

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2021, №3, Том 12 / 2021, No 3, Vol 12 <https://sfk-mn.ru/issue-3-2021.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/05SCSK321.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Гладкова И.В., Полянок О.В. Особенности гендерного поведения поколения Y // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2021 №3, <https://sfk-mn.ru/PDF/05SCSK321.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Gladkova I.V., Polyanok O.V. (2021). Features of gender behavior of generation Y. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 3(12). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/05SCSK321.pdf> (in Russian)

Гладкова Ирина Витальевна

ФГБОУ ВО «Уральский государственный горный университет», Екатеринбург, Россия
Доцент кафедры «Философии и культурологии»
Кандидат философских наук, доцент
E-mail: gladkova21@yandex.ru

Полянок Ольга Васильевна

ФГБОУ ВО «Уральский государственный горный университет», Екатеринбург, Россия
Доцент кафедры «Управления персоналом»
Кандидат психологических наук, доцент
E-mail: polyanok@mail.ru

Особенности гендерного поведения поколения Y

Аннотация. В современном обществе происходит трансформация нравственно-ценностных установок в гендерных взаимоотношениях, в результате чего нивелируются различия между социальными функциями, выполняемыми мужчинами и женщинами, при этом получает развитие феномен «множественной идентичности», когда человек получает свободу в построении собственной модели полового поведения. Формирование гендерной идентичности происходит под влиянием факторов микро- и макросоциального уровня. Макросоциальный уровень оказывает воздействие через гендерную культуру, закрепляющуюся в опыте поколений и обуславливающую восприятие принятого взаимодействия между полами как естественного. Благодаря гендерной культуре, влияющей на сознание индивида (микросоциальный уровень), человек реализует свой внутренний потенциал в сферах деятельности, которые в наибольшей степени удовлетворяют его актуальные потребности. В то же время гендер выполняет роль имплицитного барьера в самореализации, ограничивая активность поведения человека рамками социально одобряемого поведения и сферами деятельности, в которых предполагается успешная реализация в зависимости от пола. В статье приводятся результаты социологического исследования проявления гендерного поведения мужчин и женщин поколения Y в социальной и профессиональной сфере, а также определяется влияние гендерных стереотипов на восприятие поведения обоих полов. На основе полученных результатов, авторы приходят к следующим выводам: несмотря на то, что стандарты поведения мужчин и женщин изменяются в направлении андрогинии, гендерные стереотипы в большей мере проявляются в отношении женщин; преодоление гендерной асимметрии женщинами происходит преимущественно путем расширения сфер социальной активности и укрепления позиций в профессиональной сфере деятельности, а мужчины, в свою очередь, смещают акценты с профессиональной самореализации на межличностные отношения.

Ключевые слова: гендерные стереотипы; гендерная идентичность; поколение Y; гендерная культура; профессиональная деятельность; социальная сфера

Введение

В современном обществе, где происходят стремительные и кардинальные культурные и социально-экономические изменения, трансформируются нравственно-ценностные установки в области гендерных взаимоотношений, что приводит к размыванию граней между мужскими и женскими социальными функциями.

Согласно исследованию, проведенному Ю.Е. Алешиной и А.С. Волович, в настоящий момент характерной чертой полоролевой социализации является формирование доминирования и сверхактивности у девочек и ориентация мальчиков на внеобщественную динамичность и индивидуальную пассивность [1]. Такой парадокс приводит к «снижению дихотомии в гендерном контексте», что дает возможность человеку на основе его личного опыта проводить творческую трансформацию внутри себя и реализовывать выбранную разновидность гендерной идентичности.

Гендерную идентичность И.С. Кон понимает как «отождествление себя с женской или мужской группой, идентификацию себя с этими группами на базе культурных дефиниций женственности и мужественности, при этом особо значимо, как индивид сам себя осознает» [2, с. 55]. Она основывается на самоотождествлении с определенным полом и представлении человека о собственном социокультурном поле. При этом имеет место «множественная идентичность», т. е. свобода построения собственной модели полового поведения.

Гендерная идентичность формируется в процессе социализации в соответствии с признанной в обществе гендерной схемой. Гендерная социализация обуславливается культурными и социальными механизмами определения гендерных ролей. «Гендерная роль» в широком смысле трактуется как «способ человеческого поведения в системе межличностных взаимоотношений, который зависит от их позиции в социуме и который отражает принятые в этом социуме предписания, нормы и ожидания» [3]. В этом случае гендерная роль рассматривается как совокупность общественных стандартов и стереотипов, которым должен соответствовать человек для признания его как мужчины/женщины.

Гендерная идентичность интериоризируется через осознание и сравнение общественной оценки поведения и взаимодействия с другими людьми и оценки себя как носителя определенных гендерных свойств. В результате интериоризации человек осуществляет рефлексию и сравнивает себя с принятыми в обществе эталонами, что отражается на его самоотношении. По мнению С. Бема, в результате этого сравнения формируется понимание невозможности полного соответствия идеализированным образцам, поскольку достичь эталона невозможно [4].

На формирование гендерной идентичности оказывают влияние факторы микро- и макросоциального уровня. Макросоциальный уровень оказывает влияние на человека посредством гендерной культуры, которая складывается и закрепляется в опыте конкретных поколений и способствует тому, что созданные на основе сложившихся гендерных представлений нормы и правила взаимодействия между полами воспринимаются как естественные. Гендерная культура регулирует отношения через воплощение норм и правил в ценностях и традициях общественной жизнедеятельности.

Через гендерную культуру макросоциальный уровень оказывает влияние на сознание индивида (микросоциальный уровень) и позволяет человеку реализовать свой внутренний потенциал, принимая участие в сферах и видах деятельности, представляющих для него

наибольший интерес, и исполнять социальные роли, удовлетворяющие его актуальные потребности.

Одновременно с этим гендер может выступать в качестве скрытого барьера в самореализации, т. к. гендерные представления, укореняясь в сознании с раннего детства, реализуются через систему представлений и стереотипов в распределении социальных ролей между мужчинами и женщинами и соотношении их социальных статусов. Гендер имплицитно ориентирует на то, какими должны быть мужчины и женщины как представители гендерных групп и в каких сферах деятельности они должны реализовываться [5].

При быстрых изменениях, присутствующих в современном обществе, различия в гендерных представлениях разных поколений становятся ярко выраженными. Близость поколений, интенсивность взаимодействия между ними предполагает схожее поведение, отношение к событиям и социальным явлениям, однако поворотные события, являющиеся ключевым фактором для становления каждого поколения, обуславливают его уникальность.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, на 1 января 2020 года 35,3 % населения России составляют граждане в возрасте от 20 до 44 лет. В социологических исследованиях эту возрастную группу относят к поколению Y. Данное поколение является доминантным и играет важную роль в формировании и трансформации существующих социальных институтов. В настоящее время представители поколения Y активно заняты в общественной жизни, занимают или стремятся занять значимые места в социальной иерархии в социокультурной и экономической сферах.

На формирование мировоззрения представителей поколения Y, по данным отечественных и зарубежных исследователей, оказали влияние следующие события: распад СССР, создание юридически закреплённого Европейского союза, объединяющего 28 европейских государств, всемирная коммерческая глобализация, экономический спад развития в России начала 90-х гг., локальные военные конфликты, первые террористические акты, а также быстрое развитие цифровых технологий (развитие сети Интернет, популяризация средств связи), частая смена идеологий и ценностных ориентиров, изменения образцов гендерного поведения, декларируемые в киноиндустрии, моде, СМИ, рекламе, трансформация гендерной телесности.

По мнению современных исследователей теории поколений, последствия этих событий обусловили формирование особенностей личности представителей поколения Y: наивность и умение подчиняться, ожидание немедленного вознаграждения, повышенное внимание к собственной исключительности, стремление демонстрировать свой успех, циничное и пренебрежительное отношение к устоявшимся традициям, нежелание жить по заданным сценариям, фрагментарность и мозаичность мировоззрения [6–8].

Главными ценностями поколения Y являются знания и потребность их использовать в реальной жизни, свобода и значимость настоящего момента, индивидуализм и лидерство, получение удовольствия в любой деятельности.

Образцы обновленного гендерного поведения поколение Y демонстрирует в социальной и профессиональной сферах жизни. Так, произошло сокращение количества зарегистрированных браков, из них 67,2 % расторгаются ранее 10 лет, увеличение возраста вступления в первый брак (у мужчин он составил 31,5 года, у женщин — 27,5 лет), и связанное с этим сокращение рождаемости на 2,2 %.

В связи с этим становится актуальным изучение смены гендерных представлений и стереотипов у представителей поколения Y в значимых сферах жизнедеятельности.

Цель исследования состояла в определении проявления гендерного поведения мужчин и женщин поколения Y в социальной и профессиональной сфере, а также влияние гендерных стереотипов на восприятие поведения обоих полов.

Методы

Было проведено социологическое исследование определения выраженности гендерных представлений и стереотипов в социальной и профессиональной деятельности у мужчин и женщин поколения Y г. Екатеринбурга. В исследовании принимали участие 284 респондента, из них — 164 женщины (100 %) и 120 мужчин (100 %). Возраст респондентов 23–34 года, средний возраст опрашиваемых — $26,67 \pm 1,3$ лет. Все респонденты заняты в сфере малого и среднего бизнеса. Выбор объекта эмпирического исследования обусловлен тем, что значительное число работающих сосредоточено в организациях рассматриваемого типа.

Вопросы разработанной анкеты предполагали возможность множественного выбора ответов и были объединены в блоки, которые затрагивали следующие аспекты:

1. Предпочитаемая сфера профессиональной деятельности. Вопросы были связаны с индивидуально предпочитаемой сферой профессиональной деятельности, а также с соответствием выбранной сферы деятельности общественным стереотипам. В данный блок были включены вопросы, направленные на определение необходимого уровня образования для успешной реализации в выбранной сфере профессиональной деятельности.
2. Требования, предъявляемые к месту работы (организации). Вопросы блока определяли предпочтительную форму занятости, наиболее оптимальные условия работы и профессиональные ожидания.
3. Социальная активность. Блок вопросов был нацелен на выявление сфер и степени социальной активности.
4. Семья и персонифицированные социальные ценности. Вопросы данного блока были связаны с определением представлений идеала семьи и наиболее значимых аспектов жизни.

Результаты

Предпочитаемая сфера профессиональной деятельности

Выбор сфер профессиональной реализации находится под влиянием гендерных представлений и стереотипов относительно приоритета разных полов в той или иной сфере. Соответственно, в определенных областях или мужчины или женщины будут выступать лучшими генераторами идей.

Мужчины выбирают наиболее подходящими для своей профессиональной реализации сферы управления (74,6 %), инженерно-техническую (57,2 %), а также бизнес (55,3 %) и IT (46,4 %). По мнению мужчин, женщина наиболее успешно может реализоваться в экономике (90,9 %), искусстве (81,8 %), юриспруденции (54,5 %) и гуманитарной сфере (45,5 %). Только 36,4 % мужчин видят женщину-профессионала в экономической сфере и 27,3 % мужчин считают, что женщины могут быть успешны в бизнесе. При этом мужчины-респонденты отмечают, что в IT, инженерно-технической и военной сферах у женщин нет шансов реализовать себя. Естественно-научная сфера воспринимается мужчинами в равной степени бесперспективной как для себя, так и для женщин (14,2 %).

В свою очередь, женщины видят наиболее благоприятными для профессиональной реализации управление (72,7 %), гуманитарную сферу (63,6 %) и в равной степени оценивают свои шансы быть успешными в экономике и бизнесе (47,8 %). Менее способствуют, по мнению женщин, профессиональной реализации сферы искусства (24,7 %), юриспруденции и естественных наук (18,5 %). Наименьшую вероятность реализации женщины видят в военной и IT сферах (9,1 %), а инженерно-техническая сфера воспринимается как наименее перспективная (0 %).

Таким образом, нами было выявлено, что в сознании респондентов присутствуют гендерные представления, касающиеся вопросов «мужской» и «женской» сфер приложения сил. В ряде сфер, где, по мнению мужчин, женщина может успешно реализоваться (искусство, юриспруденция) женщины оценивают свои шансы как относительно невысокие. Однако в сферах экономики, управления и бизнеса профессиональные притязания женщин более высоки по сравнению с оценкой мужчин. Сферами, в которых профессиональная реализация женщин оценивается одинаково с позиций респондентов обоих полов, являются инженерно-техническая и естественно-научная.

Можно предположить, что знания, умения и навыки, которые ассоциируются у респондентов с определенной сферой, наиболее характерной для мужчин или женщин, проецируются на другие выполняемые ими виды деятельности. Поэтому успешность профессиональной реализации в какой-либо сфере оценивалась с точки зрения более компетентного применения имеющегося багажа знаний, умений и навыков.

Несмотря на то, что получение высшего образования считается у респондентов обоих полов необходимым для успешной социальной и профессиональной деятельности (100 %), однако для мужчин значимость второго высшего образования выше, чем для женщин (соответственно 29,1 % и 10,2 %). В целом у женщин отмечается более высокий уровень притязаний при получении профессионального образования. Так, 83,6 % женщин-респондентов (против 64,1 % мужчин) считают прохождение курсов повышения квалификации необходимым для профессионального роста, переквалификацию допускают 49,8 % женщин (0 % мужчин), при этом уровень среднего профессионального образования считают достаточным 26,7 % женщин и 46,4 % мужчин.

Расхождение во мнениях может быть связано с большим объемом социальных обязанностей (работа, ведение домашнего хозяйства, воспитание детей и т. д.) у женщин по сравнению с мужчинами. Получение образования воспринимается женщинами как необходимое условие, способное обеспечить получение стабильной работы и определенного уровня экономической самостоятельности.

Требования, предъявляемые к месту работы (организации)

При определении требований к месту постоянной работы респонденты руководствуются стереотипными требованиями к выполнению социальных ролей, в которых отражены черты патриархальной культуры (мужчина — «добытчик», женщина — «хранительница очага и мать»).

Несмотря на проявление традиционных стереотипов, мужчины и женщины поколения Y отдают предпочтение гибкому графику работы (73,9 % мужчин и 61,6 % женщин), полная занятость (5 дней в неделю, 8-часовой рабочий день) одинаково привлекательна для 44,8 % респондентов, а фриланс считают удобной формой работы 19,2 % как мужчин, так и женщин. Отмечаются различия в выборе таких форм работы, как полная занятость по графику (более удобна для женщин (38,4 %) против 16,2 % мужчин), вахтовый метод (рассматривают как возможный вариант только 16,3 % мужчин).

При выборе работы мужчины руководствуются возможностью дополнительного заработка (85,3 %), наличием социального пакета (60,6 %), возможностью совмещения (39,3 %), в меньшей степени они готовы к командировкам (24,8 %). Женщины прежде всего обращают внимание на наличие социального пакета (96,9 %), в равной степени для них значимы возможность совмещения и дополнительного заработка (56,2 %). Командировки рассматриваются как нежелательный компонент работы (только 9,0 % опрошенных согласны с поездками в командировки). Ненормированный рабочий день рассматривается как допустимый режим работы 19,7 % обеих групп респондентов.

Для представителей поколения Y, в равной степени мужчин и женщин, наиболее значимым мотивационным фактором является высокий уровень заработной платы (100 % мужчин и 90,9 % женщин). Второе по значимости место (87,1 %) мужчины отводят возможности построения профессиональной карьеры и профессиональному росту (углубление знаний в профессиональной сфере), а социальные факторы, связанные с благоприятными взаимоотношениями в коллективе, для них менее значимы (54,2 %). В свою очередь женщины наравне с высоким уровнем заработной платы считают не менее важной возможность профессионального роста (89,9 %), при этом обращают внимание на благоприятный психологический климат (81,7 %). Построение профессиональной карьеры значимо только для 53,9 % респондентов.

На основании полученных результатов можно предположить, что женщины ориентированы на стабильность и сохранение выбранного места работы, а конкурентоспособность для них в наибольшей степени связана с укреплением профессиональных позиций, что, по их мнению, может обеспечить социальную стабильность. Для мужчин в большей степени важен статус, а конкурентоспособность они связывают с расширением профессионального поля, также они более подвижны при выборе места работы, т. е. с ним связывают свой успех и благополучие.

Социальная активность

Большинство женщин и мужчин поколения Y, по их мнению, не ведут активную социальную жизнь (63,9 %), больший интерес для них представляет активность в социальных сетях (38,6 % женщин и 53,2 % мужчин), однако женщины принимают более активное участие по сравнению с мужчинами в социальных акциях (30,9 % женщин и 14,8 % мужчин).

Данные различия могут быть объяснены тем, что женщины более сориентированы на личное общение и стремятся к более активному установлению контактов.

Семья и персонифицированные социальные ценности

При определении жизненных приоритетов доминирующим для обоих полов оказались семья (100 % женщин и 91,2 % мужчин) и самореализация (72,4 %). Однако при оценке значимых аспектов для противоположного пола отмечаются несоответствие выборов: по мнению мужчин, для женщин семья имеет меньшее значение (88,5 %), чем определенное женщинами, а самореализация — большее (84,3 %). Кроме того, по мнению мужчин, большое значение для женщин имеет их социальный статус (55,6 %) и имидж (49,5 %), при этом эти жизненные аспекты являются наименее важными (7,9 %), а здоровый образ жизни (54,9 %), образование (45,7 %) и досуг (36,4 %) играют большую роль. Женщины выбирают в качестве приоритетных для мужчин социальный статус и самореализацию (82,7 %), однако недооценивают роль семьи в жизни мужчины (50,5 %), располагая ее на одной ступени с имиджем и досугом.

Стоит отметить, что при определении личных жизненных приоритетов, респонденты стараются выйти из-под влияния гендерных стереотипов, в то время как при оценке представителей противоположного пола стереотипы сохраняются. Несовпадение стереотипов и действительности вызывает негативную реакцию и преувеличение значимости той или иной стороны жизни, следовательно, воздействие стереотипов имеет имплицитное проявление.

Как было замечено ранее, семья для поколения Y имеет важное значение, но для мужчин семья прежде всего связана с интимными отношениями (81,9 %), взаимной поддержкой и общими интересами (77,7 %), духовная близость для них более значима, чем материальный достаток (54,8 % против 36,1 %). Для женщин приоритетными являются взаимная поддержка и наличие супруга (85,3 %), материальный достаток и духовная близость важны в равной степени (64,5 %).

При ранжировании аспектов семейной жизни для противоположного пола заметны расхождения: мужчины оценивают женщин более реалистично: на первое место ставят взаимную поддержку (84,7 %), на второе — наличие супруга (79,1 %), совпадает и важность материального достатка (61,8 %), однако мужчинами переоценивается весомость интимных отношений (70,6 % против 42,8 % женщин). По мнению женщин, мужчины акцентируют внимание на материальном достатке (91,8 %), персональной свободе и интимных отношениях (73,4 %), но недооценивают взаимную поддержку (41,7 %) и духовную близость (8,1 %).

В восприятии семейной жизни гендерные стереотипы более выражены среди женщин, что объясняется их большей ориентированностью на стабильность и поддержание традиций как на необходимое условие создания и сохранения семьи.

Обсуждение полученных данных

Полученные данные подтверждаются результатами исследований других ученых. Так, схожие результаты в определении влияния гендерных стереотипов на профессиональную деятельность были получены С.А. Ильных и М.М. Бычковой [9]. Ими было отмечено, что стремление преодолеть гендерные стереотипы у мужчин проявляется в высокой оценке важности семьи и занижении значимости материального достатка, для женщин преодоление стереотипов связано с восприятием семьи и работы как равнозначных сфер жизни. При этом основными мотивами профессиональной деятельности для женщин, по мнению авторов, являются материальная свобода и независимость, самореализация и профессиональный рост. В работе У.Е. Логиновских также было отмечено, что женщины предпочитают выбирать профессии, соответствующие гендерным нормам, стремясь сохранить гендерную самоидентификацию, а также избежать социального неодобрения [10]. К таким же выводам приходят О.С. Селиванова и А.С. Некрасова в исследовании, посвященном профессиональным предпочтениям молодежи [11]. Т.Б. Кокшарная и Е.С. Тарханова, ссылаясь на исследования «Комитета 20», отмечают, что в российских компаниях гендерные стереотипы более выражены по сравнению с зарубежными организациями и проявляются прежде всего в оплате труда и карьерном продвижении [12]. Также этими авторами было отмечено, что для 40 % российских женщин в равной степени важны как семья, так и работа, что свидетельствует о стремлении преодолеть стереотипы на персональном уровне (личные представления), однако на культурном уровне (социально-разделяемые представления) стереотипы изменяются медленнее, чем реальность. Данная тенденция более заметно проявляется на уровне семьи, что нашло подтверждение в исследовании Карповой М.К. и Бученковой Э.О.: несмотря на постепенное распространение эгалитарной модели семьи, брачно-семейные обязанности и ответственность за них у женщин шире, чем у мужчин [13].

Выводы

1. В современном обществе существует ориентация на гендерное равенство и эгалитарные отношения полов, что ведет к пересмотру традиционного гендерного порядка, основанного на патриархальных ценностях.
2. В настоящее время наблюдается трансформация гендерных стереотипов и унификация гендерной идентичности современных женщин и мужчин по мере изменения социальных представлений и норм.
3. Стандарты поведения мужчин и женщин изменяются в направлении андрогинии.
4. Гендерные стереотипы изменяются медленнее социальных реалий и имеют имплицитное проявление.
5. Гендерные стереотипы в большей степени проявляются в отношении женщин, при этом женщины более активно стремятся преодолеть гендерную асимметрию через стремление к самореализации в разных сферах жизни, что особенно ярко проявляется в профессиональной состоятельности.
6. Преодоление мужчинами гендерной асимметрии осуществляется через попытку избежать давления фактора «работа» и акцентирование внимания на факторе «семья»

ЛИТЕРАТУРА

1. Алешина Ю.Е., Волович А.С. Проблемы усвоения ролей мужчины и женщины // Вопросы психологии. — 2006. — № 4. — С. 74–82. — URL: <http://lib.mgppu.ru/opacunicode/app/webroot/index.php?url=/notices/index/IdNotice:65858/Source:default> (дата обращения: 10.07.2021).
2. Кон И.С. Введение в сексологию: учебное пособие / И.С. Кон. — М.: Олимп; ИНФРА, 1999. — 288 с.
3. Осмонова Д.А. Движущие силы становления гендерной идентичности и ее квинтэссенция // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. — 2017. — № 10(84): в 2-х ч. Ч. 1. — С. 126–129. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dvizhuschie-sily- stanovleniya-gendernoy-identichnosti-i-ee-kvintessentsiya> (дата обращения: 10.07.2021).
4. Бем С. Линзы гендера: трансформация взглядов на проблему неравенства полов / С. Бем. — М.: РОССПЭН, 2004. — 336 с.
5. Ильиных С.А. Гендерная проблематика и управление как предмет исследования // Вестник Томского государственного университета. — 2011. — № 342— С. 57–61. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gendernaya-problematika-i-upravlenie-kak-predmet-issledovaniya> (дата обращения: 10.07.2021).
6. Горохов С.А., Заплитный И.Д. Ценностные установки представителей поколения Y в контексте теории поколений. Российская специфика// Проблемы современного образования. — 2019. — № 5 — С. 18–25. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennostnye-ustanovki-predstaviteley-pokoleniya-y-v-kontekste-teorii-pokoleniy-rossiyskaya-spetsifika> (дата обращения: 10.07.2021).

7. Зубарева С.С. Социовитальные ценности поколения Y в социокультурном пространстве современности: состояние, динамика, направленность // Ценности и смыслы. — 2017. — № 1(47) — С. 112–120. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28795565> (дата обращения: 10.07.2021).
8. Плужникова, Н.Н. Ценностные ориентиры и идеалы современного поколения // Молодой ученый. — 2017. — № 15(149). — С. 520–521. — URL: <https://moluch.ru/archive/149/41982/> (дата обращения: 10.07.2021).
9. Ильиных С.А., Бычкова М.М. Профессиональная карьера в гендерном измерении // Теория и практика общественного развития. — 2018. — № 4(122). — С. 22–26. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnaya-kariera-v-gendernom-izmerenii> (дата обращения: 10.07.2021).
10. Логиновских У.Е. Перспектива карьерного роста женщины в сфере малого бизнеса // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. — 2020. — № 5(68). — С. 243–249. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektiva-kariernogo-rosta-zhenschiny-v-sfere-malogo-biznesa> (дата обращения: 10.07.2021).
11. Селиванова О.С., Некрасова А.С. женская занятость глазами молодежи // Наука и современность. — 2015. — № 40. — С. 172–176. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24374364> (дата обращения: 09.07.2021).
12. Кошарная Г.Б., Тарханова Е.С. Проблемы карьерного роста женщин в России и зарубежных странах // Известия высших учебных заведений Поволжский регион. Общественные науки. — 2017. — № 2(42). — С. 126–137 DOI: 10.21685/2072-3016-2017-2-13 — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30598516> (дата обращения: 10.07.2021).
13. Карпова М.К., Бученкова Э.О. Традиционные гендерные стереотипы в условиях современности // Наука. Общество. Государство. — 2021. — Т. 9. — № 1(33). DOI: 10.21685/2307-9525-2021-9-1-19 — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/traditsionnye-gendernye-stereotipy-v-usloviyah-sovremennosti/viewer> (дата обращения: 10.07.2021).

Gladkova Irina Vitalievna

Ural State Mining University, Ekaterinburg, Russia
E-mail: gladkova21@yandex.ru

Polyanok Olga Vasilievna

Ural State Mining University, Ekaterinburg, Russia
E-mail: polyanok@mail.ru

Features of gender behavior of generation Y

Abstract. In modern society takes place a transformation of moral and value attitudes in gender relations, as a result of which the differences between the social functions performed by men and women are leveled, while the phenomenon of "multiple identity" is developing, when a person gets freedom to build his own model of sexual behavior. The formation of gender identity occurs under the influence of micro-and macro-social factors. The macro-social level has an impact through gender culture, which is fixed in the experience of generations and determines the perception of the accepted interaction between the sexes as natural. Due to the gender culture that affects the individual's consciousness (microsocial level), a person realizes his inner potential in the areas of activity that most satisfy his actual needs. At the same time, gender plays the role of an implicit barrier in self-realization, limiting the activity of human behavior to the framework of socially approved behavior and areas of activity in which successful implementation is expected, depending on gender. The article presents the results of a sociological study of the manifestation of gender behavior of men and women of generation Y in the social and professional sphere, and also determines the influence of gender stereotypes on the perception of behavior of both sexes. Based on the results obtained, the authors come to the following conclusions: despite the fact that the standards of behavior of men and women are changing in the direction of androgyny, gender stereotypes are more pronounced in relation to women; overcoming gender asymmetry by women occurs mainly by expanding the spheres of social activity and strengthening positions in the professional sphere of activity, and men, in turn, shift the emphasis from professional self-realization to interpersonal relationships.

Keywords: gender stereotypes; gender identity; generation Y; gender culture; professional activity; social sphere