ISSN 2786-7242 (Print), ISSN 2786-7250 (Online)

УДК (1+3):(305+330.14)
DOI https://doi.org/https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.4.20

Діденко Лариса Віталіївна,
кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри філософії гуманітарних наук
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
orcid.org/0000-0003-1734-0055
didenkolarysa@gmail.com

ФІЛОСОФСЬКА ПРИЗМА ГЕНДЕР(ОВА)НОГО КАПІТАЛУ: ВІД СОЦІО(С)КОНСТРУЙОВАНИХ ПОВЕДІНКОВОСТЕЙ ДО ІНДИВІДУАЛЬНИХ ФОРМ ЗИСКОВОСТІ

Авторський аналітичний стиль викладу поєднує академічне аргументування з філософською рефлексією щодо мультивекторного розгляду гендер(ова)ного капіталу як комплексу соціогенних поведінкових патернів, що конкретизовані через фемінну та маскулінну форми.

Гендер постає характеристикою прирощуваної вигодовості – капіталізування, у якому фемінність та маскулінність – це інструменти мультивекторного агент-управління в соціосегментах. Завдяки гендер(ова)ному капіталу: 1) наголошують на антропоодиницевих особливостях, які через прийнятні поведінкові патерни фемінності або маскулінності можуть бути поліспектрово зисковими як для кожної антропоодиниці зокрема, так і для спільноти / соціосегмента / суспільства загалом; 2) усередині соціосегментів відбувається переорієнтування від класичної необхідності накопичування та примноження фемінних та/або маскулінних характеристик до оптимованого регламентування їх стратегійної застосовності через взаємоповагу до інакшості, широку інклюзивність, відмову від стереотипізування та вибіркових ситуативних обмежень; 3) його фемінна та маскулінна форми антропоодиниця отримують ефективний інструмент посилення власної антропності в приватній та професійній площинах; 4) залежно від способу його використання / застосування уможливлені зменшення / збільшення гендерних розривів та/або гендерної нерівності, що посилюватиме чи послаблюватиме негативний вплив на якість життя антропоодиниці та її життєві шанси.

Наголос XXI ст. на капіталі – людському загалом та тілесному зокрема – здійснюваний через антропоодиницю, яку метафорично «занурюють» у маркетингові тренди. Гендер(ова)ний капітал постає не просто «актуалізованим конструктом» завдяки фемінним студіям, а ядром проблем і утруднень сьогодення – з фемінного та маскулінного боків – через вибіркові – фіксовані переважно у фахових просторах – соціосегментні зміщення, на основі яких формовані гендерні розриви й гендерні розломи, а також посилювана / поглиблювана нерівність. Гендерна маскулінність виявляється крихкою і нестабільно конфігурованою конструкцією, тоді як гендерна фемінність постає домінувальною завдяки своїй ситуативній гнучкості, яку можливо підсилити через «стратегійне маскулінізування» і перезібрати. Антропозисковість гендерного капіталу – у фемінній і маскулінній формах – має базуватися не на соціогенно шаблонізованій поведінковості, що здебільшого обмежуватиме антропоодиниці, а на комунікативності як просторі оновлюваного фемінно-маскулінного співдоповнювання.

Ключові слова: гендер, гендерне онулення, гендерний капітал, гендерний розлом, гендерний розрив, гендерований капітал, гендер(ова)ний капітал, гендерування, дівчинка/дівчина/жінка, капітал, комунікація, людина / антропоодиниця, людський капітал, маскулінність, нерівність, нульовий гендер, поведінкові патерни, поведінковість, ресурс, соціосегмент, спільнота, суспільство, тілесність, тілесний капітал, тіло, фемінність, хлопчик / хлопець / чоловік.

© Діденко Л. В, 2025
Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

Didenko Larysa,
Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Philosophy of Humanities
Taras Shevchenko National University of Kyiv
orcid.org/0000-0003-1734-0055
didenkolarysa@gmail.com

THE PHILOSOPHICAL PRISM OF GENDER(ED) CAPITAL: FROM SOCIO(CON)STRUCTED BEHAVIOURAL PATTERNS TO INDIVIDUALLY PROFITABLE FORMS

The research is written in the author's analytical style, combining academic argumentation with philosophical reflection on a multivectoral consideration of gender(ed) capital as a complex of sociogenically determined behavioural patterns, expressed through feminine and masculine forms.

Gender is taken as a characteristic of accrued profitability or capitalisation, where femininity and masculinity serve as instruments of agent-based governance within sociosegments. Accordingly, gender(ed) capital: 1) emphasises anthopofeatures that, through socially acceptable behavioural patterns – whether feminine or masculine, may be profitable for each human being as well as for the community/sociosegment/society; 2) reflects a reorientation within sociosegments – a shift from the classical imperative to accumulate and multiply feminine and/or masculine traits toward the optimised regulation of their applicability, grounded in mutual respect for difference, broad inclusivity, rejection of stereotyping, and the avoidance of selective situational constraints; 3) in both its feminine and masculine forms, becomes an effective means for the human being to enhance their anthropness, in both private and professional domains; 4) depending on its application mode, may lead to either a reduction or intensification of gender gaps and/or gender inequality, thereby either mitigating or amplifying the negative impact on human beings' life quality and life chances.

In the 21st century, emphasis on capital is increasingly realised through the human being – namely, human capital in general and bodily capital in particular – who is metaphorically 'immersed' in marketing trends. Gender(ed) capital is not merely an 'actualised construct' introduced by feminist studies; it lies at the core of present-day challenges – from both feminine and masculine perspectives – driven by selective sociosegmental shifts, especially in the professional field, which underpin the emergence of gender gaps and gender divides, thereby exacerbating inequality. Gender-masculinity reveals itself as a fragile and unstable construct, whereas gender-femininity emerges as dominant due to its situational flexibility – that may be further reinforced by 'strategic masculinisation' and subsequent reassembling. The anthropoprofitability of gender capital – in both its feminine and masculine forms – should not be grounded in sociogenically standardised behavioural patterns, which tend to constrain human beings, but rather in communicativity – a space for the continuous renewal of feminine and masculine complementarity.

Key words: behaviour, behavioural patterns, bodily capital, body, boy/young man/man, capital, communication, community, corporeality, femininity, gender, gender capital, gender divide, gender gap, gender nullification, gendered capital, gender(ed) capital, gendering, girl/young woman/woman, human being, human capital, inequality, masculinity, resource, society, sociosegment, zero gender.

Зауваги: *1) пунктуаційна* – покликання на цитовані / використані джерела марковані через (...), у перекладених фрагментах через […] зазначені необхідні смислові додавання, а через [=«...»] відтворені оригінальні слова з авторського тексту; *2) антропонімна* – усі імена та прізвища транслітеровані за фонетичним підходом; *3) перекладацька* – цитовані частини з іншомовних джерел наведені у моїх авторських формулюваннях, що можуть не збігатися з «офіційними»; *4) джерельна* – більшу частину теорезису становлять авторські дослідження періоду від 1979 р. до 2022 р., що можуть вважатися несучасними, однак результати та наслідки соціосегментного розгортання будь-якого конструкту та/або феномену потребують мінімально 20-річного темпорального відтинку; *5) соціовідповідальна* – я свідомо послуговуюсь «різкими мововконструктами» виключно для підсилення уваги до деяких прихованих аспектів розуміння гендеру, проте це не є свідченням мого авторського тенденційного бачення, це радше спосіб виявляння й наголошування завуальованих моментів, що залишаються досі невидимими для колег із галузевого простору суспільних наук; *6) дослідницько-обмежувальна* – пропонований текст презентує формоване в контексті класичних

підходів відгалуджуваних від ідей та напрацювань П'єра Бурд'йо та фемінних / маскулінних студій, авторське бачення, яке, цілком імовірно, змінить дослідницький вектор (між)дисциплінарного розгляду та/або уможливить необхідні трансформування в праксисі; *7) присвячувальна* – тим Чоловікам, хто повернув мені мене; *8) завдячувальна* – рецензентам за конструктивні поради, що посприяли поліпшенню сприйняття й розуміння тексту.

Актуалізування дослідження зумовлене й сучасним активним капіталізуванням усього, оскільки все має поставати зисково-прибутковим, особливо викривленими субординативностями в професійних соціосегментах, тобто йдеться про соціосегментну нерівність. Сама антропоодиниця постає не тільки «безликою виконавицею», яку заздалегідь – з дитинства – віддисциплінарували на запит спільноти / суспільства, але й цілком може проявлятися в усій своїй самобутності.

У контексті досліджень капіталу поняття «гендер» і, відповідно, поняття «гендер(ова)ний капітал» є невід'ємним формувальним видокомпонентом, оскільки гендерний капітал постає видом тілесного капіталу. Гендер все ще зводять до «поведінкових патернів», що формовані спільнотою / суспільством та мають виконуватися антропоодиницями відповідної статі. Проте насправді гендер – окрема система, у якій поведінковість постає тільки найелементарнішим складником.

Проблемоокреслення неможливо обмежити тільки декількома запитаннями або окремим дослідницьким вектором – це комплекс, основою якого є антропоодиниця. Кожен з нас – людський капітал, тобто потенційний ресурс, що може бути активований за потреби. Відразу виникає запитання: «Як можливо активувати людський капітал?». Або автоматично, або ми самі це робимо. Перше малоймовірно. А от друге тільки частково залежить від кожного з нас: фактичну потенційність кожної антропоодиниці виявляє не вона сама, радше це буде спільнота / соціосегмент / суспільство через своїх агентів. Так формований запит, який має задовольняти конкретна антропоодиниця через «свій функціонал», тобто наявні й поповнювані знаннєвість, навичковість, умілість.

Перше утруднення – незгода антропоодиниці з окресленими для неї умовами: до реалізування запиту, під час включення в нього й наприкінці – після отримання результатів та наслідків. Така антропоодиницева незгода проявлювана через структури свідомості та комунікативні акти. Однак це спричинюватиме появу другого утруднення: незгода соціоагентів на незгоду антропоодиниці презентована, як правило, через «заклики до сумління» та вмонтовування комплексу провини, що уможливить тілореагування антропоодиниці й подальше його закріплення на рівні поведінкового патерну.

Спершу не зовсім зрозуміло, як це пов'язано з гендером і гендерним капіталом. Утім, після виявляння зв'язку капіталу та гендерного капіталу багато моментів прояснюються: гендерний капітал постає видом тілесного капіталу, який є типом людського капіталу, що включений до структури капіталу як варіатив. Моя початкова дослідницька точка – тіло, на основі якого спільноти уможливлюють гендер. Але сучасність «забирає» в антропоодиниці право на її тіло через міріади маркетингових прийомів та/або алгоритмів.

Рівень розробляння проблеми є частковим: гендер досліджують у різних соціосегментах – соціологія, економічна соціологія, культурологія, фемінні студії, феміністська соціологія, гендер-студії, соціальна філософія, філософія тощо; натомість гендерний капітал здебільшого «тематично згадують» у зв'язку з нерівністю, аніж приділяють йому достатньо дослідницької уваги в міждисциплінарних розглядах.

Теорезис сформували чотири головні лінії – домінанти розгляду: ***1)*** *лінія капіталу*, ядром якої є ідеї Карла Маркса (Marx, 1890); ***2)*** *лінія соціопрактик* конкретизована через (а) необхідність коригування колективних соціоструктур і самої людини, яка постає вразливою та розгубленою, але водночас винахідливою та перетворювальною, внаслідок активного використання техніки (Gehlen, 2007); (б) ідею дисциплінування та конструкт «дисциплінарне суспільство» (Foucault, 1975); (в) поняття habitus / «габітус» (Bourdieu, 1979); (г) символічне насильство (Bourdieu, 1979); (ґ) ідею соціальної ієрархії (Bourdieu, 1998); (д) різноаспектність соціопроявляння гендеру (Fenstermaker & West, 2002); (е) домінування маскулінності як розгортальної в соціопрактиках форми символічної влади (Bourdieu, 1998); (є) відтворюваність гендеру

перформативно шляхом повторюваних дій та ритуалів (Butler, 1999); ***3)*** *лінія гендеру*, що охоплює (а) демаркування біологічної статі та гендеру як набору соціальних очікувань, проявлюваних через соціальні ролі (Oakley, 1985, с. 158–172); (б) нюансування гендеру через габітус і закріплений у соціальних структурах капітал (Bourdieu, 1998); через особливості функціонування в соціопросторі (Fenstermaker & West, 2002); через виключну роль владних структур щодо формування гендерних ідентичностей (Butler, 1999); через ідею соціального конструювання фемінності / маскулінності, шляхом перформативності як повторюваного і щораз виконуваного прояву в дії (Butler, 1999); через поняття перформативності, яке постає конфігурувальною мережею і зумовлює множинні траєкторії ідентичності (Butler, 1999; Butler, 2004); (в) розуміння маскулінності як символічного ресурсу та як домінувальної форми символічної влади, що контролювально проявлювана через ієрархію та соціальні практики, проте потребує постійного відтворення через тіло, мову, жести тощо (Bourdieu, 1998); через способи її проявляння в пізньому підлітковому та молодому віці (Kimmel, 2008); як аспектного розгляду чоловіків від соціальних теорій ієрархійності через культуро-локальні акцентування та соціосегментне залучення до хитких питань щодо тіл та я-ідентифікування (Kimmel, Hearn & Connell, 2005); як переліків суспільних очікувань щодо «правильної» поведінки хлопця / чоловіка, ієрархії маскулінностей та виокремлення концепту «гегемонна маскулінність» / hegemonic masculinity (Connell, 2005); (г) своєрідність фемінності як маргіналізованого ресурсу, що можливо капіталізувати тілесно, сексуально, репродуктивно, емоційно (Skeggs, 1997); не як об'єкта, а як сили, що зваблює, зупиняє символічну владу і розкладає маскулінний порядок (Baudrillard, 1980); ***4)*** *лінія нерівності*, яка поєднує в один контекст емоційну чутливість як політичну силу (Ahmed, 2004); виявляння вразливості й кризи гендерної ідентичності, що спричинені впливом соціальних норм (Butler, 2004); взаємовплив способів та форм соціального капіталу професійного середовища, культурного капіталу, гендерного капіталу, фемінності (Huppatz, 2012) з превалюванням маскулінності (Bourdieu, 1998; Connell, 2005), особливо при розгляді сімейних структур країн Азії (Agarwal, 1991) та азійського соціокультурного конструкту «шлюб за домовленістю» (Aguiar, 2018), що узалежнює гендер, шлюб та міграції (Palriwala & Uberoi, 2008), а також гендерні відмінності у соціальному капіталі (O'Neill & Gidengil, 2006), трансформувальні вектори в соціосегментах через залучання чоловіків та жінок у професійні сфери зайнятості (Huppatz, 2012) задля виокремлення блоково-компонентної структури гендеру (Risman, 2018), що посилює увагу до ресурсу.

Допоміжними конкретизуваннями кожної із чотирьох ліній поставатимуть відповідно: ***1)*** форми / види / типи капіталу – економічний, культурний, соціальний, символічний (Bourdieu, 1986; Bourdieu, 1979); тілесний (Wacquant, 1995); їх зв'язковість з гендером, фемінністю та маскулінністю, а також взаємозисковість двох останніх (Skeggs, 1997), що уможливлює виокремлення гендерного капіталу (McCall, 1992; Skeggs, 1997; Lovell, 2000; Bridges, 2009; Ross-Smith & Huppatz, 2010) та гендерованого капіталу (Kukkonen, 2022; Polomarkakis, 2022); ***2)*** поняття помежів'я / Grenzsituation (Jaspers, 1919; Jaspers, 1948) та поняття екзистенції (Sartre, 1966); ***3)*** поняття тіла як авторська філософія втіленого досвіду (Merleau-Ponty, 1945), а також його тлумачення в соціальній теорії (Shilling, 1993); ***4)*** комунікація та мовленнєві акти як форма дії та продукування соціальних значень (Austin, 1962; Searle, 1969), що доповнені акторно-мережевою теорією як аналітикою взаємодії антропних та неантропних агентів (Callon, Law & Rip, 1986; Latour, 2005).

Теоретико-практичні параметри наукової новизни зумовлені: 1) першорозглядом не тільки конструктів «гендерний капітал» та «гендерований капітал», а й міждисциплінарною та поліаспектною призмами їх розгортання; 2) формулюванням теми пропонованого дослідження, що спричинилося не через «необхідність підтримати трендову лінію фемінних студій», а через мій індивідуальний досвід і щодо фіксування гендерних розривів у приватній та професійній площинах, і щодо авторського життєсценаріювання; 3) структурою пропонованої розвідки, тобто пунктами розгляду теми; 4) необхідністю оновлення та збагачення україномовного філософського дискурсу мовоодиницями – «гендерний капітал», «гендерований капітал», «гендер(ова)

ний капітал», «гендерування», «гендерна ідентичність», «гендерне онулення», «фемінність», «гендерна фемінність», «маскулінність», «гендерна маскулінність», «нульовий гендер», «гендерне програмування», «гендерний розрив», «гендерна нерівність» тощо – та їх авторськими (роз)тлумаченнями.

Мета дослідження – мультивекторно схарактеризувати гендер(ова)ний капітал як комплекс соціо(с)конструйованих поведінкових патернів, що конкретизовані через фемінну та маскулінну форми. ***Дослідницькими завданнями*** постають: уточнити сутність понять / конструктів «гендер», «гендерування», «гендерна ідентичність», «фемінність», «маскулінність», «гендерна фемінність», «гендерна маскулінність», «гендерне програмування», «гендерний розрив», «гендерна нерівність», «капітал», «капіталізування»; визначити гендерний капітал через порівняння з гендерованим капіталом; схарактеризувати форми гендер(ова) ного капіталу – фемінну та маскулінну; окреслити зразки фемінності та маскулінності через сучасні образи; пояснити можливість узгодження фемінності та маскулінності через комунікацію; проаналізувати зв'язковість гендерного капіталу з формуванням гендерних розривів і гендерної нерівності.

Методологію пропонованої розвідки вибудовано на поєднанні *підходів* – галузевого та міждисциплінарного; *принципів* – історизму, цілісності, умовної об'єктивності, причинно-наслідковості, обґрунтованості, квадролексу; *якісних методів* – аналізувального, синтезувального, герменевтичного, структурного, праґматичного, феноменологічного, компаративного, розмірковувального, моделювального, квадролексного тощо.

Результати дослідження презентовані далі в тематичних пунктах та авторських тлумаченнях.

Термінонюанси щодо гендерного капіталу – його виникнення як феномену, понятєвого фіксування, контекстуальних значень, різноаспектності витлумачень – виникають і досі: вони вкорінені в намагання дівчат / жінок бути почутими та самореалізуватися в соціосегментах. Сучасна дівчина / жінка не бажає бути «пташкою в клітці» – традиційним зисковим «післяшлюбленим об'єктом» для власного чоловіка та його родини. Проте такий індивідуальний «дівчачий орієнтир» стати на один щабель із чоловіками має свої межі у вигляді її чітко окреслених прагматичних «ні»: щодо порушення власних переконань, переступання через моральні норми, вигинання принципів, нівелювання цінностей.

Поняття *гендерний капітал* постає завдяки напрацюванням П'єра Бурд'йо щодо форм капіталу (Bourdieu, 1986; Bourdieu, 1979), а його первинне осмислення й обґрунтування здійснено в межах феміністської соціології (McCall, 1992; Skeggs, 1997; Lovell, 2000; Ross-Smith & Huppatz, 2010).

Гендерний капітал досі отримує різні дефініції. Це не просто міжпоняттєва сума «гендеру» – психологічний та культурний термін для ілюстрування ідентичності у виконуваних соціальних ролях (Oakley, 1985, с. 158–172); «культурні смисли, які накладаються на статево означене тіло» (Butler, 1999, с. 10); соціально сконструйовані ролі, передбачені до презентування в поведінкових патернах – та «капіталу» – ресурсу, що створює (не)матеріальний зиск (Marx, 1890). Радше це поліпотоковість смислів і значень, соціально сформованих та усталених – у межах певної епохи або періоду – щодо вигодових форм фемінності або маскулінності. У конструкті «гендерний капітал» фіксують ресурси, пов'язані з утіленням, посиленням, демонструванням та використанням інвестованих у соціальні взаємодії фемінних – дівчачих, жіночих – або маскулінних – хлопчачих, чоловічих – рис для досягання окремої чи комплексної переваги, тобто статусу, визнання, доступу до влади, впливу, зисковості тощо.

Трістан Бріджес слушно зауважує: «Гендерний капітал набуває різного змісту для різних людей у різних сферах і в різні [історичні] періоди» (Bridges, 2009, с. 102). Через тези про тіла, які «… не є єдиним джерелом гендерного капіталу, але вони є важливим його джерелом» (Bridges, 2009, с. 92) і водночас постають «… невід'ємною частиною соціального конструювання гендеру» (Bridges, 2009, с. 92), він висновує: гендерний капітал / gender capital – «…це знання, ресурси та аспекти ідентичності, що наявні – і в певному контексті – забезпечують доступ до унормованих [=«regime-specific»] гендерних ідентичностей» (Bridges, 2009, с. 92). Для прикладу він наголошує: «У різних контекстах упевненість у собі може

високо цінуватися незалежно від того, чи асоціюється вона з маскулінністю, чи з фемінністю» (Bridges, 2009, с. 93), тобто «…гендерний капітал у певних аспектах може відрізнятися для чоловіків і жінок, а в інших – частково збігатися» (Bridges, 2009, с. 93).

Натомість Іїда Кукконен (Kukkonen, 2022) послуговується поняттям gendered capital зі значенням «капітал, що структурно організований через гендер», який коректніше перекладати «гендерований капітал». Вона розглядає «рух думки» колег-дослідників через зв'язок тіло – зовнішність – праця – зиск. Завдяки концепції емоційної праці (Hochschild, 2012) та поняттю «естетична праця» (Warhurst & Nickson, 2001; Nickson, Warhurst & Dutton, 2005; Warhurst & Nickson, 2020) підкреслює цільове залучення жінок – зокрема, у сферу послуг, індустрію краси, індустрію розваг – задля самореалізування – зі збереженням власної гідності – та зисковості, тобто збільшення прибутку компанії та/або зміни власного фінансового стану.

Тут варто зауважити аспекти відносин та наголосів, залучених до трудової діяльності суб'єктів, які можуть бути проявлювані в компаніях через потенційно прибуткові ролі працівників різного рівня з урахуванням їхнього гендеру (див.: O'Neill & Gidengil, 2006; Huppatz, 2012) – власник, керівник, речник, менеджер, розробник, виконавець, технічний працівник, невидимі працівники. Проте «розгортання» гендерного капіталу, тобто отримання дозволів або доступів, залежить від політики компанії, її стратегійних векторів та управлінських дій керівників різних рівнів. Інакше кажучи, саме на робочому місці антропоодиницю гендерують – приписують дівчині / жінці та/або хлопцю / чоловіку цінність виключно через їхній гендер, що в подальшому може зумовити судові позови через неспівмірне оцінювання їхніх внесків та/або гендероаспектне дискримінування: переважно постраждалими будуть жінки, завдяки яким вивищуються або зисковішають чоловіки (див.: Polomarkakis, 2022).

Необхідно розрізняти гендерний капітал та гендерований капітал. Поняття *гендерний капітал* – англ. gender capital – окреслює гендер як джерело капіталу. Інакше кажучи, як розвинуті та накопичені антропоодиницею індивідуальні ресурси – виховання, манера говорити, знання, навички, уміння, соціальний статус тощо – вона зисково реалізовує – застосовує відповідно до гендерних норм або гендерної ролі. Ідеться про персональний актив, який може приносити виграш / прибуток окремій антропоодиниці завдяки її гендеру: «ти можеш заробляти на своєму гендері як жінка або як чоловік». Важливим нюансом є автокерування: сама антропоодиниця через перформування гендеру (Butler, 1999), тобто ситуативне реалізування / презентування своєї автентичності через одяг, аксесуари, жести, тілорухи, голос, манеру реагування, емоційність тощо – визначає, як максимально зисково й безпечно його застос(ов)увати. Ідеться не тільки про монетарування, тобто отримання грошей, а й про насолоджування антропоодиниці виконуваними діями, фаховим визнанням іншими, усвідомленням своєї корисності для інших тощо.

А от через поняття *гендерований капітал* – англ. gendered capital – оцінюють зискову застосовність антропоодиниці в конкретному соціосегменті залежно від її гендеру. Інакше кажучи, агенти соціосегмента параметрують антропоодиницю як вартісну для компанії – тобто наскільки швидко можна отримати максимальний прибуток після її залучення – виключно через її гендер. Ідеться про приписуваний актив, який компанія окремого соціосегмента може вигинати в будь-який бік задля отримання надприбутку: «ти нічого не вартуєш, якщо гендерно не зацікавив нашу компанію; але ми співпрацюватимемо з тобою тільки якщо ти гратимеш за нашими правилами». Важливим нюансом є підтримування традиційних форм управління з маскулінним домінуванням (Bourdieu, 1998), натомість фемінність знову залишається підпорядкованою. І це є парадоксальним: з одного боку, дівчата / жінки виборюють собі право дорівнятися до хлопців / чоловіків через непрості освітні й кар'єрні траєкторії, але фактично знову залишаються тими самими «об'єктами» – «зисковими тілами». Це утруднення неможливо розв'язати через миттєво-емоційну формулу «хочу, щоб завдяки мені все змінилося!», оскільки воно складалось історично – маскулінність у спільнотах / соціосегментах / суспільстві закріплена як гегемонна (Bourdieu, 1998; Connell, 2005). У гендерованому капіталі йдеться про інституційований поділ капіталу за гендерними лініями: саме компанія визначає кого, коли і як необхідно

гендерно капіталізувати. Це своєрідна «гра на полюсах» завдяки гендеру: «чоловіча позиція», тобто фіксовані домінанти, протиставлена «жіночій компетенції», тобто допоміжним активуванням за необхідності.

Особливістю гендерного капіталу є його соціокультурна перезбиральність: він не тільки узалежнений епохою, географічним розташуванням, місцевими звичаями і традиціями, як це було в попередні історичні періоди, а й може бути результатом домінувальних масмедійних тенденцій, які фіксовані на першу чверть XXI ст.

Фемінність і маскулінність – це стандартовані спільнотою / суспільством або культуролокацією поведінкові моделі жіночості (Butler, 1999) і чоловічості (Connell, 2005) відповідно. У контексті гендерного капіталу вони функціонують як соціально схвалені шаблони, які антропоодиниця засвоює відповідно до первинних біологічних характеристик власного тіла – згідно з класичним дуалістичним підходом до статі. Засвоєння таких моделей відкриває ширший доступ до соціальних переваг. Ідеться про мультипараметральне узгодження фізичних характеристик, тобто тіла, суб'єктивного переживання та реагування, тобто тілесності, а також прийнятної в спільноті / суспільстві поведінкової моделі автопрезентування, тобто гендеру. Так формовані фемінна модель та маскулінна модель. Повна відповідність кожній – радше маркетинговий хід, проте часткове наближення – 70–80 % – є цілком досяжним через роботу з власною зовнішністю щодо: постави, голосу, міміки, жестів, манери говорити й слухати; використання візуальних кодів підсилення завдяки одягу, прикрасам, макіяжу, парфумам; свідоме відтворення гендерно маркованих характеристик в антропоінтеракціюванні тощо.

Розгляд *гендерного капіталу* доцільно здійснювати через концепт «ринку наречених» (див.: Bourdieu, 1998; Butler, 1999; Agarwal, 1991; Aguiar, 2018; Palriwala & Uberoi, 2008). В орієнтальних культурних контекстах – Індія, Китай, Південна Корея, Японія – показова фемінність або маскулінність молодих людей шлюбного віку постає першою сходинкою до їхнього позитивного сприймання родинами потенційних сватів. Після чого, зазвичай, відбувається зустріч обох родин, що передує укладанню усної міжродинної попередньої домовленості щодо шлюбу. У таких практиках ступінь відповідності нареченої гендерно культурним очікуванням щодо фемінності безпосередньо впливає на її привабливість як майбутньої невістки. З погляду сьогодення договірні шлюби, або шлюби за домовленістю (Aguiar, 2018; Palriwala & Uberoi, 2008; Agarwal, 1991) можуть витлумачуватися як дещо архаїчне, однак вони мають цілком прагматичне обґрунтування: від шлюбоукладення виграють обидві родини. Через дітей, тобто наречених, кожен родинний кластер отримує доступ до ресурсів – соціальних, економічних, а іноді й символічних – один іншого. Це формує своєрідну систему міжродинного обміну, у якій гендерний капітал є інструментом укладення угоди про взаємозбагачування. Ідеться не тільки про позитивноспектрові параметри потенційного шлюбу: репутація родини, виховання майбутньої доньки-невістки або сина-зятя, фінансова історія та її поточний стан, освітній рівень, особистісні риси тощо. Не менш важливими для остаточного рішення – згоди на ушлюблення – є й ризики, спричинювальниками яких можуть бути не тільки самі наречені, а й члени їхніх родин. Особливо остерігаються можливих проблем, пов'язаних із психоемоційною нестабільністю, соціальною маргіналізацією або токсичною поведінкою родичів, які із часом можуть порушити родинний баланс або завдати репутаційної шкоди.

Деталізуванню гендерної маскулінності на східних теренах приділяють набагато менше уваги, ніж гендерній фемінності, – через культуровкорінення ідеї зисковості чоловіка як члена родини. Хлопця / чоловіка розуміють: 1) інструментально – як ресурсозалучальника через майбутню невістку, яка зазвичай приносить із собою посаг чи соціальні вигоди; 2) гарантувально – як родопродовження, оскільки син не лише репродуктивно, а й номінативно утверджує лінію родини; 3) віддячувально – як опору для «першого кола», тобто для своїх батьків, сестер і братів, яким він зобов'язаний турботою і підтримкою; 4) економічно – як джерело майбутньої стабільності через успішну кар'єру, що частково приписувана зусиллям родини завдяки її інвестиціям, моральній підтримці, освітньому контролю. Добру освіту, здобуту сином, трактують подвійно: 1) як родинну

заслугу через створення відповідного середовища, встановлення високих стандартів, «м'яке підштовхування» – від англ. nudge – з боку старших; 2) як його власні реалізовані стратегійні дії, що в майбутньому можуть стати зисковими або навіть рятівними як для його нуклеарної сім'ї, так і для розширеної родини.

Домінувальною в гендерному капіталі є *фемінна форма*: дівчину / жінку шлюбного віку традиційно розглядали «первинною об'єктною цінністю» до XXI ст. – через її материнську функцію (Skeggs, 1997). Утім, у стрімкому ритмі сучасності попит на «фемінний функціонал» суттєво розширився: панна вже не бажає обмежувати себе «німецькою патріархальною формулою благочестивої жінки», яка має зосередити свою увагу тільки на «чотирьох К»: «Kirche, Küche, Kammer, Kinder» – з нім. «церква, кухня, подружні покої, діти». Вона формує самореалізувальні траєкторії нарівні з чоловіком і нерідко здатна його перевершити. У соціосегментах дівчина / жінка має особливий хист виявляти всі деталі будь-якої ситуації, а за найменшого натяку на конфлікт діє превентивно через «виключно жіночі особливості» – м'якість, уважність, чуйність і комунікативність. Материнська функція «заморожується» кар'єрою. У сучасному світі дедалі більше популяризують тренд бездітності, однак підтримують його далеко не всі жінки.

Зразки фемінності становлять не просто перелік, а мережу перехідних образів. Останні миттєво оновлювані залежно від потреб й умов простору перебування дівчини / жінки. Парадокс фемінних образів полягає в одночасній соціонакресленості, оскільки через назву-маркер задано тільки «основу образу», і можливості індивідуального – авторського – наповнювання через комбінування рис та характеристик. У цій логіці вирізняють чотири girlish-лінії – від англ. Girl / «дівчинка, дівчина»: 1) soft girl / «дівчинка-хмаринка» – концентрована безтурботність, що викликає тотальне замилування; її тіло виглядає ніжно-крихким, але прекрасним; 2) wild girl / «бунтівниця» – емоційно-хаотична в діях, завжди нестандартна в поглядах; її тіло постає відкритою площиною для експериментів; 3) hearth girl / «дівчина-затишок» – уважає дім автономною екосистемою, що функціонує майже без збоїв і дарує можливість відпочинку – відновлення; її тіло є частиною цього екопростору; 4) girlboss / «амбіційка» – керує, контролює, ухвалює; її тіло – це приватна територія, до якої можна наблизитися лише з її настроєвого дозволу. Цей перелік доповнюють ще два яскраві образи: 1) insta-diva / «інстадіва» – уособлення «показової досконалості» – здатна загламурити навіть сап'янові капці своєї прабабці або, навпаки, розгламурити брендовий піджак; її тіло – виплекана вітрина, якою вона пишається; 2) стратегиня-невидимка – розумниця та знавиця як життєвих ситуацій, так і галузевих нюансів; її тіло – загадка, яку вона розгадуватиме тільки з обраним. Єдиного фемінного образу не існує: він або розкладово-плинний – наприклад, зранку активована girlboss, яка до обіду переформатовувана в soft girl, а ввечері серед друзів-модельєрів з'являється як insta-diva; або ситуативно й компонентно перезбиральний – у професійній площині звичайна працівниця може на хвильку постати як girlboss у моментному рішеннєухваленні, а вже за мить іронічно продемонструвати милість soft girl. Ці несподівані переходи між фемінними образами часто стають для хлопців / чоловіків водночас і неочікуваними, і захопливими: дівчина / жінка для них завжди є новою у своїх проявах.

У XXI ст. для хлопців / чоловіків особливо актуальними постають: 1) комфортний простір для відновлення сил та надихання – передусім завдяки «візуальному доступу» до жіночої втіленої краси та «грі в спокусу», де виграшем для чоловіка постає чисте переживання через очікування як символічне переплетення тілорухів – жестів – натяків – енергій, що уможливлює перезапускання його чуттєвості й життєвих сил через уяву (Merleau-Ponty, 1945; Baudrillard, 1980); 2) знімання напруги – тілесної та емоційної – через інтимні практики, масаж, спільну активну гру або подорож, що забезпечує сенсорне розвантаження та набуття психоемоційної рівноваги; 3) обговорення фахових утруднень через тематичний багатоаспектний діалог з інакшим – немаскулінним – баченням та аргументуванням задля спільнотворення смислів і нових нетривіальних рішень (див.: Austin, 1962; Searle, 1969); 4) співналаштованість, яка і розуміється, і демонструється індивідуально тощо. Попри кар'єризм, як один із найголовніших векторів XXI ст., первинний маскулінний запит на візуальне споживання фемінного через

тілесний капітал поступово зміщується і трансформується в ширший, а подеколи й комплексніший людський капітал. Відповідно, фемінна форма гендерного капіталу каталізує справжність чоловіка: він стає настільки натхненний жінкою через тілесний, емоційний, вербальний та смисловий рівні близькості, що свідомо прагне бути кращим виключно для неї. Проте таке трансформування здійснюване виключно за умови співвідкритості та обопільної довіри. Через доступ до жіночого тіла чоловік отримує не тільки тілесне задоволення, а й додаткові соціальні бонуси: можливість продовжитися в нащадках і розширення спектра своїх (не) передбачених у соціосегментах ролей. Фемінний капітал, попри домінування дівочих / жіночих характеристик, є ситуативно гнучким: за потреби його можливо підсилити й перезібрати. У кризових ситуаціях автоматично активується стратегійне маскулінізування через жорстке самоокордонювання, оптимальні рішеннєприймання, цільове компетенційне саморозвивання та чітку відмову виконувати неприйнятне та/або надмірне. Це трапляється в разі нагальної потреби дівчини / жінки відстояти себе: зокрема, у просторах ієрархійних чоловічих спільнот / соціосегментів, де панує інтелектуально необтяжена авторитарність (Bourdieu, 1998; Connell, 2005; Huppatz, 2012).

Натомість *маскулінна форма* гендерного капіталу постає найслабшою – підпорядкованою і зовнішньо зумовленою, оскільки чоловік орієнтований на соціосегментне залучення: він щодня виборює своє місце у світі через кар'єру. Спільноти / соціосегменти / суспільство вимагають від нього постійної продуктивності. Водночас відновлення власних ресурсів – розслаблення – для нього є надто тривалим і залежним від сформованого виключно за його запитами безпекового простору. Головні функції маскулінності розмиваються під тиском зовнішніх очікувань: це змушує чоловіка штучно підтримувати власну «мужність» через показові авторитарні вербально-емоційні практики – тиск, залякування, контроль, зверхність, приниження тощо (Bourdieu, 1998; Connell, 2005). У своїй регулярності це поступово складається у мізогінію, що формує частину його поведінкових патернів.

Нині зразки маскулінності найяскравіше трансльовані креативними індустріями – насамперед через акторів, співаків, музикантів, перформерів та ін. Навіть виконувана сценарійована роль мачо – ісп. macho, англ. macho man – вже не зведена до «чистої негативності», тобто акцентування виключно агресивних – «природних» – характеристик чоловіка. Цей образ цілеспрямовано культурно пом'якшують із розрахунком переважно на жіночу аудиторію. Мачо XXI ст. – це вже не локальний образ, первинно пов'язаний з іспаномовними країнами, а радше «бажаний сучасною жінкою конструкт»: 1) «фактурне тіло» – результат збалансованого способу життя, здорового харчування та регулярних тренувань під керуванням інструктора; 2) приємна зовнішність; 3) манери поведінки – галантність та уважність; 4) вербальна винахідливість – тонке почуття гумору, вміння мовчати та влучні коментування. Однак така маскулінність передусім є образом – маркетинговим продуктом, створеним на запит цільової аудиторії: вона функціонує як «перформативна маска», сконструйована виключно для візуального та домірковувального споживання. Натомість у професійному середовищі, особливо поза межами креативних індустрій, маскулінний капітал здебільшого постає менш продуктивним або навіть збитковим, якщо антропоодиниця не має харизми, тобто специфічної форми «чоловічої здатності», що містить комплексне бачення ситуації, рішучість, стратегійність та майстерність рішеннєухвалення.

Чоловіки без сформованої харизми реалізують свою маскулінність через вибірковий фемінновекторований ситуативний авторитаризм, наприклад, у вигляді мобінгу, який постає компенсувальним механізмом задля самоутвердження перед колективом та/або періодичного «(пере)окреслення території» власного «кермання» (Bourdieu, 1998; Connell, 2005). Парадокс маскулінного гендерного капіталу полягає в його неповноті: йому бракує структурної домінанти, яка б уможливлювала й забезпечувала його оновлювання. На відміну від фемінного гендерного капіталу маскулінний капітал у соціосегментах розмивається. Інакше кажучи, він потребує постійного «перезбирання й оновлення», тобто індивідуального параметрального перепроєктування відповідно до конкретної ситуації, простору дії, професійної площини та/або соціовиклику. Маскулінність – це нестабільно конфігурована конструкція, що

зумовлює періодичне, але планомірне практикування чоловіками без внутрішнього стрижня, тобто зі «спалаховою харизмою» або «іскрохаризмопроявом», демонстративного домінування, яке має радше символічний характер.

Комунікація постає ключем – механізмом та інструментом – *узгодження фемінності та маскулінності* як у біологічній, так і в соціо(с)конструйованій – гендер(ова) ній – формах. Якщо ролі двох різностатевих антропоодиниць узгоджені, вони реалізуються як співдоповнювані. За умови такого синхронізування подвійна фемінність – біологічна й гендерна – постає енергоджерелом для чоловіка: розвантажує, підсилює його життєвість, надихає та спонукає до дії. Натомість подвійна – біологічна й гендерна – маскулінність, актуалізована у відповідь, забезпечує жінці фокусовану увагу, тобто сприяє її оновленню, емоційному стабілізуванню, ментальному зміцненню та поверненню віри в себе. Так, дві особистості формують замкнуте енергополе як єдину доповнювану та оновлювану систему внутрішньої сили виключно для персонального застосування. Вони не лише підтримують інтерсуб'єктивний зв'язок, а й паралельно змінюються в саморозвиванні. Кожен комунікативний акт (див.: Austin, 1962; Searle, 1969) – це одночасне гармоніювання через (спів)доналаштовування й унікалізування як динамічне врівноважування різності фемінного та маскулінного начал.

Гендерний капітал тісно пов'язаний з гендерними розривами та/або гендерною нерівністю (Fenstermaker & West, 2002; Huppatz, 2012; Risman, 2018; Polomarkakis, 2022): це проявлюване не тільки у фаховій площині та професійних спільнотах, а й у кожному соціосегменті. Антропоодиниць векторовано пере(на)вчають проявів «правильної фемінності» та «правильної маскулінності», що запитувані в окремому суспільстві та перетворюються на обопільну зисковість: для антропоодиниці – спрощення та/або пришвидшення просування кар'єрними сходами задля «ліпшого влаштування» в житті порівняно з попередніми поколіннями родичів; для спільноти / суспільства – дисциплінованість антропоодиниці уможливлює максимізовані зиски від її дій в окремих соціосегментах (Foucault, 1975). Прояви «природного фемінного» та/або «природного маскулінного», що задані антропоодиницям біологічно, спільнота / суспільство нівелює та перевстановлює за «вигинально вигодовими параметрами», які прораховані наперед у кожній галузі та окремих соціосегментах. Ідеться про відповідність антропоодиниць – у поведінці, зовнішності, вербалізуванні та ін. – запитам контекстної зисковості: від звичайної агент-привабливості в міжсуб'єктному просторі до векторів перспектив на ринку праці.

Формування *гендерних розривів* здійснюване хвильовим і рівневим способами. Через *хвильовість* окреслені цільове та планомірне розгортання: залежно від історичних умов, соціокультурних пріоритетів та/або ринкового попиту акцентовано посилюють окрему гендерну роль. Хвильовість є «умовно корисною та зисковою»: 1) зацікавлена в самореалізуванні антропоодиниця вирізняє параметри попиту – що саме є актуальним у соціосегментних запитах, аналізує, наскільки співмірною є її пропозиція – наскільки вона відповідає бажаним параметрам конкретного соціосегмента, оцінює свої переваги та недоліки долучення саме до даного соціосегмента, у якому мисленнєво вона вже працевлаштована, та надсилає резюме на розгляд; 2) у межах спільноти / соціосегмента вибірково надають перевагу певним проявам фемінності та/або маскулінності, тоді як інші дискредитують задля досягання запланованих цілей.

Натомість *рівневість формування гендерних розривів* потребує окремого деталізування, оскільки йдеться про багатошарову та поступово закріплювану систему впливів із диференційованими доступами – повним, частково обмеженим, вибірково обмеженим, відсутнім. Ці рівні фіксовані не лише в просторі – сім'я, академічна група в ЗВО, колектив окремого відділу установи / компанії, увесь соціосегмент, а й у часі – дитинство, юність, зрілість, старість. На кожному із цих етапів гендерні очікування й обмеження або активують через закріплення, транслювання, посилення / притлумлення; або вибірково деактивують через домінувальні суспільні тренди – наприклад, «різність» та/або «толерантність», через окремих антропоодиниць, вплив яких не наважуються обмежувати. Це спричинює з'яву стійких розривів, які поступово переростають у *гендерні розломи*, у доступі до ресурсів загалом і бажаних соціовигод, зокрема поваги, визнання, автономії, фінансової стабільності тощо.

Соціоконструювання антропоодиниці здійснюване через механізм *гендерного програмування*, що починається як «алгоритм соціалізації», тобто суспільно сконструйована модель долучення до спільнот за межами сім'ї / родини, та поступово переходить у «цільове *гендерування*» спільнотами / соціосегментами.

Вхід на *перший рівень гендерування* відбувається через тіло та статеві характеристики – антропоодиниця тілесно постає дівчинкою або хлопчиком. На виході в кожної антропоодиниці сформовані патерни очікувано нормованої поведінки – фемінної або маскулінної відповідно, яку в межах спільноти / соціосегмента фіксують як «правильну». Якщо все спрацьовує без збоїв – тобто або за відсутності опору як відмови прийняти гендерну роль, або наявності небінарної ідентичності, що не вписується у «фемінність – маскулінність», то спільнота / соціосегмент / суспільство «отримує» гендерно запрограмованих осіб: дівчинку / дівчину / жінку з «характеристиками підкореності» – пасивність, м'якість, лагідність, чуйність, емоційність, дбайливість, поступливість тощо – та хлопчика / хлопця / чоловіка з «характеристиками домінувальності» – активність, жорсткість, ініціативність, продуктивність, хоробрість, наполегливість, рішучість тощо.

Вхід на *другий рівень гендерування* може зактивувати індивідуальний досвід першого ситуативного дисонування: коли встановлені спільнотою / соціосегментом / суспільством гендерні нормативи – стандартована поведінковість – можуть виявитися загрозливими для психічного та/або фізичного благополуччя антропоодиниці. У таких відкритих «точках екзистенційного помежів'я» (Sartre, 1966; Jaspers, 1919; Jaspers, 1948) дівчина / жінка та/або хлопець / чоловік переосмислюють власний гендер і реалізовують найоптимальнішу для себе траєкторію виходу. Першою є «гендерне онулення»: дефімінізування або демаскулінізування з акцентом на виключно «людські характеристики» – нейтральність, гідність, автономію, внутрішню міцність (див.: Butler, 2004). Другою постає посилення первинної гендерності шляхом додаткових соціопрактик: універсальних – менторство, мережування / networking, консалтинг, командні інтелектуальні ігри; фемінних – садівництво, танці, догляд за дітьми, естетичне самовираження; маскулінних – історичні реконструкції, стратегування, екстремальний туризм у природних умовах, технохобі. Однак посилення первинної гендерності має бути поєднане з розвиванням емоційної чутливості (Ahmed, 2004) і поставати як результат індивідуального пропрацьовування. Третьою вважають тимчасове запозичення рис «протилежного» гендеру для ситуативного утвердження власної гендерної ідентичності: наприклад, маскулінізування дівчинки / дівчини / жінки через проявляння різкості / жорсткості та швидкого реагування в загрозливих обставинах задля самозахисту; фемінізування хлопчика / хлопця / чоловіка через прояви лагідності, емоційної відкритості (Ahmed, 2004) й турботи про тварин.

За різних життєвих і професійних обставин цикл гендерування може повторюватися для оновлення / підсилення фемінності або маскулінності. Зазначене ілюструє складність та динамічність *гендерної ідентичності*, яка формована не тільки в межах нормативної послідовності, а і як суб'єктивна відповідь антропоодиниці на виклики, загрози та можливості щодо власного виживання в спільноті / соціосегменті / суспільстві (Butler, 2004).

Інакше кажучи, *через гендерування спільноти / соціосегменти / суспільства задають антропоодиницям стереотипні поведінкові патерни*. Гендерні розриви формовані за умови часткового / повного неспрацьовування заданого поведінкового алґоритму: їх може активувати як сама антропоодиниця через виявляння невідповідності між практикованою поведінковою формулою та отриманим результатом, так і спільнота / соціосегмент через соціокультурні домінанти, поколіннєву відданість традиціям, сімейні принципи, усталені норми тощо. У більшості професійних спільнот жінка гендерно програє чоловіку, який частіше отримує вищі посади, більшу зарплатню, ширші доступи тощо, навіть якщо вона є кваліфікованішою (Bourdieu, 1998; Connell, 2005; Fenstermaker & West, 2002; Polomarkakis, 2022). Поступове кількісне збільшення гендерних розривів і фемінне змирення, тобто «мовчазна згода» дівчини / жінки, через страх втрати кар'єрної траєкторії або її раптове припинення / завершення сприяє посиленню / поглибленню гендерної нерівності, що потребує окремого дослідницького осмислення. Парадоксально, але й маскулінне

змирення так само може унаявнюватися, проте фіксують його не так часто – здебільшого воно залишається невидимим.

Превентизування гендерних розривів і, відповідно, *мінімізування гендерної нерівності* можливе виключно за умови впровадження *нульового гендеру* у фахових соціосегментах: не важливо, хто саме виконує завдання – дівчина / жінка чи хлопець / чоловік, визначальною є професійна компетентність. Проте в окремих випадках фіксують «професійний розрив», який помилково інтерпретують як гендерний: керманич субординативно вищий за виконавицю, проте компетентно їй поступається, тому може недооцінити або знецінити її внесок у виконання окремого завдання. Слід врахувати: гендерно нейтральний підхід радше є одним з компонентів, аніж «єдиною рятівною формулою». Його ефективність посилюватиметься за умови ревізії організаційної культури, оскільки субординативно вища позиція не гарантує фахової переваги. Тоді «нульовий гендер» уможливлює не тільки формальну рівність, а й дієву справедливість у ресурсорозподілянні, спільнотному / соціосегментному визнанні, кар'єруванні та індивідуальній рівновазі антропоодиниць.

Завдяки гендерному капіталу – залежно від способу його використання / застосування – *можливо зменшувати / збільшувати гендерний розрив та/або гендерну нерівність*, посилювати чи послаблювати негативний вплив на якість життя антропоодиниці та її життєві шанси. Це залежить не тільки від ефективності (авто)управління гендерним капіталом, а й від готовності спільнот / соціосегментів / суспільств до зміновпровадження з вектором на антропоповагу, а не вибіркове гендерне пріоритезування через штучно-гучну фемінність або маскулінність. Тобто ключовим постає етичний чинник, за допомогою якого не просто акцентують необхідність накопичення та примноження гендерного капіталу у фемінній та маскулінній формах, а регламентують його стратегійну застосовність через взаємоповагу до інакшості, широку інклюзивність, відмову від стереотипізування та вибіркових ситуативних обмежень. Тоді гендерний капітал – у фемінній і у маскулінній формах – трансформується на інструмент посилення антропного як такого.

Гендерний капітал може акумулюватися й конвертуватися в інші варіативи капіталу загалом – наприклад, економічний – і типи людського капіталу, зокрема емоційний, когнітивний, соціальний, так само й в інші види тілесного капіталу – фізичний, естетичний, еротичний.

Так, гендер постає характеристикою капіталізування, у якому фемінність та маскулінність – це інструменти мультивекторного агентуправління у соціосегментах з урахуванням явних та/або прихов(ув)аних ситуативних ризиків, що випливають із вигинальної природи владності, авторитету, мовленнєвості та символів, які антропоодиниці можуть транслювати окремішно або комплексно.

Висновки. Посилення наголосу XXI ст. на капіталі – людському загалом та тілесному зокрема – здійснюване через антропоодиницю, яку метафорично «занурюють» у маркетингові тренди численними обіцянками краси, безтурботності, радісності та задоволення. Гендер(ова)ний капітал постає не просто «актуалізованим конструктом», що підкреслює антропоодиницеві особливості, які через прийнятні поведінкові патерни фемінності та/або маскулінності можуть бути поліспектрово зисковими як для кожної фемінної або маскулінної антропоодиниці, так само й для спільноти / соціосегмента / суспільства. Виджерелена завдяки фемінним студіям концепція гендерного капіталу робить наголос на ядрі проблем й утруднень сьогодення – з фемінного та маскулінного боків – через вибіркові – фіксовані переважно у фахових просторах – соціосегментні зміщення, на основі яких формовані гендерні розриви й гендерні розломи, а також посилювана /поглиблювана нерівність – гендерна та/або загальна соціосегментна. Гендерна маскулінність – або маскулінна форма гендерного капіталу, маскулінний капітал – виявляється крихкою і нестабільно конфігурованою конструкцією, тоді як гендерна фемінність – або фемінна форма гендерного капіталу, фемінний капітал – постає домінувальною завдяки своїй ситуативній гнучкості, яку можливо підсилити через «стратегійне маскулінізування» й перезібрати. Антропозисковість гендерного капіталу – у фемінній і маскулінній формах – має базуватися не на соціогенно шаблонізованій поведінковості, що здебільшого обмежуватиме антропоодиниць,

а на комунікативності як просторі оновлюваного фемінно-маскулінного співдоповнювання.

Перспективи подальших досліджень, з одного боку, обмежені запропонованим текстом, який уже сформував україномовний дискусійний простір, з іншого – можуть сприяти векторуванню пошуків у «роботі з» варіативами, типами, видами капіталу, гендером, соціосегментною нерівністю та антропоодиницевим самовдосконаленням загалом.

Список використаних джерел:

Agarwal, B. (1991). *Structures of patriarchy : State, community, and household in modernising Asia*. Kali for Women.

Aguiar, M. (2018). *Arranging marriage : Conjugal agency in the South Asian diaspora*. University of Minnesota Press.

Ahmed, S. (2004). *The cultural politics of emotion*. Edinburgh University Press.

Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.

Baudrillard, J. (1980). *De la séduction [Seduction]*. Éditions Galilée. [in French].

Bourdieu, P. (1979). *La distinction : Critique sociale du jugement [The Distinction: Social critique of judgment]*. Les Éditions de Minuit. [In French].

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), Handbook of theory and research for the sociology of education (pp. 241–258). Greenwood Press.

Bourdieu, P. (1998). *La domination masculine [Masculine Domination]*. Éditions de Seuil. [in French].

Bridges, T. S. (2009). Gender capital and male bodybuilders. *Body & Society, 15*(1), 83–107. https://doi.org/10.1177/1357034X08100148

Butler, J. (1999). *Gender trouble : feminism and the subversion of identity*. Routledge.

Butler, J. (2004). *Undoing gender*. Routledge.

Callon, M., Law, J., & Rip, A. (Eds.). (1986). *Mapping the dynamics of science and technology : Sociology of science in the real world*. Palgrave Macmillan.

Connell, R. W. (2005). *Masculinities* (2nd ed.). Routledge.

Fenstermaker, S., & West, C. (Eds.). (2002). *Doing gender, doing difference : Inequality, power, and institutional change*. Routledge.

Foucault, M. (1975). *Surveiller et punir: Naissance de la prison [Surveillance and punishment: The birth of the prison]*. Gallimard. [in French].

Gehlen, R. (2007). *Die Seele im technischen Zeitalter : Sozialpsychologische Probleme in der industriellen Gesellschaft [The soul in the technological age: Social psychological problems in industrial society]*. Vittorio Klostermann. [in German].

Hochschild, A. R. (2012). *The managed heart : Commercialization of human feeling*. University of California Press.

Huppatz, K. (2012). *Gender capital at work : Intersections of femininity, masculinity, class and occupation*. Palgrave Macmillan.

Jaspers, K. (1919). *Psychologie der Weltanschauungen [Psychology of worldviews]*. Verlag von Julius Springer. [in German].

Jaspers, K. (1948). *Philosophie [Philosophy]*. Zweite, unveränderte Auflage. Springer–Verlag. [in German].

Kimmel, M. (2008). *Guyland : The perilous world where boys become men*. HarperCollins Publishers.

Kimmel, M., Hearn, J., & Connell, R. W. (Eds.). (2005). *Handbook of studies on men & masculinities*. SAGE Publications, Inc.

Kukkonen, I. (2022). Physical appearance as a form of capital: Key problems and tensions. In O. Sarpila, I. Kukkonen, T. Pajunen, & E. Åberg (Eds.), Appearance as capital: The normative regulation of aesthetic capital accumulation and conversion (pp. 23–37). Emerald Publishing. https://doi.org/10.1108/978-1-80043-708-120210002

Latour, B. (2005). *Reassembling the social : An introduction to actor-network-theory*. Oxford University Press.

Lovell, T. (2000) Thinking feminism with and against Bourdieu. *Feminist Theory, 1*(1), 11–32. https://doi.org/10.1177/14647000022229047

Marx, K. (1890). *Das Kapital. Kritik der politishen Ökonomie [Capital. A Critique of Political Economy]* (Erster Band) [MEGA II/10: 'Das Kapital', 1. Band, Druckfassung 1890]. Berlin–Brandenburgische Akademie der Wissenschaften & TELOTA. URL: https://telota.bbaw.de/mega/#?doc=MEGA_A2_B010-00_ETX.xml&book=10&part=0&pageNr=1&startPage=&endPage=&startLine=&endLine=&startTerm=&endTerm= [in German].

McCall, L. (1992) Does gender fit? Bourdieu, feminism, and conceptions of social order. *Theory and Society, 21,* 837–867.

Merleau-Ponty, M. (1945). *Phénoménologie de la perception [Phenomenology of perception]*. Gallimard. [in French].

Nickson, D., Warhurst, C., & Dutton, E. (2005). The importance of attitude and appearance in the service encounter in retail and hospitality. *Managing Service Quality, 15*(2), 195–208. https://doi.org/10.1108/09604520510585370

Oakley, A. (1985). *Sex, gender and society*. Gower / Maurice Temple Smith.

O'Neill, B. D., & Gidengil, E. (Eds.). (2006). *Gender and social capital*. Routledge.

Palriwala, R., & Uberoi, P. (Eds.). (2008). *Marriage, migration and gender*. SAGE Publications India.

Polomarkakis, K. A. (2022). Gendered capital and litigants in EU equality case-law. *The Modern Law Review, 85*(6), 1387–1418. https://doi.org/10.1111/1468-2230.12745

Risman, B. J. (2018). Gender as a social structure. In B. J. Risman, C. M. Froyum, & W. J. Scarborough (Eds.), *Handbook of the sociology of gender*. (2nd ed., pp. 19–43). Springer International Publishing AG.

Ross-Smith, A. & Huppatz, K. (2010). Management, women and gender capital. *Gender, Work & Organization, 17*(5), 547–566. https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2010.00523.x

Sartre, J.-P. (1966). *L'existentialisme est un humanisme [Existentialism is a humanism]*. Les Éditions Nagel [in French].

Searle, J. (1969). *Speech acts : An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.

Shilling, C. (1993). *The body and social theory*. SAGE Publications Ltd.

Skeggs, B. (1997). *Formations of class & gender : Becoming respectable*. SAGE Publications.

Wacquant, L. J. D. (1995). Pugs at work: Bodily capital and bodily labour among professional boxers. Body & Society, 1(1), 65–93. https://doi.org/10.1177/1357034X95001001005

Warhurst, C., & Nickson, D. (2001). *Looking good, sounding right : Style counselling and the aesthetics of the new economy.* Industrial Society.

Warhurst, C., & Nickson, D. (2020). *Aesthetic labour*. SAGE Publications Ltd.

Дата надходження статті: 02.10.2025
Дата прийняття статті: 10.11.2025
Опубліковано: 26.12.2025