

УДК 316.346.2-055.2

ББК 60.5

Б-40

*Безрукова Анжела Аслановна, доцент кафедры философии, социологии и педагогики Майкопского государственного технологического университета, т.: 89284700409;*

*Гужева Залина Ауэсовна, аспирант кафедры философии, социологии и педагогики Майкопского государственного технологического университета, т.: 89284736643.*

**К ВОПРОСУ О ГЕНДЕРНОМ РАЗЛИЧИЯХ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ  
ОБЩЕСТВА В ПЕРИОД РЕФОРМ**  
(рецензирована)

*Социально-экономическая независимость женщины является одним из ключевых показателей ее статуса в обществе. Напротив, социально-экономическая зависимость исключает женщину из важнейших ресурсов общества, обеспечивает меньший объем доступных ей прав и возможностей. Социальная трансформация XX века – массовый выход женщин на рынок труда – имея положительные стороны, однако обнаружила культурно обусловленное гендерное неравенство.*

*Ключевые слова: деловая женщина, социальная активность, гендерная асимметрия, маскулинность, феминность.*

*Bezrukova Angela Aslanovna, assistant professor of Philosophy, Sociology and Pedagogy Department of Maikop State Technological University, tel.: 89284700409;*

*Guzheva Zalina Auesovna, post graduate student of Philosophy, Sociology and Pedagogy Department of Maikop State Technological University, tel.: 89284736643.*

**TO THE QUESTION OF GENDER DIFFERENCES IN SOCIO-ECONOMIC LIFE OF SOCIETY  
IN THE REFORMING PERIOD**

*Socio-economic independence of women is a key indicator of their status in society. On the contrary, socio-economic dependence excludes women from important public resources, provides fewer rights and opportunities. Social transformation of the twentieth century is a mass output of women in the labor market - with the positive side, however, it has culturally conditioned gender inequality.*

*Keywords: businesswoman, social activities, gender asymmetries, muscularity, femininity.*

В современной России остро встает проблема занятости, связанная с конкурентной борьбой за рабочие места, требующие профессионализма, знаний и мастерства, рабочая сила превращается в товар. В этих условиях процесс профессиональной карьеры выступает как борьба за результирующий социальный статус. Эта борьба становится особенно острой в области гендерных отношений.

Рассматривая профессиональную карьеру с точки зрения гендерного подхода нужно выделять и объективные (возраст, профессия, социальное и семейное положение) и субъективные (потребности, интересы) ролевые ожидания и характеристики. Главной субъективной характеристикой социального статуса с позиций гендерного подхода являются социальные ожидания в отношении самого себя и других, связанные с гендерными стереотипами.

Стереотипы гендерных отношений на практике оказываются достаточно жесткими и труднопреодолимыми. Во многом это обусловлено тем, что женщины стремятся к одобрению своей деятельности со стороны мужчин, а мужчины в основном – к одобрению своего же пола. В этой связи существуют определенные установки, традиционные роли приписываемые женщине.

Социально-экономические преобразования в России явились причиной и следствием появления на рынке новых субъектов экономической активности, а именно, женщин. В этой связи возникает понятие «деловая женщина». Стремление женщин к изменению их социальных ролей, равноправию с мужчинами явилось стимулом для них в овладении профессиями, ранее считавшимися традиционно мужскими: политика, государственное управление, предпринимательство, армия.

Данный аспект обусловил изменение общественного мнения в отношении женщин, проявляющих деловую активность. Реализация женской деловой активности не только в экономическом, но и в социальном контексте – на фоне социокультурно обусловленных представлений о роли и месте женщины, исторически сложившихся традиций двойной занятости

женщин на работе и дома, реально существующих социально-экономических условий жизни и бизнес-деятельности – диктует необходимость специального изучения этого феномена [6, с. 12].

Феномен деловой женщины стал неотъемлемой частью жизни современной России. По данным Ассоциации женщин-предпринимателей России, на их долю приходится около 30% руководящих постов в производственной и социальной сферах. Российские женщины все чаще становятся предпринимателями, все больше внедряются в традиционные сферы мужской деятельности, такие как бизнес, политика, управление, рекламно-издательское дело, финансы, СМИ. Именно СМИ все чаще преподносят образ деловой женщины как новый социальный идеал.

В то же время замечено, что пока компании, возглавляемые российскими бизнес-леди, небольшие. Дело в том, что деловые женщины России пока еще боятся рисковать в своих непростых делах и предпочитают вести себя осторожно в среде «акул капиталистического мира».

Социально-психологическая специфика деловой активности женщин состоит в том, что она разворачивается на пересечении различных сфер жизнедеятельности женщин. Помимо, собственно, деловой сферы – это сферы межличностных контактов, мотивационно-потребностная, ценностная сфера личности, семья или значимые личные отношения, хозяйственно-бытовая сфера и, в целом, социокультурный контекст деловой активности, представленный полоролевыми стереотипами, которые накладывают ограничения на способы женской самореализации. Влияние всех этих сфер на женскую деловую активность определяет ее специфику. Психологическое содержание высокого уровня проявления женской деловой активности образует феномен деловой женщины [6, с. 14].

Следует отметить, что даже на современном этапе развития общества сохранилось множество стереотипов, которые в различной степени ограничивают деятельность женщин и препятствуют их самореализации не только в семье. Например, некоторые наиболее распространенные из них: женское предназначение – дом и семья, женщины не могут быть хорошими руководителями, занятость женщины внесемейными делами оказывает неблагоприятное воздействие на взаимоотношения с членами семьи, воспитании детей, влияет на рост преступности в обществе, политика – не женское дело. Этих представлений придерживаются люди с патриархальными взглядами. Они закрепляют за женщиной ее исторически сложившиеся традиционные функции, которые должны определяться ими как их основные жизненные цели, а именно – быть матерью, хранительницей домашнего очага.

Тем не менее, психологи утверждают, что чем больше у женщины возможностей к социальной самореализации в качестве активного, созидательного субъекта данного общества, тем продуктивней и гармоничней складываются ее семейные отношения, проявляемые во взаимодействии с супругом и детьми. Также внесемейная самореализация женщины дает ей возможность «отдохнуть от домашних дел», сменить на время свою социальную роль, переключиться. Признание результатов деятельности женщины позволяет ей испытывать чувство полной гармонии с окружающим миром.

Следует признать, что семья, связанные с ней хозяйственные заботы, межличностные отношения внутри родственного круга ограничивают деловую активность женщин в малой степени. Напротив, семья и личная жизнь способствуют развитию деловой активности, обеспечивая компенсацию неизбежных в бизнесе нагрузок, так называемые «тылы», необходимость которых признают все женщины, проявляющие высокую деловую активность. Женщины в наибольшей степени оказались способны находить в семейно-бытовой сфере не ограничение, а стимул для работы и реальную поддержку. Поэтому на вопрос, ограничивают ли семья и хозяйственные заботы их деловую активность, деловые женщины отвечают просто: бизнес выигрывает от наличия семьи [5, с.70].

В обществе, к сожалению, до сих пор бытует мнение, что если дама добилась высоких результатов в бизнесе, то этим она обязана либо влиятельному покровителю, либо любящим родителям либо Случаю. Вследствие этого, деловая женщина должна постоянно доказывать себе и окружающим, что занимается именно своим делом.

Возможность женщины иметь свой бизнес и достигать в нем успеха определяется величиной социального капитала, социально-психологическими особенностями, а также готовностью самой женщины к сложностям, связанным с конфликтом профессиональных и семейных ролей. [7, с. 54].

С одной стороны для женщин допустимо иметь высокий уровень образования, профессиональной подготовки и даже делать карьеру, с другой стороны в соответствии с общепринятыми нормами, любая женщина должна помнить и демонстрировать окружающим принятие традиционной модели феминности, включающей женственность, приверженность семье, слабость и главное – осознание вторичности своего бытия по сравнению с мужчинами [4, с. 191].

Данный стереотип, тем не менее, не уменьшает объективных положительных качеств женского менеджмента. Сравнивая рычаги административного воздействия на трудовой коллектив, – отмечают российские социологи, – видно, что женщина более склонна считаться с интересами и мнениями членов коллектива, чем мужчина, административные решения она больше склонна принимать не единолично, а с согласия сотрудников. Она больше ценит профессиональные и деловые качества своих работников и всегда стремится сохранить рабочие места на своем предприятии. Вместе с тем, женщина не склонна церемониться с теми, кто плохо работает. Так, в начале приватизации 43% женщин жаловались, что не могут себя заставить заменить плохих работников на хороших, но уже год спустя только 27% из них испытывали подобную трудность. Женщины-менеджеры в возрасте 45 лет и старше больше склонны к социальному партнерству. Они более успешно действуют в социальной сфере [7, с. 76].

Это означает, что при выборе стиля руководства женщины демонстрируют различные модели деловых стратегий, которые опираются не на полоролевые особенности, а на требования эффективности. Идеальный образ деловой женщины складывается из профессиональной компетенции, образованности, умения общаться с людьми, серьезного отношения к своей внешности, склонности к лидерству.

Таким образом, кроме того, что по своей профессиональной компетентности женщина нередко оказывается на уровне с мужчиной, она еще обладает и преимуществами, которыми обязана своей особой природе.

Однако в женском стиле управления есть и слабые стороны. Женские представления о будущем и ожидания от него часто излишне конкретны и лишены стратегических посылов. В них нет понимания того, что результат будет несколько иным, нежели планируется. Женщина склонна придерживаться собственных взглядов, не прислушиваться к другим мнениям, не использовать их и при этом делиться со всеми желающими ее послушать. Сотрудничать она предпочитает с теми, кто не оппонирует ей и разделяет ее взгляды; для нее характерно видеть лишь то, что находится в поле ее зрения. Она любит идти привычным путем и обычно делает то, что должна, и очень старается, даже если это нерезультативно [2, с. 38].

Многие деловые женщины сейчас выбирают андрогинный стиль руководства. Такой стиль предполагает соединение лучших качеств, присущих мужчине (решительность, твердость, уверенность в себе) и женщине (способность работать в команде, коммуникабельность, интуиция, умение сочувствовать), и дает прекрасный результат. Женщине при этом важно раскрыть в себе интеллектуальный, творческий, лидерский потенциал, соотносимый с мужским. Маскулинный (мужеподобный) тип в поведении деловой женщины на сегодня практически исчерпал себя. Многие избавились от заблуждения, что следование мужским нормам поведения обеспечивает успех. Если мы на деле и видим аналогичные образцы, то это, скорее всего, следствие элементарной некомпетентности женщины [2, с. 40].

Практика показывает, что в современной России количество деловых женщин увеличивается, растет и их профессионализм, изменяется психология, появляются деловая хватка и умение выжить в непростых условиях бизнеса.

Подводя итог, необходимо подчеркнуть, что у каждой женщины должна быть возможность индивидуального выбора самореализации своего человеческого потенциала и в профессиональной сфере деятельности, и в семейно-бытовой сфере, не ограничиваясь при этом гендерными стереотипами.

### Литература:

1. Бабаева Л.В., Чирикова А.Е. Деловая сила слабого пола // ЭКО. 1996. №5. С. 123-132.
2. Исхакова Н.Г. Имидж женщины-руководителя: деловитость помноженная на обаяние // Директор школы. 2005. №10. С. 37-42.
3. Киянова М.К. Женщина и бизнес: две ловушки на пути к вершинам // ЭКО. 1995. №4. С. 193-199.
4. Морозова З. С. Эволюция социального статуса женщины // Социология гуманитарного знания. 2008. №2. С. 185-194.
5. Турецкая Г.В. Деловая активность женщины и семья // Социологические исследования. 2001. №2. С. 67-74.
6. Турецкая Г.В. Социально-психологическая типология деловой активности женщин: дис. ... канд. психол. наук. М., 1999. 175 с.