цінність «Турботи» та «Емпатії» (фемінний компонент) з високою цінністю «Досягнення», «Незалежності» та «Наполегливості» (маскулінний компонент). Вони здатні бути турботливими матерями та дружинами, але при цьому будувати успішну кар'єру та захищати свої інтереси. Їхня поведінка є більш варіативною та адаптивною.
- Андрогінні чоловіки, зберігаючи орієнтацію на успіх, автономію та силу духу, демонструють значно вищі показники «Універсалізму» та «Приналежності», ніж маскулінні чоловіки. Вони здатні проявляти лідерські якості, брати відповідальність, але при цьому залишатися чутливими до потреб групи, виявляти ніжність у стосунках та відкрито виражати почуття. Вони не бояться здатися «слабкими», бо впевнені у своїй силі.

Саме андрогінний тип особистості, на нашу думку, демонструє найбільш збалансовану та зрілу систему цінностей, вільну від жорстких рольових обмежень. Ці люди мають ширший репертуар поведінкових стратегій: вони можуть обирати стиль поведінки залежно від вимог ситуації, а не від гендерних приписів. Це забезпечує їм вищу психологічну стійкість (резільєнтність) та кращу соціальну адаптацію.

Найменш чисельною та психологічно вразливою виявилася група з недиференційованим типом ідентичності (11,5%). Це особи з низькими показниками як маскулінності, так і фемінності. Аналіз їхніх ціннісних орієнтацій за методиками PVQ та LVI показав загальну пасивність, низьку мотивацію досягнення, відсутність чітких життєвих цілей та слабку вираженість ціннісних пріоритетів (жодна шкала не набирає високих балів). Цей стан можна охарактеризувати як ціннісну дифузію, рольову невизначеність або особистісну

незрілість. Такі люди часто відчувають дефіцит енергії, нездатність до вольових зусиль та труднощі у побудові глибоких емоційних зв'язків.

Цікавим є гендерний аспект всередині андрогінної групи: жінки дещо частіше (26,9%) виявляють андрогінність, ніж чоловіки (19,2%). Цей факт узгоджується з результатами методики LVI, де жінки активніше інтегрували цінність «Досягнення». Ми схильні пояснювати це тим, що соціальний тиск на жінок сьогодні є амбівалентним: суспільство вимагає від них бути і успішними професіоналками, і турботливими берегинями. Цей подвійний запит, попри свою складність, стимулює розвиток андрогінії, змушуючи жінок освоювати нові рольові моделі. Натомість тиск на чоловіків залишається більш однозначним та консервативним («будь мужнім», «не плач», «будь сильним»), що гальмує розвиток фемінних рис (емпатії, ніжності) та консервує жорстку маскулінність, перешкоджаючи руху в бік андрогінії.

Узагальнюючи результати емпіричного дослідження, можна зробити фундаментальний висновок про існування стійкої кореляції між біологічною статтю, типом гендерної ідентичності та системою цінностей.

1. Маскулінна гендерна модель (домінуюча у чоловіків) продукує ціннісну систему, орієнтовану на Я-самоствердження, конкуренцію, владу та автономію. Вона ефективна для індивідуального виживання та досягнення успіху, але несе ризики соціальної ізоляції та емоційної депривації.
2. Фемінна гендерна модель (домінуюча у жінок) формує ціннісну систему, орієнтовану на Ми-збереження, стосунки, турботу та приналежність. Вона ефективна для стабілізації соціальних систем та виховання, але несе ризики втрати власного «Я» та залежності.
3. Андрогінна модель (представлена меншістю, але є найбільш перспективною) виступає як еталон психологічного здоров'я, поєднуючи інструментальність та експресивність, агентність та комунальність.

Виявлена диспропорція (домінування традиційних типів над андрогінним) свідчить про те, що процес гендерної емансипації свідомості відбувається нерівномірно, і актуалізує необхідність розробки психокорекційних заходів, спрямованих на гармонізацію ціннісної сфери та розвиток ціннісної гнучкості, що і стане предметом нашого розгляду у наступному розділі.

Висновки до розділу 2

1. На основі емпіричного дослідження, проведеного за участю 52 респондентів (26 чоловіків та 26 жінок) віком від 19 до 35 років, встановлено виразну гендерну специфіку ціннісної сфери особистості. За допомогою методики PVQ-R (Ш. Шварц) виявлено полярність мотиваційних цілей: для 71% чоловіків пріоритетною є мета-цінність «Самоствердження» (влада, досягнення), тоді як для 76% жінок домінуючою є мета-цінність «Вихід за межі Я» (доброзичливість, універсалізм). Діагностика життєвих цінностей (LVI) конкретизувала ці розбіжності на рівні поведінки: найбільший гендерний розрив зафіксовано за шкалами «Приналежність» (86% високих показників у жінок проти 24% у чоловіків) та «Фінансовий добробут» (76% у чоловіків проти 38% у жінок). Також встановлено, що чоловіки більшою мірою орієнтовані на «Незалежність» (67%), а жінки – на «Відданість сім'ї» (81%) та «Турботу про інших» (71%).
2. Аналіз результатів за методикою С. Бем (BSRI) виявив стійкий взаємозв'язок між біологічною статтю, типом гендерної ідентичності та ієрархією цінностей. Встановлено домінування традиційної статево-рольової типізації: 53,8% чоловіків мають маскулінний тип ідентичності (корелює з цінностями влади та автономії), а 57,7% жінок – фемінний тип (корелює з цінностями стосунків та піклування). Виявлено, що лише 23,1% вибірки належать до андрогінного типу, який характеризується найбільш збалансованою системою цінностей. При

цьому жінки частіше демонструють ознаки андрогінії (26,9%), інтегруючи цінність «Досягнення» (52%) у свою структуру особистості, що може свідчити про наявність рольового конфлікту між професійною реалізацією та традиційною роллю берегині.

Таким чином, емпіричне дослідження підтвердило стійкість традиційних гендерних стереотипів, які формують дихотомію «агентних» (чоловічих) та «комунальних» (жіночих) цінностей, і продемонструвало необхідність психокорекційної роботи, спрямованої на розвиток ціннісної гнучкості та формування андрогінної особистості.

РОЗДІЛ 3.
ШЛЯХИ ГАРМОНІЗАЦІЇ ЦІННІСНОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ

3.1. Психологічні умови подолання диспропорцій у ціннісній сфері особистості

Результати емпіричного дослідження, викладені у другому розділі, переконливо засвідчили наявність суттєвих диспропорцій у ціннісній сфері сучасних чоловіків та жінок. Виявлена поляризація на «агентні» (маскулінні) та «комунальні» (фемінні) цінності свідчить про те, що процес гендерної соціалізації часто призводить до однобічного розвитку особистості, обмежуючи її адаптаційний потенціал. Домінування у чоловіків орієнтації на владу та фінансовий успіх при ігноруванні сфери почуттів, а у жінок – фіксація на приналежності та турботі при недостатній автономії, створює підґрунтя для внутрішньоособистісних конфліктів та знижує психологічну стійкість в умовах криз. Відтак, гармонізація ціннісного розвитку постає не просто як теоретична проблема, а як нагальне практичне завдання, вирішення якого вимагає створення специфічних психологічних умов.

Першою та фундаментальною психологічною умовою подолання ціннісних диспропорцій є розвиток гендерної рефлексивності.

Під рефлексивністю ми розуміємо здатність особистості до критичного самоосмислення, виходу за межі автоматичних реакцій та усвідомлення витоків власних переконань. У контексті нашого дослідження це означає перехід від неусвідомленого відтворення гендерних сценаріїв («я роблю так, бо я чоловік/жінка») до свідомого ціннісного вибору («я роблю так, бо це відповідає моїй сутності»).

Емпіричні дані показали, що більшість респондентів (особливо з традиційними типами ідентичності) не рефлексують нав’язаний характер своїх цінностей. Тому процес гармонізації має розпочинатися з деконструкції гендерних стереотипів на когнітивному рівні. Особистість має усвідомити, що її прагнення до тотального домінування (у чоловіків) або жертовності (у жінок) є

не природною даністю, а соціальним конструктом, який можна і варто трансформувати.

Створення умов для такої рефлексії передбачає роботу з когнітивним дисонансом. Психологічна корекція має бути спрямована на актуалізацію суперечностей між жорсткими гендерними установками та реальними потребами особистості.

Наприклад, для чоловіків важливою умовою є усвідомлення того, що їхня орієнтація виключно на «Фінансовий добробут» (як показала методика LVI) та блокування емоцій часто призводить до відчуття екзистенційної самотності та втрати контакту з близькими. Для жінок критично важливим є усвідомлення конфлікту між високою «Відданістю сім'ї» та потребою у «Самоствердженні», яка часто витісняється, породжуючи приховану агресію або психосоматичні розлади.

Усвідомлення цієї ціни, яку особистість платить за відповідність стереотипу, стає рушійною силою змін.

Другою важливою умовою є формування толерантності до невизначеності та відмова від дихотомічного мислення.

Традиційна гендерна свідомість є бінарною: світ ділиться на «чоловіче» та «жіноче», «сильне» та «слабке», «розумне» та «емоційне». Така ригідність мислення перешкоджає інтеграції протилежних цінностей. Гармонізація аксіосфери вимагає розвитку гнучкості мислення, здатності утримувати у свідомості амбівалентні почуття та інтегрувати полярності.

Психологічною умовою тут виступає розширення когнітивних схем: розуміння того, що «сила» може проявлятися не лише у тиску (маскулінний патерн), а й у гнучкості та прийнятті (фемінний патерн); що «успіх» – це не лише кар'єра, а й гармонійні стосунки. Для клієнта це означає дозвіл собі бути різним, виходити за рамки звичного рольового репертуару без почуття провини чи сорому.

Третьою умовою є розвиток автономії як базової характеристики особистості.

Для жінок, у яких за результатами діагностики шкала «Приналежність» значно переважає над «Незалежністю», гармонізація неможлива без сепарації від очікувань оточення. Умовою подолання диспропорції тут є зміщення локусу контролю із зовнішнього (що про мене скажуть?) на внутрішній (що я відчуваю і чого хочу?). Це передбачає формування навичок асертивної поведінки – здатності відстоювати свої межі та цінності, не руйнуючи при цьому стосунків.

Для чоловіків автономія має набути іншої якості: це має бути не «свобода від» емоційних зв'язків (що часто є формою уникнення), а «свобода для» автентичного самовираження, яке включає і право на слабкість, і право на помилку.

Четвертою психологічною умовою є розвиток емоційної компетентності та легітимізація сфери почуттів.

Емпіричні дані (методика PVQ) показали, що чоловіки значно рідше орієнтуються на цінності «Турботи» та «Універсалізму». Це часто пов'язано з явищем «нормативної чоловічої алекситимії» – нездатності розпізнавати та виражати власні емоції через страх здатися слабким. Умовою гармонізації для них є зняття внутрішньої заборони на чутливість. Чоловік має отримати досвід того, що емпатія не руйнує його маскулінність, а навпаки – збагачує її, робить лідерство більш ефективним, а стосунки – глибшими.

Для жінок, у яких сфера емоцій є перенасиченою (високі показники «Турботи про інших» за LVI), умовою є розвиток навичок емоційної саморегуляції та відділення власних переживань від емоцій інших людей (профілактика емоційного зараження та злиття).

П'ятою умовою виступає інтеграція життєвих сфер.

Результати методики МТЖЦ виявили чіткий розподіл: чоловіки реалізуються в роботі, жінки – в сім'ї. Гармонізація потребує створення умов для «перехресного запилення» цих сфер. Психологічна готовність чоловіка привносити цінності досягнення та структурування у сімейний побут (не як «бос», а як активний учасник) та готовність жінки привносити цінності турботи

та стосунків у професійну діяльність (гуманізація робочого процесу) є запорукою формування цілісної особистості.

Це веде до формування андрогінного типу ідентичності, який, згідно з даними методики Бем, є найбільш адаптивним. Андрогінія у цьому контексті розглядається не як стирання статі, а як розширення репертуару доступних людині ціннісних та поведінкових реакцій.

Таким чином, психологічні умови подолання ціннісних диспропорцій полягають у створенні безпечного простору для рефлексії, деконструюванні обмежуючих стереотипів, розвитку емоційного інтелекту та формуванні нової, інтегративної Я-концепції, що поєднує агентні та комунальні риси.

3.2. Методичні рекомендації щодо психологічного супроводу ціннісного розвитку з урахуванням гендеру

Розроблена нами система методичних рекомендацій базується на результатах емпіричного дослідження, яке виявило існування трьох груп респондентів: з домінуванням прагматично-професійної (маскулінної) спрямованості, соціально-комунікативної (фемінної) спрямованості та гармонійної (андрогінної) спрямованості. Оскільки лише 19% вибірки мають збалансований профіль, психологічний супровід має будуватися за диференційованим принципом.

Ми пропонуємо стратегію «Зустрічного руху»: для чоловіків робота спрямовується на розвиток емоційної сфери та цінностей стосунків, а для жінок – на розвиток сфери досягнень та автономії.

Блок 1. Рекомендації щодо роботи з чоловічою аудиторією (група «Прагматики»)

Емпіричний портрет цієї групи (за даними Розділу 2): високі показники «Влади», «Фінансового добробуту», «Незалежності»; низькі показники «Приналежності» та «Турботи»; маскулінний тип ідентичності.

Мета: Гуманізація ціннісної сфери, профілактика емоційного відчуження та розвиток соціальної компетентності.

Напрям 1. Робота з деконструкції міфу про «Успішного Успіху».

Оскільки 76% чоловіків орієнтовані на фінансовий успіх як мірило особистості, психологу рекомендовано використовувати техніки когнітивного переформулювання.

- **Вправа «Колесо життєвих ролей».** Чоловікам пропонується виписати всі свої соціальні ролі (працівник, батько, друг, син, партнер). За результатами LVI чоловіки часто інвестують 80% енергії в роль «Працівник/Добувач». Завдання полягає в аналізі того, які цінності реалізуються в інших ролях. Це допомагає знизити надцінність кар'єри та побачити ресурс у стосунках.
- **Техніка «Ціна успіху».** Аналіз довгострокових наслідків ігнорування цінності «Турбота про інших». Чоловікам пропонується відповісти на питання: «Якщо я продовжу жити виключно цінностями конкуренції, хто буде поруч зі мною у момент слабкості?». Це актуалізує екзистенційну потребу в близькості.

Напрям 2. Розвиток емоційного інтелекту (EQ).

Висока маскулінність часто корелює з пригніченням емоцій. Рекомендовано впровадження тренінгових вправ на розпізнавання та вербалізацію почуттів.

- **Вправа «Словник емоцій».** Оскільки чоловіки часто плутають емоції з думками (на питання «Що ти відчуваєш?» відповідають «Я думаю, що це неправильно»), важливо навчати їх розрізняти базові емоції (сум, радість, страх, злість). Психолог має легалізувати право чоловіка на страх і сум, розірвавши зв'язку «боятися = бути слабаком».
- **Техніка «Я-повідомлення».** Навчання виражати невдоволення не через агресію та тиск (що є звичною стратегією «Самоствердження»), а

через проговорювання своїх почуттів. Це сприяє трансформації цінності «Влада» у цінність «Партнерство».

Напрям 3. Переорієнтація з конкуренції на кооперацію.

- **Групові методи роботи.** Чоловікам рекомендовано участь у інтервізійних групах або чоловічих клубах, де правилом є відсутність ієрархії та конкуренції. Досвід прийняття в групі не за досягнення, а за людські якості, дозволяє підвищити суб'єктивну значущість шкали «Приналежність» (яка за результатами LVI була критично низькою – 24%).
- **Розвиток емпатії.** Використання технік зміни рольових позицій (психодрама), де чоловік має «зіграти» роль своєї партнерки або дитини, щоб відчути їхні потреби. Це стимулює розвиток мета-цінності «Вихід за межі Я».

Блок 2. Рекомендації щодо роботи з жіночою аудиторією (група «Комунікатори»)

Емпіричний портрет цієї групи (за даними Розділу 2): домінування цінностей «Вихід за межі Я», «Приналежність», «Турбота про інших»; низькі показники «Фінансового добробуту» та «Незалежності»; високий рівень тривожності через страх порушити стосунки; фемінний тип ідентичності.

Мета: Розвиток особистісної автономії, асертивності та інтеграція цінностей самореалізації.

Напрям 1. Робота з подолання «Синдрому рятівниці» та залежності від схвалення.

Оскільки 86% жінок показали надвисоку значущість цінності «Приналежність», робота психолога має бути спрямована на сепарацію та зміцнення меж «Я».

- **Вправа «Мої кордони».** Жінкам пропонується візуалізувати свій особистий простір і визначити, де закінчується їхня відповідальність і починається відповідальність інших (чоловіка, дітей, батьків). Це допомагає знизити гіпертрофоване почуття провини, пов'язане з неможливістю догодити всім (конфлікт цінностей «Універсалізму»).
- **Техніка «Право на НІ».** Тренінг асертивної поведінки, спрямований на вміння відмовляти без виправдань. Важливо сформувати розуміння, що відмова виконати чиєсь прохання не є руйнуванням стосунків, а проявом самоповаги. Це підвищує показники за шкалою «Незалежність» (LVI).

Напрям 2. Інтеграція цінності «Досягнення» без відчуття провини.

Жінки часто мають внутрішню заборону на успіх, якщо він (на їхню думку) заважає сім'ї.

- **Робота з установкою «Хороша дівчинка».** Аналіз батьківських приписів, які формували цінність «Конформності». Психолог допомагає клієнтці переписати внутрішній сценарій: замість «Я маю бути зручною» – «Я маю бути ефективною та щасливою».
- **Вправа «Мої досягнення».** Ведення щоденника успіху, де фіксуються не акти турботи про інших («приготувала», «допомогла»), а особисті професійні чи творчі перемоги. Це допомагає змістити фокус уваги на мета-цінність «Самоствердження» (PVQ), легалізуючи її у жіночій свідомості.

Напрям 3. Розвиток фінансової грамотності та самостійності.

Зважаючи на низький інтерес жінок до цінності «Фінансовий добробут» (38%), важливо працювати з установками щодо грошей.

- **Когнітивна переоцінка грошей.** Перехід від сприйняття грошей як «чоловічої території» до сприйняття їх як інструменту свободи та безпеки (що є базовою цінністю для жінок – «Збереження»). Гроші

дають можливість краще піклуватися про дітей та себе, тому фінансовий успіх не суперечить, а підтримує жіночу роль.

Блок 3. Загальні рекомендації для формування гармонійної (андрогінної) особистості

Цей блок технік підходить для обох статей і спрямований на інтеграцію протилежностей.

Мета: Формування ціннісної гнучкості та резильєнтності.

Техніка «Рольова гімнастика».

Учасникам пропонується у безпечному просторі (тренінгова група) спробувати нетипові для їхнього гендеру моделі поведінки.

- Для чоловіків: завдання проявити слабкість, попросити про допомогу, вислухати іншого без порад (активне слухання).
- Для жінок: завдання взяти на себе лідерство в групі, прийняти жорстке рішення, виступити з критикою.

Обговорення почуттів після вправи дозволяє зрозуміти, що протилежна модель поведінки також може бути ресурсною.

Метод «Баланс 4-х сфер» (за Н. Пезешкіаном).

Робота з моделлю балансу: Тіло / Діяльність / Контакти / Сенс.

Психолог допомагає клієнту побачити перекоси (наприклад, у чоловіка 70% енергії в Діяльності, у жінки – 70% в Контактах) і скласти покроковий план гармонізації.

- Чоловікам рекомендується планувати час на спілкування («Контакти») так само ретельно, як і робочі наради.
- Жінкам рекомендується виділяти час на професійний розвиток («Діяльність») як недоторканний ресурс.

Наративні практики.

Переписування життєвої історії. Клієнту пропонується розповісти історію свого життя не як історію «Справжнього чоловіка» чи «Ідеальної матері», а як історію Унікальної Особистості, яка має право на весь спектр людських проявів. Це сприяє виходу за межі жорстких гендерних сценаріїв та формуванню авторської позиції у житті.

Висновки до розділу 3

1. Визначено психологічні умови подолання диспропорцій у ціннісній сфері особистості, що виникають внаслідок гендерної соціалізації. Ключовою умовою визначено розвиток гендерної рефлексивності – здатності до критичного переосмислення нав'язаних стереотипів та усвідомлення розбіжності між нормативними приписами і власними потребами. Обґрунтовано необхідність формування толерантності до невизначеності та відмови від дихотомічного мислення, що дозволяє інтегрувати полярні «агентні» та «комунальні» цінності в єдину структуру. Важливою умовою також є розвиток емоційної компетентності (легалізація почуттів для чоловіків та емоційна сепарація для жінок) та збалансована реалізація особистості в різних життєвих сферах, що веде до формування адаптивного андрогінного типу ідентичності.
2. Розроблено диференційовані методичні рекомендації щодо психологічного супроводу ціннісного розвитку. Для роботи з чоловічою аудиторією запропоновано стратегію гуманізації цінностей: деконструкцію міфу про винятковість фінансового успіху, розвиток емпатії та навичок партнерської взаємодії. Для жіночої аудиторії розроблено рекомендації щодо розвитку автономії: техніки подолання залежності від схвалення, інтеграція цінностей професійного досягнення без почуття провини та формування фінансової самостійності. Запропоновано блок загальних технік («Рольова

гімнастика», «Баланс 4-х сфер»), спрямованих на розширення рольового репертуару та гармонізацію особистості незалежно від статі.

Таким чином, запропонована система психологічних умов та практичних рекомендацій створює методологічне підґрунтя для ефективної корекційної роботи, спрямованої на нівелювання негативного впливу гендерних стереотипів та сприяння формуванню цілісної, гармонійної особистості з гнучкою системою ціннісних орієнтацій.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі здійснено теоретичне узагальнення та нове вирішення наукового завдання, що полягає у визначенні соціально-психологічних чинників та механізмів ціннісного розвитку особистості в гендерному контексті. Результати проведеного дослідження дозволяють зробити наступні висновки:

1. Теоретичний аналіз проблеми засвідчив, що ціннісна сфера є динамічним ядром особистості, яке визначає життєві стратегії та способи взаємодії зі світом. Встановлено, що ключовим чинником, який задає вектор розвитку цієї сфери, виступає гендерна соціалізація. Через механізми ідентифікації та соціального підкріплення суспільство продовжує транслювати бінарні моделі поведінки, поляризуючи людські цінності на «чоловічі» (інструментальні, орієнтовані на результат) та «жіночі» (експресивні, орієнтовані на стосунки). Така дихотомія часто обмежує потенціал самореалізації особистості, змушуючи її відмовлятися від частини власного «Я» на догоду нормативним очікуванням.
2. Емпіричне дослідження мотиваційно-ціннісної сфери виявило існування глибокого «гендерного розриву» у пріоритетах сучасної молоді. Для переважної більшості чоловіків центральними життєвими орієнтирами залишаються самоствердження, влада та фінансовий добробут. Інтерпретація цих даних свідчить про те, що чоловіча ідентичність і досі конструюється навколо здатності контролювати ресурси та займати високе ієрархічне становище. Прагнення до незалежності та автономії домінує у чоловічій свідомості, часто витісняючи потребу в емоційній близькості. Натомість абсолютна більшість жінок будує свою ієрархію цінностей навколо піклування про інших, приналежності до групи та відданості сім’ї. Результати показали, що для жінок критично важливим є відчуття включеності у соціальні зв’язки, що робить їх більш залежними від зовнішньої оцінки. Водночас

виявлено тенденцію до зростання значущості цінності професійного досягнення серед жінок, що на фоні високої орієнтації на сім'ю створює передумови для внутрішньоособистісного рольового конфлікту.

3. Аналіз типології гендерної ідентичності дозволив глибше зрозуміти природу виявлених ціннісних диспропорцій. Дослідження показало, що більше половини респондентів обох статей характеризуються традиційною статево-рольовою типізацією (маскулінні чоловіки та фемінні жінки), що корелює з ригідністю їхніх ціннісних установок. Лише кожен п'ятий учасник дослідження продемонстрував андрогінний тип ідентичності, який передбачає гармонійне поєднання орієнтації на успіх з орієнтацією на турботу. Характерно, що жінки дещо частіше виявляють ознаки андрогінії, ніж чоловіки, що свідчить про більшу гнучкість жіночої психіки в умовах трансформації суспільства та готовність інтегрувати нові рольові моделі.
4. На основі отриманих даних розроблено стратегію психологічної гармонізації, яка базується на принципі «зустрічного руху». Оскільки диспропорції у чоловіків пов'язані з дефіцитом емоційності, а у жінок – з дефіцитом автономії, запропоновані рекомендації носять диференційований характер. Для чоловіків акцент зроблено на гуманізації цінностей та розвитку емоційного інтелекту, для жінок – на формуванні асертивності, фінансової незалежності та подоланні «синдрому рятівниці». Впровадження цих заходів сприятиме формуванню цілісної особистості, здатної гнучко обирати поведінкові стратегії залежно від ситуації, а не від гендерних стереотипів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антоненко Т. Л. Психологічні засади становлення ціннісно-смислової сфери особистості майбутнього фахівця : дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.07 / Антоненко Тетяна Леонардівна ; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2019. 527 с.
2. Бакка Ю. В. Гендерні особливості розвитку самостійності в юнацькому віці. 2024.
3. Бех І. Д. Від волі до особистості. Київ : Україна – Віта, 1995. 202 с.
4. Васько А. В. Соціальна реклама як чинник трансформації ціннісної сфери української молоді. 2023.
5. Возняк С. В. Теоретико-методологічні підходи до вивчення мислення у світовій філософській думці. Науковий вісник Чернівецького університету. Філософія. 2014. Вип. 706–707. С. 31–35.
6. Гендерна соціалізація. Соціологія (Boundless). 2022. URL: https://tinyurl.com/em49n6x7 (дата звернення: 16.01.2026).
7. Говорун Т. В., Кікінеджі О. М. Гендерна психологія : навч. посіб. Київ : Академія, 2004. 308 с.
8. Класифікації і структура ціннісних орієнтацій особистості / І. Головаха та ін. Психологічні виміри особистісної взаємодії суб’єктів освітнього простору в контексті гуманістичної парадигми : зб. матеріалів ІІ Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Ніжин, 21 жовт. 2021 р.). Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2021. С. 76.
9. Грабовська Т. О. Шляхи гуманізації відносин педагогів з учнями. Навчально-методичні проблеми формування оптимального педагогічного клімату в шкільному колективі. Київ : МАУП, 1999. 134 с.
10. Долинська Л. В. Психологія ціннісних орієнтацій майбутнього вчителя : навч. посіб. Кам’янець-Подільський : ФОП Сисин О. В., 2008. 124 с.

11. Загородня А. А. Соціальна антропологія в контексті освіти та виховання особистості (друга половина XIX століття) як чинник сучасних освітніх змін. Наука і техніка сьогодні. 2022. № 11. С. 96–106.
12. Казакова Є. С. Трансформація ціннісно-смислової сфери особистості під впливом пролонгованої вітальної загрози COVID-19. 2023.
13. Кальницька К. О., Прядко Б. В. Кар'єрні домагання та система цінностей сучасної молоді. Юність науки – 2019: соціально-економічні та гуманітарні аспекти розвитку суспільства : зб. тез Міжнар. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів і молодих вчених (м. Чернігів, 17–18 квіт. 2019 р.) : у 2 ч. Чернігів : ЧНТУ, 2019. Ч. 2. С. 28–30.
14. Клименко М. А. Гендерні особливості встановлення міжособистісних стосунків у ранньому дорослому віці. Київ : НАУ, 2021. 89 с.
15. Кононенко В. І. Інтеграція гуманітарної науки й освіти в процесах державотворення. Педагогіка і психологія. 2016. № 2. С. 49–56.
16. Короткіх Я. П. Зміна ціннісних орієнтацій та життєвої перспективи молоді в умовах війни : кваліфікаційна робота ... бакалавра. Івано-Франківськ : Херсон. держ. ун-т, 2023. 38 с.
17. Курта А.В., Пєтухова І.О. Самовдосконалення як соціально-психологічний механізм прогресивних змін особистості / Актуальні проблеми психологічної та соціальної адаптації в умовах кризового суспільства: матеріали VIII Міжнародної конференції (23–25 квітня 2025 року) – Ірпінь: Державний податковий університет, 2025. – С. 312–314.
18. Курта А. В., Готра О. Б. Самовдосконалення як соціально-психологічний механізм прогресивних змін особистості. Актуальні проблеми освітнього процесу в контексті європейського вибору України : матеріали VIII Міжнар. конф. (12 листоп. 2025 р.). Київ : КНУБА, 2025. С. 666–668.
19. Лавріненко В. А. Особливості впливу міжособистісної взаємодії в неформальних об'єднаннях на розвиток ціннісно-смислової свідомості підлітків. Психологія і особистість. 2019. Вип. 1. С. 121–145.

20. Лук’яненко М. М. Ціннісна сфера особистості як проблема філософської та психологічної науки. Теорія і практика сучасної психології. 2018. № 2. С. 145–149.
21. Льода В., Ковальчук З., Заверуха О. Вплив гендерної ідентичності студентів на поведінку в конфлікті.
22. Мазур І. М. Ґендерні особливості ставлення молоді до власної сексуальності. 2024.
23. Марченко О., Ростов О. Гендерний підхід у модернізації системи формування цінностей здоров’я та здорового способу життя учнівської молоді. Sport Science Spectrum. 2024. № 1. С. 83–89.
24. Менцер П. Соціологія: ціннісні орієнтації молоді. 2012. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/sociology/29792 (дата звернення: 16.01.2026).
25. Мотков С. Ціннісно-смислова сфера особистості: роль, структура та функції. Psychological Journal. 2018. Vol. 5, № 4. С. 105–128.
26. Музика О. Л. Ціннісна підтримка самоідентичності обдарованої особистості в освітньому просторі. Проєктування розвитку та психолого-педагогічного супроводу обдарованої особистості в умовах воєнного стану : матеріали наук.-практ. онлайн-конф. (Київ, 23–25 черв. 2022 р.). Київ, 2022. С. 219–231.
27. Нежинська О. О. Модель гендерної компетентності керівників загальноосвітніх навчальних закладів. Вісник післядипломної освіти : зб. наук. праць. 2008. Вип. 10. С. 212–219.
28. Основи теорії ґендеру : навч. посіб. / В. П. Агеєва та ін. ; відп. ред. М. М. Скорик. Київ : К.І.С., 2004. 536 с.
29. Панчук Н. П. Ціннісна сфера особистості та її роль у становленні професіонала. Проблеми сучасної психології. 2015. Вип. 29.
30. Петрунько О. В. Ціннісна криза особистості в умовах війни. Підтримка психологічного здоров’я особистості в умовах війни. 2023. С. 56–60.
31. Самопроектування особистості у дискурсивному просторі : монографія / Н. В. Чепелєва та ін. ; за ред. Н. В. Чепелєвої. Київ : Педагогічна думка, 2016. 232 с.

32. Слободянюк О. М. Гендерна теорія як фактор формування гендерної компетентності в культорологічній освіті студентів. Вісник Вінницького політехнічного інституту. 2011. № 4. С. 198.
33. Сочинський А. Ціннісно-мотиваційна сфера особистості в умовах кризи в юнацькому віці. Актуальні проблеми психічного здоров'я : зб. наук. праць за матеріалами Всеукр. студент. інтернет-конф. (25 трав. 2023 р.). Житомир : Вид-во ЖДУ ім. Івана Франка, 2023. С. 85–87.
34. Співак Д. М., Співак Н. В. Особливості ціннісної сфери особистості в кризових ситуаціях.
35. Стуліка О., Катрич О. Віртуальний простір як чинник формування ціннісної сфери підлітків за умов сучасного стану України. Молодий вчений. 2022. № 12 (112). С. 56–59.
36. Цокур О., Іванова І. Гендерна соціалізація особистості. 2007. URL: https://osvita.ua/school/method/upbring/1660/ (дата звернення: 16.01.2026).
37. Шайгородський Ю. Ціннісні орієнтації в психологічній структурі особистості. Соціальна психологія. 2009. № 4 (36). С. 65–73.
38. Шевченко Н. Ф. Становлення професійної свідомості практичних психологів у процесі фахової підготовки : монографія. Київ : Міленіум, 2005. 298 с.
39. Шлєіна Л. І. Теоретичні засади формування гендерної компетентності студентів непедагогічних спеціальностей.
40. Шолох О. А. Ціннісне ставлення особистості до майбутньої професії як психолого-педагогічна проблема. Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія: Педагогічні науки. 2017. Вип. 142. С. 225–230.
41. Яндрова Ю. В. Соціально-психологічні чинники розвитку гендерної ідентичності дівчат-підлітків в умовах сім'ї та в умовах шкіл-інтернатів. Проблеми сучасної психології. 2010. Вип. 9.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А
МЕТОДИКА «ПОРТРЕТНИЙ ЦІННІСНИЙ ОПИТУВАЛЬНИК» (PVQ-R) Ш. ШВАРЦА

Інструкція:

Нижче наведені описи різних людей. Будь ласка, прочитайте кожний опис та подумайте, наскільки ця людина схожа чи не схожа на Вас. Оцініть ступінь подібності, використовуючи шкалу:

1 – зовсім не схоже на мене

2 – не схоже на мене

3 – мало схоже на мене

4 – частково схоже на мене

5 – схоже на мене

6 – дуже схоже на мене

Текст опитувальника

1. Для неї важливо розуміти речі по-своєму.
2. Для неї важливий порядок в суспільстві.
3. Для неї важливо гарно проводити час.
4. Для неї важливо не тривожити інших людей.
5. Для неї важливо захищати слабких та вразливих людей в суспільстві.
6. Для неї важливо, щоб люди робили те, що вона їм каже.
7. Для неї важливо ніколи не хвалитися і не поводитися зверхньо.
8. Для неї важливо берегти природу.
9. Для неї важливо ніколи не бути зганьбленою.
10. Для неї важливо завжди шукати різноманіття в діяльності.
11. Для неї важливо турбуватися про близьких для неї людей.
12. Для неї важливо мати владу, яку можуть давати гроші.
13. Для неї дуже важливо намагатися не хворіти й берегти своє здоров’я.
14. Для неї важливо бути терпимим до різноманітних людей та груп.
15. Для неї важливо ніколи не порушувати правила чи вказівки.
16. Для неї важливо самостійно приймати рішення, що стосуються її життя.
17. Для неї важливо мати амбіційні цілі в житті.
18. Для неї важливо підтримувати традиційні цінності та світобачення.
19. Для неї важливо, щоб люди, яких вона добре знає, були цілком у ній упевнені.
20. Для неї важливо бути багатою.

21. Для неї важливо приймати участь в добровільних акціях із захисту природи.
22. Для неї важливо ніколи нікого не дратувати.
23. Для неї важливо мати свою точку зору.
24. Для неї важливо зберігати позитивний імідж в очах інших.
25. Для неї дуже важливо допомагати дорогим для неї людям.
26. Для неї важливо почуватися захищеною і бути в безпеці.
27. Для неї важливо бути надійним другом, що заслуговує на довіру.
28. Для неї важливий азарт в житті, навіть якщо він пов'язаний із ризиком.
29. Для неї важливо мати владу, щоб змушувати людей робити те, що вона хоче.
30. Для неї важливо планувати свої дії незалежно.
31. Для неї важливо дотримуватись правил, навіть якщо ніхто не бачить.
32. Для неї важливо бути дуже успішною.
33. Для неї важливо дотримуватись сімейних чи релігійних звичаїв.
34. Для неї важливо слухати й розуміти людей, що відрізняються від неї, наприклад, людей, що належать до різних меншин.
35. Для неї важливо, що її країна сильна і може захистити своїх громадян.
36. Для неї важливо насолоджуватися задоволеннями, які може дати життя.
37. Для неї важливо, щоб кожна людина в світі мала рівні можливості в житті.
38. Для неї важливо бути скромною.
39. Для неї важливо розширяти свій кругозір.
40. Для неї важливо дотримуватися традицій її культури.
41. Для неї важливо бути тим, хто вказує іншим, що робити.
42. Для неї важливо дотримуватися всіх законів.
43. Для неї важливо отримувати різний досвід.
44. Для неї важливо мати дорогі речі, що показують багатство.
45. Для неї важливо захищати оточуюче середовище від руйнування чи забруднення.
46. Для неї важливо користуватися будь-якою можливістю повеселитися.
47. Для неї важливо приділяти увагу всім потребам близьких для неї людей.
48. Для неї важливо, щоб люди визнавали її досягнення.
49. Для неї важливо ніколи не бути приниженою.
50. Для неї важливо, щоб її країна могла захистити себе від будь-яких загроз.
51. Для неї важливо ніколи не сердити інших людей.
52. Для неї важливо, щоб з усіма людьми обходились справедливо, навіть якщо вона їх не знає.
53. Для неї важливо ніколи не наражати себе на небезпеку.
54. Для неї важливо ніколи не прагнути до публічної уваги чи схвалення.
55. Для неї важливо, що всі її друзі та сім'я можуть повністю покластися на неї.
56. Для неї важливо бути вільною самій обирати, що робити.
57. Для неї важливо приймати людей, навіть коли вона не погоджується з ними.

ОБРОБКА ТА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ

Обробка результатів полягає в підсумовуванні балів за відповідними ключами для кожної з 19 цінностей, які потім об'єднуються у 10 базових цінностей та 4 мета-цінності (цінності вищого порядку).

Ключ до тесту (розподіл питань за шкалами)

I. Мета-цінність «ЗБЕРЕЖЕННЯ» (Conservation)

Спрямованість на збереження статус-кво, безпеку та традиції.

1. Безпека (Security): 2, 13, 26, 35, 50, 53.
2. Конформність (Conformity): 4, 15, 22, 31, 42, 51.
3. Традиція (Tradition): 18, 33, 38, 40, 54.

II. Мета-цінність «ВІДКРИТІСТЬ ДО ЗМІН» (Openness to Change)

Спрямованість на самостійність, новизну та задоволення.

1. Самостійність (Self-Direction): 1, 10, 16, 23, 30, 39, 56.
2. Стимуляція (Stimulation): 28, 43.
3. Гедонізм (Hedonism): 3, 36, 46.

III. Мета-цінність «САМОСТВЕРДЖЕННЯ» (Self-Enhancement)

Спрямованість на особистий успіх, владу та домінування.

1. Досягнення (Achievement): 17, 32, 48.
2. Влада (Power):
   - Влада-ресурси: 12, 20, 44.
   - Влада-домінування: 6, 29, 41.
3. Репутація / Імідж: 9, 24, 49.

IV. Мета-цінність «ВИХІД ЗА МЕЖІ Я» (Self-Transcendence)

Спрямованість на благополуччя інших та природи.

1. Універсалізм (Universalism):
   - Турбота про природу: 8, 21, 45.
   - Толерантність та справедливість: 5, 14, 34, 37, 52, 57.
2. Доброзичливість (Benevolence):
   - Турбота: 11, 25, 47.
   - Надійність: 7, 19, 27, 55.

Алгоритм підрахунку

Для отримання балу за кожною шкалою необхідно додати бали, отримані за питання, що входять до цієї шкали, і розділити на кількість питань. Для коректного порівняння рекомендується використовувати процедуру центрування (віднімання середнього балу по всьому тесту від балу за конкретну шкалу).

ДОДАТОК Б

МЕТОДИКА «ОПИТУВАЛЬНИК ЖИТТЄВИХ ЦІННОСТЕЙ» (LIFE VALUES INVENTORY, LVI)

(Автори: Duane Brown, R. Kelly Crace)

Опис:

Методика призначена для оцінки цінностей, які керують повсякденною поведінкою та процесом прийняття рішень. Вона складається з 14 шкал, що охоплюють основні сфери життя.

Інструкція:

Нижче наведено список переконань, які керують поведінкою людей і допомагають їм приймати важливі рішення. Прочитайте кожне твердження і виберіть відповідь (від 1 до 5), яка найкращим чином описує, як часто це переконання керує Вашою поведінкою.

Шкала оцінювання:

1 – Майже ніколи не керує моєю поведінкою
2 – Рідко керує моєю поведінкою
3 – Іноді керує моєю поведінкою
4 – Часто керує моєю поведінкою
5 – Майже завжди керує моєю поведінкою

Текст опитувальника

1. Кидати виклик самому собі заради досягнення успіху (Challenging myself to achieve).
2. Подобатися іншим (Being liked by others).
3. Захищати навколишнє середовище (Protecting the environment).
4. Бути чутливим до потреб інших (Being sensitive to others' needs).
5. Придумувати нові ідеї (Coming up with new ideas).
6. Мати фінансовий успіх (Having financial success).
7. Дбати про своє тіло (Taking care of my body).
8. Применшувати компліменти або похвалу (Downplaying compliments or praise).
9. Бути незалежним (робити те, що я хочу робити) (Being independent).
10. Приймати своє місце в сім'ї або групі (Accepting my place in my family or group).
11. Мати час для себе (Having time to myself).
12. Бути надійним (Being reliable).
13. Використовувати науку для прогресу (Using science for progress).
14. Вірити у вищу силу (Believing in a higher power).
15. Покращувати свої результати (Improving my performance).
16. Бути прийнятим іншими (Being accepted by others).
17. Дбати про навколишнє середовище (Taking care of the environment).
18. Допомагати іншим (Helping others).
19. Створювати нові речі або ідеї (Creating new things or ideas).
20. Заробляти гроші (Making money).
21. Бути в хорошій фізичній формі (Being in good physical shape).
22. Бути скромним щодо свого успіху (Being quiet about my success).

23. Висловлювати власну думку (Giving my opinion).
24. Поважати традиції моєї сім'ї або групи (Respecting the traditions of my family or group).
25. Мати тихий час для роздумів (Having quiet time to think).
26. Бути тим, кому можна довіряти (Being trustworthy).
27. Знати факти про науку (Knowing things about science).
28. Вірити, що існує щось більше, ніж ми самі (Believing that there is something greater than ourselves).
29. Працювати наполегливо, щоб стати кращим (Working hard to do better).
30. Відчувати, що я належу до групи (Feeling as though I belong).
31. Цінувати красу природи (Appreciating the beauty of nature).
32. Турбуватися про права інших (Being concerned about the rights of others).
33. Відкривати нові речі або ідеї (Discovering new things or ideas).
34. Бути багатим (мати багато грошей, землі або майна) (Being wealthy).
35. Бути сильним або вправним у спорті (Being strong or good in a sport).
36. Уникати визнання за мої досягнення (Avoid credit for my accomplishments).
37. Мати контроль над своїм часом (Having control over my time).
38. Приймати рішення з урахуванням інтересів моєї сім'ї або групи (Making decisions with my family or group in mind).
39. Мати приватне місце, куди можна піти (Having a private place to go).
40. Виконувати свої зобов'язання (Meeting my obligations).
41. Знати про математику (Knowing about math).
42. Жити в гармонії зі своїми духовними переконаннями (Living in harmony with my spiritual beliefs).

ОБРОБКА РЕЗУЛЬТАТІВ

Для отримання балу за кожною цінністю необхідно підсумувати бали за трьома відповідними питаннями. Максимальний бал за кожною шкалою – 15, мінімальний – 3.

Ключ (Шкали та відповідні номери питань)

A. Досягнення (Achievement): 1 + 15 + 29

Важливість кидати виклик самому собі та наполегливо працювати для вдосконалення.

B. Приналежність (Belonging): 2 + 16 + 30

Важливість бути прийнятим іншими та відчувати себе частиною групи.

C. Турбота про довкілля (Concern for the Environment): 3 + 17 + 31

Важливість захисту та збереження природи.

D. Турбота про інших (Concern for Others): 4 + 18 + 32

Важливість благополуччя інших людей.

E. Творчість (Creativity): 5 + 19 + 33

Важливість мати нові ідеї або створювати нові речі.

F. Фінансовий добробут (Financial Prosperity): 6 + 20 + 34
Важливість успіху в зароблянні грошей та купівлі майна.

G. Здоров'я та активність (Health and Activity): 7 + 21 + 35
Важливість бути здоровим та фізично активним.

H. Смирення (Humility): 8 + 22 + 36
Важливість бути скромним щодо своїх досягнень.

I. Незалежність (Independence): 9 + 23 + 37
Важливість приймати власні рішення та робити все по-своєму.

J. Відданість сім'ї або групі (Loyalty to Family or Group): 10 + 24 + 38
Важливість дотримання традицій та очікувань сім'ї або групи.

K. Конфіденційність / Приватність (Privacy): 11 + 25 + 39
Важливість мати час на самоті.

L. Відповідальність (Responsibility): 12 + 26 + 40
Важливість бути надійним та тим, кому можна довіряти.

M. Наукове розуміння (Scientific Understanding): 13 + 27 + 41
Важливість використання наукових принципів для розуміння та вирішення проблем.

N. Духовність (Spirituality): 14 + 28 + 42
Важливість духовних переконань та віри в те, що ви є частиною чогось більшого.

ДОДАТОК В

МЕТОДИКА «ОПИТУВАЛЬНИК СТАТЕВИХ РОЛЕЙ» (BEM SEX ROLE INVENTORY, BSRI) (Авторка: Sandra Bem)

Опис:
Методика призначена для діагностики психологічної статі особистості, визначення ступеня андрогінності, маскулінності та фемінності. Опитувальник складається з 60 тверджень (якостей), які респондент оцінює стосовно себе.

Інструкція:
Оцініть, будь ласка, наскільки кожна з наведених нижче якостей притаманна Вам. Використовуйте для цього 7-бальну шкалу, де 1 означає «ніколи або майже ніколи невірно», а 7 – «завжди або майже завжди вірно».

Шкала оцінювання:
1 – Ніколи або майже ніколи
2 – Зазвичай невірно
3 – Іноді вірно, іноді ні
4 – Частково вірно
5 – Часто вірно
6 – Зазвичай вірно
7 – Завжди або майже завжди вірно

Текст опитувальника

1. Віра у себе (впевненість у собі)
2. Вміння поступатися
3. Здатність допомогти
4. Схильність захищати свої погляди
5. Життєрадісність
6. Похмурість
7. Незалежність
8. Сором’язливість
9. Сумлінність
10. Атлетичність
11. Ніжність
12. Театральність
13. Напористість (асертивність)
14. Здатність до лестощів
15. Вдачливість
16. Сильна особистість
17. Відданість
18. Непередбачуваність

19. Сила волі
20. Жіночність
21. Надійність
22. Аналітичний склад розуму
23. Здатність до співчуття
24. Ревнивість
25. Здатність до лідерства
26. Турбота про людей
27. Прямота, правдивість
28. Схильність до ризику
29. Розуміння інших
30. Прихованість
31. Швидкість у прийнятті рішень
32. Співчутливість
33. Щирість
34. Самодостатність (розраховує лише на себе)
35. Здатність втішити
36. Марнославство
37. Владність
38. Тихий голос
39. Привабливість
40. Мужність
41. Теплота (сердечність)
42. Урочистість
43. Власна позиція
44. М’якість
45. Вміння дружити
46. Агресивність
47. Довірливість
48. Малорезультативність
49. Схильність вести за собою
50. Інфантильність (дитячість)
51. Адаптивність
52. Індивідуалізм
53. Нелюбов до лайки
54. Несистематичність
55. Дух змагання
56. Любов до дітей
57. Тактовність
58. Амбіційність
59. Спокій
60. Традиційність

ОБРОБКА ТА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ

Обробка проводиться шляхом підсумовування балів за шкалами маскулінності (M) та фемінності (F). Потім обчислюється середній бал для кожної шкали (сума балів ділиться на 20).

Ключ до опитувальника:

- *Шкала маскулінності (M):*
  Питання №: 1, 4, 7, 10, 13, 16, 19, 22, 25, 28, 31, 34, 37, 40, 43, 46, 49, 52, 55, 58.
  Якості: напористість, незалежність, лідерство, схильність до ризику, аналітичність тощо.
- *Шкала фемінності (F):*
  Питання №: 2, 5, 8, 11, 14, 17, 20, 23, 26, 29, 32, 35, 38, 41, 44, 47, 50, 53, 56, 59.
  Якості: ніжність, розуміння інших, любов до дітей, м'якість, здатність поступатися тощо.
- *Нейтральна шкала (соціальна бажаність):*
  Питання №: 3, 6, 9, 12, 15, 18, 21, 24, 27, 30, 33, 36, 39, 42, 45, 48, 51, 54, 57, 60.

Визначення типу гендерної ідентичності

Для визначення типу використовується обчислення індексу андрогінії (IS) або метод медіанного поділу. У нашій роботі використовується основний метод розрахунку індексу IS за формулою:

$$IS = \frac{(F - M) \times 2.322}{\sqrt{\sigma_F^2 + \sigma_M^2}}$$

Класифікація результатів

1. *Маскулінний тип*. Високий показник M, низький F (IS < -2.025). Характеризується вираженою інструментальністю, незалежністю, орієнтацією на досягнення.
2. *Фемінний тип*. Високий показник F, низький M (IS > +2.025). Характеризується експресивністю, орієнтацією на стосунки, турботою, емоційністю.
3. *Андрогінний тип*. Високі показники як за шкалою M, так і за шкалою F (IS в межах від -1 до +1). Характеризується високою адаптивністю, багатством поведінкових реакцій, поєднанням сили та ніжності.
4. *Недиференційований тип*. Низькі показники за обома шкалами (M та F нижче медіани). Характеризується пасивністю та відсутністю чітко виражених гендерних рис.