

Марзижат БУТАЕВА

ЖЕНЩИНА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

В статье рассматриваются вопросы гендерных различий в науке и в сфере бизнеса. Стереотипизация этнокультурных ценностей формирует негативное отношение к женщине-лидеру. Социологические исследования показывают половую дискриминацию женщины в этнокультуре.

The article considers the problems of gender differences in science and in business. Stereotyping of ethno-cultural values forms negative attitude to a leader-woman. Sociological research has revealed the women sexual discrimination in the ethno-culture.

Ключевые слова:

гендер, феминность, половая дискриминация, наука, бизнес, этнокультура; gender, feminism, sexual discrimination, science, business, ethno-culture.

Исследуя проблемы занятости, можно обратить внимание на устойчивые стереотипы, касающиеся роли женщины в бизнесе и науке (особенно в отношении возможности лидерства женщины). Подобного рода проблемы широко обсуждаются научной общественностью, принимаются разнообразны, часто негативные для имиджа России заявления о половой дискриминации как имманентной составляющей российского рынка труда. Однако было бы некорректным утверждать, что женщины в Дагестане не занимают лидирующего положения. Так, министр культуры здесь — женщина. Автор провел исследования (2007–2009 гг.) вопросов занятости женщин (на примере Дагестана), акцентируя внимание, прежде всего, на гендерных различиях в сферах науки и бизнеса. Задачей исследования было изучение мнений респондентов о том, стереотипизирована ли этнокультурная среда, какую роль играют гендерные стереотипы в жизнедеятельности дагестанцев, насколько гендерные стереотипы осознаются в качестве преграды для карьерного роста женщин, в какой мере распространен стереотип негативного отношения к женщине-лидеру именно среди женского населения.

К гендерному подходу мировое сообщество обратилось сравнительно недавно. Лишь в последние лет тридцать в науке стали оперировать таким понятием, как «гендер», «социокультурный пол», и активно разрабатывать концепцию взаимоотношений мужчин и женщин как социально организованных групп со своими интересами и особенностями. Таким образом, удалось преодолеть многовековое представление о мужчинах и женщинах только как о биологических существах, которым предписано либо «защищать и воевать», либо «рожать детей». За полами признали высшую социальную функцию, статус, определенные поведенческие стереотипы. Американская исследовательница С.-Л. Блем первой выступила против сложившегося представления о половых ролях: «Понятия “мужчина” и “женщина” это не противоположные концы непрерывного континуума, но скорее свойства, в той или иной мере присущие каждой личности». Такой подход, в отличие от жесткого «или — или», констатирует двойственную природу любого индивида, содержащего одновременно то, что принято считать и женским, и мужским началом¹.

Мужское начало (маскулинность) определяет, насколько в обществе доминируют ценности, связанные с высокой настойчивостью, напористостью, зарабатыванием денег и приобретением других ма-

БУТАЕВА
Марзижат
Ахмедовна —
к.филос.н., доцент
кафедры социальных
технологий
Дагестанского
государственного
университета
marzigat79@mail.ru

¹ Пашкус В.Ю., Каравайчик Н.Ю. Проблемы занятости женщин в бизнес-среде: стереотипы и текущая ситуация. — М., 2007, с. 97.

териальных благ (материализм), не придающие особого значения заботе о людях. Женское начало (феминность) голландский социолог Г. Хофштеде использует для определения преобладающих в обществе ценностей, связанных с взаимоотношениями с людьми, заботой о других, о всеобщем качестве жизни.

Согласно исследованиям Г. Хофштеде, общества с высокой маскулинностью более жестко определяют гендерные роли, чем общества с высокой феминностью. Например, женщине водить грузовик или быть адвокатом, а мужчине быть артистом балета или заниматься домашним хозяйством легче в феминном обществе. При этом можно заметить, что феминистские движения на самом деле имеют высокие показатели маскулинности.

Внедрение гендерных принципов в жизнь связано с ломкой устоявшихся представлений. Хотя уже сейчас в общественном сознании происходят кардинальные изменения, нельзя ожидать, что происходить это будет быстро. Во многих семьях жены сейчас заняты бизнесом куда более доходным, чем работа их мужей на государственных предприятиях и в учреждениях. С позиций традиционной морали это должно вызывать неодобрение у окружающих, а также чувство дискомфорта у жен и особенно мужей, утративших роль «кормильцев семьи». Однако только примерно 11,5% женатых мужчин и 6,7% их жен считают основанием для развода то, что муж зарабатывает намного меньше, чем жена. Разведенные женщины высказывают такое мнение почти втрое чаще, чем замужние (21%). Однако и для женатых мужчин, и для замужних женщин эта причина оказалась на последнем месте. В обществе больше нет стереотипа о том, что семью обеспечивает муж. Безусловно, мораль XXI в. должна быть гибкой: общественное мнение уже довольно терпимо относится к семьям, в которых супругам пришлось поменяться гендерными ролями (жены стали «кормильцами», а мужья взялись за домашнее хозяйство), и не считает эту ситуацию основанием для развода.

Отношение к лидерству женщины в бизнесе менее однозначно. Несмотря на преобладание доброжелательных характеристик (около 46%), большое количество ответов носят неопределенный характер, что вызвано отношением к женскому

лидерству как к игре. Многие негативно относятся к занятию женщинами руководящих постов («Зачем ей это? Ребенка родит — все забросит», «Женщина!? Руководитель!? Да что ты, ее туда никто не пустит»). Однако современные условия требуют от лидера качества эффективного, инновационного руководителя, все большее значение приобретает ориентация на человеческий капитал («все решает интеллект»¹). Женщина-менеджер должна иметь широкий кругозор и системное нестандартное мышление по вопросам внутренней взаимосвязи факторов в корпорациях и взаимодействия последних с внешней средой. Она должна иметь высокие человеческие качества, обладать способностью идти на разумный и взвешенный риск, уметь осуществлять бизнес-проектирование, маркетинговые исследования, прогнозировать развитие организации с учетом потребностей рынка и занятия в нем инновационных ниш. Исследование, проведенное в петербургских бизнес-структурах, привело к неожиданным выводам: примерно 46% менеджеров не видят существенных проблем при продвижении женщин-лидеров на руководящие посты.

Важной причиной того, что женщины, в отличие от мужчин, реже занимают ведущие должностные посты в Дагестане, является господство общественного мнения, представление, в т.ч. и в женской среде, о том, что бизнес — не женское дело. Сказываются и последствия социализации, когда мужчины и женщины долгое время имели различные возможности в становлении карьеры. Женщине в контексте этнокультурных стереотипов вообще не полагалось делать карьеру, по крайней мере такую, какую делали мужчины, с длительным продвижением по служебной лестнице, с занятием в результате ответственных должностей. Даже войдя в профессиональный мир, женщины тяготели к должностям, схожим с ролями, которые они привыкли играть дома. Поэтому они занимались контактами, человеческими ресурсами, вспомогательной работой, обычно мало оплачиваемой и почти не требующей руководства людьми. Теперь же выяснилось, что именно такое пове-

¹ Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк: Капитал пляшет под дудку таланта. — СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2000, с. 211.

дение позволило женщинам добиться успешных результатов в управлении¹.

В последнее десятилетие развиваются сразу несколько тенденций. С одной стороны, женщины стали заниматься предпринимательством, создавать себе работу. С другой – многие были уволены в связи с экономическим кризисом и так и не смогли устроиться вновь. В республике появилась «прогрессивная молодежь», которая не обращает внимания на социальный пол – молодые люди на равных «живут» в Интернете, владеют техническими навыками, реализуют проекты и пр.

По результатам исследования, проведенного автором, ситуация с женской карьерой выглядит следующим образом. Женщинам, работающим в сфере бизнеса и науки, был предложен вопрос: «Насколько женщины заинтересованы в исполнении роли руководителя?» О заинтересованности женщины в роли руководителя высказалось только 3%, в то время как об абсолютной незаинтересованности – в 4 раза больше. Часть респондентов предпочла выбрать ответ, что заинтересованность людей одинакова (60%); среди дополнительных вариантов ответа был единодушно предложен вариант «заинтересованы в значительно меньшей степени,

¹ Горшкова И., Беляева Г. Профессиональное самочувствие женских научно-педагогических кадров МГУ (Результаты опроса 1998 г.) // Женщина. Гендер. Культура. – М.: МЦГИ, 1999, с. 194–207.

чем мужчины». При этом нет основания делать вывод о явной половой дискриминации. Так, руководители учреждений одинаково внимательно прислушиваются к мнению своих работников независимо от их пола – главное, по словам респондентов, чтобы суждения или предлагаемое решение были разумными. Нельзя говорить о существовании у женщин явных проблем с администрацией («все зависит от человека»).

Анализ данных исследования выявил доминанту стереотипов о маскулинности этнокультуры, существовании значимых и сильных стереотипов. В общественном сознании женщина, сохраняющая феминный стиль поведения, не может быть заинтересована в карьерном росте. Если же она смогла достичь определенного положения (обычно характеризуемого преимущественно маскулинным типом поведения), то общественное мнение идентифицирует ее как лидера. В общественном сознании женщина может стать лидером, если обладает всеми необходимыми для этого качествами. Таким образом, исследование показало, что традиционные представления неадекватно отражают сложившуюся ситуацию в дагестанской бизнес-среде: можно выявить существование дискриминации в сфере бизнеса, но не по половому, а по гендерному признаку, по крайней мере, с точностью до выборки.