

УДК 159.937

РОЛЬ “ГЕНДЕРНЫХ ЛИНЗ” В КОНСТРУИРОВАНИИ ПОЛА ПРИ ВОСПРИЯТИИ ГЕНДЕРНО-НЕЙТРАЛЬНЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ

© 2019 г. Е. С. Зизевская*, М. А. Щукина**

Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы;
199178, г. Санкт-Петербург, 12 линия В.О., д. 13, лит. А, Россия.

*Бакалавр психологии, востоковед, переводчик китайского и английского языков.

E-mail: catzizev@gmail.com

**Доктор психологических наук, зав. кафедрой общей, возрастной и дифференциальной психологии.

E-mail: corr5@mail.ru

Поступила 09.04.2018

Аннотация. Представлено исследование особенностей проявления концептуально описанных С. Бем гендерных линз (андроцентризма и поляризации) при восприятии гендерно-нейтральных изображений русскоязычными респондентами ($N = 302$, 218 женщин, 17–57 лет) с различными характеристиками гендерной идентичности и гендерных стереотипов. Процедура включает экспериментальный и диагностический этапы. На экспериментальном этапе последовательно предъявлялось 12 черно-белых рисунков гендерно-нейтрально изображенного животного (кота/кошки) рядом с предметами, задающими один из гендерных контекстов: нейтральный, феминный, маскулинный. На диагностическом этапе применялись: опросник “Мужские нормативные установки” И.С. Клециной и Е.В. Иоффе; “Опросник структуры сексизма” Е.С. Зизевской и М.А. Щукиной; опросник “Маскулинность, феминность и гендерный тип личности” О.Г. Лопуховой. Обнаружено, что в 97% случаев в процессе восприятия происходит наделение изображения животного половой принадлежностью. При этом животное воспринималось как кот чаще (в 7.3 раза при учете всех актов восприятия, в 8.8 — при анализе восприятия в целом), что свидетельствует о наличии у русскоязычных респондентов линзы андроцентризма при восприятии гендерно-нейтральных изображений. Пол, гендерная структура и возраст респондентов не оказывают значимого влияния на приписывание пола животному. Линза поляризации была активирована у 10% респондентов и проявлялась через влияние гендерной окрашенности контекстов на восприятие, при этом стимулы “коляска” и “вышивание” приводили к тому, что животному относительно чаще приписывался женский пол. Стереотипно-феминный контекст в качестве первого стимула в последовательности предъявлений оказывает значимое влияние на восприятие пола животного только у мужчин. Активации линзы поляризации способствует наличие у респондентов гендерных и сексистских стереотипов независимо от их пола, возраста и гендерной идентичности.

Ключевые слова: восприятие, пол, гендер, гендерные линзы, линза андроцентризма, линза поляризации, гендерно-нейтральное изображение.

DOI: 10.31857/S020595920005417-4

Согласно большей части психологических теорий, восприятие — процесс интерпретации реальности, где сигналы опосредуются когнитивными схемами, личностными конструктами, представлениями, моделями [2–5]. Среди них — гендерные модели, влияние которых на процесс восприятия было рассмотрено в 1993 г. С. Бем в теории “гендерных линз” [1].

Несмотря на дебаты после представления гендерной теории С. Бем в 1981 г. [12; 13; 42; 43], ее книга “Линзы гендера. Трансформация взглядов на проблему неравенства полов”, которая была

выпущена издательством Йельского университета и представляла более полную версию теории, была удостоена нескольких почетных междисциплинарных наград [49]. В 2016 г. К. Старр и Э. Цурбригген провели исследование, посвященное изучению влияния гендерной теории. Оно показало, что теория остается очень популярной в качестве “рамочной теории” для проведения исследований как в различных направлениях психологии, так и в междисциплинарных областях (более 1300 цитирований, согласно данным PsycINFO) [44]. Авторы рекомендуют теорию к дальнейшему использованию, а также считают, что

она имеет потенциал для объединения между собой других теории [49].

Для данной статьи концептуальное значение имеют две из трех линз, представленных в теории С. Бем. Линза андроцентризма формирует представление, что мужской опыт является более значимым или типическим. Линза поляризации создает связанные с конкретной культурой дихотомичные конструкты феминности и маскулинности.

В парадигме социального познания (*social cognition*) познание и социальные практики неразделимы [22]. Как показали исследования, гендерные линзы деформируют восприятие объектов, что приводит к сохранению гендерных стереотипов и поддержанию гендерного неравенства [1; 17; 47]. С точки зрения *теории конструирования гендера* (“*doing gender*”) он является динамическим явлением, существующим только благодаря постоянному подкреплению со стороны общества и каждого конкретного участника коммуникации [16; 47; 48].

Изучение влияния *линзы андроцентризма* на восприятие можно разделить по типу исследуемого гендерно-нейтрального стимула: слов [19–21; 23; 26; 32; 34; 35; 38; 40], изображений/игрушек [10; 11; 18; 27; 50], прямого исследования представлений [20], проекции гендера на неживые предметы [36].

Изучение восприятия слов началось с вопроса, являются ли маскулинно-нейтральные существительные и местоимения (человек/man, он/he) действительно гендерно-нейтральными. Проводя параллель с русским языком, нужно заметить, что, хотя слово “человек” не имеет корня “мужчина”, однако имеет мужской род. Это влечет за собой грамматическое согласование, при котором связанные слова также принимают формы мужского рода, что может оказаться дополнительным фактором маскулинизации. Слово “он” в русском языке также является маскулинно-нейтральным, т.е. используется как для обозначения только мужчины, так и когда речь может идти о женщине.

К. Хардин и М. Банаджи приводят достаточно эмпирических подтверждений гипотезы лингвистической относительности Сепира—Уорфа, предполагающей, что язык может рассматриваться как одна из независимых переменных, влияющих на восприятие и мышление [22]. Одним из доказательств является то, что респонденты значительно чаще представляли мужчину, а не женщину при предъявлении маскулинно-нейтральных слов [19; 21; 26; 32; 35; 40]. При демонстрации предложения с маскулинно-нейтральным местоимением и вопросе, может ли в нем идти речь о женщине, в 70–87% случаев ответ был ложно отрицательный [30;

34]. При просьбе описать “типичного человека” значимо большее количество людей представляло мужчину, а не женщину [20]. Альтернативный методологический подход использовал ситуационные диалоги, в которых речь шла о человеке с гендерно-нейтральным именем Крис¹. Значимо большее количество людей считало, что Крис — мужчина [33].

Маскулинно-нейтральные слова не воспринимаются нейтрально и создают почву для андроцентризма. Было показано, что женщины склонны терять мотивацию и ощущение причастности, если они используются в объявлениях о работе или интервью [15; 45]. Применение маскулинно-нейтральных вместо нейтральных слов в судопроизводстве способно понизить шансы женщин-ответчиц на оправдательный приговор [20]. Маскулинно-нейтральные слова в тексте закона приводят к тому, что он может рассматриваться как не имеющий отношения к женщинам и, как следствие, к судебным решениям не в их пользу [39].

Для повышения инклюзивности женщин многие исследователи рекомендуют использовать гендерно-нейтральные слова (“он или она” (“she or he”)/“они” в единственном числе (“them”) вместо “он” (“he”), человек (“person”) вместо “man” и т.д.) [31; 41]. Дальнейшие исследования показали, что нейтральные формы слов дают значимо меньшее количество маскулинных образов в описаниях респондентов по сравнению с маскулинно-нейтральными [19–21; 23; 26; 35; 38]. Вместе с тем нейтральные слова также подвержены влиянию андроцентризма, что приводит к значимо большему количеству мужских по сравнению с женскими образов в восприятии респондентов [20; 21; 26]. Исключение — женщины, которые используют в письменной речи нейтральные формы слов вместо маскулинно-нейтральных [26]. При этом мужчины, применяющие такие же эгалитарные конструкции, по-прежнему представляют, что речь идет о мужчинах [26].

Таким образом, даже гендерно-нейтральные по форме существительные и местоимения чаще ассоциируются с мужчинами, чем с женщинами. Данное явление Ж. Сильвера назвала установкой “человек = мужчина” (*people = malebias*), т.е. склонностью думать, что любой человек является мужчиной, если не указано иное [41]. Это ведет к андроцентричному восприятию гендерно-нейтрального образа человека или типичного человека как преимущественно мужчины. Ж. Сильвера также говорит о возможности обратной взаимосвязи между

¹ При прямой оценке гендерной принадлежности имя Крис — нейтральное [46].

словами “человек” и “мужчина” или предрассудке “мужчина = человек”, т.е. большей склонности думать о мужчине как о человеке, чем о женщине как о человеке [41]. Данное предположение подтверждается исследованием М. Гамильтон, где респонденты показали значимые различия в выборе слов для описания персонажей: для мужчины чаще использовалось нейтральное слово “человек” (*person*), в то время как для женщины — слово “женщина” (*woman*) [20].

Исследования конструирования гендера при восприятии в последнее время активно проводятся в рамках киберпсихологии. Выявлено, что респонденты приписывают гендер компьютерам, априори не имеющем его [36]. Гендерные стереотипы проявились в том, что респонденты считали оценку, полученную от машин с женским голосом, менее значимой, а сами машины — менее компетентными в традиционно-мужских темах и более компетентными в традиционно-женских [36]. В другом исследовании гипотеза о влиянии гендерных стереотипов на оценку пользователем точности и производительности компьютера не подтвердилась, но при оценке стоимости машина с именем “Джули” была на 25% дешевле, чем “Джеймс” [37]. Андроцентризм был обнаружен в восприятии стандартных пользовательских иконок в социальных сетях: схематические гендерно-нейтральные изображения интерпретировались значимо чаще как мужские, и только иконки с длинными волосами — как женские [10].

Андроцентризм таким же образом проявляется при восприятии гендерно-нейтральных изображений животных, что было названо Дж. Ламбдин установкой “животное = мужчина” (*animal = male-bias*), по аналогии с установкой “человек = мужчина” [27; 41]. В некоторых исследованиях анализировались слова респондентов: местоимение “он” было признаком того, что животному приписывается мужской пол [10; 18; 27]. При таком косвенном методе гипотеза о наличии установки “животное = мужчина” подтвердилась как для взрослых, так и для детей [10; 18; 27]. В других исследованиях респондентам задавался прямой вопрос [10; 25; 27]. В исследовании с использованием прямого и косвенного методов результаты процедур совпали не полностью: местоимение “он” использовалось значимо чаще не только для гендерно-нейтральных, но и для феминных игрушек при непрямом методе исследования [27].

Можно предположить, что различия в ответах связаны не только с прямым и непрямым способом тестирования, но и с выбором стимула для предъявления. При анализе гендерной нейтральности как явления важно различать два ее

уровня: предъявляемый стимул (слово, изображение и т.д.) и само восприятие. Такое заявление может казаться избыточным в силу его очевидности, но именно эта дифференциация является важной для понимания различий в методах. В то время как некоторые исследователи выбирают стимулы, которые можно назвать объективно гендерно нейтральным (не имеющим признаков биологического пола или культурно обусловленных гендерных признаков) [18; 50], другие используют предварительную оценку для определения гендерной нейтральности на выборке (что уже само по себе является анализом восприятия) [25; 27]. В последнем случае закономерно ожидать, что гендерная нейтральность, определенная на предварительной выборке, будет совпадать с нейтральной оценкой последующей выборкой. Хотя такая методология может быть обусловлена целями, полученный результат нельзя интерпретировать как отсутствие доказательств наличия линзы андроцентризма при восприятии гендерно-нейтральных изображений в целом.

В некоторых исследованиях также изучалось проявление в восприятии линзы поляризации, как правило, с помощью гендерно-стереотипного контекста. Гендерно-неопределенный персонаж воспринимался как женщина в 12% случаях в бизнес-контексте, в 29% в образовательном контексте и в 30% случаев, когда речь шла о межличностных отношениях² [33]. Определение “приходящая няня для ребенка” вызывало образ женщины, слова “подросток” и “инженер” — образ мужчины [32]. Ситуация беспокойства о собственной внешности также давала больше женских образов в описании, чем ситуация переживания чувства изоляции в университете [35]. В исследованиях изображений животных ситуационный контекст, связанный с общением с детьми, приводил к частому использованию слова “она” в описании, а активные действия персонажа — к слову “он” [18]. На детей 7–8 и 10–11 лет также оказывал влияние контекст, при этом характер влияния различался для мальчиков и девочек [10]. Таким образом, линза поляризации оказывала влияние на восприятие гендерно-нейтральных стимулов. При этом многие исследователи подчеркивали доминантный характер линзы андроцентризма.

Помимо выявленных общих закономерностей влияния гендерных линз на интерпретацию стимулов, имеются *дифференциальные данные* о специфичности их влияния в зависимости от пола, гендерной характеристики, возраста. Дети 4–5 лет

² При маргинальном уровне значимости, $p = 0.06$.

были более склонны приписывать гендерно-нейтральным изображениям в нейтральном контексте свой собственный пол [10]. При этом в других контекстах у этого возраста и у остальных возрастных групп детей (7–8 и 10–11 лет) наблюдалась другая тенденция: мальчики были склонны к андроцентризму, девочки приписывали женский и мужской пол персонажам примерно в равной пропорции [10]. Данные, полученные на взрослых, противоречивы. В одних исследованиях пол взрослых респондентов не оказывал влияния на меру андроцентризма восприятия [33; 34], в других мужчины были склонны к андроцентризму больше, чем женщины [19; 21; 35; 38].

Что касается гендерной идентичности, установленной с помощью шкалы С. Бем, взрослые гендерно-типичные респонденты³ не отличались от гендерно-нетипичных⁴ [14; 33]. Дети возрастной группы 9–12 лет оценивали гендерно-нейтральных персонажей⁵ преимущественно как гендерно-нейтральных. Однако те, кто имел высокий показатель по шкале феминности и низкий по шкале маскулинности, были склонны сдвигать оценку в сторону феминности [25].

Наше предыдущее исследование показало, что у русскоязычных респондентов также доминирует линза андроцентризма при восприятии гендерно-нейтральных изображений [50]. Однако не проясненным осталось влияние линзы поляризации, что побудило расширить выборку и более подробно исследовать вопросы, связанные с линзой поляризации. Цель данной статьи — исследование особенностей проявления гендерных линз при восприятии гендерно-нейтральных изображений у русскоязычных респондентов с различными характеристиками пола, возраста, гендерной идентичности и гендерными представлениями (стереотипами).

В первой части исследования предметом являлось конструирование гендера в процессе восприятия гендерно-нейтрального изображения и проверялись гипотезы:

1) гендерно-нейтральное изображение интерпретируется преимущественно как маскулинное (проявление линзы андроцентризма), однако этот эффект зависит от характеристик контекста (гендерно-специфичный либо гендерно-нейтральный) и характеристик респондентов (пол, гендер, возраст).

³ Мужчины со значениями выше среднего группы по шкале маскулинности и ниже среднего по шкале феминности, женщины с аналогичными обратными характеристиками.

⁴ Имеющих значения по шкалам в равных интервалах.

⁵ Изображения предварительно оценены как гендерно-нейтральные.

Во второй части предметом исследования были социальные установки респондентов, у которых происходит активация линзы поляризации в процессе восприятия гендерно-нейтральных изображений животного, и проверялись гипотезы:

2) интенсивность проявления линзы поляризации при восприятии гендерно-нейтральных изображений обуславливается характеристиками контекста изображения (гендерно-специфичное/нейтральное) и характеристиками респондентов (конвенциональными гендерными представлениями, уровнем сексизма, полом, возрастом, гендерной идентичностью).

МЕТОДИКА

Исследование проведено в 2015–2018 гг. в России среди русскоязычного населения. В нем участвовало 302 человека (218 женщин, 84 мужчин) от 17 до 57 лет ($M = 23.78$, $SD = 7.5$): студенты СПбГИПСР ($n = 234$), СПбГТИ (ТУ) ($n = 39$), участники конференции “Ломоносов” (направление “Психология”) МГУ ($n = 29$).

Процедура исследования включала экспериментальный и диагностический этапы.

На первом, экспериментальном, этапе участникам последовательно предъявлялись 12 черно-белых рисунков животного (кота/кошки), рядом с которым были изображены разные предметы (рис. 1). Само изображение животного не имело биологических признаков пола и гендерных признаков (одежды, украшений и т.д.). Предметы, изображенные на рисунке, использовались для создания одного из нижеперечисленных гендерных контекстов:

1) гендерно-нейтральный: книга (чтение), брюки на вешалке, картина с кисточкой и красками (рисование), аквариум с рыбой;

2) конвенционально-феминный: детская коляска, цветы на подоконнике и лейка (полив цветов), гладильная доска и включенный утюг (глажка белья), пальцы с вышивкой и иголкой (вышивание);

3) конвенционально-маскулинный: недостроенная кирпичная стена и мастерок (строительство стены), автомобиль, трубка для курения, удочка и пруд с рыбами (рыбалка).

Предъявление изображений предварялось инструкцией: “Сейчас вам будут продемонстрированы не связанные между собой рисунки. Одним предложением опишите, кто и что делает на картинке”.

Цель исследования была озвучена участникам только в момент дебрифинга после окончания



Рис. 1. Кошка/кот возле книжки (нейтральный)

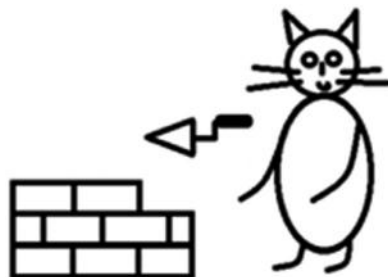


Рис. 2. Кошка/кот возле кирпичной стены с мастерком (маскулинный)



Рис. 3. Кошка/кот возле коляски (феминный)

исследовательской процедуры. Участники были осведомлены о сохранении анонимности собираемых данных.

Выбор изображения кошки/кота для создания стимульного материала был обусловлен тем, что женская и мужская формы слова являются одинаково привычными в обыденной речи (в отличие, например, от заяц/зайчиха, жираф/жарафиха). Кроме того, поскольку коты и кошки обитают в домах в качестве питомцев, то мы можем ожидать, что для их обозначения в бытовой речи часто будет использоваться слово, связанное с полом питомца, что гарантирует использование обеих форм в примерно равной пропорции. Это подтверждается частотным анализом слов, собранных на базе Национального корпуса языка, где слово “кот” встречается 3797 раз, а слово “кошка” — 2900 раз [8], т.е. в соотношении 1:1.38, близком к равенству частотности словоупотребления⁶. Если учитывать все падежные формы единственного и множественного числа, то слово “кошка” употребляется 8338 раз, а слово “кот” — 7314 раз, т.е. в этом случае слово “кошка” используется чаще в 1.14 раза [8].

На втором, психодиагностическом, этапе в различном порядке с учетом метода контрбалансировки на выборке были применены следующие методики.

Для выявления гендерных стереотипов респондентов был использован опросник “Мужские нормативные установки” (МНУ) И.С. Клециной и Е.В. Иоффе [6], являющийся адаптированной версией одноименного опросника Р. Луйта (*The Male Attitude Norms Inventory II, Luyt R.*) [29]. Он тестирует уровень конвенциональности представлений о мужских гендерных ролях и включает в себя пять шкал, описывающих различные стороны

традиционной идеологии маскулинности: “Жесткость, твердость”, “Опора на собственные силы”, “Ориентация на достижения и высокий статус”, “Гомофобия” и “Принятие безличной сексуальности”. Нами была исключена из анализа последняя шкала в связи с ее стабильно низким уровнем внутренней согласованности.

Для определения уровня сексизма был использован “Опросник структуры сексизма” (ОСС) Е.С. Зизевской и М.А. Щукиной, предназначенный для оценки сексистских установок личности по отношению к женщинам [9]. Опросник имеет трехшкальную структуру: шкала “Ненадежность женщины в межличностных отношениях” выявляет отношение к женщине как субъекту отношений, шкала “Отсутствие у женщины способностей для деятельности” фиксирует отношение к женщине как к субъекту деятельности, шкала “Объективация женщины” устанавливает отношение к женщине как к объекту, не имеющему собственной субъектности.

Для определения гендерного типа личности и выраженности феминности/маскулинности был применен опросник О.Г. Лопуховой “Маскулинность, феминность и гендерный тип личности” [7], созданный на базе опросника С. Бем “*Bem Sex Role Inventory*” [14].

РЕЗУЛЬТАТЫ

При обработке протоколов проводился контент-анализ описаний респондентами предъявленных изображений. Единицами анализа были наименования изображенного персонажа с учетом половой принадлежности.

Менее 1%⁷ респондентов использовало гендерно-нейтральное слово “животное”, обе формы вместе (кот/кошка), а также смешанные формы (мамакот, кот-домохозяйка) (рис. 4). Для описания

⁶ Для других животных в языке наблюдаются более резкие сдвиги в сторону преобладания частоты употребления формы слов мужского или женского рода. Например: львица : лев — 1 : 68.7; зайчиха : заяц — 1 : 24.48; ослица : осел — 1 : 20.77; волчица : волк — 1 : 16.54; медведица : медведь — 1 : 10.59; тигрица : тигр — 1 : 5.1; пес : собака — 1 : 3.52; конь : лошадь — 1 : 3.45 [8].

⁷ Статистический анализ данных проведен в SPSS Statistics 23.0.

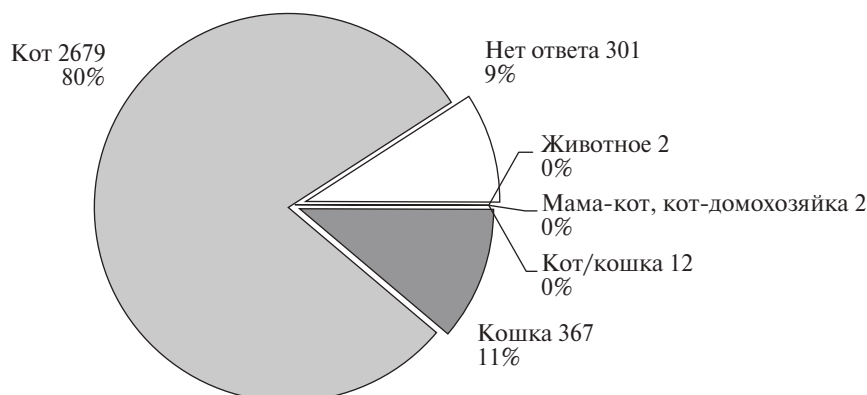


Рис. 4. Восприятие каждого рисунка ($N_{\text{актов восприятия}} = 3363$, $N_{\text{респондентов}} = 302$)

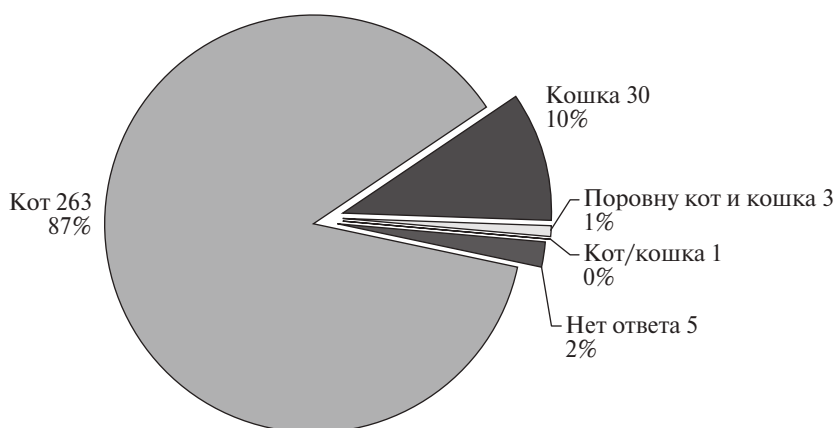


Рис. 5. Восприятие пола животного каждым респондентом ($N = 302$)

животного мужского пола (80%) респонденты использовали следующие существительные мужского рода: кот ($n = 2341$), котик ($n = 291$), котэ ($n = 12$) и т.д.⁸ Для описания животного женского пола (11%) использовались существительные женского рода: кошка ($n = 263$), киска ($n = 36$), киса ($n = 46$) и т.д.

Таким образом, животное воспринимается как кот в 7.3 раза чаще, чем кошка, когда мы учитываем каждое изображение в отдельности. Данное соотношение было сопоставлено с пропорциональным, $N_{\text{актов восприятия}} = 3046$, $\chi^2(1) = 1754.9$, $p < 0.0005$.

При анализе того, как каждый испытуемый воспринимал животное в целом (т.е. в серии изображений⁹), выяснилось, что мужской пол

приписывался ему в 8.8 раза чаще, чем женский (рис. 5). Процентное распределение котиков и кошек в ответах респондентов не соответствовало пропорциональному, $N = 293$, $\chi^2(1) = 185.3$, $p < 0.0005$.

Поскольку 97% респондентов были склонны приписывать животному в целом либо женский, либо мужской пол, то дальнейший анализ был проведен только для этих двух групп респондентов (в анализ включены все указанные выше формы слова женского и мужского рода).

Q-критерий Кохрена показал, что гендерная специфика контекстов вносит значимый вклад в то, как часто животное воспринималось как кот или как кошка в каждом из контекстов (учитывалось, как именно называлось животное в каждом конкретном описании, сравнение было проведено для

⁸ Согласованные с ними окончания глаголов также свидетельствуют о том, какой пол животного подразумевался.

⁹ Несмотря на текст инструкции, респонденты были склонны воспринимать изображения как цельное повествование (нарратив). Об этом свидетельствуют как устные заявления во время дебрифинга, так и характеристики текста описаний рисунков. Нарратив проявлялся в словах-связках (“затем”, “а теперь”)

и наличия элементов истории в описании. Например, после «кот собирается погладить белье» следовало «кот погладил себе штаны». Или после рисунка с ловлей рыбы респондент писал, что кот «нарисовал черную рыбу, выловленную из пруда», а после строительства стены — «кот устал и решил покурить».

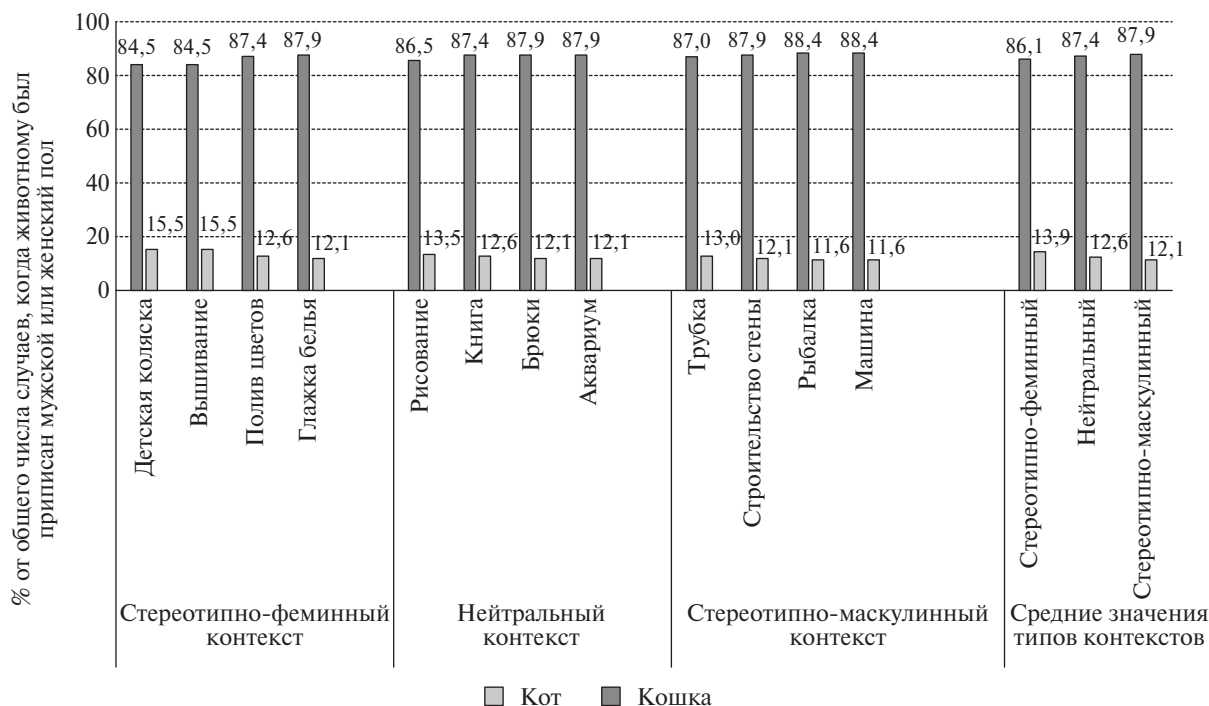


Рис. 6. Процентное соотношение выбора пола животного для различных ситуационных контекстов при определении влияния контекста с помощью Q критерия Кохрена ($N = 207$)

случаев, когда животному приписывался женский или мужской пол) (рис. 6), $N = 207$, $\chi^2(11) = 20.873$, $p = 0.035$ [28]. При *post hoc* анализе до применения коррекции Бонферони наблюдались значимые различия между частотой приписывания мужского или женского пола животному для рисунков “коляска”/“вышивка” и каждым из остальных стимулов, кроме “курительная трубка”/“рисование”, $p < 0.05$.

Отсутствовала взаимосвязь между полом респондентов и их восприятием пола животного, $N = 293$, $X^2(1) = 0.612$, $p = 0.434$, $\phi = -0.046$. При анализе уровня феминности/маскулинности в связи с численным неравенством групп был использован t -тест для случая неравных дисперсий [24]. Уровень феминности не имел значимых различий между считавшими животное котом, $n = 96$ ($M = 33.06$, $SD = 5.73$), и считавшими его кошкой, $n = 15$ ($M = 31.33$, $SD = 6.33$), 95% CI [-5.381, 1.922], $t(17.77) = 0.996$, $p = 0.333$. Уровень маскулинности также не различался между первой, $n = 96$ ($M = 30.5$, $SD = 5.95$), и второй группой, $n = 15$ ($M = 32.93$, $SD = 5.69$), 95% CI [-0.892, 5.758], $t(19.116) = 1.531$, $p = 0.142$. Различия также не были обнаружены при анализе мужчин и женщин раздельно.

Помимо этого, был проведен анализ влияния конвенциональности гендера на восприятие пола животного, для чего респонденты были объединены в две группы: имеющие конвенциональную идентичность (маскулинный тип у мужчин

и феминный у женщин) ($n = 25$) и андрогинный тип ($n = 69$), $N = 94$ ¹⁰. Поскольку в одной из ячеек ожидаемых частот было менее 5, то использовался точный тест Фишера [28]. Он показал отсутствие значимой взаимосвязи между конвенциональностью структуры гендера и конструированием пола животного, $p = 0.753$.

В связи с отсутствием нормального распределения данных при проверке взаимосвязи между возрастом респондента и восприятием пола животного была использована непараметрическая статистика. Респонденты, конструировавшие пол животного как мужской, $n = 263$ ($mean\ rank = 146.18$), не имели статистически значимых отличий от тех, кто воспринимал его как женский, $n = 30$ ($mean\ rank = 154.18$), $U = 3729.5$, $z = -0.493$, $p = 0.622$, $r = 0.03$. При проверке мужчин и женщин по отдельности взаимосвязь также отсутствовала.

Влияние первого предъявляемого стимула на восприятие изображения исследовалось отдельно для мужчин и женщин. Гендерная окрашенность первого стимула не влияла на женщин, $\chi^2(2) = 2.2$, $p = 0.332$, $V_C = 0.102$, но оказывала значимое влияние на мужчин, $\chi^2(2) = 25.1$, $p < 0.0001$, $V_C = 0.560$ (рис. 7). Число ожидаемых частот в двух ячейках для обеих групп составляло менее 5, что может приводить к риску ошибки второго уровня [28].

¹⁰ Респонденты с неопределенным и “обратным” гендером исключены из анализа.

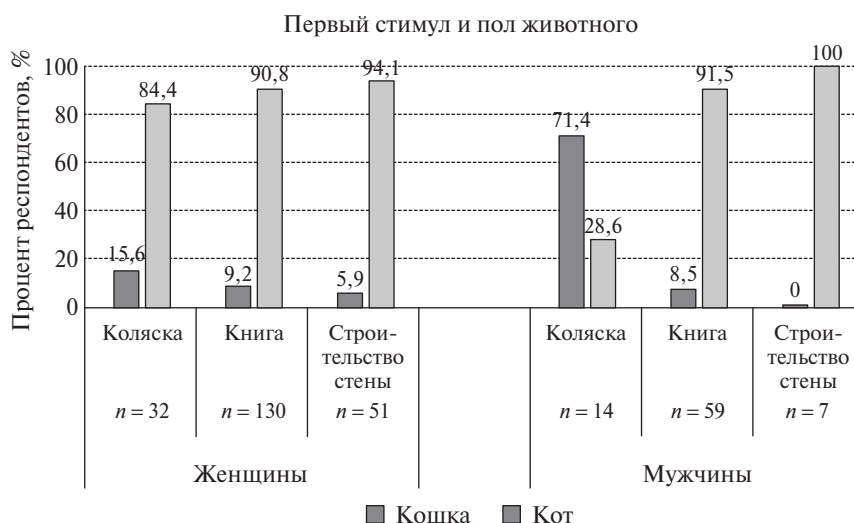


Рис. 7. Влияние первого стимула на восприятие мужчин и женщин

Анализ *post hoc* проводился через оценку уточненных нормированных остатков и попарное сравнение с помощью теста Фишера. Когда на первом изображении животное было в нейтральном или маскулинном контексте, мужчины считали его преимущественно котом, а при феминном контексте — кошкой.

Для выявления респондентов, у которых при восприятии гендерно-нейтральных рисунков произошла активация линзы поляризации, был проведен качественный анализ описаний рисунков. Наличие линзы поляризации фиксировалось, если гендерно-окрашенный контекст приводил к нарушению цельности восприятия и смене пола животного в описании.

В большинстве случаев линза поляризации была активирована конвенционально-феминным контекстом. Основными триггерами были: детская коляска, вышивка, гладка белья. Реже наблюдалось влияние конвенционально-маскулинных контекстов, таких как строительство стены и автомобиль. В некоторых случаях триггер вызывал смену пола животного исключительно для данного рисунка, в других пол закреплялся за животным на некоторое время (например, до противоположно окрашенного триггера).

Иногда линза поляризации проявлялась иными лингвистическими средствами. Например, в одном случае пальцы с вышивкой оказываются не принадлежащими лично коту: “это жена кота ушла в магазин, а кот прибирает ее рукоделие”. В другом меняется восприятие всего контекста и связанного с ним действия: строительство стены превращается в прогулку: “Кыся гуляет возле Кремлевской стены”.

Некоторые респонденты также выражали свое отношение к конвенционально-нетипичной деятельности. Например, респондент мужчины реагирует на рисунок с гладкой белья следующим образом: “Это не котик, это чья-то жена-домохозяйка”, продолжая в следующем описании: “будет гладить мужнины штаны”. В другом случае вышивание получило негативную оценку, имеющую гомофобную коннотацию: “кот-гомосексуалист вышивает крестиком”. У двух респондентов феминные контексты вызывали прибавление к слову кот немужских форм существительных: “мама-кот” (коляска) и “кот-домохозяйка” (гладка белья).

У некоторых респондентов ($N = 10$) кот и кошка сменяют друг друга несколько раз вне зависимости от контекста. Соответственно, данные респонденты не были включены в группу с активной линзой поляризации.

Таким образом, на основании качественного анализа были выделены две группы респондентов: та, в которой у респондентов происходила активация линзы поляризации при восприятии гендерно-нейтральных изображений животных, $n = 32$ (группа с линзой поляризации), и та, в которой линза поляризации не активировалась, $n = 270$ (группа без линзы поляризации).

Распределение значений для общего балла по опроснику МНУ, шкал “жесткость, твердость”, “опора на собственные силы” соответствовало нормальному. Согласно рекомендациям для случаев значительного различия количества испытуемых в группах был использован *t*-тест для неравных дисперсий [24]. Данные общего значения опросника МНУ содержали одно значение выброса, которое было оставлено в анализе, поскольку не влияло на результаты. У группы с линзой

поляризации были более высокие значения по опроснику МНУ в целом (табл. 1), а также по шкалам “жестокость, твердость” и “опора на собственные силы”.

Распределение значений для шкал “ориентация на достижения и высокий статус” и “гомофобия” отличалось от нормального, в связи с чем был применен критерий Манна—Уитни. У респондентов с линзой поляризации, $n = 13$ ($mean\ rank = 94.08$), были более высокие значения по шкале “гомофобия”, чем у респондентов без линзы поляризации, $n = 117$ ($mean\ rank = 62.32$), $U = 1132$, $z = 2.888$, $p = 0.004$, $r = 0.25$. Группа с линзой поляризации, $n = 13$ ($mean\ rank = 70.35$), не имела значимых различий по шкале “ориентация на достижения и высокий статус” со второй группой, $n = 117$ ($mean\ rank = 64.96$), $U = 823.5$, $z = 0.49$, $p = 0.624$, $r = 0.04$.

Анализ данных “Опросника структуры сексизма» показал, что имеющийся выброс не оказывает влияния на t -статистику для случая неравных дисперсий большинства шкал. Однако для шкалы “Объективация женщины” представляется необходимым указать обе пары значений (табл. 2).

Для проверки влияния маскулинности и феминности респондентов на активацию линзы поляризации была использована t -статистика для случая неравных дисперсий. Уровень феминности респондентов с линзой поляризации, $n = 13$ ($M = 33.38$, $SD = 5.03$), и без нее, $n = 102$ ($M = 32.67$, $SD = 5.84$), не имел значимых различий, 95% CI

$[-2.47, 3.91]$, $t(16.43) = 4.76$, $p = 0.64$. Выбросы в данных шкалы “уровень маскулинности” не оказывали влияния; при этом не наблюдалось значимых различий между испытуемыми с линзой поляризации, $n = 13$ ($M = 29.31$, $SD = 6.02$), и второй группой, $n = 102$ ($M = 31.03$, $SD = 5.87$), 95% CI $[-5.49, 2.05]$, $t(15.05) = -0.97$, $p = 0.345$. Не было значимой взаимосвязи между конвенциональностью структуры гендера и активацией линзы поляризации согласно точному тесту Фишера, $p = 0.276$.

Распределение данных переменной “возраст” не соответствовало нормальному, поэтому был применен критерий Манна—Уитни. Средний возраст группы с линзой поляризации, $n = 32$ ($mean\ rank = 160.28$), не отличался от остальных респондентов, $n = 270$ ($mean\ rank = 150.46$), $U = 4601$, $z = 0.605$, $p = 0.545$, $r = 0.035$. Тест критерий согласия χ^2 не обнаружил значимой взаимосвязи между полом и наличием линзы поляризации, $N = 302$, $\chi^2(1) = 0.002$, $p = 0.967$, $\phi = 0.002$.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

При проверке влияния различных факторов на восприятие пола животного было выявлено, что оно подвержено значительному влиянию гендерных схем. Гендерно-нейтральное изображение животного наделялось какой-либо половой принадлежностью, при этом оно воспринималось как кот значительно чаще, что согласуется с первой

Таблица 1. Различия средних значений баллов опросника “Мужские нормативные установки” в группах респондентов с линзой и без линзы поляризации

Шкалы	Линза поляризации	n	$Mean$	SD	t	df	95% CI	p
Общий балл	Есть	13	144	13.65	3.053	19.703	4.14, 22.08	0.006
	Нет	117	130.9	21.93				
Жесткость, твердость	Есть	13	33.08	3.75	2.726	18.047	0.72, 5.57	0.014
	Нет	117	29.93	5.39				
Опора на собственные силы	Есть	13	32.85	3.85	3.28	19.612	1.44, 6.49	0.004
	Нет	117	28.88	6.15				

Таблица 2. Различия средних значений баллов опросника “Опросник структуры сексизма” у респондентов с линзой и без линзы поляризации

Шкалы	Линза поляризации	n	$Mean$	SD	t	df	95% CI	p
Общий балл	Есть	13	96.77	35.66	-2.27	16.07	-46.73, -1.6	0.037
	Нет	116	72.6	42.45				
Отсутствие способностей для деятельности	Есть	13	57.85	22.44	2.25	15.86	-29.19, -0.86	0.039
	Нет	116	42.82	26.04				
Ненадежность в личностных отношениях	Есть	13	32.69	12.55	-1.89	16.09	-15.01, 0.87	0.077
	Нет	116	25.62	14.97				
Объективация женщины (с выбросом)	Есть	13	30.15	17.45	-2.06	15.1	-20.53, 0.36	0.057
	Нет	116	40.23	16.68				
Объективация женщины (без выброса)	Есть	13	40.23	16.68	-2.17	14.84	-21, -0.18	0.047
	Нет	115	29.64	16.66				

гипотезой исследования о влиянии линзы андроцентризма. Пол, гендерная структура и возраст респондентов сами по себе не оказывают значимого влияния на приписывание пола животному.

Линза поляризации не является настолько распространенной, как линза андроцентризма. Стереотипно-феминный контекст первого предъявляемого стимула оказывает влияние на восприятие пола животного только мужчинами, в то время как для женщин не наблюдается разницы при предъявлении первым любого типа контекста.

При анализе всех контекстов, независимо от их места предъявления, стимулы “коляска” и “вышивание” значимо чаще ассоциировались с кошкой у всех респондентов.

При анализе случаев активации линзы поляризации, а также социальных установок и характеристик личностей, демонстрирующих данный феномен, обнаружено, что гендерная окраска контекстов может вызывать активизацию линзы поляризации у небольшой части людей, что будет выражаться сменой восприятия пола изображенного животного и путем применения других лингвистических средств. Не была обнаружена взаимосвязь между проявлением линзы поляризации и полом, возрастом, уровнем маскулинности/феминности, конвенциональностью гендерной структуры.

Вместе с тем линза поляризации оказалась связанной с такими социальными установками личности, как гендерные стереотипы и сексизм. Это важно учитывать, когда конвенционально-стереотипные изображения предлагают использовать как способ изменить андроцентрическое восприятие. Если такие изображения активируют линзу поляризации у людей с гендерными стереотипами предубеждениями, то этот способ не подходит для формирования эгалитарного мышления.

Возможно, именно активация линзы поляризации и социальные установки могли бы объяснить, почему ученые получили не уменьшение андроцентризма, а его увеличение у политически-консервативных респондентов при использовании феминно-стереотипных изображений в своем исследовании [11].

Хотя нами были использованы обозначения “группа с линзой поляризации” и “группа без линзы поляризации”, некорректным будет говорить, что респонденты, вошедшие в группу без линзы поляризации, абсолютно свободны от ее влияния. Можно предположить, что влияние линзы андроцентризма может приводить к подавлению линзы поляризации. Однако не ясно, может ли

намеренная актуализация линзы поляризации у респондентов при восприятии изображений (например, через предъявление гендерно-поляризованной формы инструкции) усиливать показатели гендерных стереотипов и сексизма. Данная гипотеза может стать дальнейшим направлением исследования восприятия и его связи с социальными установками личности.

ВЫВОДЫ

При восприятии гендерно-нейтральных изображений наблюдается доминирование линзы андроцентризма, выражающееся в восприятии животного как имеющего мужской пол в 7.3–8.8 раза чаще, чем женский. Конструирование пола животного не связано с возрастным и гендерной структурой респондента.

Линза поляризации проявилась у 10% респондентов, что оказалось связано с наличием конвенциональных установок и сексизма и не зависело от пола, возраста и гендерной структуры личности. Стереотипно-феминный контекст “коляска” и “вышивание” стимулировал восприятие животного как кошки у всех респондентов. Когда стимул “коляска” был первым, мужчины были склонны продолжать считать животное кошкой на последующих изображениях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Бем С.Л.* Линзы гендера. Трансформация взглядов на проблему неравенства полов. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004.
2. *Брунер Д.* Психология познания. За пределами непосредственной информации. М.: Прогресс, 1977.
3. *Веккер Л.М.* Психика и реальность: единая теория психических процессов. М.: Смысл, 1998.
4. *Канеман Д.* Думай медленно... Решай быстро. М.: АСТ, 2017.
5. *Келли Д.* Теория личности. Теория личных конструкций. СПб.: Речь, 2000.
6. *Клецина И.С., Йоффе Е.В.* Результаты первичного этапа адаптации российского аналога опросника “Мужские нормативные установки” // Психологические исследования. 2013. Т. 6. № 32. С. 6–19.
7. *Лопухова О.Г.* Опросник “Маскулинность, феминность и гендерный тип личности” (российский аналог *Bem Sex Role Inventory*) // Вопросы психологии. 2013. № 1. С. 147–154.
8. Частоты словоформ и словосочетаний: словоформы. Национальный корпус русского языка. URL: <http://>

- ruscopora.ru/corpora-freq.html (дата обращения: 15.02.2019).
9. Щукина М.А., Зизевская Е.С. Разработка методики психологической диагностики структуры сексизма // Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии: результаты и перспективы развития / Отв. ред. А.Л. Журавлев, В.А. Кольцова. М.: Изд-во Институт психологии РАН, 2017. С. 888–896.
 10. Arthur A.G., White H. Children's Assignment of Gender to Animal Characters in Pictures // *The Journal of Genetic Psychology*. 1996. V. 157. № 3. P. 297–301.
 11. Bailey A.H., LaFrance M. Anonymously male: Social media avatar icons are implicitly male and resistant to change // *Cyberpsychology*. 2016. V. 10. № 4. Art. 8.
 12. Bem S.L. Gender schema theory: a cognitive account of sex typing // *Psychological Review*. 1981. V. 88. № 4. P. 354–364.
 13. Bem S.L. The BSRI and gender schema theory: a reply to Spence and Helmreich // *Psychological Review*. 1981. V. 88. № 4. P. 369–371.
 14. Bem S.L. The measurement of psychological androgyny // *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. 1974. V. 42. № 2. P. 155–162.
 15. Bem S.L., Bem D.J. Does Sex-biased Job Advertising "Aid and Abet" Sex Discrimination? // *Journal of Applied Social Psychology*. 1973. V. 3. № 1. P. 6–18.
 16. Butler J. *Undoing Gender*. Routledge. 2004.
 17. Cox W.T.L., Abramson L.Y., Devine P.G., Hollon S.D. Stereotypes, Prejudice, and Depression: The Integrated Perspective // *Perspectives on Psychological Science*. 2012. V. 7. № 5. P. 427–449.
 18. DeLoache J.S., Cassidy D.J., Carpenter C.J. The three bears are all boys: Mothers' gender labeling of neutral picture book characters // *Sex Roles*. 1987. V. 17. № 3–4. P. 163–178.
 19. Gastil J. Generic pronouns and sexist language: The oxymoronic character of masculine generics // *Sex Roles*. 1990. V. 23. № 11–12. P. 629–643.
 20. Hamilton M.C. Masculine Bias in the Attribution of Personhood: People = Male, Male = People // *Psychology of Women Quarterly*. 1991. V. 15. № 3. P. 393–402.
 21. Hamilton M.C. Using masculine generics: Does generic he increase male bias in the user's imagery? // *Sex Roles*. 1988. V. 19. № 11–12. P. 785–799.
 22. Hardin C., Banaji M.R. The Influence of Language on Thought // *Social Cognition*. 1993. V. 11. № 3. P. 277–308.
 23. Harrison L. Cro-Magnon Woman-In Eclipse // *Science Teacher*. 1975. V. 42. № 4. P. 8–11.
 24. Howell D.C. *Statistical methods for psychology*. 7th ed. Belmont: Wadsworth, 2010.
 25. Karniol R., Reichman S., Fund L. Children's Gender Orientation and Perceptions of Female, Male, and Gender-Ambiguous Animal Characters // *Sex Roles*. 2000. V. 43. № 5–6. P. 377–393.
 26. Khosroshahi F. Penguins don't care, but women do: A social identity analysis of a Whorfian problem // *Language in Society*. 1989. V. 18. № 4. P. 505–525.
 27. Lambdin J., Greer K., Jibotian K., Wood K., Hamilton M.S. The Animal = Male Hypothesis: Children's and Adults' Beliefs About the Sex of Non-Sex-Specific Stuffed Animals // *Sex Roles*. 2003. V. 48. № 11–12. P. 471–482.
 28. Lund A., Lund M. *Laerd Statistics* // Statistical tutorials and software guides URL: <https://statistics.laerd.com/> (дата обращения: 19.02.2018).
 29. Luyt R. The Male Attitude Norms Inventory-II: A measure of masculinity ideology in South Africa // *Men and Masculinities*. 2005. V. 8. № 2. P. 208–229.
 30. MacKay D.G., Fulkerson D.C. On the comprehension and production of pronouns // *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*. 1979. V. 18. № 6. P. 661–673.
 31. Martyna W. Beyond the "He/Man" Approach: The Case for Nonsexist Language // *Signs: Journal of Women in Culture and Society*. 1980. V. 5. № 3. P. 482–493.
 32. Martyna W. What Does 'He' Mean? // *Journal of Communication*. 1978. V. 28. № 1. P. 131–138.
 33. Merritt R.D., Kok C.J. Attribution of gender to a gender-unspecified individual: An evaluation of the people = male hypothesis // *Sex Roles*. 1995. V. 33. № 3–4. P. 145–157.
 34. Miller M.M., James L.E. Is the generic pronoun he still comprehended as excluding women? // *American Journal of Psychology*. 2009. V. 122. № 4. P. 483–496.
 35. Moulton J., Robinson G.M., Elias C. Sex bias in language use: "Neutral" pronouns that aren't // *American Psychologist*. 1978. V. 33. № 11. P. 1032–1036.
 36. Nass C., Moon Y., Green N. Are Machines Gender Neutral? Gender-Stereotypic Responses to Computers with Voices // *Journal of Applied Social Psychology*. 1997. V. 27. № 10. P. 864–876.
 37. Posard M.N. Status processes in human-computer interactions: Does gender matter? // *Computers in Human Behavior*. 2014. V. 37. P. 189–195.
 38. Prentice D.A. Do Language Reforms Change Our Way of Thinking? // *Journal of Language and Social Psychology*. 1994. V. 13. № 1. P. 3–19.
 39. Ritchie M.E. Alice Through the Statutes // *McGill Law Journal*. 1975. V. 21. P. 685–707.
 40. Schneider J.W., Hacker S.L. Sex role imagery and use of the generic "man" in introductory texts: A case in the sociology of sociology // *American Sociologist*. 1973. V. 8. № 1. P. 12–18.
 41. Silveira J. Generic masculine words and thinking // *Women's Studies International Quarterly*. 1980. V. 3. № 2–3. P. 165–178.

42. Spence J.T. Gender-related traits and gender ideology: evidence for a multifactorial theory // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1993. V. 64. № 6. P. 624–635.
43. Spence J.T., Helmreich R.L. Androgyny versus gender schema: a comment on Bem’s gender schema theory // *Psychological Review*. 1981. V. 88. № 4. P. 365–368.
44. Starr C.R., Zurbriggen E.L. Sandra Bem’s Gender Schema Theory After 34 Years: A Review of its Reach and Impact // *Sex Roles*. 2017. V. 76. № 9–10. P. 566–578.
45. Stout J.G., Dasgupta N. When he doesn’t mean you: Gender-exclusive language as ostracism // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2011. V. 37. № 6. P. 757–769.
46. Van Fleet D.D., Atwater L. Gender Neutral Names: Don’t Be So Sure! // *Sex Roles*. 1997. V. 37. № 1–2. P. 111–123.
47. West C., Fenstermaker S. Doing difference // *Gender and Society*. 1995. V. 9. № 1. P. 8–37.
48. West C., Zimmerman D.H. Doing Gender // *Gender and Society*. 1987. V. 1. № 2. P. 125–151.
49. Yale University Press. The lenses of gender [webpage]. URL: <http://yalepress.yale.edu/book.asp?isbn=9780300061635> (дата обращения: 15.02.2019).
50. Zizevskaia E., Shchukina M. Gender schemas in perception of gender-neutral images // *Psychology in Russia: State of the Art*. 2018. V. 11. № 1. P. 151–163.

THE ROLE OF “LENSES OF GENDER” IN CONSTRUCTION OF SEX IN PERCEPTION OF GENDER-NEUTRAL IMAGES

E. S. Zizevskaia*, M. A. Shchukina**

*Saint-Petersburg State University;
199178, Saint-Petersburg, 12 line V.O., 13, lit. A, Russia.*

* *Bachelor (psychology), Orientalist, translator from Chinese and English languages.
E-mail: catzizev@gmail.com*

** *ScD (psychology), head of general, age and differential psychology chair.
E-mail: corr5@mail.ru*

Received 09.04.2018

Abstract. We investigated how gender lenses (androcentrism and polarization) conceptualized by S. Bem display themselves in perception of gender-neutral images by Russian participants ($N = 302$, 218 female, age 17–57) with various characteristics of gender structure and stereotypes. The procedure included experimental and diagnostic stages. During the first stage, 12 black-and-white pictures of an animal (a cat) in neutral/masculine/feminine contexts were shown. Russian version of the Male Attitude Norms Inventory (Kletsina I., Ioffe E.), Sexism Structure Inventory (Zizevskaia E., Shchukina M.), Masculinity, Femininity and Gender Type of Personality Inventory (Lopuhova O.) were used in the diagnostic stage. It was found that in 97% cases the image of the animal was constructed as having a particular sex. The animal was seen as a male cat more often (7.3 times more when counting each act of perception and 8.8 times when analyzing perception of each individual), which indicates the presence of lens of androcentrism in perception of gender-neutral images. Sex, gender structure and age of participants didn’t have an influence on constructing gender of the animal. Lens of polarization was activated in 10% of participants and it displayed itself through the influence of gender-stereotyped context on perception, while the stimuli “baby carriage” and “embroidering” made participants perceive the animal as female more often. When the first stimulus was a feminine-stereotyped one, it influenced only male participants. Activation of lens of polarization was correlated with accepting the conventional norms of masculinity and sexism, and was not correlated with sex, age and gender structure.

Keywords: perception, sex, gender, lenses of gender, lens of androcentrism, lens of polarization, gender-neutral image.

REFERENCE

1. *Bem S.L.* Linzy gendera. Transformacija vzgljadov na problemu neravenstva polov, Moscow: Rossijskaja politicheskaja jenciklopedija (ROSSPJEN), 2004. (in Russian)
2. *Bruner D.* Psihologija poznanija. Za predelami neposredstvennoj informacii. Moscow: Progress, 1977. (in Russian)
3. *Vekker L.M.* Psihika i real'nost': edinaja teorija psihicheskikh processov. Moscow: Smysl, 1998. (in Russian)
4. *Kaneman D.* Dumaj medlenno... Reshaj bystro. Moscow: AST, 2017. (in Russian)
5. *Kelli D.* Teorija lichnosti. Teorija lichnyh konstruktov. St. Petersburg: Rech', 2000. (in Russian)
6. *Klecina I.S., Joffe E.V.* Rezul'taty pervichnogo jetapa adaptacii rossijskogo analoga oprosnika "Muzhskie normativnye ustanovki" // Psihologicheskie issledovanija. 2013. T. 6. № 32. P. 6–19. (in Russian)
7. *Lopuhova O.G.* Oprosnik "Maskulinnost', feminnost' i gendernyj tip lichnosti" (rossijskij analog Bem Sex Role Inventory) // Voprosy psihologii. 2013. № 1. P. 147–154. (in Russian)
8. Chastoty slovoform i slovosochetanj: slovoformy. Nacional'nyj korpus russkogo jazyka. URL: <http://ruscorpora.ru/corpora-freq.html> (data obrashhenija: 15.02.2019). (in Russian)
9. *Shhukina M.A., Zizevskaja E.S.* Razrabotka metodiki psihologicheskoi diagnostiki struktury seksizma // Fundamental'nye i prikladnye issledovanija sovremennoj psihologii: rezul'taty i perspektivy razvitija / Ed. A.L. Zhuravl'jov, V.A. Kol'cova. Moscow: Izd-vo "Institut psihologii RAN", 2017. P. 888–896. (in Russian)
10. *Arthur A.G., White H.* Children's Assignment of Gender to Animal Characters in Pictures // The Journal of Genetic Psychology. 1996. V. 157. № 3. P. 297–301.
11. *Bailey A.H., LaFrance M.* Anonymously male: Social media avatar icons are implicitly male and resistant to change // Cyberpsychology. 2016. V. 10. № 4. Art. 8.
12. *Bem S.L.* Gender schema theory: a cognitive account of sex typing // Psychological Review. 1981. V. 88. № 4. P. 354–364.
13. *Bem S.L.* The BSRI and gender schema theory: a reply to Spence and Helmreich // Psychological Review. 1981. V. 88. № 4. P. 369–371.
14. *Bem S.L.* The measurement of psychological androgyny // Journal of Consulting and Clinical Psychology. 1974. V. 42. № 2. P. 155–162.
15. *Bem S.L., Bem D.J.* Does Sex-biased Job Advertising "Aid and Abet" Sex Discrimination? // Journal of Applied Social Psychology. 1973. V. 3. № 1. P. 6–18.
16. *Butler J.* Undoing Gender. Routledge. 2004.
17. *Cox W.T.L., Abramson L.Y., Devine P.G., Hollon S.D.* Stereotypes, Prejudice, and Depression: The Integrated Perspective // Perspectives on Psychological Science. 2012. V. 7. № 5. P. 427–449.
18. *DeLoache J.S., Cassidy D.J., Carpenter C.J.* The three bears are all boys: Mothers' gender labeling of neutral picture book characters // Sex Roles. 1987. V. 17. № 3–4. P. 163–178.
19. *Gastil J.* Generic pronouns and sexist language: The oxy-moronic character of masculine generics // Sex Roles. 1990. V. 23. № 11–12. P. 629–643.
20. *Hamilton M.C.* Masculine Bias in the Attribution of Personhood: People = Male, Male = People // Psychology of Women Quarterly. 1991. V. 15. № 3. P. 393–402.
21. *Hamilton M.C.* Using masculine generics: Does generic he increase male bias in the user's imagery? // Sex Roles. 1988. V. 19. № 11–12. P. 785–799.
22. *Hardin C., Banaji M.R.* The Influence of Language on Thought // Social Cognition. 1993. V. 11. № 3. P. 277–308.
23. *Harrison L.* Cro-Magnon Woman-In Eclipse // Science Teacher. 1975. V. 42. № 4. P. 8–11.
24. *Howell D.C.* Statistical methods for psychology. 7th ed. Belmont: Wadsworth, 2010.
25. *Karniol R., Reichman S., Fund L.* Children's Gender Orientation and Perceptions of Female, Male, and Gender-Ambiguous Animal Characters // Sex Roles. 2000. V. 43. № 5–6. P. 377–393.
26. *Khosroshahi F.* Penguins don't care, but women do: A social identity analysis of a Whorfian problem // Language in Society. 1989. V. 18. № 4. P. 505–525.
27. *Lambdin J., Greer K., Jibotian K., Wood K., Hamilton M.S.* The Animal = Male Hypothesis: Children's and Adults' Beliefs About the Sex of Non-Sex-Specific Stuffed Animals // Sex Roles. 2003. V. 48. № 11–12. P. 471–482.
28. *Lund A., Lund M.* Laerd Statistics // Statistical tutorials and software guides URL: <https://statistics.laerd.com/> (data obrashhenija: 19.02.2018).
29. *Luyt R.* The Male Attitude Norms Inventory-II: A measure of masculinity ideology in South Africa // Men and Masculinities. 2005. V. 8. № 2. P. 208–229.
30. *MacKay D.G., Fulkerson D.C.* On the comprehension and production of pronouns // Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior. 1979. V. 18. № 6. P. 661–673.
31. *Martyna W.* Beyond the "He/Man" Approach: The Case for Nonsexist Language // Signs: Journal of Women in Culture and Society. 1980. V. 5. № 3. P. 482–493.
32. *Martyna W.* What Does 'He' Mean? // Journal of Communication. 1978. V. 28. № 1. P. 131–138.
33. *Merritt R.D., Kok C.J.* Attribution of gender to a gender-unspecified individual: An evaluation of the people = male hypothesis // Sex Roles. 1995. V. 33. № 3–4. P. 145–157.

34. *Miller M.M., James L.E.* Is the generic pronoun he still comprehended as excluding women? // *American Journal of Psychology*. 2009. V. 122. № 4. P. 483–496.
35. *Moulton J., Robinson G.M., Elias C.* Sex bias in language use: “Neutral” pronouns that aren’t // *American Psychologist*. 1978. V. 33. № 11. P. 1032–1036.
36. *Nass C., Moon Y., Green N.* Are Machines Gender Neutral? Gender-Stereotypic Responses to Computers With Voices // *Journal of Applied Social Psychology*. 1997. V. 27. № 10. P. 864–876.
37. *Posard M.N.* Status processes in human-computer interactions: Does gender matter? // *Computers in Human Behavior*. 2014. V. 37. P. 189–195.
38. *Prentice D.A.* Do Language Reforms Change Our Way of Thinking? // *Journal of Language and Social Psychology*. 1994. V. 13. № 1. P. 3–19.
39. *Ritchie M.E.* Alice Through the Statutes // *McGill Law Journal*. 1975. V. 21. P. 685–707.
40. *Schneider J.W., Hacker S.L.* Sex role imagery and use of the generic “man” in introductory texts: A case in the sociology of sociology // *American Sociologist*. 1973. V. 8. № 1. P. 12–18.
41. *Silveira J.* Generic masculine words and thinking // *Women’s Studies International Quarterly*. 1980. V. 3. № 2–3. P. 165–178.
42. *Spence J.T.* Gender-related traits and gender ideology: evidence for a multifactorial theory // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1993. V. 64. № 6. P. 624–635.
43. *Spence J.T., Helmreich R.L.* Androgyny versus gender schema: a comment on Bem’s gender schema theory // *Psychological Review*. 1981. V. 88. № 4. P. 365–368.
44. *Starr C.R., Zurbriggen E.L.* Sandra Bem’s Gender Schema Theory After 34 Years: A Review of its Reach and Impact // *Sex Roles*. 2017. V. 76. № 9–10. P. 566–578.
45. *Stout J.G., Dasgupta N.* When he doesn’t mean you: Gender-exclusive language as ostracism // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2011. V. 37. № 6. P. 757–769.
46. *Van Fleet D.D., Atwater L.* Gender Neutral Names: Don’t Be So Sure! // *Sex Roles*. 1997. V. 37. № 1–2. P. 111–123.
47. *West C., Fenstermaker S.* Doing difference // *Gender and Society*. 1995. V. 9. № 1. P. 8–37.
48. *West C., Zimmerman D.H.* Doing Gender // *Gender and Society*. 1987. V. 1. № 2. P. 125–151.
49. Yale University Press. The lenses of gender [webpage]. URL: <http://yalepress.yale.edu/book.asp?isbn=9780300061635> (data obrashhenija: 15.02.2019).
50. *Zizevskaia E., Shchukina M.* Gender schemas in perception of gender-neutral images // *Psychology in Russia: State of the Art*. 2018. V. 11. № 1. P. 151–163.