

УДК 316.46

Ю.В. Белікова, канд. соціол. наук

Харківський національний економічний університет

"ЕМОЦІЙНА ЛОГІКА": ГЕНДЕРНА СПЕЦИФІКА СОЦІАЛЬНОЇ ДІЇ

Стаття присвячена дослідженню соціальної дії. Подано типізацію соціальної дії за результатами факторного аналізу: емоційна дія, раціональна дія, статусна дія та референтна дія. Представлені групи-кластери акторів, що практикують вищезазначені типи дії з урахуванням гендерної специфіки: фемінінний, універсальний, маскулінний, залежний та андрогінний кластери. Диференційовано соціальну дію, що має місце в приватній та професійній сферах.

Ключові слова: соціальна дія, емоційна дія, раціональна дія, референтна дія, статусна дія, гендер.

Соціальна система за останні десятиліття зазнає великих змін, які досить чітко описав Д. Гоулман. Дослідник наголосив, що велика революція XXI ст. полягає в реванші почуття над інтелектом [1]. Це знайшло своє відбиття і в соціології: у 70-і рр. XX ст. сформувався новий напрям – соціологія емоцій, котрий є сьогодні затребуваним та перспективним, про що свідчить активна діяльність секцій із соціології емоцій у найбільших соціологічних асоціаціях світу: американській, європейській, австралійській, британській, велика кількість монографій та фахових статей із соціології емоцій в англійській мовній спільноті. Тому потребують нового погляду основні соціологічні категорії, зокрема соціальна дія, що привертала, привертає та буде привертати увагу соціологів. Аналіз соціальної дії в контексті соціології емоцій розкриє приховані можливості в аналізі взаємодії емоції та раціональності.

На наш погляд, дихотомія емоційне/раціональне побудована за аналогією дихотомії фемінінне/маскулінне. Це демонструє певна залежність, принаймні на побутовому рівні, яка може бути окреслена таким чином: емоції здебільшого пов'язані з жіночими практиками (приватна сфера, сім'я, діти), раціональність – з чоловічими практиками (професійна сфера, кар'єра), що актуалізує проблему гендерної специфіки соціальної дії. Річ у тому, що практики, засновані на раціональній дії, переважно чоловічі, є більш значущими для суспільства, вважаються більш статусними, важливими, натомість прак-

тики, засновані на емоційній дії, здебільшого жіночі, виявляються менш значущими, менш важливими й менш статусними. Тобто ми щодня стикаємося з гендерними розбіжностями соціальної дії, ми можемо припустити існування певної гендерної специфіки соціальної дії, однак практично не існує робіт, що були б зосереджені на висвітленні цього питання.

Мета статті – виявити гендерну специфіку соціальної дії.

Для цього ми ставимо такі завдання:

- 1) визначити фактори, що впливають на прийняття рішень, зумовлюють соціальну дію;
- 2) схарактеризувати особливості цього впливу у приватній та професійній сфері, оскільки приватна сфера традиційно пов'язана з жіночими практиками, а професійна є місцем реалізації чоловічих практик;
- 3) виявити гендерну специфіку в поширеності того чи іншого фактора.

Якщо ми звернемося до вивчення соціальної дії в рамках соціології, то насамперед згадаємо М. Вебера, який першим увів цей термін у соціологічний обіг. М. Вебер стверджував, що не всі типи взаємин людей носять соціальний характер; соціальною є тільки та дія, що за своїм змістом орієнтована на поведінку інших [2]. Соціологія займається аж ніяк не лише "соціальною дією", але саме ця дія являє собою її центральну проблему. М. Веберу належить і перша типологія соціальної дії: 1) цілераціональна, якщо в основі дії лежить очікування певної поведінки предметів зовнішнього світу й інших людей і використання цього очікування як "умов" або "засобів" для досягнення своєї раціонально поставленої й продуманої мети; 2) ціннісно-раціональна, заснована на вірі в безумовну – естетичну, релігійну або будь-яку іншу – самодостатню цінність певного поведіння; 3) афективна, насамперед емоційна, тобто обумовлена афектами або емоційним станом індивіда; 4) традиційна, тобто заснована на тривалій звичці.

Дія, особливо соціальна, дуже рідко орієнтована тільки на той чи інший тип раціональності, і сама ця класифікація, звичайно, не вичерпує типи орієнтації дії, згідно з М. Вебером, вони являють собою створені для соціологічного дослідження чисті типи, до яких більшою чи меншою мірою наближається реальна поведінка або з яких вона складається. Тому ми спробуємо розглянути не тільки ідеальні типи соціальної дії та описати їх гендерну специфіку, але й виділити реальні групи-кластери акторів, що практикують ті або інші типи дії.

Наступним дослідником, що, на наш погляд, ґрунтовно висвітлив соціальну дію, її структуру та типи був Т. Парсонс. Теорія соціальної дії Т. Парсонса виникла в результаті структурно-функціонального аналізу – принцип дослідження соціальних явищ і процесів як системи, у якій кожен елемент структури має певне призначення (функцію) [3].

Підсистеми соціальної дії, за Т. Парсонсом, містять: біологічний організм, систему соціальну, систему культури та типові змінні – поняття, що по-

єднує соціальну дію й соціальну систему; фундаментальні дилеми, з якими зіштовхується актор соціальної дії:

- 1) афективність – афективна нейтральність;
- 2) орієнтація на себе – орієнтація на колектив;
- 3) універсалізм – партикуляризм;
- 4) якість – результативність (діяльність);
- 5) специфічність – дифузність.

Найбільш відомі класифікації соціальної дії М. Вебера та Т. Парсонса містять як логічну, так і емоційну складові. Обидві типології мають дещо спільне: описують афективну дію, що заснована на емоціях, цілераціональна дія М. Вебера конотує зі змінною "специфічність – дифузність" Т. Парсонса, що описує досягнення різноманітних цілей, цінносно-раціональна дія М. Вебера подібна до змінної "універсалізм – партикуляризм" Т. Парсонса, що заснована на пошуку критеріїв-цінностей, за якими слід оцінювати людину.

Однак, незважаючи на зазначену подібність, на наш погляд, типологія М. Вебера є більш універсальною, глибокою, тому що звертає увагу на причину, мотивацію до певної соціальної дії, у той час як класифікація Т. Парсонса здебільшого описує процес соціальної дії.

Тому в основу нашого дослідження покладена типологія М. Вебера, крім того ми додали референтність та статусність, що, на наш погляд, впливають на соціальну дію.

Для вирішення поставлених завдань у травні 2011 р. було проведено анкетування студентів ХНЕУ (n=870, м. Харків, вибірка квотна, критерії: стать); студентська молодь була обрана як об'єкт дослідження в силу того що є прогресивною частиною суспільства, фіксує зміни та демонструє сучасні тенденції щодо розподілу гендерних ролей.

Одним із завдань дослідження було визначити фактори, що зумовлюють соціальну дію, справляють вплив на різноманітні життєві практики. Було застосовано метод факторного аналізу з обертанням Varimax, що дозволило виявити чотири фактори і відповідно – чотири ідеальних типи соціальної дії в залежності від фактора, що домінує (див. табл. 1).

Перший фактор – **емоційний** – характеризує власне емоційну складову впливу на поведінку, дії, прийняття рішень індивідів. Спостерігаємо також оборотну залежність цього фактора з логікою, що частково свідчить про побутове розуміння емоцій та раціональності як протилежних категорій.

Другий фактор – **раціональний** – містить логіку та традиції як складові впливу на поведінку, дії, прийняття рішень індивідів. Слід відмітити, що є певна кореляція логіки та емоцій, тобто серед тих, хто обирає варіант "логіка", частина паралельно обирає й варіант "емоції". Це демонструє те, що емоції та дії можуть не суперечити одні одним. Так, ряд дослідників у галузі нейрофізіології, психології, соціології (Дж. Барбалет, А. Дамасіо, В. Джеймс, Дж. Леду та ін.) ілюструють вклад емоцій в раціональну дію [4–7]. Серед наших опитаних

половина розділяють емоції та раціональність (обрали логіку, не обрали емоції), чверть фактично продемонстрували вклад емоцій в раціональну дію (обрали одночасно і логіку, й емоції), восьма частина респондентів обрали суто емоції без логіки та восьма частина не обрали ані логіки, ані емоцій.

Основну вагу в третьому факторі – *референтному* (зовнішньо обумовленому) – має змінна поради, що вказує на зовнішні фактори, допомогу у виборі моделі поведінки, певної дії, рішення. Цей фактор слабо корелює зі статусом, модою, не корелює з логікою та емоціями.

Четвертий фактор – *статусний* (модний, трендовий) – зумовлений впливом статусу та моди на поведінку, дії. Цей фактор є особливо актуальним та впливовим стосовно поведінки молоді; припускаємо, що в інших вікових категоріях, більш старших, вплив цього фактора міг би бути меншим.

Таким чином, відповіді молоді фіксують зміни, що відбуваються із соціальною дією. На зміну чотирьох типів соціальної дії М. Вебера: ціннісно-раціональної, цілераціональної, традиційної та афективної – приходять нова типологія. Ця типологія має такий вигляд: емоційна, раціональна, референтна (зовнішньо зумовлена) та статусна дії. Цікавим є той факт, що змінна статусність корелює з усіма факторами, що свідчить про те, що дія буде виконана за умови, якщо вона відповідає статусу індивіда, тобто це той фактор, що, можливо, має змогу об'єднати усі інші.

Таблиця 1

Фактори, що впливають на соціальну дію

Ви керуєтесь:	Фактори			
	1	2	3	4
логікою	-0,764	0,397	-0,225	0,175
емоціями	0,744	0,249	-0,326	0,129
цінностями		-0,893		0,123
порадами значущих людей			0,886	
традиціями	0,106	0,212		-0,857
статусністю, модою	0,317	0,267	0,332	0,497

Слід зазначити, що існують значущі розбіжності щодо сили впливу зазначених факторів у залежності від того, де має місце соціальна дія – у приватній сфері чи в професійній діяльності (див. табл. 2).

Так, більший вплив у професійній діяльності в порівнянні з приватною сферою мають раціональний (логічний) фактор, референтний (зовнішньо обумовлений) та статусний фактори.

Натомість у приватній сфері більш значущим порівняно з професійною діяльністю є емоційний фактор, тобто вплив емоцій та системи цінностей є більшим у приватній сфері, порівняно з професійною діяльністю.

На наш погляд, уже на цьому моменті зафіксована певна гендерна розбіжність. Відомо, що жіночі практики тісно пов'язані та здебільшого орієнтовані на приватну сферу, де вважається прийнятним проявляти емоції, почуття,

керуватися не тільки логікою. У той час як чоловічі практики є орієнтованими здебільшого на самореалізацію у професійній сфері, конотують зі статусністю та логічним мисленням.

Таблиця 2

**Вплив факторів, що зумовлюють соціальну дію,
у приватній та професійній сферах**

Ви керуєтесь:	у приватній сфері	у професійній діяльності
логікою	69,94	81,41
емоціями	38,27	18,24
традиціями	7,4	3,93
порадами значущих людей	55,38	63,51
цінностями	47,75	40,30
статусністю, модою	1,16	8,31

Ці моделі закріплені гендерним порядком та відображені в гендерних стереотипах, тому не дивно, що дії, які суперечать усталеним стереотипам поведінки, викликають сміх, подив, що зафіксовано, наприклад, у таких несусвітніх висловах, як "жіноча логіка", "емоційний чоловік".

І якщо останнім часом професійна сфера зазнає певних гендерних змін, пов'язаних з активністю жінок на ринку праці, їх фінансовою незалежністю, то приватна сфера є досить патріархальною, демонструє консервативну ситуацію у стосунках між чоловіком та жінкою, це підтверджують як результати міжнародних досліджень, наприклад, М. Кастельса [8], так і результати власного дослідження автора [9].

Приватна сфера являє собою важливу сферу створення гендерного порядку. Необхідно відзначити той факт, що саме в приватній сфері, родині кореняться патріархальні стереотипи і водночас трансформуються всі зміни, що відбуваються в суспільстві. Родина, міжособистісні відносини, сексуальність – це сфери, що задіяні у творенні жіночого досвіду й одночасно є чинником витіснення жінки з публічної сфери в приватну [10, с. 169].

Подібну ситуацію спостерігаємо при гендерному аналізі соціальної дії в приватній та професійній сферах за результатами нашого дослідження (див. табл. 3).

Ми говоримо про гендерну специфіку соціальної дії, оскільки для жінок є більш значущі емоційний та референтний (зовнішній) фактори, порівняно з чоловіками, для яких традиційно більш важливими є раціональний (логічний) та статусний фактори.

Дані проведеного нами дослідження фіксують цю розбіжність і підтверджують той факт, що відбуваються зміни традиційного гендерного порядку у професійній сфері, стирання гендерних розбіжностей за рахунок маскулінізації жінок, пригнічення (недостатнього вияву) емоцій, превалювання логіки над іншими факторами соціальної дії.

Таблиця 3

Гендерна специфіка соціальної дії у приватній та професійній сферах

Ви керуєтесь:	в приватній сфері		в професійній сфері	
	чоловіки	жінки	чоловіки	жінки
логією	79,69	66,00	86,59	79,37
емоціями	34,1	40,00	18,01	18,47
традиціями	9,58	6,33	4,98	3,16
порадами значущих людей	50,57	57,50	55,56	67,39
цінностями	36,78	52,50	37,93	41,26
статусністю, модою	0,77	1,33	6,51	9,15

На наш погляд, такий дисбаланс між емоційним та раціональними факторами є аномальним, вони мали б гармонійно доповнювати один одного, адже новітні дослідження у сфері нейрофізіології свідчать, що мозок є емоційним [7], емоції таким чином підтримують раціональну дію.

Як було зазначено вище, завданням дослідження було не тільки виявити "чисті" типи соціальної дії та описати їх специфіку, але й виділити реальні групи-кластери акторів, що використовують ті або інші типи дії. Для вирішення цього завдання було проведено кластерний аналіз методом к-середніх з попереднім ієрархічним аналізом (див. табл. 4). В результаті було виділено п'ять груп-кластерів.

Таблиця 4

Типізація акторів в залежності від типів соціальної дії, що вони практикують

Змінні	Кластери (типи)				
	1	2	3	4	5
Стать	жіноча	чоловіча	чоловіча	чоловіча	жіноча
Емоційна дія	1,08466	2,93099	-0,53052	-0,08427	0,68712
Раціональна дія	-0,77261	2,47283	0,17861	0,76782	0,79012
Референтна дія	0,24914	3,06925	-0,18778	1,27654	-0,38294
Статусна дія	-0,06225	4,59983	0,28688	-3,09651	-2,98633

Перший кластер – *фемінінний* – жінки, на яких дуже значний вплив справляє емоційний фактор, менший вплив мають референтний та статусний фактори і не впливає раціональний фактор.

Другий кластер – *універсальний* – представлений чоловіками, які практикують усі типи дії, але на яких максимальний вплив справляє статусний фактор.

Третій кластер – *маскулінний* – чоловіки, на яких максимально впливає статусний фактор, меншим є вплив раціонального фактора та не впливають емоційний і референтний фактори.

Четвертий кластер – *залежний* – чоловіки, на яких максимальний вплив чинить референтний (зовнішній) фактор, деякий вплив має раціональний фактор, не впливають емоційний та статусний фактори.

П'ятий кластер – *андрогінний* – представлений жінками, що керуються як емоціями, так і логікою, на яких не впливають статус та поради (референтний фактор).

Найбільш поширеними та такими, що репрезентують типове уявлення про маскуліність та фемінінність, є перший та третій кластери. Однак, згідно з висновками С. Бем [11], найбільш успішними та адаптивними є андрогінні типи, що поєднують як типові фемінінні, так і маскуліні характеристики, тобто другий та п'ятий кластери, тому можемо передбачити, що це найбільш успішні та адаптивні люди.

Таким чином, у статті вперше пропонується дворівнева концепція соціальної дії на основі факторного, кластерного та гендерного аналізів: 1) перший рівень представлений ідеальними типами соціальної дії: раціональна дія, емоційна дія, референтна дія та статусна дія; 2) другий рівень представляє реальні групи-кластери акторів, що практикують вищезазначені типи дії з урахуванням гендерної специфіки: фемінінний, універсальний, маскуліний, залежний та андрогінний кластери – це дозволило виявити гендерну специфіку соціальної дії, диференціювати соціальну дію, що має місце в приватній та професійній сферах.

У подальшому було б цікаво надати більш докладний соціально-демографічний портрет індивідів, у діях яких превалюють ті або інші фактори соціальної дії.

1. Гоулман Д. Эмоциональное лидерство: искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта : пер. с англ. / Д.Гоулман, Р.Бояцис, Э.Макки. – 3-е изд. – М. : Альбина Бизнес Букс, 2008. – 302 с.
2. Вебер М. Основные социологические понятия / М.Вебер // Западноевропейская социология XIX – начала XX веков. – М. : Наука, 1996. – С. 455–491.
3. Парсонс Т. О структуре социального действия / Т.Парсонс. – М. : Академ. проект, 2002. – 880 с.
4. Barbalet J.M. Emotion, social theory and social structure: A macrosociological approach / J.M.Barbalet. – Cambridge : Cambridge univ. press, 1999. – 210 p.
5. Damasio Antonio. A Second Chance for Emotion / A.Damasio // Cognitive Neuroscience of Emotion : [edited by R.D.Lane And L.Nadel]. – New York : Oxford University Press, 2000. – P. 12–23.
6. James W. The sentiment of Rathionality / W.James. – New York: Dover Publications, 1956. – P. 63–110.
7. Ledoux J. The Emotional Brain: The Mysterious Underpinnings of Emotional Life / J.Ledoux. – New York : Simon and Schuster, 1996. – 384 p.
8. Castells Manuel. The information age / Manuel Castells // Economy, society and culture. Vol. 2: The power of identity. Blackwell Publishes Ltd, Oxford, UK, 1997. – 461p.

9. *Белікова Ю.В.* Гендерні бізнес-ідентичності та реклама / Ю.В.Белікова : моногр. – Х. : Вид-во ХНЕУ, 2009. – 160 с.
10. *Здравомыслова Е.* Социальное конструирование гендера: феминистская теория / Е.Здравомыслова, А.Темкина // Введение в гендерные исследования : учеб. пособие. Ч. 1 / под ред. И.А.Жеребкиной. – Х. : ХЦГИ, 2001, СПб. : Алетейя, 2001. – 708 с.
11. *Bem S.Z.* The measurement of psychological androgyny / S.Z.Bem // Journal of Consulting and Clinical Psychology. – 1974. – 42 (2). – P. 155–162.

Отримано 07.09.11

Ю.В. Беликова, канд. социол. наук

"ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ЛОГИКА": ГЕНДЕРНАЯ СПЕЦИФИКА СОЦИАЛЬНОГО ДЕЙСТВИЯ

Статья посвящена исследованию социального действия. Представлена типизация социального действия по результатам факторного анализа: эмоциональное действие, рациональное действие, статусное действие и референтное действие. Выделены группы-кластеры актеров, которые практикуют вышеназванные типы действия с учетом гендерной специфики: фемининный, универсальный, маскулинный, зависимый и андрогинный кластеры. Дифференцировано социальное действие, которое имеет место в приватной и профессиональной сферах.

Ключевые слова: социальное действие, эмоциональное действие, рациональное действие, референтное действие, статусное действие, гендер.

Byelikova Yu.V., Cand. of Sociol. Scie.

"EMOTIONAL LOGIC" GENDER SPECIFICITY OF SOCIAL ACTION

The article deals with social action research. The typification of social action on factor analysis basis was offered: emotional action, rational action, reference action, status action. The group-clusters of actors, that practice that types of actions were presented: feminine, universal, masculine, dependent and androgine clusters. The social action that takes place in private and professional spheres was differentiated.

Key words: social action, emotional action, rational action, reference action, status action, gender.