

Актуальні проблеми психології

УДК 159

О.М. Васильченко

*доктор психологічних наук, доцент,
професор кафедри психології,*

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

К.Р. Янковська

студентка 3 курсу спеціальності «Юридична психологія»,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

Особливості ставлення молоді до норм сексуальності: міфологізація та стереотипізація образів гетеро- та гомосексуалів

У статті досліджено основні соціально-психологічні стереотипи та сучасні особливості норм сексуальності, міфологізація та стереотипізація у ставленні молоді до образів гетеросексуалів та гомосексуалів.

Ключові слова: *соціально-психологічні стереотипи, гендерні стереотипи, сексуальна ідентичність, сексуальна орієнтація, сексуальна активність, сексуальні практики; соціальні міфологеми, міфологізація.*

О.Н. Васильченко

*доктор психологических наук, доцент,
профессор кафедры психологии,*

ВУЗ «Университет экономики и права «КРОК»

К.Р. Янковская

студентка 3 курса специальности «Юридическая психология»,

ВУЗ «Университет экономики и права «КРОК»

Особенности отношения молодежи к нормам сексуальности: мифологизация и стереотипизация образов гетеро- и гомосексуалов

В статье исследованы основные социально-психологические стереотипы и современные особенности норм сексуальности, мифологизация и стереотипизация в отношении молодежи к гетеросексуалам и гомосексуалам.

Ключевые слова: социально-психологические стереотипы, гендерные стереотипы, сексуальная идентичность, сексуальная ориентация, сексуальная активность, сексуальные практики; социальные мифологемы, мифологизация.

O.M. Vasylychenko

*Doctor of psychological science, docent,
professor of the department of psychology,
“KROK” University*

K.R. Yankovska

*3rd year student (law psychology)
“KROK” University*

Particularities of young people’s attitudes toward sexuality norms: the myths and stereotypes of heterosexuals and homosexuals

This article explores the main socio-psychological stereotypes and modern features of sexuality norms, as well as myths and stereotypes held among young people in regards to heterosexuals and homosexuals.

Keywords: socio-psychological stereotypes, gender stereotypes, sexual identity, sexual orientation, sexual activity; social myths, mythologization.

Постановка проблеми

Сьогодні відчувається значний брак емпіричних досліджень норм сексуальності та ставлення до сексуальної поведінки у різних вікових групах. Багато сфер суспільного життя й соціальних інститутів зазнають структурних змін, що робить систему соціальних взаємодій і відносин ще більш складною для сприйняття, відтворення й пояснення. Однією з таких сфер є сфера сексуальних і гендерних відносин. Сьогодні все частіше люди зіштовхуються з новими моделями гендерної поведінки. Необхідність сприймання різних моделей сексуальної поведінки та формування уявлень про нові гендерні ролі зумовлює появу таких психологічних феноменів, як міфологізація та стереотипізація незвичних сексуальних практик, ідентичностей та ролей. Для того щоб з’ясувати, наскільки адекватно співвідносяться стереотипи з реалізованими практиками, потрібно їх детальне вивчення, визначення ступеня їх впливу на соціальну поведінку. Розуміння

механізмів побудови системи відносин і ставлень суб’єктів з різними типами сексуальної орієнтації дозволить уточнити вектор розвитку гендерної проблематики та намітити шляхи вирішення проблем і протиріч.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Ставлення до гомосексуалів досліджували в Україні такі громадські організації, як «Наш Світ», «Донбас-СоцПроект», «Київський міжнародний інститут соціології» та такі дослідники, як А. Довбах, Л. Гейдар, А. Кочарян. Дослідженнями гендерних стереотипів займалися: М. Кімме-ла, І. Кльоцина, В. Москаленко, С. Оксамитна, О. Мітїна, С. Бем, Т. Говорун та ін. Зокрема, серед вітчизняних учених: В. Семенов, Т. Говорун, П. Горностай, Т. Виноградова, О. Кікінежді. Вивченням гендерної системи присвячені роботи І. Жеребкіна, Т. Мельник, Н. Чухим, І. Головашенко, І. Лебединської та ін.

Не вирішені раніше частини загальної проблеми

Стереотип є одночасно соціальним і психологічним явищем, тому, певною мірою, його можна розглядати як об'єктивне знання, оскільки формується у суспільній свідомості і закріплюється в ній. Водночас, стереотипи можуть вносити викривлення у сприйняття реальності, обумовлюючи іноді негативне ставлення до представників чужих груп (національних, професійних, гендерних і т. ін.). Психологічна складність та етнічна неоднозначність феномену соціального стереотипу визначають різноманітність опису його характеристик у науці [1].

Соціальний стереотип – схематичний, стандартизований загальнозначущий образ або емоційно забарвлене та стійке уявлення про певне явище чи об'єкт, в якому виражається звичне ставлення людей до них, що склалося під впливом умов їх буття та попереднього досвіду [2].

Особливості соціально-психологічних стереотипів певної спільноти або окремої людини можуть впливати на загальний рівень благополуччя й задоволеності життям [3]. Толерантність до всіх груп населення у державі забезпечує її благополуччя та подальший розвиток, оскільки відомо, що однією з обов'язкових умов розвитку суспільства і держави виступають толерантні відносини між її суб'єктами. Питання соціально-психологічних стереотипів про норми сексуальності обговорювалося досить рідко, оскільки в Радянському Союзі це була закрита тема для обговорення. У сучасному суспільстві вітчизняні дослідження спрямовані більше на вивчення гендерних стереотипів, а не стереотипів про норми сексуальності.

Формулювання цілей статті

Метою статті є емпіричне дослідження особливостей ставлення молоді до норм сексуальності у суб'єктів з різними типами сексуальної орієнтації.

Виклад основного матеріалу дослідження

Для дослідження соціально-психологічних стереотипів про норми сексуальності нами була створена анкета, яка складалася з 17 питань (14 основних та 3 паспортичних). Питання були спрямовані на виявлення змін чи сталості основних стереотипів про норми сексуальності.

Вибірка дослідження: Загальна кількість респондентів – 94 особи: 47 жінок і 47 чоловіків. Середній вік респондентів: 20,5 років (від 18 до 27 років).

Респондентам потрібно було дати відповіді на такі основні питання:

1. Чи вважається для Вас нормою обговорення сексуальних проблем?
2. З якого віку, на Вашу думку, прийнятно починати статеве життя?
3. Чи важлива для Вас кількість зв'язків Вашого партнера до Вас?
4. Чи прийнятний початок сексуального життя до шлюбу?
5. Чи вважаєте Ви, що чоловіки мають більше статевих партнерів, ніж жінки?
6. Якого віку повинен досягнути Ваш партнер, щоб вступити з Вами в статеве життя?
7. Чи є нетрадиційна сексуальна орієнтація нормою?
8. Чи можуть жінки часто мати сексуальні стосунки?
9. Чи є сексуальність закритою темою для розмов, табу?
10. Чи можуть чоловіки часто мати сексуальні стосунки?
11. Чи може Ваш партнер бути старшим від Вас? На скільки років?
12. Чи можуть пари мати сексуальний контакт, не маючи любовних почуттів один до одного?
13. Чи можуть дівчата бути сексуально розкутими?
14. Чи повинні партнери використовувати контрацепцію?

Опитування було проведено за допомогою електронної форми «Google Forms», а також спеціального QR-коду для зручності переходу до опитування. Відповіді проаналізовано методами статистики та подано у вигляді діаграм.

За результатами анкетування можна зробити такі припущення:

1. Обговорення сексуальних проблем стало нормою, ця тема перестала бути табуйованою, про це свідчать відповіді на питання 1 та 9 (рис. 1 та рис. 2).

2. Кількість консерваторів залишається сталою. За відповідями на питання анкети прослідковується приблизно стала кількість консерваторів (від 4,2% до 17 %).

3. З'явилась допустимість дошлюбних зв'язків, про що свідчать відповіді на запитання 4 (рис. 3).

4. Є спростування стереотипу про те, що чоловіки мають більше сексуальних зв'язків, ніж жінки, що показано у відповідях на запитання 5 (рис. 4).

5. Дозвіл на сексуальну розкутість жінок. Про це свідчать відповіді на запитання 13 (рис. 5).

6. Обізнаність сучасної молоді з питань контрацепції.

7. Часткова ідеалізація сексуальних стосунків.

Слід зазначити, що респонденти надали дозвіл на сексуальну розкутість жінки, початок сексуального життя до шлюбу та часті сексуальні контакти обох статей, але в них є певна ідеалізація образу сексуальних стосунків, оскільки 37,3% респондентів вважають, що пари не можуть мати сексуальний контакт, або не можуть дати точну відповідь на це питання. Також відповіді на це запитання свідчать про те, що більшість (62,8%) респондентів не ототожнюють поняття «любов» та «секс».

8. Неоднозначність прийняття нетрадиційної сексуальної орієнтації як норми (рис. 6).

Сексуальна орієнтація – один із компонентів людської сексуальності, визначається як більш-менш постійний романтичний, сексуальний чи чуттєвий потяг індивіда до ін-

ших індивідів певної статі. Термін одним із перших використав Карл Ульріхс, який вважав сексуальну орієнтацію вродженим чинником.

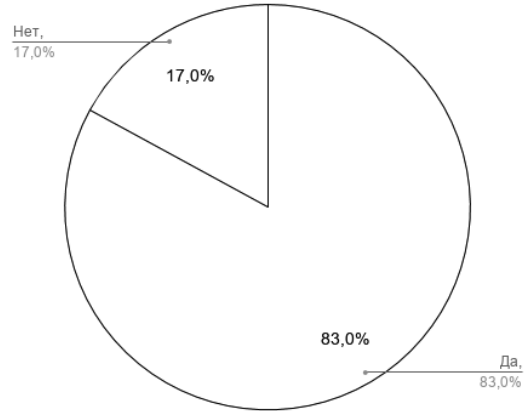


Рис. 1. «Чи вважається для Вас нормою обговорення сексуальних проблем?»

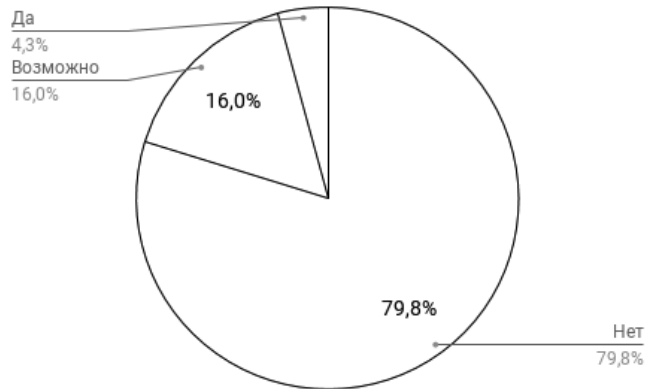


Рис. 2. «Чи є сексуальність закритою темою для розмов, табу?»

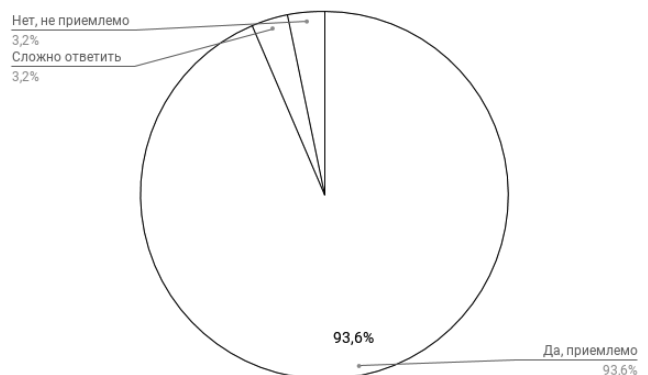


Рис. 3. «Допустимість дошлюбних зв'язків»

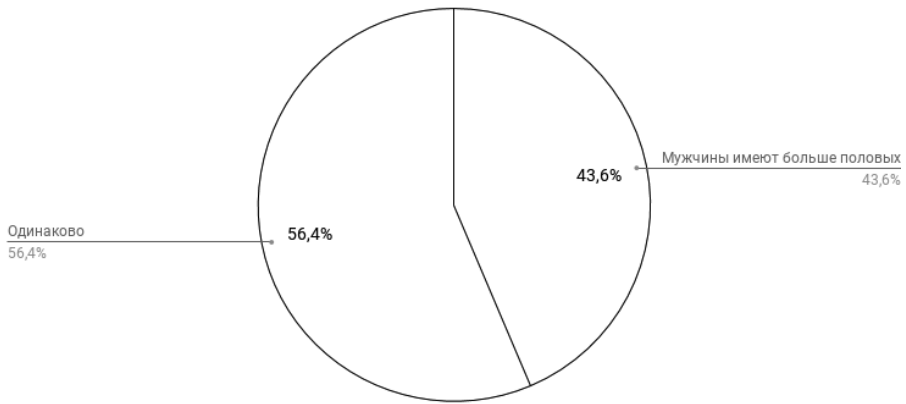


Рис. 4. «Чи чоловіки мають більше статевих партнерів, ніж жінки?»

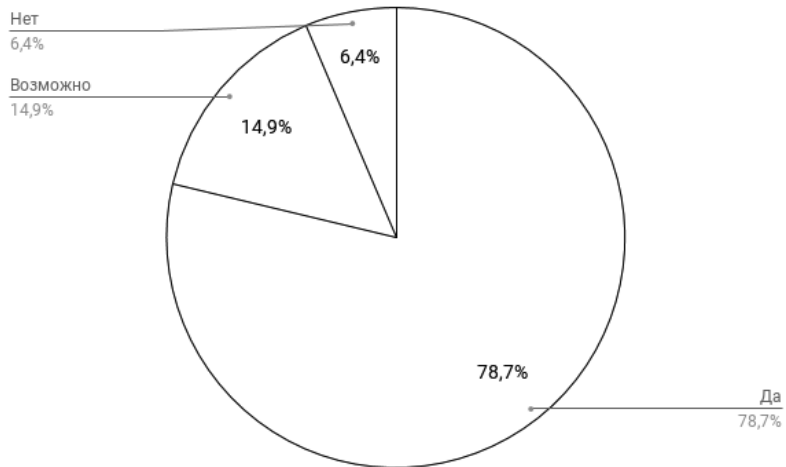


Рис. 5. «Чи можуть дівчата бути сексуально розкритими?»

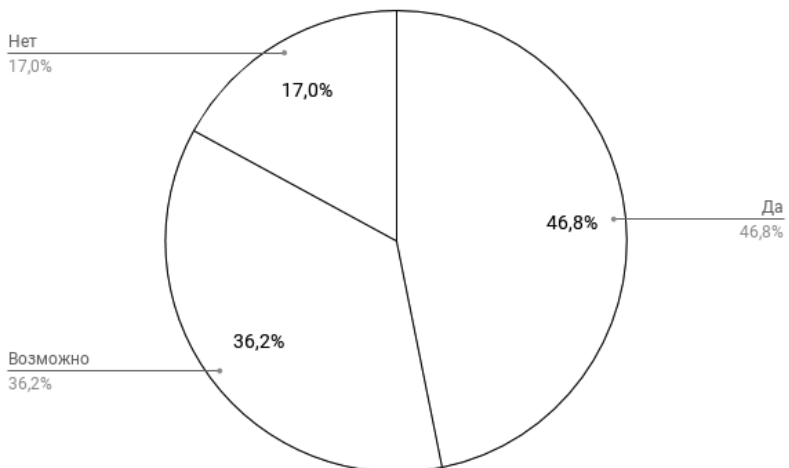


Рис. 6. «Чи є нетрадиційна сексуальна орієнтація нормою?»

Сучасна сексологія виділяє такі чотири основні типи сексуальної орієнтації:

- *гетеросексуальність*, тобто романтичний потяг виключно до індивідів протилежної статі/гендеру;

- *гомосексуальність* – романтичний потяг тільки і виключно до індивідів своєї статі/гендеру;

- *бісексуальність* – потяг до індивідів як своєї, так і протилежної статі, не обов'язково однаково й одночасно;

- *асексуальність* – відсутність потягу до індивідів як своєї, так і протилежної статі.

ЛГБТ – це абревіатура, що виникла для позначення лесбійок, геїв, бісексуалів і трансгендерів. Термін використовується з 90-х років.

Геї – це гомосексуальний чоловік; чоловік, який кохає або відчуває сексуальний потяг до інших чоловіків [4].

Сексуальність людини – це сукупність біологічних, психологічних, душевних та емоційних реакцій, переживань і вчинків людини, пов'язаних з проявом і задоволенням статевого потягу, а сексуальна орієнтація – це стійкий емоційний, романтичний та/або сексуальний потяг до чоловіків, жінок або представників обох статей. Сексуальна орієнтація часто стає приводом для самоідентифікації людини за цією ознакою, а також може бути пов'язана з певним, соціально обумовленим типом поведінки, і за її ознакою люди можуть об'єднуватися у певні спільноти [5].

Для дослідження ставлення гетеросексуалів та бісексуалів до гомосексуалів було вибрано метод психосемантики – семантичний диференціал (СД).

Метод семантичного диференціалу досліджує загальні змістовно-сміслові характеристики мовленнєвої діяльності. Семантичним диференціалом (semantic differential) зазвичай вважають оціночну шкалу (rate scale), яка має особливу структуру. Метод семантичного диференціалу, запропонований Чарльзом Осгудом у 1957 році, дозволяє вимірювати так звані конотативні значення, тобто додаткові семантичні та стилістичні відтінки, які накладаються на основне значення слова і використовують-

ся для вираження емоційно-експресивного забарвлення [6, 7].

Різновидом семантичного диференціала є особистісний семантичний диференціал. Особистісний семантичний диференціал побудований на базі прикметників, які описують риси характеру й особистості, спрямований на оцінку самого себе та інших людей (конкретних осіб або узагальнених образів).

Нами було сконструйовано семантичний диференціал, який спрямований на виявлення стереотипних уявлень сучасної молоді про особливості різних груп людей, а саме досліджувались такі образи:

1. «Гетеросексуал»
2. «Гомосексуал»
3. «Я»

Для того, щоб отримати шкали саме від респондентів, їм було запропоновано написати прикметники, які, на їх думку, характеризують образи «Гетеросексуал», «Гомосексуал» та «Я». Респонденти могли використовувати необмежену кількість прикметників українською та російською мовами. Всього було опитано 130 осіб, які ідентифікували себе гетеросексуалами або бісексуалами. Переважна кількість респондентів користувалася російською мовою та не могла підібрати слова українською.

Середня кількість означень, використаних респондентами – 11 (найменше – 5, найбільше – 30). Слід зазначити, що більшість респондентів (82) були не в змозі підібрати більше, ніж 10 означень, що може свідчити про їх невеликий словниковий запас та нерозуміння об'єктів, які їх просили описати.

Найчастіше були вживані такі прикметники: веселий, красивий, толерантний, комунікативний, добрий, злий, «мужественный, активный, жестокий, обычный».

Після збору прикметників був проведений контент-аналіз. Був складений загальний список якостей та підраховано частоту повторюваності кожної якості. З загального списку якостей було знайдено антоніми, які стали полюсами шкал. Для деяких якостей, відсоток повторюваності яких був великий, не було знайдено пев-

них антонімів, тому шкали з ними були добувані на основі загального змісту.

На основі первинної обробки був побудований семантичний диференціал із двадцяти одної уніполярної семибальної шкали (українською та російською мовами).

Для заповнення семантичного диференціалу респондентами було створено електронну форму «Google Forms», а також спеціальний QR-код для швидкого переходу на заповнення.

Слід зазначити, що при проведенні цієї методики спостерігалось багато негативних відгуків та коментарів. Деякі респонденти відчували образи щодо опитування і вважали, що це порушення їх особистих почуттів. Також опитування називали «сексистським» та «гомофобним»; деякі респонденти відмовилися від проходження цієї методики з причин нерозуміння поняття «гомосексуал» і «гетеросексуал».

Загальна кількість респондентів – 123 особи: 61 жінка і 62 чоловіка.

Середній вік респондентів: 22,2 років (від 18 до 28 років).

За груповим семантичним універсалізм, оцінки стимулу при 10% інтервалі відступу був виявлений такий список дескрипторів:

Гетеросексуал: «Мужественный» (1,7), «Красивый» (1,66), «Коммуникабельный» (1,54), «Настоящий» (-1,5), «Привабливый» (1,38), «Звичайний» (-1,27).

Гомосексуал: «Ранимый» (2,35), «Толерантный» (2,05), «Особенный» (-1,6), «Другой» (-1,3), «Одинокий» (-1,24).

Я: «Толерантный» (1,63), «Творческий» (1,35), «Добрый» (1,32), «Интересный» (1,17), «Настоящий» (-1,04).

За результатами факторного аналізу даних, для кожного стереотипного образу було виділено по два значущих фактори, які показують уявлення респондентів стосовно кожного з трьох образів.

1. Образ «Гетеросексуал». У результаті факторного аналізу образу «Гетеросексуал» було виділено два значущих фактори, які відповідно пояснюють 22,5 та 16,2% вкладів у загальну дисперсію.

Найбільш навантажені якості ми подаємо в порядку зменшення факторного навантаження (табл.1).

Фактор 1 ми назвали фактором *ригідності*. Можна було б говорити про стеничність, якщо був би навантажений дескриптор «веселий», однак у цьому факторі навантаженим є дескриптор «сумний». Слід зазначити, що фактор ригідності до гетеросексуалів стає міфологемою для респондентів, про що свідчить навантажений дескриптор «мифический».

Фактор 2 ми назвали фактором *атракції*. Він є спільним з першим фактором в образі «Я». Це означає, що образ гетеросексуала в уявленні респондентів є привабливим і асоціюється частково з особис-

Таблиця 1

Гетеросексуал	Фактор 1	Фактор 2
Веселий Сумний	0,92	-
М'який Твердий	0,89	-
Женственный Мужественный	0,80	-
Настоящий Мифический	0,71	-
Позитивний Негативний	-	-0,70
Яскравий Темний	-	-0,62
Разрушительный Творческий	-	0,62
Особенный Обычный	-	-0,60
Жахливий Привабливий	-	0,57
Одинокий Любимый	-	0,54
Заурядний Интересный	-	0,54

тисним «Я». Також в уявленнях респондентів він є сталим, мужнім, твердим, але цей образ стає міфологемою в уявленні респондентів.

2. Образ власного «Я». В результаті факторного аналізу було виділено два значущих фактори, які пояснюють 18,6 та 11,5% вкладів у загальну дисперсію (табл. 2).

Фактори в цьому образі сильно виражені, оскільки це більш зрозумілий образ для респондентів.

Фактор 1 ми назвали фактором *атракції*. Такий фактор також простежується в образі «Гетеросексуал», але він є більш вираженим та розгорнутим, включає в себе 8 навантажених дескрипторів. Образ власного «Я» в уявленнях респондентів є привабливим, цікавим, гарним, творчим та активним.

Фактор 2 ми назвали фактором *стенічності*, оскільки однією з ознак стенічності є активність, яка виражена дескриптором «комунікабельний».

3. Образ «Гомосексуал». У результаті факторного аналізу було виділено два значущих фактори, які пояснюють 17,8 та 14,6% вкладів у загальну дисперсію (табл. 3).

Фактор 1 ми назвали фактором *репульсивності*. Образ гомосексуала в уявленні респондентів є репульсивним (відштовхуючий, огидний, який відштовхує інше), але цей образ також є міфологемою, оскільки сильно навантажений дескриптор «мифи-

ческий». Можна сказати, що цей образ для респондентів не є зрозумілим повністю, а існує лише в їх уявленнях.

Фактор 2 ми назвали фактором *близькості*. В уявленнях респондентів простежується амбівалентність образу гомосексуала. З одного боку, респонденти вважають його негативним та злим, з іншого боку, вони не відділяють його від себе, про що свідчить дескриптор «похожий» та «обычный».

Для доповнення результатів факторного аналізу було також проведено кластерний аналіз.

1. Образ власного «Я». За результатами кластерного аналізу виділилися дві основні гілки, які розділили на емоціональні та когнітивні фактори. Також виділився зв'язок між дескрипторами «гомофоб» та «жестокій», а також «толерантний» з «ранимый». Толерантність – це велика емпатичність, розуміння, доброта та загалом м'якість, що асоціюється у наших респондентів з ранимістю, тобто зі слабкістю характеру. Вони не хочуть бути ранимими кимось, і це також пояснює, з одного боку, негативне ставлення до образу гомосексуалів.

Також результат кластерного аналізу показав зв'язок особистості з мужністю та жіночністю. Для сучасної молоді важливий прояв гендеру, такий як мужність чи жіночність. Для них саме це робить їх не такими, як всі, показує їх індивідуальність

Таблиця 2

Я	Фактор 1	Фактор 2
Заурядный_Интересный	0,75	-
Отвратительный_Красивый	0,74	-
Одинокий_Любимый	0,63	-
Жахливий_Привабливий	0,59	-
Разрушительный_Творческий	0,57	-
Активний_Лінивий	-0,55	-
Веселий_Сумний	-0,52	-
Яскравий_Темний	-0,52	-
М'який_Твердий	-	0,66
Женственный_Мужественный	-	0,52
Молчаливый_Коммуникабельный	-	0,52

Гомосексуал	Фактор 1	Фактор 2
Позитивний_Негативний	0,73	-
Добрий_Злий	0,71	-
Настоящий_Мифический	0,62	-
Веселий_Сумний	0,61	-
Одинокий_Любимый	-	0,77
Особенный_Обычный	-	0,73
Другой_Похожий	-	0,71

та відокремлює їх один від одного.

2. Образ «Гетеросексуал». Результат кластерного аналізу показує, що образ гетеросексуала є досить зрозумілим для наших респондентів. В образі гетеросексуала ознака «гомофоб чи толерантний» не була пов'язана з чимось іншим, вона являє собою незалежну ознаку цього образу.

3. Образ «Гомосексуал». Результати кластерного аналізу доповнили результати факторного та показали, що об'єкт для респондентів є малозрозумілим. Також респонденти не можуть приписати жорстокість чи ранимість гомосексуалам, про що свідчить те, що ці ознаки були «викинуті». Розділення кластерів було на ознаках «добрий – злий», що також свідчить про амбівалентність образу.

Висновки

У сучасної молоді існують такі соціально-психологічні стереотипи, як шаб-

лони мислення, схематично й емоційно забарвлені образи в уявленні щодо норм сексуального життя та їх реалізацій. Частково такі стереотипи є негативно забарвленими, що породжує відсутність толерантного відношення до ЛГБТ-спільноти загалом.

Було виявлено наявність міфологем щодо образів «гетеросексуал» та «гомосексуал» в уявленнях сучасної молоді. Образ гомосексуала в свідомості наших респондентів виявився амбівалентним, на що вплинула недостатня обізнаність респондентів про ЛГБТ-спільноту.

Для того, щоб підвищити рівень толерантності у сучасної молоді в Україні, потрібно краще інформувати їх про ЛГБТ-спільноту загалом. Це допоможе розвіяти стереотипи та міфологеми, які склалися навколо образу гомосексуала, а саме вони породжують негативне ставлення та нерозуміння об'єкта.

Література

1. Блинова О. Є. Соціальні стереотипи як прояв соціального мислення / О. Є. Блинова // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. – К.: Фенікс, 2014. – Т.11. – Вип.9. – С. 107–118.
2. «Стереотип соціальний» [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%BF_%D1%81%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9.
3. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медіум, 1995. – 323 с.
4. «Сексуальна орієнтація та гендерна ідентичність: питання та відповіді» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://insight-ukraine.org/newbook-lgbtfaq/>
5. «Як писати про ЛГБТ-спільноту: пам'ятка для журналіста» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://insight-ukraine.org/yak-pisati-pro-lgbt-kurs-dlya-zhurnalistiv/>
6. 1. Osgood C., Suci G., Tannenbaum P. (1957). The measurement of meaning / C. Osgood, G. Suci. – Urbana : The University of Illinois Press, 1957. – 237 p.
7. Петренко В. Ф. Психосемантика сознания / В. Петренко. – М. : МГУ, 1988. – 207 с.