

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В УПРАВЛЕНИИ (По материалам социологического исследования)

Эффективность практической деятельности субъекта во многом детерминируется его ориентацией в мире значимостей, целеполаганием и выбором способа целедостижения, норм и ценностей, сложившихся в обществе, воздействием стереотипов, накопленных предыдущим опытом.

Под стереотипом понимается упрощенный, схематизированный образ социальных объектов или событий, обладающий значительной устойчивостью. В более широком смысле – это традиционный, привычный образ мышления, восприятия и поведения.

Стереотипы базируются на традициях, своде моральных норм, ценностных ориентациях и правилах общественного поведения. Отсутствие полной информации о событиях и явлениях способствует их распространению и развитию.

Они обозначают укоренение в общественном мнении предвзятых представлений о различных социальных процессах. Базируясь на весьма ограниченном опыте, неверной информации и т.д., стереотипы искажают действительность, образ того или иного субъекта, вызывают предубеждения и тем самым нарушают нормальные взаимоотношения между людьми.

Через проблему социального стереотипа общество пытается решить одну из главных трудностей кризисного периода: чтобы по-другому работать, нужно начать по-другому думать.

Исследований проблемы социального стереотипа в советском обществе практически не проводилось. Во многом это связано с тем, что манипулирование массовым сознанием для достижения социального контроля со стороны правящей элиты целиком приписывалось буржуазному обществу.

В реальности же именно в советском обществе массовому сознанию зачастую навязывалась система взглядов и идей в форме догм, мифов и стереотипов, имеющих мало общего с действительностью.

Формирование стереотипов происходит в контексте отражения объективной действительности и процессе коммуникации. Именно здесь заложены гносеологические и инструментальные возможности манипулирования массовым сознанием. Поэтому социологический анализ содержания стереотипа предполагает его соотнесение с объективным интересом действующего субъекта, включенного в систему общественных отношений.

Природа социального стереотипа амбивалентна и противоречива: в ней существует дифференциация и интеграция одновременно, причем в период социальных дисгармоний момент дифференциации превалирует. Это зачастую выражается во все возрастающем разрыве между самооценкой и реальным положением вещей, когда социальная незащищенность индивида вносит элемент социальной покорности и безразличия в бытие субъекта. Поэтому проблема социальных стереотипов, факторов, способствующих их формированию, поддержанию и воспроизводству, весьма актуальна и нуждается в глубоком изучении.

Предметом исследования, проводимого в 2001 году в рамках научно-исследовательской программы «Гендерные стереотипы в социокультурных процессах российского общества», явились стереотипы в области гендерных отношений. Мы исходили из того, что учет гендерного фактора при разработке и принятии решений является необходимым условием построения демократического общества. Инкорпорация гендерного подхода при изучении стереотипов предполагает социологический анализ

гендерных стандартов поведения с адекватным учетом особенностей социального положения различных групп населения.

Выделение гендерного аспекта данной проблематики составляет особенность всех современных мировых и российских социокультурных процессов. Социологи прогнозируют рост этой тенденции, а вместе с ней радикальное изменение традиционных систем ценностей женского населения планеты, которые наполняются во все возрастающей степени социально значимым содержанием.

Гендерная проблематика в России стала особым предметом социологического анализа лишь в 90-е годы, поэтому привлечение к эмпирическим исследованиям теоретических наработок в данной области социального знания способствует более четкому и глубокому пониманию проблемы адаптации в радикально меняющихся социокультурных условиях и выявлению причин, облегчающих / тормозящих этот процесс, который чаще всего называют ресоциализацией.

В современном российском обществе за последнее десятилетие общее положение и социальный статус женщины имеют явно выраженную негативную тенденцию, что было отмечено и в международных документах. Так, Программа развития ООН (ПРООН) за 1999 год подчеркивала «значительное усиление гендерного неравенства в политической, экономической и социальной сферах» в России в ходе осуществляющихся трансформационных процессов¹.

Это проявляется в сужении доступа женщин в сферу оплачиваемой занятости, сокращении их доли в законодательных органах власти, традиционном распределении социальных ролей в семье, общей феминизации бедности, возрождении «домостроевских» взглядов на роль женщины в обществе.

Изучение социальных стереотипов на основе гендерного подхода дает возможность создания таких социальных технологий, которые обеспечат сохранение и повышение роли женщин в современных преобразованиях в России и помогут сформировать их жизненную стратегию, отходящую от традиционных патерналистских образцов и ориентированную на себя, свои способности и потребности в реализации собственного творческого потенциала.

Успешность всех социально-политических изменений, которые произошли в постсоциалистических странах в течение последнего десятилетия, как показывает социологический анализ, оказывается напрямую связанной со степенью знания властными структурами гендерных стереотипов, заложенных в национальном характере, ментальности, культурных традициях народов, и учетом их базовых и инструментальных ценностей.

Изучение социальных стереотипов россиян показывает определяющее влияние именно гендерных различий, когда личность на основе гендерной идентификации выбирает свои жизненные ориентиры и ценностные приоритеты, формирует свои социальные ожидания от государства и других социальных институтов общества, реализует на практике способы и методы социальной активности.

Гендерные стереотипы рассматриваются нами как часть мотивационного комплекса индивидов. Тенденции их формирования и изменения у женщин и мужчин, несмотря на внешне одинаковые статусные характеристики (профессия, возраст, семейное положение), существенно отличаются.

В связи с радикальными переменами, происходящими во всех сферах жизни российского общества, многократно возросла практическая необходимость в социологическом знании, адекватно отражающем происходящие социокультурные процессы и деятельность различных социальных институтов; знании, на основе которого можно проектировать осуществление изменений, необходимых для выхода из кризиса и последующего устойчивого развития страны, разрабатывать прогнозы, основанные не на

¹ Human Development Report for Central and Eastern Europe and the CIS. P. 66.

перешедших к нам из прошлого стереотипных представлений, а на стратегиях XXI века в области социального развития и управления.

В предлагаемом участникам круглого стола материале акцент сделан на исследовании содержания гендерных стереотипов в области управления социальными и экономическими процессами. Аналитические данные получены в ходе социологического исследования, проведенного в рамках научного проекта «Гендерные стереотипы в социокультурных процессах средних городов России». Проект осуществлялся в 2001 году при поддержке региональной научно-технической программы Министерства образования РФ коллективом ученых ИвГУ (под руководством докт. ист. наук, проф. О.А. Хасбулатовой) и ИГТА (под руководством докт. социол. наук, доц. Л.С. Егоровой). В ходе его осуществления анализировались, сопоставлялись и оценивались гендерные стереотипы, бытующие в общественном мнении российской провинции, изучалось их преобладание в различных социальных, половозрастных и профессиональных группах.

В опросе участвовало 600 мужчин и женщин. В качестве дифференцирующих признаков были выбраны: профессиональная принадлежность, семейное положение, возраст, пол и уровень образования респондентов. Поскольку на формирование гендерных стереотипов большое влияние оказывают поколенческие различия и уровень образования, респонденты были сгруппированы по возрастному признаку: до 30, 31 – 40, 41 – 50, 51 – 60, свыше 60 лет; по уровню образования: неполное среднее, среднее, среднее-специальное, высшее.

«Эффект стереотипизации» показывает, что любой тип общества располагает собственным набором экономических, социальных и политических средств формирования той или иной совокупности стереотипов. Содержание этих стереотипов, степень их воздействия на образ жизни людей в значительной степени зависят от семьи как агента социализации.

Поэтому наряду с традиционной классификацией семейного положения, в качестве детерминанта формирования стереотипов были введены члены семьи респондента: мать и отец, только мать, только отец, другие родственники. Это дает возможность оценить, кто из членов семьи в большей степени оказал влияние на мировоззренческие установки личности.

Гендерная идентификация личности тесно связана с усвоением и реализацией ролевых стандартов поведения, принятых в обществе и культивируемых в ближайшей микросреде индивида. Поэтому при исследовании гендерных стереотипов респонденты разделялись по полу.

В качестве дифференцирующего признака был избран также род занятий.

На первом этапе исследования ставилась задача определить содержание наиболее распространенных суждений о роли и «предназначении» мужчин и женщин в общественном мнении жителей средних городов, выявить степень их устойчивости в зависимости от гендерной идентичности личности, социальной стратификации и ряда других критериев.

Первая группа вопросов, предлагаемых респондентам, связана с выявлением гендерных стереотипов в представлениях о профессиональной деятельности, карьере, интеллектуальных способностях и стиле руководства мужчин и женщин.

Вторая группа вопросов направлена на выявление стереотипов в области политики.

Третья – на формирование стереотипов в области семейных отношений, на выявление, под чьим влиянием сформировалось представление респондентов о том, что является «предназначением» для мужчин и женщин.

Последний блок – это комплексные данные о респонденте.

Вниманию участников круглого стола предлагаются результаты исследования, характеризующие содержание гендерных стереотипов в сфере управления.

Стереотип первый: «мужчина в большей степени, чем женщина, способен на управленческую деятельность».

Результаты исследования показали, что данное суждение достаточно распространено.

16,1% респондентов по всему массиву убеждены в том, что мужчина более способен к управленческой деятельности, еще 50% респондентов склоняются к этому мнению. Совершенно не разделяют это мнение 12,4% респондентов, в том числе 9,4% женщин и 2,6% мужчин. Сомнения высказали 20,2% респондентов.

Таким образом, почти 67% опрошенных склонны признать наличие у мужчин каких-то специфических черт, которые обуславливают более высокую эффективность его работы как руководителя. Полагаем, что данное суждение выступает тормозом в процессе адаптации личности к новым условиям жизнедеятельности.

Отметим, что безусловное большинство среди этих 67% - мужчины. Эта точка зрения одинаково вредит как мужчинам, так и женщинам. Женщинам – поскольку они заранее занижают свою самооценку, не пытаясь найти возможность для эффективного использования своих управленческих способностей. Мужчины, в свою очередь, заранее ставят себе очень высокую жизненную планку и в случае ее недостижения испытывают депрессию из-за несовпадения собственных притязаний, ожиданий и практического результата.

Примечательно, что чем выше образование респондентов, тем большее их количество согласны с мнением, что мужчина более способен к управлению. Так, в той или иной степени это мнение разделяют 32,6% респондентов с высшим образованием.

Это можно объяснить следующими обстоятельствами:

– люди без высшего образования практически не претендуют на руководящие должности, поэтому смотрят на эту проблему «со стороны» и могут быть более объективны;

– зачастую, особенно в советское время, руководитель имел высшее инженерное образование. Поэтому в сознании большинства индивидов стали тождественными понятия «способность работать с машинами» и «способность руководить, управлять». Многие забывают, что управлять можно только людьми, а никак не механизмами. Стереотипное, заложенное с детства восприятие, что мальчики обязательно разбираются в технике лучше, чем девочки, формирует убеждение, что, значит, они лучше и руководят.

Однако, чем старше респонденты, тем меньше они разделяют эту точку зрения. Жизненный и практический опыт вносит свои коррективы.

Стереотип второй: «мужчины умнее женщин».

Результаты исследования показали, что большинство опрошенных так не считает. Категорично согласны с этим утверждением лишь 4,9% мужчин и 1,5% женщин. Однако предположительное мнение (скорее, «да») высказали 21,7% респондентов, в том числе 15,4% мужчин и 6,4% женщин. 40,8% респондентов (в основном женщины) считают это утверждение несправедливым (безусловно, «нет»).

Получается, что большинство членов общества считают, что мужчины не умнее женщин, однако, безусловно, более способны к руководству и управлению. Это свидетельствует об устойчивости гендерных стереотипов, их способности функционировать автоматически, нередко вопреки здравому смыслу.

Стереотип третий: «карьера – это прерогатива мужчин».

Данное мнение разделяют 45% респондентов обоего пола, 60,6% мужчин, 26,8% женщин. 71,8% женщин высказались по этому поводу отрицательно. Чем выше уровень образования, тем больше сторонников концепции равных прав и равных возможностей для мужчин и женщин в ходе продвижения по служебной лестнице. Мнение, что «карьера – не женское дело», женским социумом уже не принимается, его не разделяют 85,9% опрошенных женщин. Суждения мужчин по этому поводу тоже не однозначны. Признавая за собой первенство, 40,4% допускают, что женщина может сделать карьеру.

Стереотип четвертый: «бизнес – не женское дело». Это мнение разделяют «безусловно» – 11,2%, «скорее, да» – 18,4% опрошенных. Большинство признают за женщиной право на управленческую деятельность в сфере предпринимательства.

Стереотип пятый: «на стиль руководства значительное влияние оказывает пол руководителя». Такого мнения придерживается большинство опрошенных обоего пола (70,7% по всему массиву, 69,7% мужчин и 71,2% женщин). Здесь мы имеем дело с интегративными процессами, когда представления о «мужественности / женственности» переносятся на характеристику стиля управления: «мужской», «женский».

Интересно, что общество признает, что возможности для самореализации и мужчин и женщин – руководителей различны. 46,5% мужчин и 65,8% женщин считают, что «общество более требовательно к результатам работы женщины-руководителя, чем мужчины».

Функционирование обозначенных стереотипов в значительной степени влияет на снижение самооценки женщин, их веры в свои творческие способности и успехи. Результаты наших исследований подтверждают это. С тем, что у женщин занижена самооценка, согласны 29% по всему массиву, каждая пятая женщина.

Таким образом, результаты исследования показывают, что гендерные стереотипы в сфере управления не только существуют, но и достаточно распространены, под их влиянием строят свою жизненную стратегию и мужчины, и женщины. Принимая их в качестве «жизненного стандарта», женщины ищут выход своей энергии в других сферах. Представления о неспособности женщин к управлению приводят к тому, что они пытаются самореализоваться в организации различного рода женских движений и объединений. Они начинают искать неформальные способы воздействия на властные структуры, чтобы те обратили внимание на женщин как субъектов управленческой деятельности.