

Anna Titkow

SPOŁECZNA I KULTUROWA TOŻSAMOŚĆ KOBIEC

OPIS PROJEKTU BADAWCZEGO

PODSTAWOWE PYTANIE BADAWCZE. CELE BADANIA.

Podstawowe pytanie badawcze aktualnie realizowanego w ramach przyznanego przez KBN grantu brzmi: kim są współczesne polskie kobiety? Jest to pytanie o tożsamość — o społecznie i kulturowo ukształtowaną strukturę ich odczuć, wartości, przedstawień (reprezentacji) odnoszących się do nich samych.

Pytaniu o tożsamość kobiet towarzyszy tym samym pytanie o charakter wkładu samych kobiet w dotychczasowy kształt własnego statusu i zasady kontraktu społeczno-kulturowego określającego miejsce, możliwości i warunki funkcjonowania polskich kobiet w społeczeństwie.

Odpowiedzi na powyższe pytania będziemy szukać realizując następujące cele badawcze:

1. Określając stopień, w jakim koncepcja własnej osoby pozostaje pod wpływem kulturowych i społecznych definicji kobiecości i męskości.
2. Określając stopień, w jakim kulturowo zdeterminowana płęć jest cechą organizującą tożsamość kobiet (i mężczyzn).
3. Weryfikując zasadność interpretacji statusu i funkcjonowania polskich kobiet w kategoriach m e n e d ż e r s k i e g o m a t r i a r c h a t u — wytworu historii, katolicyzmu, komunizmu (i warunków życia w nim).
4. Określając rolę pochodzenia i położenia społecznego w budowaniu tożsamości.
5. Weryfikując istniejące stereotypy na temat kobiet i mężczyzn i ich wzajemnych relacji.

Do procesu realizacji tych celów wykorzystane zostaną założenia teoretyczne opracowane przez Sandrę L. Bem¹ dla jej Sex-Role Inventory. Przyjmuje się w nich, że poprzez identyfikację z tradycyjnym, kulturowym określeniem męskości i kobiecości można określić poziom męskości i kobiecości w indywidualnej koncepcji własnej osoby.

Badanie empiryczne przewidziane w projekcie jest kwestionariuszowym badaniem socjologicznym przeprowadzonym na 1000-osobowej reprezentacyjnej próbie ludności Polski w wieku 18-65 lat.

¹ S.L. Bem, *The Measurement of Psychological Androgyny*, „Journal of Consulting & Clinical Psychology”, 1974, no.42.

PRZESŁANKI REALIZOWANEGO BADANIA

W Polsce — podobnie jak w innych krajach — społeczny status kobiet i mężczyzn jest niejednakowy. Wiedza o czynnikach odpowiedzialnych za te różnice jest ograniczona. Nie mamy również wystarczającej wiedzy o tym, jakie rozgrywające się w sferze świadomości zjawiska temu towarzyszą. Polskie socjologiczne badania nad kobietami ograniczają się do opisu pełnionych przez nie ról społecznych oraz opinii na temat oczekiwań i stereotypów społecznych z tym związanych. Nie wiadomo kim są polskie kobiety w sensie psychologiczno-kulturowym. Nie wiadomo kim chciałyby i chcą być, jak widzą swoje miejsce i rolę we współczesnym społeczeństwie, jak oceniają swoje dotychczasowe życie, jakie są ich potrzeby i wzory sukcesu życiowego, strategie przyjmowane w życiu codziennym, preferowane — z punktu widzenia równości kobiet i mężczyzn — sposoby wychowywania dzieci. Nie wiemy, czy w świadomości ogółu polskich kobiet w ogóle pojawiają się powyższe problemy i czy polskie kobiety potrafią i chcą o nich rozmawiać.

Charakter tej niewiedzy jest tym bardziej drastyczny, że aktualnie polskie społeczeństwo uczestniczy w procesie tworzenia nowego ładu polityczno-gospodarczego. W jego ramach powstają nowe zasady kontraktu społeczno-kulturowego określającego miejsce, możliwości i warunki funkcjonowania polskich kobiet w społeczeństwie.

Przebieg trwających w Polsce od siedmiu lat systemowych zmian polityczno-ekonomicznych prowokuje i zobowiązuje do przeprowadzenia badania nad społeczną i kulturową tożsamością polskich kobiet. Charakterystyczne dla tych zmian tendencje do redukcji społecznego funkcjonowania kobiet do ról społecznych określonych płcią, towarzysząca temu zjawisku bierność samych kobiet, z jednej strony, z drugiej zaś pojawienie się pozarządowych organizacji kobiecych, załączków ruchu kobiecego i nowych możliwości udziału w życiu społecznym i publicznym nakładają się bowiem na efekty współdziałania historycznych i kulturowych tradycji, relatywnie długiego okresu (od 1918 r.) prawnych gwarancji równouprawnienia kobiet oraz charakteru zmian społeczno-ekonomicznych, które miały miejsce po II wojnie światowej.

Wydaje się, że właśnie współdziałanie historycznej i kulturowej tradycji dzięki której kobieta w Polsce uzyskała wysoki prestiż w rodzinie i społeczeństwie, długiego okresu prawnych gwarancji równouprawnienia płci oraz charakter przemian społeczno-ekonomicznych po II wojnie światowej (w tym wzrost poziomu wykształcenia kobiet, masowe wejście na rynek pracy, uzyskanie związanych z macierzyństwem świadczeń socjalnych) i wyniesione z nich doświadczenia wytworzyły u polskich kobiet specyficzną dla naszych warunków feministyczną świadomość. Stawianie takiej hipotezy jest uzasadnione wówczas, jeżeli przez istotę feminizmu rozumiemy fakt poświęcania uwagi szczególnemu typowi konfliktu, który występuje między potrzebą po prostu bycia kobietą a potrzebą posiadania i budowania tożsamości nie zdeterminowanej wyłącznie płcią.

Perspektywą teoretyczną integrującą poruszane dotąd wątki i tym samym pozwalającą zrealizować cele badania nad tożsamością polskich kobiet jest podejście charakterystyczne dla *gender studies*. Ten angielski termin, nie mający odpowiednika w języku polskim, ujmuje zjawisko tych różnic i podobieństw między mężczyznami i kobietami, które są wytworem życia społecznego. Oznacza to, iż

prezentuję pogląd, iż rzeczywiste poznanie tożsamości polskich kobiet jest możliwe tylko wówczas, kiedy potrzeby, role, aspiracje, dyspozycje polskich kobiet będą analizowane w szerszym kontekście społecznym i kulturowym, a więc przede wszystkim w ich relacji do ról, statusu, poglądów i dyspozycji mężczyzn.

Zgodnie z powyższymi przesłankami projektowane badanie będzie realizowane na reprezentacyjnej próbie dorosłej ludności Polski — na próbie kobiet i mężczyzn.

PRZYJĘTA STRATEGIA BADAWCZA

Badanie pilotażowe do przedstawionego tutaj projektu zostało przeprowadzone w 1994 r., w ramach grantu nr 92-20288, przyznanego kierownikowi Projektu „Społeczna i kulturowa tożsamość polskich kobiet” przez MacArthur Foundation na realizację badania pilotażowego „Gender Identity of Polish Women”. Badanie pilotażowe zostało zrealizowane przez specjalizującą się w tego typu badaniach łódzką, socjologiczną agencję badawczą SURVEY.

Założenia przyjęte w pilotażu były odzwierciedleniem nie tylko ogólnych reguł prowadzenia tego typu badań, ale były podporządkowane tematycznej specyfice kwestionariusza oraz swoistości celów jakie postawiłam przed pilotażem. Dla sposobu przeprowadzenia pilotażu nie było obojętne, że kwestionariusz jest osadzony w ramach koncepcji kulturowo determinowanej Kobiecości i Męskości i tym samym dotyczy trudnych, bo nie zawsze uświadamianych, problemów, że dotyczy — szczególnie intymnych w naszej kulturze — sfer życia, ani to wreszcie, że pewne części kwestionariusza mają charakter czysto psychologiczny, testowy.

Zrealizowanie zadań stawianych przed pilotażem wykluczało jego wąskie pojmowanie, jako badania sprowadzającego wyłącznie procedurę oraz narzędzia badawcze. Trzeba było przyjąć poszerzoną formułę pilotażu. Dzięki niej można było zrealizować dwa cele:

1. Cel diagnostyczny związany z eksploracją pola badań, pogłębiającą i poszerzającą wiedzę o badanych zjawiskach oraz wstępną weryfikacją hipotez badawczych.

2. Cel metodologiczny wynikający z potrzeby sprawdzenia poprawności techniki wywiadu, wymagającej użycia kwestionariusza podstawowego wraz z modułami ankiety wypełnianej przez respondentów.

Aby zrealizować oba cele w sposób harmonijny i rzetelny zrealizowano specjalne programy pilotażowe.

Dzięki badaniu pilotażowemu uzyskałam pozytywną odpowiedź na podstawowe pytanie, czy problem tożsamości kobiet może być badany przy pomocy wywiadu kwestionariuszowego na reprezentacyjnej próbie dorosłej ludności Polski. Pozytywna odpowiedź nie była oczywista ze względu na typ zagadnień poruszonych w pilotażowym kwestionariuszu, sposób ich ujęcia oraz objętość kwestionariusza.

Uzyskałam również odpowiedź na ważne pytanie o sposób badania *gender identity* w Polsce. Przyjęte w pilotażu rozwiązanie, w którym zakłada się, że osią organizującą hipotezy badawcze, ułatwiającą „rekonstrukcję” kulturowo-społecznej tożsamości kobiet/mężczyzn jest zjawisko *psychologicznej*, definiowane przez stopień, w jakim koncepcja własnej osoby pozostaje pod wpły-

wem kulturowych definicji kobiecości i męskości, okazało się trafne i obiecujące ze względu na planowane badanie właściwe. W kwestionariuszu skorzystano z polskiej wersji Sex-Role Inventory opracowanej przez Alicję Kuczyńską w 1992 r.

Warto podkreślić, iż uzyskana w pilotażu wysoka proporcja nieokreślonych seksualnie (według kryterium kulturowo określonej płci) mężczyzn, przy stosunkowo niskiej proporcji męskich mężczyzn i wysokiej kobiecych kobiet wskazuje, iż w planowanym badaniu właściwym warto weryfikować hipotezę o istnieniu post-komunistycznego, menedżerskiego matriarchatu.

CHARAKTER HIPOTEZ. TYPY ZMIENNYCH

Kim są, kim chcą być, kim będą polskie kobiety? Można na ten temat sformułować szereg hipotez, odwołujących się do wcześniej przedstawionych przesłanek podkreślających eksploracyjny charakter badania nad tożsamością polskich kobiet. Z punktu widzenia strategii badawczej rozsądne wydaje się formułowanie hipotez o słabym momencie „asercji”, a więc zarówno tych, które mają kształt pytań, jak i tych nie ograniczających możliwości weryfikowania w trakcie realizacji badania hipotez alternatywnych.

Ta charakterystyka nie obejmuje bloku ponad dwudziestu szczegółowych hipotez, których osią organizacyjną jest stopień, w jakim koncepcja własnej osoby pozostaje pod wpływem kulturowych definicji Kobiecości i Męskości.

W prezentowanym projekcie szczególną rolę odgrywają zmienne o charakterze psychologiczno-społecznym. W przeciwieństwie do większości badań socjologicznych, w których pełnią one na ogół funkcje zmiennych pośredniczących, w tym projekcie są one integralnym elementem „odtworzonej” tożsamości polskich kobiet.

Podstawowe bloki zmiennych uwzględnione w projekcie i składające się na zawartość pilotażowego kwestionariusza są następujące:

Zespół zmiennych psychologiczno-społecznych: inwentarz Płci Psychologicznej, lęk przed sukcesem, sposoby radzenia sobie ze stresem, charakter samooceny, lokalizacja ośrodka kontroli, poziom lęku, poczucia winy, dominacji.

Podstawowe identyfikacje kobiet i mężczyzn.

Opinie kobiet i mężczyzn dotyczące ich pozycji w społeczeństwie, kariery życiowej, przeciążenia rolami, wizji własnego życia.

Ocena i poglądy na temat aktualnej sytuacji kobiet w Polsce i zajmowanej przez nie pozycji.

Stosunek do edukacji seksualnej, życia seksualnego przed ślubem, przerywania ciąży i jego prawnych ograniczeń.

Zespół zmiennych kulturowych: system wartości, wartość Dziecka, wartość Partnera, preferowane modele życia i małżeństwo, preferowane style wychowania dzieci, w tym wymiar „równości płci”, wzory osobowe kobiet i mężczyzn.

Zmienne opisujące poziom satysfakcji związanych z życiem rodzinnym, osobistym, zawodowym.

Relacje między mężczyznami i kobietami: opinie, opis własnych doświadczeń i stosowanych strategii,

Zmienne opisujące pozycję zajmowaną w strukturze społecznej: poziom wykształcenia, miejsce na rynku pracy, przebieg kariery zawodowej, sytuacja materialna, informacja o miejscu w strukturze społecznej zajmowanej przez rodziców osób badanych.

Ponieważ niektóre z powyższych zmiennych — przede wszystkim z bloku „zmiennych kulturowych”, były już stosowane wcześniej w badaniach na próbach reprezentacyjnej (niektóre już w 1979 r.) istnieje możliwość dokonania analizy dynamiki niektórych nastawień i preferencji polskich kobiet i mężczyzn.

KORZYŚCI POZNAWCZE I PRAKTYCZNE

Zrealizowanie projektu pozwoli zrekonstruować kulturową i społeczną tożsamość polskich kobiet (i mężczyzn). Poszerzy w ten sposób nasze możliwości wyjaśniania i interpretowania zjawiska odtwarzania się społecznych nierówności między mężczyznami i kobietami i udziału w tym procesie samych kobiet.

Taka „fotografia” wydaje się niezbędna szczególnie teraz, kiedy społeczeństwo jest podmiotem i przedmiotem radykalnych zmian ekonomiczno-społecznych. Wiedza o strukturze/strukturach odczuć, nastawień, motywacji, wartości, przedstawień na własny temat kobiet (i mężczyzn) ma również walor praktyczny. Może zostać wykorzystana przez gremia podejmujące ważne decyzje w dziedzinie oświaty, zatrudnienia, systemu świadczeń i zabezpieczeń socjalnych. Mamy także nadzieję, że uzyskany materiał ułatwi kobietom budowanie świadomości interesu grupowego i będzie użyteczny w procesie rozwijania ich samoświadomości.

W związku z tym przewidujemy wykorzystanie wyników zarówno w publikacjach naukowych (w tym książka), jak i popularnych artykułach.