

How to cite: Pavlenko, L. & Striliuk, O. (2024). Analysis of Role Stereotypes in Interpersonal Communication and Their Impact on Gender Equality. *World conference on future innovations and sustainable solutions*. Futurity Research Publishing. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14251765>

Analysis of Role Stereotypes in Interpersonal Communication and Their Impact on Gender Equality

***Liudmyla Pavlenko*¹, *Olena Striliuk*²**

¹*PhD in History, Associate Professor, Associate Professor of the Department of World History and International Relations, T.H. Shevchenko National University «Chernihiv Colehium», Chernihiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0003-0238-7168>*

²*PhD in History, Associate Professor, Associate Professor of the Department of World History and International Relations, T.H. Shevchenko National University «Chernihiv Colehium», Chernihiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-5278-5263>*

Accepted: October 23, 2024 | **Published:** November 1, 2024 | **Language:** Ukrainian

Abstract. The research is aimed at identifying and analyzing the impact of role stereotypes on interpersonal communication, as well as assessing their impact on gender inequality with the development of recommendations for overcoming them. The work uses the methods of content analysis to study academic sources, case analysis to study real situations of communication, and qualitative interviews in order to obtain practical data on the influence of stereotypes on interaction. The study showed that gender stereotypes significantly affect perception and behavior in communication, creating barriers to equal dialogue. In particular, they reduce the effectiveness of communication, promote discrimination in the professional sphere and consolidate unequal roles in social interaction. It was found that overcoming these barriers requires both individual and systemic changes in approaches to communication.

Keywords: models of perception and behavior, socially established roles, the concept of androgyny, personal development.

Вступ

Проблема гендерних стереотипів у міжособистісній комунікації є одним із ключових питань сучасного суспільства. Стереотипи як узагальнені уявлення про певну групу людей формують спрощені моделі сприйняття і поведінки, які часто ігнорують індивідуальні особливості. Зокрема, гендерні стереотипи відображають усталені соціальні очікування щодо «природних» ролей чоловіків і жінок у сімейному, професійному та суспільному контекстах. Такі стереотипи, соціально закріплені, впливають на формування гендерних ролей, обмежуючи можливості особистісного розвитку і реалізації потенціалу.

Розподіл гендерних ролей, де чоловікам традиційно приписується інструментальна роль у суспільстві, а жінкам – експресивна роль у сім'ї, має глибоке історичне коріння. Теорії Толкота Парсонса та Роберта Бейлса, що базуються на біологічній диференціації статей, свого часу обґрунтовували ці уявлення. Проте сучасні дослідники, такі як Сандра Бем, вказують на важливість подолання жорстких рамок гендерних ролей крізь концепцію андрогінії, що визнає можливість поєднання як маскулітних, так і фемітних якостей незалежно від статі. Водночас рольовий конфлікт, спричинений неможливістю одночасно відповідати різним соціальним очікуванням, підкреслює необхідність переосмислення усталених норм (Шевчишена, 2009, с. 138).


На тлі цих проблем питання аналізу рольових стереотипів у міжособистісній комунікації стає особливо актуальним. Адже гендерні стереотипи не лише формують уявлення про рольову поведінку, а й впливають на соціальні взаємодії, підтримуючи нерівність та дискримінаційні практики. Дослідження цієї теми дозволяє не лише глибше зрозуміти природу стереотипів, але й сприяти формуванню рівноправних комунікаційних моделей, які є важливими для досягнення гендерної рівності.

Метою дослідження є аналіз впливу рольових стереотипів на міжособистісну комунікацію, а також оцінка їхнього впливу на формування гендерної нерівності з метою розробки рекомендацій щодо подолання стереотипних установок у соціальній взаємодії.

Результати дослідження

Гендерні стереотипи глибоко вкорінені у суспільній свідомості та суттєво впливають на те, як люди сприймають і взаємодіють одне з одним у процесі спілкування. Одним із найяскравіших прикладів є сприйняття жінок на лідерських позиціях. Як зазначають Eagly та Karau (2002), жінок-лідерів часто оцінюють негативно, оскільки вони не відповідають стереотипному образу лідера, який традиційно асоціюється з чоловічими рисами, такими як наполегливість, рішучість і конкурентність. Натомість жінкам приписують пасивність, емоційність і схильність до співпраці, що автоматично знижує їхню видиму компетентність у ролях, які потребують жорсткості й авторитету.

Цей дисбаланс у сприйнятті проявляється не лише у сфері управління, але й у повсякденних взаємостосунках. У суспільстві поширена думка, що чоловіки є більш логічними й менш емоційними, тоді як жінки краще виражають емоції і є більш турботливими. У результаті



жінки, які демонструють твердість або аналітичний підхід, можуть сприйматися як «неприродні» або навіть агресивні, тоді як чоловіки, які проявляють емпатію, ризикують бути маргіналізованими як «слабкі».

На робочому місці гендерні стереотипи стають перепоною для просування жінок на керівні посади. Наприклад, жінок часто оцінюють крізь призму традиційних ролей матері або доглядальниці, а не як ефективних менеджерів чи стратегів. Це може призводити до так званої «скляної стелі», коли жінки досягають певного рівня кар'єри, але далі їхній розвиток блокується через упередження.

Гендерні стереотипи також впливають на особисті стосунки. Від жінок традиційно очікують більшої підтримки, емоційної залученості та піклування, тоді як чоловіки асоціюються з роллю захисників і тих, хто фінансово забезпечує. Такі упередження можуть обмежувати свободу вибору партнерів, формувати нерівномірний розподіл обов'язків і створювати напруження в стосунках.


Медіа відіграють важливу роль у закріпленні цих стереотипів. Рекламні кампанії, фільми та телевізійні шоу часто відображають традиційні моделі поведінки: жінок як дбайливих матерів чи сексуальних об'єктів, а чоловіків – як сильних героїв чи рішучих лідерів. Такі зображення впливають на суспільні очікування щодо того, як мають поводитися представники різних статей у процесі комунікації.

Важливо також зазначити, що гендерні стереотипи створюють бар'єри для ефективного спілкування. Відсутність розуміння між статями через різні цінності, стилі спілкування та упередження може призводити до конфліктів. Схильність людей тяжіти до тих, кого вони вважають схожими на себе, або робити припущення про поведінку інших на основі їхньої статі лише посилює ці проблеми.

Гендерні стереотипи не тільки перешкоджають чесній і продуктивній комунікації, але й зміцнюють наявну нерівність. Подолання цих упереджень потребує усвідомлення їхньої природи, переосмислення ролей та активного сприяння інклюзивному спілкуванню. Це є ключовим кроком на шляху до досягнення рівності та гармонії у соціальних взаємодіях.

Ефективна гендерна комунікація стикається з численними бар'єрами, які глибоко вкорінені в суспільстві, культурі й структурах влади. Однією з головних перепон є суспільні норми й очікування, які формують уявлення про те, як мають поводитися чоловіки й жінки. Як зазначають Wood та Bartels (2010), соціалізація у певні гендерні ролі починається з раннього дитинства і супроводжується нав'язуванням традиційних стилів поведінки. Жінки очікувано повинні бути турботливими й чуйними, а чоловіки – рішучими й доміантними. Ці стереотипи обмежують індивідуальну свободу вираження і створюють додаткові труднощі у спілкуванні, особливо коли люди намагаються виходити за рамки цих уявлень.

Медіа є потужним інструментом, який не лише відтворює, але й підсилює ці бар'єри. Зображення жінок у рекламі, фільмах чи новинах часто фіксуються на їхній зовнішності або ролях матері й берегині, тоді як чоловіків представляють як героїв чи впливових лідерів. Як зазначають Sterk і Adams (Sterk & Adams, 2002), ці медійні шаблони створюють замкнене коло: люди



сприймають їх як норму і відтворюють у своєму спілкуванні, тим самим зміцнюючи стереотипи. Наприклад, у робочих контекстах жінки часто змушені боротися зі сприйняттям, що вони менш компетентні чи недостатньо амбітні, лише тому, що їхня поведінка не відповідає традиційному образу лідера.

Ще однією значущою перепоною є дисбаланс влади між статями, який впливає на динаміку спілкування. Чоловіки, зазвичай, мають більше доступу до ресурсів, впливу і позицій влади, що створює асиметрію в комунікаційних взаємодіях. Культурні системи активно підтримують ці нерівності, маргіналізуючи голоси жінок. Наприклад, під час робочих зустрічей жінки часто зазнають переривань, їхні ідеї можуть ігноруватися або привласнюватися колегами-чоловіками. Це лише підтверджує існування стереотипів, згідно з якими чоловічі думки мають більшу вагу.


Додатково на цю нерівність впливають економічні фактори, зокрема гендерний розрив в оплаті праці. Як зазначає Blau et al. (2017), жінки отримують менше за аналогічну працю, ніж чоловіки, що свідчить про систематичне недооцінення їхнього внеску. Цей економічний аспект підживлює стереотипи щодо жіночої ролі на робочому місці та впливає на те, як вони сприймаються в комунікації.

Організаційна культура також є серйозним бар'єром. На багатьох робочих місцях продовжують існувати практики, що обмежують можливості для жінок. Наприклад, недостатнє представництво жінок на керівних посадах формує середовище, де їхній голос менш помітний. Також упередження в процесах найму чи просування по службі зміцнюють традиційні гендерні ролі, не дозволяючи людям змінювати звичні моделі поведінки (Zaiats, 2024).

Загалом, перешкоди для ефективної гендерної комунікації є багатограними й глибоко вкоріненими. Вони охоплюють вплив суспільних норм, медійних репрезентацій, динаміку влади, економічну нерівність і інституційні практики. Подолати ці бар'єри можливо лише через усвідомлення їхньої природи, активну роботу над зміною культурних шаблонів і створення простору, де голос кожної людини матиме рівну вагу.

Створення середовища, в якому гендерна рівність є основою комунікації, вимагає як індивідуальних, так і організаційних зусиль. На особистому рівні важливо почати з усвідомлення власних стереотипів та упереджень. Часто ми навіть не помічаємо, як глибоко вкорінені уявлення про «чоловічу» та «жіночу» поведінку впливають на наш стиль спілкування. Відкрите ставлення до саморефлексії допомагає зрозуміти, які моделі поведінки потрібно змінити, щоб комунікація стала більш інклюзивною.

Значну роль відіграє мова. Вона формує не лише наші думки, а й те, як ми сприймаємо інших. Використання гендерно-нейтральної лексики або включення різних займенників є простим, але потужним кроком. Це не лише демонструє повагу, а й створює простір, в якому кожен почуватися почутим. Крім того, активна протидія стереотипним висловам та патернам поведінки – ще одна необхідна складова. Це може бути у формі виявлення підтримки, коли жінку переривають під час зустрічі, або ініціювання розмови про гендерну нерівність у робочих командах.



Підтримка голосів малопредставлених груп – це основа рівності. Коли ми свідомо слухаємо, надаємо платформу для висловлення думок і підсилюємо ідеї, ми змінюємо динаміку спілкування. Водночас важливо визнавати досягнення жінок у різних галузях, адже це допомагає зруйнувати стереотипи й надихає інших.

На організаційному рівні утвердження гендерної рівності в комунікації починається з розробки політик, які підтримують інклюзивність. Наприклад, компанії можуть впроваджувати програми навчання різноманітності та інклюзії. Це не лише сприяє розумінню багатогранності поглядів, але й допомагає співробітникам розпізнавати власні несвідомі упередження.

Робоче середовище має пропагувати використання інклюзивної мови в усіх формах спілкування: від офіційних документів до неформальних обговорень. Організації, які демонструють чіткі стандарти в цьому аспекті, показують, що рівність є їхнім пріоритетом. Важливо також, щоб лідери слугували прикладом інклюзивного спілкування, адже саме вони задають тон корпоративній культурі.

Проведення регулярного зворотного зв'язку дає змогу оцінювати, чи справді комунікація в організації є рівноправною. Це дозволяє вчасно виявляти проблеми й впроваджувати корективи. Водночас наставництво та підтримка співробітників із різних груп забезпечують створення атмосфери довіри та взаємної поваги.

Кожен із цих кроків має свою вагу, але найважливіше – діяти. Гендерна рівність у комунікації не з'являється сама собою; вона є результатом свідомих зусиль кожного. Коли суспільство, організації та окремі люди об'єднуються для досягнення цієї мети, формується середовище, де голос кожного звучить з однаковою силою.

Висновки

Дослідження показало, що рольові стереотипи суттєво впливають на міжособистісну комунікацію, формуючи нерівні умови для взаємодії чоловіків і жінок. Виявлено, що стереотипи обмежують можливості вільного самовираження, нав'язують усталені моделі поведінки та посилюють гендерну нерівність у різних аспектах соціальної взаємодії. Зокрема, це проявляється у впливі на розподіл ролей у професійній діяльності, оцінці лідерських якостей і сприйнятті внеску представників різних гендерів у спільну діяльність.

Репрезентація гендерних ролей у засобах масової інформації, соціалізація відповідно до традиційних норм та культурні особливості комунікації є основними джерелами виникнення стереотипів. Їхній вплив створює бар'єри для розвитку інклюзивної комунікації, де голоси всіх учасників мають однакову вагу.

Оцінка впливу стереотипів на міжособистісну комунікацію дозволила дійти висновку, що подолання цих бар'єрів потребує активної роботи на рівні як окремих індивідів, так і соціальних інституцій. Розроблені рекомендації включають впровадження освітніх програм з розвитку гендерної чутливості, популяризацію нейтральної мови, активне протистояння дискримінаційним практикам та створення середовища, яке сприяє гендерній рівності в комунікації.

Література

Шевчишена, О. В. (2009). Вплив гендерних стереотипів на виникнення рольових конфліктів у молодій сім'ї. *Наука і освіта*, (1-2), 138-144. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/13999>

Андреєва, М. О., Василенко, О. М., & Дмитренко, К. А. (2021). Сучасні гендерні стереотипи в медіапросторі як фактор впливу на соціалізацію учнівської молоді. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*, 1(100), 14-23. URL: <https://doi.org/10.33216/2220-6310-2021-100-1-14-23>

Blau, F. D., & Kahn, L. M. (2017). The gender wage gap: Extent, trends, and explanations. *Journal of Economic Literature*, 55(3), 789-865. URL: <https://doi.org/10.1257/jel.20160995>

Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573-598. URL: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.109.3.573>

Ofordi, J. A., & Ayodele, B. J. (2023). Breaking gender stereotypes: A critical appraisal of barriers to effective communication. *Wukari International Studies Journal*, 7(3), 120-138. URL: https://www.researchgate.net/publication/375765495_BREAKING_GENDER_STEREOTYPES_A_CRITICAL_APPRAISAL_OF_BARRIERS_TO_EFFECTIVE_COMMUNICATION

Sterk, H., & Adams, J. (2002). Gender stereotypes in MTV commercials: The beat goes on. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(2), 231-254. URL: <https://doi.org/10.1080/08838159409364248>

Zaiats, N., Rega, I., Boiko, V., Shlieina, L., & Toporkova, M. (2024). Ensuring gender equality and legal protection of women's rights: achievements, challenges, and prospects. *Multidisciplinary Science Journal*, 6. URL: <https://malque.pub/ojs/index.php/msj/article/view/1937>

Wood, J., & Bartels, J. (2010). Gender stereotypes: A social psychological analysis. *Annual Review of Psychology*, 61, 87-115. URL: <https://doi.org/10.1002/9780470561119.socpsy001017>