

## “ЕМОЦІЙНА ЛОГІКА”: ГЕНДЕРНА СПЕЦИФІКА СОЦІАЛЬНОЇ ДІЇ

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

*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 акторов, которые практикуют вышеназванные типы действия с учетом гендерной специфики: фемининный, универсальный, маскулинный, зависимый и андрогинный кластеры. Дифференцированно социальное действие, которое имеет место в приватной и профессиональной сферах.*

*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.*

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

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

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

Соціальна система за останні десятиліття випробовує великі зміни, які досить чітко описав Д. Гоулман. Дослідник наголосив, що велика революція XXI століття складається в реванші почуття над інтелектом[1]. Це знайшло своє відбиття і в соціології: у 70-ті роки XX століття сформувався новий напрямок – соціологія емоцій, що є сьогодні затребуваним та перспективним, про що свідчить активна діяльність секцій з соціології емоцій в найбільших соціологічних асоціаціях світу: американській, європейській, австралійській, британській, велика кількість монографій та фахових статей з соціології емоцій в англomовній 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 наступним 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, що засновані на раціональній дії, здебільшого чоловічі, є більш значущими для суспільства, рахуються як більш статусні, важливі, натомість практики, що засновані на емоційній дії, здебільшого жіночі, виявляються менш значущими, важливими, 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 запитання.

Мета статті – виявити гендерну специфіку соціальної дії.

Для цього ми ставимо такі завдання:

1) визначити фактори, що чинять вплив на прийняття рішень, зумовлюють соціальну дію;

2) зазначити особливості цього впливу у приватній та професійній сфері, тому що приватна сфера традиційно пов'язана з жіночими практиками, а професійна є місцем реалізації чоловічих практик;

3) виявити гендерну специфіку у розповсюдженості того чи іншого фактора.

Якщо ми звернемося до вивчення соціальної дії в рамках соціології, то насамперед згадаємо М. Вебера, який першим увів цей термін до соціологічного обігу. 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 однією «соціальною дією», але вона являє собою її центральну проблему. М. Веберу належить й перша типологія соціальної дії: 1) ціле-раціональна, якщо в основі дії лежить очікування певної поведінки предметів зовнішнього світу й інших людей і використання цього очікування в якості «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 поводження; 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 або інший тип раціональності, і сама ця класифікація, звичайно, не вичерпує типи орієнтації дії, згідно М. Вебера, вони виявляють собою створені для соціологічного дослідження чисті типи, до яких у більшому або меншому ступені наближається реальна поведінка або з яких вона складається. Тому ми спробуємо розглянути не тільки ідеальні типи соціальної дії та описати їх гендерну специфіку, але виділити реальні групи-кластери акторів, що використовують 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 поєднує 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 - диффузність.

Найбільш відомі класифікації соціальної дії М. Вебера та Т. Парсонса містять як логічну, так емоційну складові. Обидві типології мають дещо спільне: описують афективну дію, що заснована на емоціях, цілераціональна дія М. Вебера конотує зі змінною «специфічність – диффузність» 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 оцінювати людину.

Однак, не зважаючи 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, чинять вплив на соціальну дію.

Для вирішення поставлених завдань у травні 2011 було проведено анкетування студентів ХНЕУ (n=870, м. Харків, 2011, 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 з завдань дослідження було визначити фактори, що зумовлюють соціальну дію, чинять 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 деяка 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 в 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 варіанти логіка та емоції), восьма частина респондентів обрали суто емоції без логіки та восьма частина не обрали ані логіки, ані емоцій.

Основну вагу у 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 на поведінку молоді, припускаємо, що в інших вікових категоріях, більш старших, вплив цього фактора міг би бути меншим.

Таким чином, відповіді молоді фіксують зміни, що відбуваються з соціальною дією. На зміну чотирьох типів соціальної дії М. Вебера: ціннісно-раціональної, ціле-раціональної, традиційної та афективної приходить нова типологія. Ця типологія має наступний вигляд: емоційна, раціональна, референтна (зовнішньо зумовлена) та

статусна дії. Інтересним є той факт, що змінна статусність корелює з усіма факторами, що говорить про те, що дія буде виконана за умови якщо вона відповідає статусу індивіда, тобто це той фактор, можливо, має змогу об'єднати усі інші.

Таблиця 1

Фактори, що чинять вплив на соціальну дію

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

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

Так, більший вплив в професійній діяльності у порівнянні з приватною сферою мають раціональний (логічний) фактор, референтний (зовнішньо обумовлений) та статусний фактори. Така ситуація є досить передбаченою, оскільки професійна сфера традиційно конотує з раціональністю, в рамках професійної сфери вагомим є статус як символ кар'єрного та професійного успіху. Під референтністю розуміємо значущість певної групи для людини, вплив цієї групи на прийняття рішення. Референтний фактор у професійній сфері демонструє несамостійну, залежну позицію, з одного боку, та орієнтацію на досягнення успіху, існування певного еталону, групи до думки якої індивід прислухається, до якої бажає належати. Можливо, поява цього фактора та його більша значущість в професійній сфері зумовлені молодим віком респондентів, оскільки вони знаходяться на етапі формування професійного та кар'єрного росту, вони не є повністю автономними та незалежними, тому потребують певної допомоги зовні.

Натомість у приватній сфері більш значущим порівняно з професійною діяльністю є емоційний фактор, тобто вплив емоцій та системи цінностей, традицій є більшим. Емоції мають більший вплив на прийняття рішень у приватній сфері, це зумовлено, по-перше, неможливістю (складністю) керування іншими - раціональними мотивами в таких ситуаціях як заміжжя, народження дитини, раціональний фактор може впливати на такі рішення, але вирішальним фактором здебільшого буде емоційний, по-друге, відсутністю табу на емоції в приватній сфері: позитивна оцінка прояву позитивних почуттів та емоцій, таких як радість, інтерес, симпатія та навіть дозвіл на прояв негативних емоцій за обставинами горя, смерті близьких людей та ін.

Поведінка в приватній та професійній сфері напряму пов'язана з системою цінностей індивіда, але вплив цінностей на прийняття рішень є більш важливим в приватній сфері, можливо тому, що приватні цінності, такі як сім'я, кохання є більш значущими для респондентів ніж кар'єра, професійна реалізація.

Традиції не чинять істотного впливу на прийняття рішень, як в професійній, так і в приватній сферах, однак в приватній сфері він є більшим, оскільки звички, обряди, ритуали є більш притаманними приватній сфері. Це демонструє, з одного боку, послаблення традицій та їхнього впливу на життя індивідів, з іншого боку, традиції, що мають місце в приватній сфері, є більш живучими, ніж традиції професійної сфери, наприклад весільне вбрання випробувало певні зміни, але для нареченої біла сукня, фата є дуже поширеними, тоді як ділова одежа змінилася більшою мірою, брючний костюм, що ще п'ятдесят років тому вважався непристойним та вульгарним на жінці увійшов до жіночого гардеробу.

Таблиця 2

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

Ви керуєтесь:	в приватній сфері	в 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

На наш погляд, уже на цьому моменті зафіксована певна гендерна розбіжність. Відомо, що жіночі практики є тісно пов'язаними та здебільшого орієнтовані на приватну сферу, тому там дозволено 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.

Ці моделі є закріпленими гендерним порядком та відображені у гендерних стереотипах, тому недивно, що дії, що йдуть у розбіжність з устояними стереотипами поведінки викликають сміх, подив, що зафіксовано, наприклад, в таких дивних висловленнях, як «жіноча логіка», «емоційний чоловік» .

Останнім часом професійна сфера випробовує певні гендерні зміни, пов'язані з активною діяльністю жінок на ринку праці, їх фінансовою незалежністю, натомість 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 представляє важливу сферу створення гендерного порядку. Необхідно відзначити той факт, що саме в приватній сфері, родині, корениться патріархалізм і всі зміни, що відбуваються в суспільстві. Родина, міжособистісні відносини, сексуальність - це сфери, задіяні в створенні жіночого досвіду й одночасно є джерелом витисненням жінки з публічної сфери в приватну [10, с.169].

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

Таблиця 3



## Гендерна специфіка соціальної дії у приватній та професійній сферах

Ви керуєтесь:	в приватній сфері		в професійній сфері	
	чоловіки	жінки	чоловіки	жінки
логікою	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

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 розбіжностей між гендерами за рахунок маскулінізації жінок, пригнічення (недостатнього використання) емоцій, превалювання логіки над іншими факторами соціальної дії.

На наш погляд, є чреватим такий дисбаланс між емоційним та раціональними факторами, вони повинні були б гармонійно доповнювати один одного, тому що останні дослідження в сфері нейрофізіології свідчать, що мозок є емоційним [7], емоції таким чином підтримують раціональну дію.

Одним з завдань дослідження було не тільки виявити чисті типи соціальної дії та описати їх специфіку, але 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	-,53052	-,08427	,68712
Раціональна дія	-,77261	2,47283	,17861	,76782	,79012
Референтна дія	,24914	3,06925	-,18778	1,27654	-,38294
Статусна дія	-,06225	4,59983	,28688	-3,09651	-2,98633

Перший кластер – *фемінінний* - жінки, на яких дуже високий вплив має емоційний фактор, менший вплив мають референтний та статусний фактори, не чинить вплив раціональний фактор. Тобто це жінки, що керуються здебільшого бажаннями, емоціями, вподобаннями, замість логіки та раціональної дії. Чинять незначний вплив поради значущих людей та статусність певних груп, дій, що можуть впливати на прийняття рішення, як в приватній, так і професійній сферах. Такі жінки можуть використовувати логіку та раціональність, але вони не мають вирішального впливу, скоріше грають допоміжну роль в обґрунтуванні певних бажань та емоцій.

Другий кластер – *універсальний* – представлений чоловіками, які використовують всі типи дії, але на яких максимальний вплив має статусний фактор. Сама назва фактору – універсали говорить про те, що чоловіки, що належать до цього кластеру легко адаптуються до навколишньої ситуації, використовують всі доступні інструменти пізнання: як раціональні, так і емоційні. Коли цього потребує ситуація можуть звернутися по допомогу чи за порадою до інших груп або індивідів. В даному випадку це не означає залежної позиції або слабкості, скоріше навпаки такі люди, є

більш пристосованими до життя, чудово упораються з кризовими ситуаціями, на наш погляд, вони більш схильні та здатні на креативні дії завдяки своїй універсальності, гнучкості. Але найбільший вплив на них чинить статусність, що можна трактувати, по-перше, як сильне прагнення досягти успіху, а , по-друге, оцінка всіх власних дій відповідно до того положення, яке бажають займати.

Третій кластер - *маскулінний* - чоловіки, на яких максимальний вплив чинить статусний фактор, меншим є вплив раціонального фактору, та не впливають емоційний та референтний фактори. Чоловіків, що належать до цього кластера, можна назвати носіями традиційної маскулінної гендерної ідентичності, відповідно до якої справжній чоловік раціональний, не покладається на такі «дурниці» як емоції чи бажання. Основним пріоритетом таких чоловіків є статус, що вже існує або до якого прагне індивід, пов'язаний з повагою, визнанням, матеріальними можливостями, славою та т.ін. Носії традиційної маскулінної гендерної ідентичності вважають за прояв слабкості та залежності прохати про допомогу та поради, вони цінують власну незалежність, мужність та силу. Прояв емоцій частіше за все розглядається як слабкість. Традиційна маскулінна гендерна ідентичність є найбільш поширеною серед чоловіків, характеризується стабільністю та незмінністю своїх позицій.

Четвертий кластер – *залежний* - чоловіки, на яких максимальний вплив чинить референтний (зовнішній) фактор, деякий вплив має раціональний фактор, не впливають емоційний та статусний фактори. Представлений чоловіками, яких можна назвати залежними та несамостійними, для прийняття рішення в будь-якій сфері їм необхідно заручитися підтримкою значущих людей. Модель їхньої поведінки суперечить традиційній маскулінній гендерній ідентичності, тому це позначається негативною соціальною оцінкою їх дій: «підкаблучник», «мамін синочок», таких не дуже люблять та поважають, як самостійні та незалежні чоловіки, так і жінки. Однак можна передбачити, що з таких людей виходять чудові виконавці, коли не треба приймати рішень та діяти в умовах невизначеності, а чітко слідувати інструкціям.

П'ятий кластер – *андрогінний* - представлений жінками, що керуються як емоціями, так і логікою, на яких не впливають статус та поради (референтний фактор). Представниці цього кластера подібні до універсалів, тому що вони також

використовують усі доступні інструменти пізнання та типи дій, вони вдало поєднують емоційну та раціональну дію, що робить їх більш впевненими у сучасних нестабільних умовах, кризових ситуаціях. Вони можуть звернутися за порадою, але це не буде мати вирішального впливу, можливо тому, що вони цінують незалежність та самостійність. Від універсалів їх відрізняє невикористання статусної дії. Можливо це може бути пояснено традиційним розподілом гендерних ролей, в рамках яких чоловіки прагнуть статусу, а жінки інтимності [11], тобто гарних стосунків та спілкування.

Найбільш поширеними та такими що презентують типове уявлення про маскуліність та фемінінність є перший та третій кластери. Однак, згідно висновкам С. Бем [12] 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.

«Адаптується» до змін у соціумі і соціальна дія: типи соціальної дії та їх поширеність залежать від умов їх реалізації як на мікро, мезо та макрорівнях. Тому типологія соціальної дії М. Вебера в повному обсязі вже не є актуальною, оскільки відбулися якісні значущі зміни соціальної сфери, наприклад, традиційна соціальна дія втратила свою поширеність разом із становленням суспільства споживання та епохи постмодерну. Сучасне західне суспільство з його цінностями зумовило появу статусної соціальної дії. Великий вплив на поведінку індивіда чинять референтні групи, тому, за певними обставинами, дії індивіда враховують, відбивають чи підпорядковані вимогам/бажанню відповідати, належати референтній групі. Випробують зміни раціональна та емоційна соціальні дії, що відбивається на їх поширеності та оцінки їх соціальної значущості. Зміни традиційного гендерного порядку, в свою чергу, не можуть не впливати на соціальну дію, що стало вихідної гіпотезою дослідження, та в результаті дозволило емпірично доказати та описати гендерну специфіку соціальної дії.

Ми говоримо про гендерну специфіку соціальної дії, оскільки для жінок є більш значущі емоційний та референтний фактори, порівняно з чоловіками, для яких традиційно більш важливими є раціональний та статусний фактори. Такий розподіл відповідає гендерному порядку, відповідно до якого основною сферою реалізації

жінок є приватна сфера, де дозволяється прояв емоцій, бажань. Крім того, поширеність референтного фактора непрямо свідчить про несамостійну та підпорядковану позицію жінок. Професійна сфера є традиційною для реалізації чоловічих практик, тому очікуваною була поширеність раціональної та статусної дій серед чоловіків, отже вони відповідають прагненню та цінності статусу та раціональності як необхідного атрибуту маскулінності.

Зафіксовані гендерні розбіжності, що зумовлені традиційним гендерним порядком не виключають існування жінок, які керуються раціональністю та статусністю, або чоловіків, що використовують емоційну та референтну соціальні дії, йдеться про головну тенденцію. Крім того, гендерний аналіз поширеності різних типів соціальної дії відповідно до сфери їх реалізації дозволив виявити факт змін традиційного гендерного порядку у професійній сфері, стирання розбіжностей між гендерами за рахунок маскулінізації жінок: меншого використання емоцій, порівняно з приватною сферою, превалювання логіки над іншими факторами соціальної дії.

Проведений кластерний аналіз, у свою чергу, підтвердив ситуацію традиційного гендерного порядку, оскільки найпоширенішими кластерами виявилися групи, що презентують типове уявлення про маскулінність та фемінінність. Менш поширеними та такими, що ілюструють гендерні зміни, тенденцію до стирання розбіжностей між гендерами стали андрогінні типи, що поєднують як типові фемінінні, так і маскулінні характеристики. «Залежний» кластер об'єднав чоловіків, що за своїми характеристиками суперечать домінуючій маскулінній ідентичності.

Слідом за М.Кастельсом [8], що виділяв три типи соціальних ідентичностей у їх динаміці, ми можемо говорити про існування трьох гендерних моделей соціальної дії, в залежності від того, чи використовуються типи дії, що відповідають традиційним гендерним ролям чи ні. Перша модель, представлена маскулінними чоловіками та фемінінними жінками – легітимна, апелює до традиційних гендерних ролей, підтримує існуючий гендерний порядок. Друга модель - опору - представлена фемінінними чоловіками або маскілінними жінками, позиція акторів, що обирають таку гендерну модель соціальної дії є уразливою з погляду логіки домінування, оскільки суперечить гендерному порядку, що панує. Третя модель – проекту-

представлена андрогінними типами, що поєднують як типові фемінінні, так і маскуліні характеристики, індивіди, що обирають таку гендерну модель соціальної дії перевизначають традиційні гендерні ролі та змінюють, трансформують соціальну структуру .

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 вищезазвані 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.

#### Література:

1. Гоулман Д. Эмоциональное лидерство: искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта / Д. Гоулман, Р. Бояцис, Э. Макки ; пер. с англ. – 3-е изд. - М.: Альбина Бизнес Букс, 2008. - 302 с.
2. Вебер М. Основные социологические понятия / М. Вебер //Западно-европейская социология XIX-начала XX веков. - М.: Наука, 1996. - С. 455-491.
3. Парсонс Т. О структуре социального действия / Т. Парсонс. - М.: Академический проект, 2002. - 880с.
4. Barbalet J. M. Emotion, social theory and social structure: A macrosociological approach / J. M. Barbalet. - Cambridge: Cambridge univ. press, 1999. - 210p.
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. Manuel Castells. The information age// Economy, society and culture. Vol.2: The power of identity. Blackwell Publishes Ltd, Oxford, UK, 1997. -461.
9. Белікова Ю. В. Гендерні бізнес-ідентичності та реклама / Ю.В. Белікова : монографія. - Харків: Вид.ХНЕУ, 2009.-160с.
10. Здравомыслова Е. Социальное конструирование гендера: феминистская теория / Е. Здравомыслова, А. Темкина // Введение в гендерные исследования. Ч.1: Учебное пособие/ Под ред. И.А. Жеребкиной - Харьков: ХЦГИ, 2001, СПб.: Алетейя, 2001. – 708с.
11. Tannen D. You just Don't Understand / D. Tannen. - N-Y: Ballantine Books, 1990. – 330 p.
12. Bem S.Z. The measurement of psychological androgyny / S.Z. Bem. – Journal of Consulting and Clinical Psychology. – 1974. – 42 (2). - P. 155-162.