

Конфликтный характер моделей вождения автомобиля в российском обществе: влияние фактора гендерных стереотипов

Н.Б. Иванова, В.В. Ковалев, Л.В. Сажина

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону

Аннотация: Изучение вопросов социальных стереотипов и механизмов стереотипизации как части процесса социального познания занимают приоритетные места в исследовании моделирования «образов» партнеров по взаимодействию. Проблематика акцентуации стереотипов в реальном поведении и активности индивидов в сфере дорожного движения (как водителей, пешеходов, представителей ДПС) сегодня лишь приобретает некоторые очертания, но пока не находит должного рассмотрения. Традиционные исследования гендерных стереотипов, к сожалению, не в состоянии вскрыть глубинные механизмы восприятия, которые «создают и запускают» процесс стереотипизации вследствие конкретных причин, объективно содержащихся в активной деятельности субъектов интеракций на дороге. Попытки обнаружить и описать эти механизмы требуют исследования реальных интеракций субъектов, а также и объектов стереотипизации, а именно тех их специфических особенностей, которые способствуют появлению, актуализации гендерных стереотипов. Актуальность тематики данной статьи детерминирована не только перспективами развития теорий стереотипов как форм обыденного сознания, но и возможностью применения некоторых тезисов для позитивации жизнедеятельности участников дорожного движения, сопряженной с высоким уровнем конфликтности, рисками взаимодействия и вызовами, обусловленными разными факторами социальной действительности. Гендерные стереотипы субъектов «дорожных интеракций» представляют собой важный фактор четко незафиксированной объективными правилами и нормами культуры поведения на дороге.

Ключевые слова: гендер, гендерные стереотипы, автомобилисты, модели вождения, интеракции, конфликты.

Современное российское общество переживает состояние модернизации. Это слово имеет множество значений, но при всех его разных смысловых оттенках и границах, оно может быть сведено к некоему общему знаменателю, который мы могли бы определить, как интеграция в определенные стандарты жизни и действия, рассматриваемых в ведущих странах современного мира в качестве правильных или даже необходимых. Одним из подобных стандартов является появление такого явления, как женщина-водитель, в первую очередь, в роли владельца собственного автомобиля.

Появление новых процессов, особенно не имевших укорененности в традициях предыдущих поколений, нередко вызывает отторжение у части общества, которая еще не знает, как их оценивать, и сомневается в их необходимости и безвредности для нормального течения социальной жизни. Феномен "женского вождения" в полной мере вписывается в фабулу подобного рода сомнений. Можно сказать даже больше: значительная часть социума не готова признавать "женщину за рулем" в качестве "нормального" социального состояния. Проблем, обуславливающих указанные сомнения, в нынешнем российском обществе немало, но нам в предлагаемом исследовании хотелось бы обратиться лишь к одной из них. Речь идет о гендерных стереотипах, которые играют решающую роль в отторжении признания со стороны многих мужчин женщин в качестве равных себе участников дорожного движения. Действительно, смещение ролевого акцента от привычной роли "пассажира" в сторону новой роли "водителя" упирается в барьер отрицания способности женщины с успехом выполнять указанную ролевую модель. Эти сомнения акцентируются в громкие и аффективные по насыщенности поговорки, самая звучная из которых "женщина за рулем – все равно, что обезьяна с гранатой".

Подобного рода суждения характерны не только для автора указанной сентенции, но отражают мнение многих мужчин, из-за чего данную проблему можно сформулировать через осмысление значения гендерных стереотипов для утверждения новых ценностей в рамках устоявшейся системы оценивания места мужчины и женщины, как водителей и пассажиров.

Прежде, чем мы перейдем к характеристике гендерных стереотипов вождения, рассмотрим общее понятие "социального стереотипа".

Происхождение понятия «стереотип» связывают с двумя греческими словами: «stereos» - твердый и «typos» - форма, образец. Данная история

словообразования указывает на его содержательные особенности: стереотип – это устоявшийся стандарт, который выступает готовым критерием для вынесения оценки.

Однако подобное его понимание является чрезмерно обобщенным, и не случайно породило в науке множество разнообразных подходов. Некоторые из них имеют связь с предметными особенностями научных отраслей: например, социологического или психологического знания, где анализ термина содержит свои смысловые нюансы.

Психологи традиционно делают акцент на изучении антропостереотипов. Типичным для данной науки могло бы стать следующее определение: «стереотипы – это наши обобщенные представления о группах людей, в частности, об их основополагающих психологических характеристиках или чертах личности» [1]. Особенность антропостереотипов – обращенность их всегда на субъект оценивания.

Другой ракурс изучения понятия фиксируется в социологической науке, где анализируются не только традиционные антропостереотипы (главным образом, этнические и гендерные), но и аксиологические стереотипы, которые в качестве вектора имеют приоритетно объектную направленность, то есть, ориентированы на социальные ценности.

С этой позиции социальный стереотип можно было бы определить как «стандартизированный, устойчивый, эмоционально насыщенный, ценностно-определенный образ, представление о социальном объекте» [2]. Объем признаков социального стереотипа также расширяется за счет добавления в него иррациональности [3] и упрощенности [4].

Социологический подход значительно шире. Его применение позволит включить в предметный спектр анализ не только социальных субъектов, но и тот ценностный фон, без которого представляется крайне затруднительным

понять логику поведения социального актора, даже если мы связываем ее с типизированными социальными реакциями.

Два указанных подхода, психологический и социологический, имеют определенные грани соприкосновения через те признаки, которые наполняют содержательный объем понятия "социальный стереотип". Базовыми признаками социального стереотипа являются неосознаваемость, массовость, устойчивость, упрощенность [5].

Неосознаваемость. Стереотипы воспринимаются нами в ходе социализации, как система знаний проверенного характера, которая не требует критической оценки, поскольку основана на поддержке значимых в социуме авторитетных мнений. Принятие этой системы осуществляется посредством стереотипизации основных векторов оценки элементарных составляющих социального пространства [6].

Массовость. Стереотипность суждений может иметь индивидуальный характер и не тиражироваться в общественном мнении. Однако очень важно понимать, что массовость, как признак социального стереотипа, очень важна в качестве фактора социальных одобрений. Поскольку в основе социальной коммуникации лежит принцип конформизма, то любое знание очень быстро приобретает стереотипный характер на массовом уровне. Признак массовости, характерный для социального стереотипа, отражает существующую в обществе потребность в формировании солидарностей, необходимых для образования типичностей в социальном пространстве взаимодействий людей [7].

Устойчивость. Указанный признак виден уже в названии понятия. Он этимологичен. Устойчивость отличает стереотип от знания, убеждений, представлений. Последние легко проверяются и меняются. Стереотип же всегда неизменен. Любое стремление его трансформировать приводит к его распаду.

Упрощенность. Данный признак социального стереотипа определяется такой базовой функцией социального стереотипа как экономия времени. Социальный актер сознательно идет на упрощение своих оценок, чтобы сформировать ясную и понятную его разумению картину мира.

Здесь мы возвращаемся к начальному мотиву нашего исследования. Стереотипность мышления задается и определяется иррациональностью оценок субъектов и объектов социальной реальности. Степень ее развитости зависит от способности личности отказаться от соблазна стандартизации своего мышления и поведения, что проявляется в потребности максимального упрощения интериоризации и адаптации к социальной среде в групповой статике и динамике. В подсознании стереотипно формируется монохромное видение социального пространства, ограниченное у индивидуальной личности посредством жесткой фиксации стандарта той же оценочной системой координат, которая характерна и для остальной массы людей, образующей групповой или метагрупповой срез социальной реальности.

В социальной практике стереотипы могут быть разные. Что касается предмета нашего исследования, то он у нас сужен до гендерных стереотипов. Из предыдущего анализа можно сделать вывод, что гендерный стереотип, что стандартизированное представление о человеке противоположного пола, связанное с оценкой его качеств, свойств, особенностей поведения, возможностей и т.п. В нашем случае речь идет о возможностях успешно осуществлять социальные роли, связанные с вождением автомобиля. Эти гендерные стереотипы трансформируются в ряд социальных моделей практического характера, к анализу которых мы переходим.

По результатам контент-анализа [8] в стереотипный образ женщины-водителя входят такие характеристики, как: привлекательная (положительная

эвалюация внешних данных водителя), некомпетентная, не (совсем) уверенная в себе, сомневающаяся, непредсказуемая, эгоцентричная, маскулинная, ориентированная на семью. В стереотипный образ мужчины-водителя входят такие характеристики, как: импульсивный, самоуверенный, с оттенком нервозности, с невысоким уровнем интеллекта, прагматичный, грубый/брутальный, «лидер», нарушитель правил дорожного движения, «агрессор», напористый, «пофигист» к дорожной ситуации, прямолинейный. Общими характеристиками в моделях поведения водителей мужчин и женщин являются: отсутствие успешности (много аварий), склонность к рисковому поведению, высокий социально-экономический статус. К стереотипным характеристикам женщин-водителей можно отнести: отсутствие привязки к чужому мнению, осторожность, инициативность/активность, высокая самооценка, компетентность, эмпатия, трудолюбие, общение с помощью знаков и намеков, сомнение в доверительном отношении к другим, ответственное отношение за происходящее и другие. Многие ценностные основания стереотипного поведения женщин-водителей социально желательны и нормативны. Они дают возможность женщинам поддерживать положительный себя и высокую самооценку, позитивно оценивать свои модели поведения и повышать статус представителей своей группы. Такую тенденцию репрезентативно демонстрируют женщины – профессиональные водители: смыслообразующие основания их активности неспецифичны с гендерной точки зрения – они предзаданы профессиональной ролью водителя [9].

В сознании женщин-водителей сосуществуют стереотип женщины-водителя, закрепляющий второстепенное положение и общую несостоятельность водителей-женщин в дорожном движении, и стереотип, к которому они иногда обращаются в зависимости от ситуации (удача/неудача)

и который дает им возможность поддерживать позитивный образ себя. Описывая стереотипную модель поведения водителя-мужчины, можно сказать, что мужчины демонстрируют получение удовольствия от вождения автомобиля и обращаются к противоправным ролям. Общими характеристиками, вписывающимися в стереотипы водителей мужчин и женщин являются: соотнесенность со своей группой / несоотнесенность со своей группой и выражение отрицательного отношения к другому водителю. Оба гендера поддерживают положительную групповую идентичность путем приписывания представителю «чужой» группы отрицательных характеристик, например, модели поведения мужчины за рулем – неуважение к другим, нетерпимость, нескромность; модели поведения женщины за рулем – неспособность к вождению автомобиля [10].

Данные, полученные из 40 глубинных интервью с респондентами водителями-мужчинами и женщинами, любителями и профессионалами дополнили результаты упомянутого выше контент-анализа по поводу динамики гендерно-сконструированных моделей поведения мужчин и женщин за рулем [11]. Получилось, что гендерный признак как значимый фактор, на который водители ориентируются при вождении автотранспортного средства, выделяется даже у начинающих водителей обоих гендеров – со стажем до двух лет (возраст 18 – 23 лет). Начинают складываться доминирующие мотивы поведения при вождении автомобиля, которые являются базовыми мотивационными тенденциями поведения в группе водителей обоих гендеров со средним стажем вождения 3 – 10 лет (возраст 23 – 29 лет). В модели поведения женщин за рулем основными мотивами поведения являются безопасность и преодоление неуверенности в себе. У мужчин за рулем – самореализация и приобретение материального благополучия, а также признания профессионального успеха в качестве

водителя. Гендерный фактор чаще упоминается мужчинами и женщинами со средним стажем вождения 3 – 10 лет: они акцентируют гендерную принадлежность других водителей, интерпретируют их поведение в соответствии с гендером, моделируют и прогнозируют поведение, а также пытаются моделировать свое собственное поведение в вариативных дорожно-транспортных ситуациях. Интересно, что гендерный фактор реже упоминается в категории водителей с более продолжительным стажем вождения автомобиля, свыше 10 лет (возраст 35 – 56 лет), куда входят и водители-профессионалы, а ключевым фактором становится возраст и опыт водителя. Изменяются доминирующие мотивы поведения у «опытных водителей»: у женщин за рулем мотив собственной безопасности начинает соизмеряться с безопасностью других, а у мужчин за рулем ориентация на успех и статус сменяется ориентацией на безопасное вождение [12].

Данные, полученные по результатам двух фокус-групп [8, с. 16], участников которых можно назвать «третьими лицами» по отношению к ситуациям интеракций представителей гендерных групп водителей – сотрудники ГИБДД и «группа пешеходов», свидетельствуют о сближении сущностного содержания гендерных стереотипов у всех членов «автомобильного и дорожного сообществ». Участники фокус-групп включают в стереотипные модели и манеры вождения: неуверенная, медлительная и отстраненная – у женщин за рулем, уверенная, активная и с достаточно частыми нарушениями правил – для мужчин за рулем. В отличие от представлений водителей автотранспортного средства, инспекторы и пешеходы эксплицируют такие характеристики, как: тревожность и эмоциональность в модели поведения женщины за рулем и эмоциональная выдержанность, а также спокойствие – в модели поведения мужчины за рулем. У сотрудников ДПС выявились отрицательно окрашенные оценки

женщин за рулем, что было проинтерпретировано в связи с характером интеракций сотрудников ДПС с женщинами за рулем, ситуации, когда требуется совмещение «двух ролевых профилей», а в интеракциях с мужчинами за рулем подобная «ролевая нагруженность» снимается [13]. Наименьшая значимость гендерного фактора интеракций участников дорожного движения выявлена в «группе пешеходов». Результаты исследования также дали возможность сделать вывод о том, что существуют латентные тенденции, которые связаны с расовыми и этническими предубеждениями в сфере дорожного движения и вождения автотранспортных средств [14].

Полученные выводы отражают характер и содержание гендерных стереотипов, способах гендерного конструирования моделей поведения гендерных подгрупп за рулем, а также мотивационно-ценностных основаниях, которые на уровне индивидуального и коллективного сознания поддерживают гендерную асимметрию, самовоспроизводящуюся в дорожном поведении водителей и интеракциях различных групп: водители разных гендеров, водители обоих гендерных подгрупп и пешеходы, мужчины и женщины за рулем и представители ДПС и т.д. Стоит отметить, что в динамике различных интеракций наметилась тенденция к преодолению гендерных стереотипов посредством развития «аутостереотипов» [15] и поиску других ценностных оснований, отличающихся от доминирующих маскулинизированных ценностей и моделей поведения патриархальной культуры представителей различных групп и подгрупп дорожного движения в обществе.

Литература

1. Мацумото Д. Психология и культура. – М.: Гелиос, 2002. 243 с.



2. Российская социологическая энциклопедия / Под ред. Осипова Г.В. – М.: Норма-Инфра, 1998. 834 с.
 3. Мурадян С.А. Гносеологический анализ проблем стереотипа: автореф. диссертации канд. фил. наук: Ереван, 1977. 24 с.
 4. Кон И. Социология личности. – М.: Наука, 1967. 314 с.
 5. Волков Ю.Г., Барков Ф.А., Верещагина А.В. Бедность и социальное неравенство в Ростовской области. Часть 1. // Вестник института социологии. 2014. №1. С. 8-32.
 6. Лубский А.В. Идентичность: методологические проблемы дискурсивных практик // Социально-гуманитарные знания. 2013. №11. С. 96-103.
 7. Шевченко О.Н. Технологии социальной работы с семьями, имеющими детей с ограниченными возможностями // Научные исследования и разработки молодых ученых. 2015. №3. С. 95-98.
 8. Свечкарев В.П. Интеграция имитационных моделей при проведении исследований в гуманитарной сфере // «Инженерный вестник Дона». 2010. №3. URL: ivdon.ru/magazine/archive/n3y2010/213.
 9. Кабалевская А.И. Гендерные стереотипы участников дорожного движения: автореф. дис. ... канд. психол. наук: Москва, 2012. С. 14-17.
 10. Сажина Л.В., Ковалев В.В., Петрова М.В. Гендерный анализ современных моделей поведения студенческой молодежи: прикладное исследование // «Инженерный вестник Дона». 2015. №4. URL: ivdon.ru/magazine/archive/n4y2015/213.
 11. Urry J. Global complexity and the car-system. Automobilities. University Press, 2008. P. 45.
 12. Sex differences in driving and insurance risk. An analysis of the social and psychological differences between men and women that are relevant to their driving behaviour. Prepared by The Social Issues Research Center. Oxford, 2004. P. 26.
-



13. Peter Wollen and Joe Kerr, *Autopia - Cars and Culture*. Reaktion Books, 2003. P. 57.
14. Bohm S., Jones C. *Against automobility*. Malden, Oxford: Blackwell Publishing, 2006. P. 33.
15. Al-Azmeh A. *Civilization, Culture and the New Barbarians*. Intern. Sociol., 2001. P. 44.

References

1. Matsumoto D. *Psihologiy i kultura*. [Psychology and culture]. M.: Gelios, 2002. 243 p.
2. *Rossiyskay sotsiologicheskay entseklpediay*. Pod. red. Osipova G.V. M.: Norma-Infra, 1998. 834 p.
3. Muradyan S.A. *Gnoseologicheskij analiz problem stereotipa: avtoreferat kand. fil. nauk...* Erevan, 1977. 24 p.
4. Kon I. [Sociology of personality]. M.: Nauka, 1967. 314 p.
5. Volkov U.G., Barkov F.A., Vereschagina A.V. *Bednost i sotsialnoe neravenstvo v Rostovskoy oblasti. Chast 1. Vestnik instituta sotsiologii*. 2014. №1. P. 8-32.
6. Lubskiy A.V. *Identichnost: metodologicheskie problemy diskursivnyh praktik. Sotsialno-gumaitarnye snaniya*. 2013. №11. pp. 96-103.
7. Shevchenko O.N. *Tefhnologii sotsialnoy raboty s semyami, imeuschimi detey s ogranichennymy vosmozhnostyami Nauchnye issledovaniya i rasrabotky molodykh uchenykh*. 2015. №3. pp. 95-98.
8. Svechkarev V.P. *Inženernyj vestnik Dona (Rus)*, 2010. №2. URL: [ivdon.ru/magazine.archive.n3y2010/213](http://ivdon.ru/magazine/archive/n3y2010/213).
9. Kabalevskaya A.I. *Gender stereotipy uchastnikov doroznogo dvizenia*. [Gender stereotypes traffic participants]: avtoreferat dis. ...kand. psikhol. nayk. Moskva, 2012. pp. 14-17.



10. Sazhina L.V., Kovalev V.V., Petrova M.V. Inzhenernyj vestnik Dona (Rus), 2015. №4. URL: [ivdon.ru/magazine.archive.n4y2015.213](http://ivdon.ru/magazine/archive.n4y2015.213).
11. Urry J. Global complexity and the car-system. Automobilities. University Press, 2008. p. 45.
12. Sex differences in driving and insurance risk. An analysis of the social and psychological differences between men and women that are relevant to their driving behavior. Prepared by The Social Issues Research Center. Oxford, 2004. P. 26.
13. Peter Wollen and Joe Kerr, Autopia - Cars and Culture. Reaktion Books, 2003. P. 57.
14. Bohm S., Jones C. Against automobility. Malden, Oxford: Blackwell Publishing, 2006. P. 33.
15. Al-Azmeh A. Civilization, Culture and the New Barbarians. Intern. Sociol., 2001. P. 44.