

**ИССЫК-КУЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. К.ТЫНЫСТАНОВА**

Ж.К. Боконтаева

*Гендерная социализация личности в
системе экономических отношений*
(учебно-методическое пособие по социологии и
гендерной социологии для студентов
1 и 2 курсов вузов)

Каракол, 2010

УДК 396
ББК 66.3 (2)
Б 78

Методическое пособие рекомендовано к изданию решением Учебно-методического совета факультета (протокол № 8 от 29.03.2010г.) и Ученого Совета (протокол № 3 от 03.12.2010 г.) ИГУ им. К.Тыныстанова

Рецензент: кандидат философских наук, доцент, почетный профессор ИГУ им. К.Тыныстанова Шакитов Ш.Ш.

Боконтаева Ж.К.

Б 78 Гендерная социализация личности в системе экономических отношений: (Учебно-метод. пособие по социологии и гендерной социологии для студ. 1 и 2 курсов вузов) /ИГУ им. К.Тыныстанова. – Каракол: 2010. – 44 с.

ISBN 978-9967-441-49-1

В работе представлены механизмы гендерной социализации личности и их роль в повседневной жизни человека, а также теоретические аспекты гендерной экономики.

Автором на основе собственных социологических исследований анализируются факторы развития женского предпринимательства в Кыргызстане. Данное пособие предназначено для студентов ВУЗов, средне-специальных учебных заведений, а также широкого круга читателей.

Б 0803010200 – 10
ISBN 978-9967-441-49-1

УДК 396
ББК 66.3 (2)
© Боконтаева Ж. К., 2010.
@: ИГУ им. К.Тыныстанова, 2010.

ВВЕДЕНИЕ

Кыргызстан одним из первых среди стран СНГ осуществляет кардинальные социально-экономические и политические преобразования, направленные на создание демократического общества с рыночной экономикой, конкуренцией и возрождением предпринимательской деятельности. В ряду этих процессов большое значение играют вопросы, связанные с установлением гендерного равенства во всех сферах общественной жизни.

В республике приняты законы, национальные программы, направленные на обеспечение равных прав и равных возможностей доступа женщин и мужчин к материальным и духовным ресурсам нашего общества. Следовательно, сегодня в системе высшего образования, одной из актуальных задач, является повышение гендерной информированности и чувствительности молодого поколения.

Структура данного научно-методического пособия отражает наиболее важные вопросы, рассматриваемые по дисциплине «Гендерная социология» для университетских специальностей и отдельных тем по дисциплине «Социология». Данная работа состоит из четырех разделов. В первом разделе автором в доступной и научно-популярной форме изложены базовые понятия гендерной социологии, такие как, «гендер», «гендерные роли», «гендерная идентичность» и др.

Во втором разделе определены основные механизмы гендерной социализации личности и их роль в повседневной жизни каждого индивида.

В третьем разделе проанализированы гендерные отношения в экономике, с точки зрения западных и американских теорий. А также особенности проявления гендерной сегрегации и ассиметрии в экономике постсоветского Кыргызстана. Следует особо отметить, что интересы и потребности различных групп женщин и мужчин неодинаковы. Социально-экономические преобразования обусловили усиление дифференциации населения по уровню жизни, степени свободы выбора, возможностям и стилю поведения в зависимости от доступа к финансовым и кредитным институтам, приватизации собственности и земли, от их положения на рынке труда и других факторов. Поэтому, что не представляется сложным для одной категории женщин и мужчин, является чрезвычайно серьезной проблемой для других. Следовательно, для того, чтобы обеспечить реальное гендерное равенство, государство и общество должны обеспечить для женщин и мужчин «режим наибольшего благоприятствования» в раскрытии их возможностей.

В четвертом разделе рассматривается участие женщин в предпринимательской деятельности, связанное с изменением их социального и экономического статуса. Женщины включаются в новые

виды деятельности - они становятся предпринимателями, менеджерами, фермерами неизбежно сталкиваясь с жесткими реалиями рынка. Автором проанализированы факторы развития женского предпринимательства в Иссык-Кульской области и перспективы дальнейшего их развития.

В данном разделе представлена реальная история успеха женщины-предпринимательницы из Иссык-Кульской области Жузумалиевой Гулипы, которая благодаря своему профессионализму, упорству, настойчивости и новаторству добилась значительных результатов в своем бизнесе.

В данном пособии составлен краткий гендерный глоссарий, который будет очень полезен не только для студентов, но и для широкой аудитории, которые интересуются вопросами гендерного развития в обществе.

При подготовке данной работы были использованы различные аналитические и статистические материалы. А также результаты собственного социологического исследования (глубинное интервью), проведенного автором среди женщин - предпринимателей Иссык-Кульской области.

Следовательно, актуальность данной работы заключается в анализе и поиске путей решения реальных социальных проблем, возникающих во взаимоотношениях женщин и мужчин в экономической жизни нашего общества, и предназначена для студентов и преподавателей и всех тем, кто интересуется гендерными вопросами.

1 ПОНЯТИЕ ГЕНДЕР И ПОЛ

Гендер - это непривычное слуху слово появилось в нашем лексиконе совсем недавно. Одних оно настораживает, други□ привлекает, третьих оставляет безразличными. Так уж сложилось, что в сознании каждого человека понятие "биологический пол" автоматически связывается с понятием "социальная роль", и всякие попытки отделить одно от другого встречают внутреннее сопротивление. Однако эти два понятия все же нужно разделить для того, чтобы выяснить, почему женская половина человечества, что называется, с сотворения мира находится в более уязвимом положении, чем мужская.

Как известно, данный природой биологический пол изменить нельзя, а вот социальные роли (т.е. "гендер") вполне поддаются перераспределению.

А раз это возможно, значит можно сделать более справедливым распределение ресурсов и доходов, прав и обязанностей, рабочей нагрузки и отдыха. Так что, можно считать, что решение гендерных вопросов - это наиболее оптимальный ключ к разрешению проблем не только женщин, но и всего общества.

Социальные роли женщин и мужчин взаимно дополняют друг друга, поэтому изменения первых неизбежно повлечет за собой изменение

вторых, и наоборот. Так что, гендер дает прекрасную возможность покончить с неравенством между полами. Гендерный подход к разным сферам нашей жизни делает его очень сильным оружием в борьбе за социальную справедливость.

Гендерные роли и отношения формируются в обществе разными способами: через культуру, систему духовных ценностей, воспитание.

С самого раннего возраста нас учат тому, какие роли мы должны играть. Нам говорят «мальчики не плачут, потому что они будущие мужчины», а «девочки - будущие хозяйки и хранительницы домашнего очага». Мы также учимся сами, наблюдая за поведением наших родителей, учителей, сверстников. Гендерные роли и отношения зависят от многих факторов - возраста, этнической принадлежности, местности, класса, веры.

Ни в коем случае нельзя рассматривать гендер только как «женский вопрос», потому что гендерные отношения затрагивают и мужчин, и женщин и касаются всех аспектов социальной, политической и экономической жизни. Поэтому отрицание их важности и непонимание их влияния при планировании политики и развития могут привести к негативным последствиям.

Подводя итог, можно сказать, что нашему обществу необходимо принять меры по повышению информированности людей о фактах гендерного неравенства, кыргызстанцы должны знать национальное законодательство, международные конвенции и договоры в области гендерного равенства и понимать, что без достижения гендерного равенства полов страна не сможет в полной мере двигаться вперед к прогрессу и процветанию.

ГЕНДЕР - это приобретенное, социально закрепленное поведение, связанное с ролями и характеристиками, приписываемыми мужчинам или женщинам в каждой конкретной культуре. В отличие от биологического пола (англ. sex), представляющего собой набор генетически заданных анатомо-физиологических признаков человека, гендер строится в конкретном социокультурном контексте в определенный исторический период и, следовательно, различен во времени и пространстве и движении.

Гендер - продукт социализации, пол - результат эволюционного развития. Следовательно, пол - это биологическая принадлежность человека, т.е. то, что отличает мужчину от женщины в физиологическом плане.

ГЕНДЕРНЫЕ РОЛИ - это социальные роли, которые предписываются мужчинам и женщинам в соответствии с социальными и культурными нормами, существующими в данном обществе и данной исторической ситуации. Гендерные роли могут варьироваться в различных возрастных и социальных группах и с течением времени могут претерпевать изменения.

Традиции отводят женщине стереотипную роль хранительницы очага, воспитательницы детей, а мужчине - добытчика, защитника и главы семьи.

Другими словами это:

1. Образцы поведения женщин и мужчин, основанные на традиционных ожиданиях, связанных с биологическим полом;
2. Совокупность общепринятых норм и правил поведения, которые предписываются мужчинам и женщинам в конкретной социально-культурной ситуации.

Гендерные стереотипы - это схематические, стандартизированные устойчивые общепринятые в конкретном обществе представления о должном "женском" и "мужском" поведении, а также их предназначении, социальных ролях и деятельности.

Важно отметить, что стереотипы необязательно носят эмоциональную окраску и имеют негативный оттенок. Зачастую с помощью стереотипов мы лишь упрощаем свое отношение к окружающему миру, ведь в той или иной степени следование им свойственно для каждого из нас.

Гендерные стереотипы – это тенденция подчиняться социальным нормам, о которой мы говорили выше, просто-напросто экономит мышление: все, что от нас требуется в определенной социальной ситуации - это бездумно демонстрировать социально ожидаемое поведение, то есть действовать в определенных и строго очерченных рамках.

Стереотипы базируются на традициях, своде моральных норм, ценностных ориентациях и правилах общественного поведения. Отсутствие полной и достоверной информации о событиях и явлениях способствует еще большему их распространению и развитию. Есть еще одна особенность, о которой нужно упомянуть: готовые стереотипы в сознании человека сопротивляются новой информации и потому меняются очень медленно.

Еще в раннем детстве мы начинаем понимать, насколько проще жить, следуя социальным нормам, и мы учимся следовать этим правилам, практически не задумываясь. То же самое происходит и с гендерными нормами. Большинство людей принимает их бессознательно и даже не ставит под сомнение.

Уже в раннем возрасте, примерно к трем годам дети начинают осознавать свою принадлежность тому или иному полу - это называется **гендерная идентификация**. Как только у ребенка завершается гендерная идентификация и он начинает замечать различия, которые существуют между мужчинами и женщинами, у него проявляются повышенный интерес и внимание к тому, как ведут себя люди его пола. Дети склонны воспроизводить в поведении именно те модели поведения, которые соответствуют их гендеру (социальному полу). Родители, учителя, другие дети, родственники, книги, игрушки и телевидение - вот основные источники, из которых ребенок обычно черпает информацию о том, как ему следует себя вести в той или иной ситуации. Так что, даже если родители конкретного ребенка захотят воспитать его свободным от гендерных стереотипов, этот опыт удастся едва ли. На формирование гендерной идентичности влияет гендерная социализация личности.

2. ГЕНДЕРНАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ

Гендерная социализация - это процесс усвоения человеком своей гендерной роли в том обществе в котором она (он) живет. Она тесно связана с определенными механизмами, которые влияют на гендерную социализацию личности.

Исследования произведений *детской литературы* показали, что в них, как правило, преобладают персонажи мужского пола, которым предоставлено множество возможностей, а женщины чаще всего изображаются исключительно в роли хранительницы домашнего очага. Такое распределение героев может внушить детям, что мир, за исключением воспитания детей, принадлежит мужчинам, а женщины играют в нем подчиненную роль. Более того, во многих детских сказках (Золушка, например) такие качества, как терпеливость, кротость, внешняя привлекательность, умение хорошо исполнять домашние обязанности преподносятся как наиболее предпочтительные. Более того, эти качества в конце вознаграждаются и, как правило, удачным замужеством.

Телевидение также способно соперничать с родителями и учителями в качестве ролевых источников для подражания. Это происходит потому, что телевидение имеет уникальную способность изменять фундаментальные представления о природе социальной реальности. Исследования показали, что и электронные, и печатные средства массовой информации в гендерно-ролевой социализации очень важны.

Анализ информации, поступающей к нам по телевизионным каналам, показал, что телевидение создает в большинстве случаев стереотипные, традиционные образы мужчин и женщин. Один из американских исследователей гендерных стереотипов (Аткин) тщательно проанализировал и описал 555 телевизионных персонажей.

Вот что говорится в его отчете о женских персонажах: "Подавляющее большинство женских персонажей отражает мужские фантазии о полуодетой глупышке, которую необходимо спасти". По его подсчетам, ни в одной из телевизионных программ, занимающих лучшее эфирное время на трех, наиболее популярных американских телеканалах, соотношение женских и мужских ролей не превысило 2:1 (65 процентов мужчин, 25 процентов женщин). Между тем мужчины появляются на экранах гораздо чаще, чем женщины, и их при этом изображают гораздо более сильными личностями, чем женщин.

Кроме того, исследования показали, что женщины, появляющиеся на экранах телевизоров, значительно моложе мужчин (примерно на 10 лет), и что женщины не менее, чем в четыре раза чаще оказываются провокационно одетыми, чем персонажи мужского пола (исследование было проведено в 2001-ом году). Анализ продемонстрировал, что стройных и привлекательных женщин на телевидении - 69 процентов, тогда как мужчин - всего 17,5 процента. Таким образом, телевидение создает портрет

молодой, сексуально привлекательной женщины, которая во многих программах служит скорее украшением, чем действующим лицом. Такой телевизионный образ внушает нам, что женщина ценится до тех пор, пока она молода и соответствует принятым понятиям о красоте и женственности.

Однако наиболее ярко гендерные стереотипы проявляются в *рекламе*. Женщины чаще всего рекламируют товары для дома, тогда как диапазон мужских образов в рекламе гораздо шире. Образ мужчин почти всегда связан с такими качествами, как решимость и успешность, тогда как образ женщины - с сексуальностью и внешней привлекательностью. Например, в рекламе пива почти всегда эксплуатируется традиционный образ мужественности, указывая, что именно надо делать (в том числе пить пиво), чтобы стать настоящим мужчиной.

Язык, на котором мы говорим, также вносит определенный вклад в стереотипное восприятие женщин и мужчин. Например, в английском языке есть специальное слово для обращения к замужней женщине "миссис", а специального слова для обращения к женатому мужчине нет. О чем это говорит? Уж не о том ли, что семейное положение женщины, в отличие от мужчины, влияет на то, какой нам следует её воспринимать и как с ней обращаться? Примером наличия гендерных стереотипов в языке могут также послужить мужские и женские имена. Большинство женских имен отражают те качества, которые мы предпочитаем видеть в девочках: Назик - "нежная", Мээрим - "ласка", Айсулуу - "лунолика красавица" и т.д. То же самое можно сказать и о мужских именах: Темир - "железный", Мырза - "господин". Баатыр - "богатырь", Эрбол - "будь мужественным" и т.д. Кроме того, в киргизском языке есть специальные женские имена для тех случаев, когда родители хотят, чтобы следующим ребенком был мальчик: Бурул - "повернись", Жаныл - "ошибись". В английском языке, например, в 6-10 раз больше слов, описывающих с отрицательной стороны именно женщину (вспомните, сколько слов существует в русском языке, обозначающих женщин легкого поведения. А есть ли подобные словечки о мужчинах?!).

Большое значение в процессе усвоения гендерных ролей и стереотипов у детей имеют *игрушки*. Для интереса пойдите в детский магазин и посмотрите, какие игрушки там сегодня продаются. Вы сразу же увидите, что все они разделены между собой: одни строго предназначены для девочек, другие - для мальчиков. Для большинства родителей подобное разделение кажется вполне естественным и закономерным. Однако проблема состоит не только в том, что в процессе игры ребенок впитывает традиционные гендерные стереотипы, но еще и в том, как это влияет на навыки, которые приобретают дети. Ведь игрушки, предназначенные для девочек и для мальчиков, развивают, соответственно, и различные навыки у детей.

Так, согласно проведенным исследованиям, игрушки и игры помогает девочкам практиковаться в тех видах деятельности, которые касаются подготовки к материнству и ведению домашнего хозяйства, а также развивают умение общаться. Игрушки для девочек почти всегда связаны с уходом за собой (детская косметика), либо с заботой о ребенке (куклы-малышки), либо с домашними делами (игрушечная посуда, кухонная утварь).

Совсем иначе все представлено у мальчиков: игры и игрушки побуждают их к изобретательству, стремлению преобразовать окружающий мир, помогают развивать пространственные и математические способности, одним словом, поощряют независимое, соревновательное, лидерское поведение. Игрушки для мальчиков часто бывают связаны со строительством (различные конструкторы, кубики) или активной деятельностью (спортивный инвентарь, оружие и т.п.). Причем родители обычно позитивно реагируют, когда дети, особенно мальчики, играют в игрушки, соответствующие их полу. И, наоборот, многие родители не принимают тот факт, что их дети (особенно мальчики) играют в "неподходящие" для их гендера игры или игрушки.

Все, о чем мы сказали, раскрывает роль культуры, а также входящих в нее традиций и обычаев, на воспроизводство гендерных ролей и стереотипов.

Гендерные стереотипы создают проблемы не только для женщин, но и для мужчин. Поэтому следует рассмотреть и мужские гендерные стереотипы и роли.

Мужская гендерная роль.

Хотя в целом мужчины имеют больше влияния, чем женщины, существуют такие личности, и их немало, которые этим самым влиянием не обладают, и жесткая мужская социализация приносит им только вред. Кроме того, общаясь с сильными женщинами, мужчины зачастую сталкиваются с определенными трудностями. Ведь с детского возраста у мальчиков воспитывают убеждение, что именно они должны быть сильными и властными, поэтому сильные женщины воспринимаются ими как угроза мужскому началу. Это противоречие требует разрешения, поскольку сильных женщин в современном обществе становится все больше.

Поведение мужчин основывается на представлении о мужественности, которое они впитывают, как говорится, с молоком матери. Убеждения относительно того, каким должен быть мужчина и что он должен делать, составляют то, что называется идеологией мужественности.

Мужская гендерная роль - это социальные нормы, содержащие предписания и запреты относительно того, что именно мужчинам надо чувствовать и делать.

Среди гендерных стереотипов относительно мужской роли можно выделить следующие:

НОРМА УСПЕШНОСТИ (СТАТУСА) - это гендерный стереотип, утверждающий, что социальная ценность мужчины определяется величиной его заработка и успехами на работе. Другими словами, тот мужчина, который не зарабатывает деньги - не мужчина. В нашем обществе весьма популярна поговорка - "если ты отип.

Все представители социума единодушно считают, что мужчина обязательно должен делать карьеру и укреплять свой социальный статус деньгами. Этот стереотип заметно проявляется в том, что при выборе своего спутника жизни женщины особенно интересуются работой и финансовой стороной будущего избранника. Во время романтических свиданий практически всегда подразумевается, что тратить деньги должен именно мужчина. Если он этого не делает, то может оказаться в глазах своей избранницы второсортным кавалером и может легко упустить шанс доказать ей обратное.

С этой нормой связан целый ряд ограничений для мужчин. Большинство из них не могут соответствовать ожиданиям на все сто процентов, из-за чего имеют заниженную самооценку. Финансовое давление особенно обременяет тех мужчин, которые являются единственными кормильцами в своих семьях. Кроме того, представление о том, что роль мужчины в семье - исправно приносить большую зарплату, отрицательно влияет на исполнение им родительских функций, так как, чтобы соответствовать этим ожиданиям, мужчина должен почти все свое время посвящать работе. По мере того, как доходы отца растут, его вклад в воспитание детей обычно сокращается. Например, в Японии, где понятие о мужественности включает в себя полную самоотдачу на работе, отцы проводят со своими детьми в среднем три минуты в день в будни и девятнадцать минут по выходным.

Если мужчина не способен соответствовать этой норме успешности, то зачастую он стремится доказать свою мужественность иными способами, при помощи так называемой "*компенсаторной мужественности*", которая включает в себя эмоциональную и физическую жесткость, подчинение женщин и поведение, связанное с риском.

Компенсаторная мужественность - совокупность качеств, при помощи которых мужчины вынуждены компенсировать свое несоответствие общепринятому стандарту мужественности.

Следующий гендерный стереотип, который мы рассмотрим, называется **норма твердости**.

НОРМА ТВЕРДОСТИ существует у мужчин в нескольких формах: физической, умственной, эмоциональной, антиженственной.

НОРМА ФИЗИЧЕСКОЙ ТВЕРДОСТИ есть не что иное, как ожидание физической силы и мужественности или, другими словами. - это стереотип мужественности, согласно которому мужчина должен обладать физической силой и высокой биологической активностью.

В определенных обстоятельствах норма физической твердости способна довести до насилия, возможно в том случае, когда социальная ситуация предполагает: не проявить агрессию будет не по-мужски или когда мужчина чувствует, что его мужественность под угрозой или под вопросом. Насилие порой может стать для беспомощного в других областях мужчины единственным способом почувствовать себя сильным и сказать: "Я - мужчина, пускай я не успешен в экономическом плане", то есть, мужчины, которым не доступны общепринятые пути достижения успеха, утверждают себя на поприще насилия.

НОРМА УМСТВЕННОЙ ТВЕРДОСТИ - стереотип мужественности, согласно которому - мужчина должен быть знающим и компетентным.

Человек, пытающийся соответствовать этой норме сверхкомпетентности, начинает тревожиться, как только понимает, что чего-то не знает. Тревога может быть особенно интенсивной, если кажется, что окружающие могут догадаться о его невежестве. Эта норма часто является причиной того, что мужчины начинают с трудом переносить более успешных и компетентных женщин.

По этой же причине многие мужчины не терпят женщин-руководителей. И, наконец, прямым следствием этого стереотипа является наличие "**стеклянного потолка**" в продвижении женщин по служебной лестнице. ("**Стеклянный потолок**" - популярное выражение, подразумевающее невидимые барьеры, препятствующие продвижению женщин по службе).

НОРМА ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ТВЕРДОСТИ - стереотип мужественности, согласно которому мужчина должен испытывать мало чувств и разрешать свои эмоциональные проблемы без помощи окружающих.

Отношения между мужчинами характеризуются элементами состязательности и большей конфликтностью, чем отношения между женщинами. Поэтому мужчинам психологически труднее искать эмоциональной поддержки и помощи в случае возникновения у них эмоциональных проблем. Вот почему многие мужчины склонны искать эмоциональную разрядку в алкоголизме, наркомании, агрессивных видах спорта. Постоянные стрессы ведут к тому, что мужчины страдают сердечнососудистыми заболеваниями гораздо чаще, чем женщины. В какой-то степени именно этим объясняется тот факт, что в среднем продолжительность жизни мужчин на семь лет меньше, чем продолжительность жизни женщин.

НОРМА АНТИЖЕНСТВЕННОСТИ - гендерный стереотип, согласно которому мужчинам следует избегать специфических женских занятий, видов деятельности, моделей поведения.

У некоторых мужчин действие этого стереотипа проявляется в виде фемофобии - страха показаться женственным. Мы уже говорили о том, как норма успешности влияет на полноценное отцовство. Есть основания предполагать, что норма антиженственности обладает тем же эффектом. Такая важная часть жизни человека, как воспитание детей, а вместе с этим проявление нежности, заботы, постоянной эмоциональной поддержки воспринимаются многими мужчинами как проявление женственности, вследствие чего они отвергают такое поведение в отношениях со своими детьми. Эта же норма мешает равенству в разделении домашних обязанностей, поскольку мужчины ассоциируют работу по дому с женщинами и женственностью.

В настоящее время традиционная мужская роль переживает кризис, так как изменения, которые происходят в большинстве современных обществ, требуют, соответственно, и изменения гендерных ролей и стереотипов. Многие люди видят в этом угрозу традиционным семейным ценностям, сохранению культуры, этнических традиций и обычаев. Зачастую многие сообщества реагируют на это усилением патриархальных традиций, ужесточением рамок гендерных ролей и стереотипов, изоляцией в "своей" этнической группе. Однако, такой уход от реальности способен отбросить общество только назад. Рано или поздно действительность заставит людей отказаться от тех стереотипов, которые мешают мобилизации человеческих ресурсов для достижения более высокого уровня жизни и гармонизации общества.

Многие психологи считают, что степень следования общепринятым социальным ролям и стереотипам обратно пропорциональна объему необходимых мыслительных операций. И это работает в нашу пользу, поскольку помогает сократить затраты энергии на обработку мозгом получаемой информации. Когда стереотип является результатом опыта не одного поколения людей, он довольно точен и может служить удобной рациональной моделью поведения. Но есть такие стереотипы, которые делают наше поведение неадекватным и даже могут нести в себе потенциальное оскорбление. Например, когда одна этническая группа считается ленивой, а другая - жадной или когда женщины считаются глупее мужчин. Постепенно такие стереотипы перерастают в предрассудки, а предрассудки – в **дискриминацию**.

Зачастую ДИСКРИМИНАЦИЯ в отношении женщин поддерживается также религией, закрепляется на бытовом уровне через народные традиции, обычаи и моральные устои. Однако, поведение и взаимоотношения людей в обществе регулируются не только культурными и религиозными нормами, но и законодательными.

Дискриминация – любое различие, исключение или ограничение по признаку пола, которое направлено на ослабление или непризнание прав человека и основных свобод в гражданской, политической, экономической, социальной, культурной и других областях.

Правовой аспект, регламентирующий поведение и взаимоотношения мужчин и женщин, декларируется в конституциях стран и дополняется целым рядом законов. Его принято рассматривать в нескольких категориях:

- равенство прав мужчин и женщин;
- равенство возможностей мужчин и женщин;
- равенство ответственности мужчин и женщин;
- равнопартнерские отношения мужчин и женщин во всех сферах деятельности.

Перечисленные выше категории права, приложенные к гендерной политике, не являются какими-то исключительными изобретениями ученых-гендерологов или же феминисток. Это известные правовые категории демократического общества. Поэтому демократические процессы в стране - это первые и основополагающие условия достижения гендерного равенства, которое можно причислить к одному из основных достижений базовой демократии. Если государство провозглашает демократические идеалы, то оно обязано внедрить демократические принципы равенства прав, возможностей и ответственности прежде всего в сферу гражданских отношений мужчин и женщин. Это и есть низовая или базовая демократия, которая стоит выше всех остальных аспектов социальных отношений.

Равенство означает обеспечение всех - независимо от пола, расы или способностей - одинаковыми возможностями доступа к позитивным результатам проводимого политического курса. Гендерное равенство - это не только формальное закрепление гендерного равноправия. Равноправие означает равенство всех перед законом, и это необходимый элемент демократии, так как степень демократичности общества находится в прямой зависимости от того, насколько последовательно реализован в нем принцип: «перед законом все равны и все находятся под охраной закона», что тесно связано с формированием правового государства.

Понятия «гендерное равенство» и «гендерное равноправие» соотносятся как понятия "цель" и "средство". Гендерное равноправие — это необходимое условие и один из путей достижения гендерного равенства, по сути, это правовой механизм его обеспечения в конкретных ситуациях. Содержание равенства и равноправия включает в себя также отсутствие незаконных привилегий и запрет дискриминации по любым основаниям.

Само понятие "равенство" многогранно и требует уточнения. Существует точка зрения, согласно которой равенство рассматривается как одинаковое обращение со всеми одним и тем же способом независимо от индивидуальных различий. Такой взгляд исходит из того, что все люди одинаковы и равны, и, следовательно, справедливо одинаковое отношение ко всем. Критики теории гендерного равенства совсем не случайно оспаривают целесообразность этого мнения, имея в виду именно такую

трактовку понятия "равенство". Такой подход игнорирует различия между людьми по таким основополагающим признакам как пол, возраст, расовая принадлежность, индивидуальные и коллективные предпочтения. Несостоятельность этой точки зрения можно продемонстрировать на простом примере.

Равенство - значит всем раздать по корзине клубники. Это благо, но:

- у кого-то клубника может вызвать аллергию;
- у некоторых нет навыков употребления клубники;
- иные ее просто не любят.

Выходит, этот принцип дает выгоду далеко не всем получателям клубники.

Политика, основанная на таком понимании равенства, имела место в советское время и исходила из посылки об одинаковости получателей или их искусственной "уравниловке". При таком подходе потребители уже изначально не получали равную выгоду. На нашем примере действительно равное отношение к людям могло бы означать очень важную возможность выбора ягод.

Гендерное равенство - это ситуация, в которой мужчины и женщины выполняют социальные функции и имеют доступ к ресурсам и благам вне зависимости от своей половой принадлежности. Но гендерное равенство ни в коем случае нельзя понимать как абсолютную одинаковость в положении полов.

Кыргызстан провозгласил себя страной прав человека. Однако с гендерных позиций нам еще предстоит преодолеть декларативность этого постулата. На формальном уровне в стране отсутствует негативная дискриминация по признаку пола, а законодательство основывается на принципе равноправия. Фактически же принятые в нашем обществе дискриминационные гендерные роли женщины прочно закрепились на уровне массового сознания как "нормальные" и "в порядке вещей". Закрепление за женщиной всех неоплачиваемых обязанностей, связанных с уходом за детьми и семьей, домашнее насилие в отношении женщин, отстраненность от принятия решений в семье и государстве воспринимаются обществом как естественное положение дел, не вызывая чувства нарушенной справедливости у большинства населения (особенно мужского). И нельзя забывать о том, что в Кыргызстане женщины и мужчины имеют разные роли, обязанности, доступ к благам и ресурсам и, соответственно, не равные возможности осуществлять свои права. В результате чего государственная политика и принятые программы воздействуют на них совершенно по-разному.

Гендер должен стать критерием и даже критическим аспектом во всех сферах деятельности государства, и особенно в управлении, в котором традиционно продолжает доминировать мужское видение проблем. Объясняется это тем, что политические, социальные и экономические институты в мире создаются преимущественно мужчинами, представителями

среднего класса. Это означает, что большинство различных групп населения, включая женщин, молодежь, а также членов социальных меньшинств, например, инвалидов, пытаются приспособиться к указанным институтам, которые, как правило, недостаточно представляют реалии их жизни

ГЕНДЕРНОЕ РАВЕНСТВО означает, что мужчины и женщины имеют равные условия от реализации своих прав и потенциала в полной мере.

Для того чтобы обеспечить гендерное равенство, необходимо предпринять множество мер и делать это необходимо прежде всего на уровне государства. Опыт многих развитых стран показывает, что прогресса в этом направлении добились те государства, которые принцип равных прав и возможностей для женщин и мужчин закрепили законодательно.

ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ПРИНЦИП ГЕНДЕРНОГО РАВЕНСТВА – создание равных условий и результатов для женщин и мужчин.

РАВЕНСТВО ПРАВ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ – ОСНОВНОЙ ПРИНЦИП ДЕМОКРАТИИ.

3. ГЕНДЕРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ

3.1. Теоретические основы гендерной экономики

3.2. Гендерная сегрегация на рынке труда

3.1. Теоретические основы гендерной экономики

Гендерная экономика относится к числу наиболее молодых, и одновременно – наиболее активно развивающихся направлений гендерных исследований. Основы этого направления – анализ экономических различий между мужчинами и женщинами и выявление причин этого феномена.

Сегодня гендерная экономика включает в себя широкий спектр самых разнообразных концепций в рамках основных направлений экономической теории. Задача настоящего раздела – дать представление об основных методологических подходах в данной области и дать ответы на проблемы существующие в гендерной экономике.

В самом общем виде можно выделить три ведущие методологические концепции в рассмотрении и анализе гендерных аспектов экономики:

а) подход с позиций неоклассического анализа, который рассматривает экономику домохозяйства, разделение труда внутри семьи, решения о выходе на рынок труда, принимаемые совместно мужем и женой, а в последнее годы – анализ брачного и репродуктивного поведения;

б) подход с позиций марксистской политической экономии и близких к ней направлений (неомарксизм, радикальный и социалистический феминизм). Главная цель этого направления это поиск ответов на вопрос о причинах и формах эксплуатации женщин внутри семьи и вне ее, о факторах и сферах проявления гендерного неравенства. О взаимосвязи патриархата и капитализма;

в) подход с позиций институциональной экономики, которые рассматривает такие проблемы, как брачные отношения, понимаемые как контрактные, роль государства в регулировании гендерных отношений, проблемы социальной политики и др.

Основы неоклассического направления были заложены в конце 19 века в работах таких экономистов, как Л.Вальрас, Ф.Визер, У.Джевонс, Д.Кларк, К.Менгер, А.Маршалл и др. Всех их объединяло стремление сформулировать закономерности оптимального функционирования капиталистических предприятий в условиях системы свободной конкуренции, определить условия экономического равновесия этой системы. Предметом их исследования является «чистая экономика», рынок и законы его функционирования. Неоклассики выдвинули теорию общего экономического равновесия, согласно которой механизм свободной конкуренции и рыночного ценообразования обеспечивает не только «справедливое» вознаграждение факторов производства (в виде заработной платы, прибыли и ренты), но и эффективное использование ресурсов. Конкуренция для них является универсальным механизмом, обеспечивающим устойчивость капиталистической экономики. Неоклассики в основу экономического анализа положили модель «homo economicus» (экономический человек), т.е. они перенесли акцент с экономического поведения классов, социальных групп на предпочтения, мотивы, действия отдельного человека. «Экономический человек», выступая в роли предпринимателя, потребителя или продавца рабочей силы, всегда действует рационально, стремясь максимизировать доход и минимизировать затраты.

Причем неоклассики распространили принципы рациональности на такие внерыночные сферы, как дискриминация, образование, преступность, брак, планирование семьи и др.

Однако, методологические и теоретические основания неоклассической теории (абсолютизация конкуренции, максимизирующее поведение, отказ от анализа скрывающихся за нейтральным рыночным механизмом отношений эксплуатации) вызывают критику феминисток как **андроцентристские**.

Андроцентризм – глубинная культурная традиция, сводящая общечеловеческую субъективность к единой мужской норме, а женская рассматривается, как отклонение от нормы, как маргинальная. Язык играет особую роль в воспроизводстве андроцентризма, т.к. языковая картина мира воспроизводит мир с мужской точки зрения.

Феминистка Паула Ингленд, анализируя основные положения неоклассической теории приходит к выводу, что в основе их лежит андроцентристская посылка об изолированном субъекте, озабоченном исключительно личными интересами и лишенными эмоциональных связей с другими людьми. Следовательно, в интерпретации П.Ингленд,

прославляемая классическим либерализмом автономия личности оказывается ложной ценностью, игнорирующей многочисленные эмоциональные связи (симпатию, альтруизм, чувство солидарности, заставляющие нас заботиться о чужом благополучии), которые определяют наши поступки и делают нас (и женщин, и мужчин) зависимыми от других.

На рубеже 70-80-х годов 20 века в политике неоконсерваторов большинства государств Запада, который опирался на теории неоклассиков происходило ограничение вмешательства государства в экономику, снижение налогов на корпорации, сокращение социальных программ, отказ от ориентации на стабилизацию и обеспечение полной занятости. Эта политика преследовала цель усиление конкуренции (в том числе и на рынке труда) и стимулирование частной инициативы. Отказ от социальных приоритетов в экономике вызвал острую критику феминисток. В то же время процессы, происходящие сегодня в экономической науке можно рассматривать как встречное движение к проблемам, занимающим феминисток.

Сегодня представители неоклассической школы предметом экономической теории считают «распределение ограниченных средств для удовлетворения конкурирующих целей» (Г.Беккер).

Это расширяет область экономической науки и позволяет включить в нее не только сферу производства и рыночный сектор, но и любую человеческую деятельность с точки зрения распределения ресурсов для достижения целей, различных по степени важности. Следовательно, принцип рациональности человеческой деятельности (а значит, и возможность экономического анализа) распространяется и на вне рыночную сферу, т.е. поведенческую модель, объясняющую действие человека на ферме, банке или на бирже, можно использовать в тех случаях, когда это касается семьи, правительственные учреждения или политической партии. Это открывает новые возможности для исследования женской деятельности, которая традиционно протекала во вне рыночной сфере и определялась как альтруистическая и не поддающаяся рационализации, экономической оценке и учету.

Один из главных представителей современной неоклассической школы Г.Беккер доказывает в своих работах, что модель «экономический человек» не связан жестко с одним типом мотивации – эгоистическим. В нее вполне вписывается и альтруистическое поведение.

Альтруизм понимается им как положительная зависимость между функциями полезности разных людей (благополучия матери тем выше, чем благополучнее ее ребенок). По мнению Г.Беккера, на рынке преобладает эгоистическое поведения, а в семье альтруистическое только потому, что в особых случаях этим достигается наибольшая эффективность.

Производительная функция домашнего хозяйства

Согласно традиционному разделению труда между полами на мужчину возлагается производительный труд, который создает стоимость и представляет интерес для экономической науки. А на женщину возлагается воспроизводство рабочей силы и условий по поддержанию жизни. Следовательно, домашний труд, требующий значительных затрат сил, умений, навыков не является социально значимым т.к. не создает стоимости.

В связи с этим феминистки поднимали вопрос об экономической оценке женского домашнего труда, а также о том, что стоимость продукции, произведенная в домашнем хозяйстве, не учитывается в системе национальных счетов. В этом вопросе усилия феминисток совпали с современными тенденциями в экономической науке.

Так, сформулированная Г.Беккером новая «теория потребления» в корне изменяет традиционные представления о роли домашнего труда. Согласно Г.Беккеру, спрос предъявляется не на рыночные товары сами по себе, а на извлекаемые из них полезные эффекты. Потребителя интересует не мясо, а бифштекс, не пылесос, а убранная квартира. Каждая семья – это мини-фабрика, которая с помощью производственных факторов – рыночных товаров, времени членов семьи выпускает конечную продукцию (базовые потребительские блага-пища, уборка и т.д.). Эти блага могут производиться с применением различных технологий: питаться можно дома или в ресторане, убирать комнату самому или нанимать прислугу. Выбор между ними будет зависеть от доходов семьи и от цен на соответствующие факторы производства.

Основным для домашнего производства является время членов семьи. Показателем ценности времени в домашнем хозяйстве могут служить потерянные заработки – это те, которые занятый домашним трудом член семьи недополучил в рыночном секторе. Поэтому чем выше образование, квалификация женщины, тем «дороже» для семьи обходится ее домашний труд. Расширение возможностей занятости для женщин и повышение оплаты их труда на рынке равнозначно фактическому удорожанию благ, производимых ими в домашнем хозяйстве.

А это служит стимулом для развития времясберегающих технологий домашнего труда. В теории Г.Беккера труд в домашнем хозяйстве выступает как необходимая завершающая стадия процесса производства, любого потребительского блага, а следовательно, оплаты домашнего труда, а это усиливает позиции феминизма в экономической науке.

Разделение труда внутри семьи

В большинстве обществ традиционное разделение труда внутри семьи отводит женщине подчиненную роль, «хранительницы домашнего очага», закрепляя за мужчиной роль кормильца, добытчика, предпринимателя. Неоклассики попытались объяснить данное явление используя понятие,

«человеческого капитала» (Т.Шульц, Г.Беккер). Эффективность инвестиций в человеческий капитал прямо зависит от продолжительности времени, в течение которого они используются: у того, кто занят профессиональной деятельностью полный день, отдача образования будет выше, чем у того, кто трудиться неполный рабочий день или длительное время. Биологические (способность женщин к выкармливанию детей) и социальные (когда в некоторых профессиях предпочтение отдается мужчинами) различия между полами побуждают их специализироваться на накоплении капитала какого-то одного типа – повышающего производительность домашнего труда или производительность труда в рыночном секторе. Этот механизм закрепляет жесткую систему разделения труда внутри семьи. В данной связи феминистки-экономисты считают, что дискриминируемая на рынке труда женщина вынуждена посвящать больше времени домашнему хозяйству, а это ведет к снижению профессионализма, лишая ее экономической самостоятельности. А накопленный семейный человеческий капитал еще больше подталкивает к занятию домашним хозяйством, снижая выгоды от возможного развода, закрепляя ее подчиненное положение в семье.

Экономический анализ брачных отношений

Неоклассическая школа интерпретирует заключение брака по аналогии с созданием фирмы: на основе рационального выбора. По Г. Беккеру, брак – это процесс сортировки мужчин и женщин для создания малых партнеров с помощью брачного рынка. В каждом браке создается семейный капитал, включающий такие блага, как дети, престиж, уважение, зависть окружающих, здоровье, альтруизм и чувственные удовольствия. Большая часть этого капитала существует только в данном браке и исчезает вместе с его расторжением. Люди вступают в брак, если ожидаемый объем выпуска совместно производимых ими благ превосходит арифметическую сумму выпусков, которые они могут производить поразнь. Развод происходит тогда, когда полезность от сохранения брака оказывается ниже ожидаемых выгод, связанных с его расторжением. Следовательно, и в сфере брачных отношений, человек, выступает как максимизатор функции полезности.

Исходя из вышеизложенных положений неоклассики делают следующие выводы: 1) взаимодополняемость «мужского» и «женского» труда увеличивает выгоды от заключения брачного союза и опирается на посылку о неизменной природе брака внутрисемейного разделения труда; 2) чем выше зарплата женщины, тем дороже обходятся ее неучастие в общественном производстве, тем нерациональнее и неустойчивее брак. Этот вывод исходит из предположения о «неработающей жене» и соответствующем типе семьи, который не является сегодня преобладающим в развитых странах.

Поэтому феминистки рассматривают брак и семью и их современные формы как институты, воспроизводящие подчиненное положение женщин в обществе. Феминисток интересует не рыночный механизм создания семьи, а ее место в структуре современного западного общества, в сохранении социального порядка.

Репродуктивное поведение

А. Неоклассики рассматривают решение иметь ребенка как инвестиционное решение. Это решение принимается супругами на основе рационального выбора, когда ожидаемые блага (любовь, альтруизм, производительные услуги) перевешивают для них издержки (затраты денег и времени). Спрос на детей отрицательно связан с издержками по их содержанию и положительно – с уровнем дохода родителей. Однако, рост дохода в современной семье связан с уменьшением числа детей. Это связано с удорожанием времени родителей и, особенно, с удорожанием времени работающей матери. Поэтому, современная экономическая теория является результатом сознательного рационального выбора, осуществляемого прежде всего женщиной.

Б. Марксистский подход к объяснению гендерного неравенства связан следующими факторами. В работе Ф.Энгельса «Происхождение семьи, частной собственности и государства» подчеркивается роль общественного разделения труда, которая служила основанием для распределения собственности между мужчиной и женщиной. Первое крупное общественное разделение труда привело к тому, что общественные стада племени или рода перешли в собственность глав отдельных семей. Промысел был делом мужчин, а следовательно, скот принадлежал ему (мужчине), а также товары и рабы, полученные в обмен на скот. Женщина участвовала в потреблении его, но не имела доли в собственности.

Домашняя работа женщины утратила свое значение по сравнению с промысловым трудом мужчины. Поэтому, освобождение женщин, ее уравнивание с мужчиной станет возможным только лишь при ее участии в общественном производстве, а работа по дому будет занимать ее лишь в незначительной мере. С утверждением фактического господства мужчины в доме было подтверждено и увековечено ниспровержение материнского права и введение отцовского права, переход от парного брака к моногамии.

Следовательно, с точки зрения марксизма, подчиненное положение женщины мужчиной было обусловлено господством частной собственности.

К современным теоретикам придерживающихся идей марксизма являются такие экономисты, как Кристиан Дельфи (французская феминистка), Эли Зарецки и др. Рассмотрим основные положения их теории.

Главная работа Кристиан Дельфи «Главный враг» была опубликована в 1970 году. Она считала, что угнетение женщин имеет «материалистическое» объяснение, которое имеет социологическое содержание, чем биологическое. Она критикует марксизм за узость материалистического подхода. Так по ее мнению ортодоксальный марксизм рассматривает только производство, основанное на оплачиваемом труде, не обращая внимания на ту роль, которую женщины играют в производстве, занимаясь домашней работой.

К.Дельфи объясняет угнетение женщин как результат их эксплуатации как домашних работников в рамках «семейного способа производства». Женщины эксплуатируются дома вне зависимости от того, какую работу они выполняют. Поэтому по ее мнению:

- домашняя работа не оплачивается, потому что это работа, выполняется женщинами;

- домашний труд ограничивается пределами дома, потому что это не оплачиваемая работа, и поэтому она не может быть заменена наемным трудом;

- это работа, которая не нуждается в оплате, не считается производством.

В домашнем производстве даже работа, произведенная женщинами для продажи на рынке, не оплачивается: жена просто является неоплачиваемым работником своего мужа.

С точки зрения К.Дельфи, участие женщин в оплачиваемом наемном труде определяется их положением в семейном способе производства: мужчины посылают женщин на работу потому, что они не могут целиком решить свои задачи, эксплуатируя их только дома. При этом мужчины присваивают заработки женщин и настаивают, чтобы их «внешняя» работа не вредила качеству услуг, которое они обеспечивают дома.

Следовательно, эксплуатация в семье первична по отношению к системе капиталистической эксплуатации женщин. Капитализм добавляет еще один слой эксплуатации. И поэтому все женщины эксплуатируются всеми мужчинами: женщины являются классом в рамках семейного способа производства, и почти все женщины являются актуальными наемными работниками при капитализме

Таким образом, исходя из вышеизложенного мы можем сделать следующие выводы.

Во-первых, неравенство мужчин и женщин на рынке труда и в домашнем хозяйстве оказывается отчасти обусловлено влиянием предпочтений и институтов. Приверженность экономистов-феминисток большему равенству полов связана с надеждой, что предпочтения и институты могут быть должным образом изменены. А, следовательно, отсюда вытекает необходимость создания аналитических инструментов экономической теории благосостояния для оценки подобных изменений.

Во-вторых, феминистская экономическая теория стремится сделать «видимыми» традиционные сферы деятельности женщин, такие, как работа в домашнем хозяйстве и воспитание детей.

3.2. Гендерная сегрегация на рынке труда

Гендерная сегрегация на рынке труда – очень распространенный феномен, имеющий глубокие корни в разделении труда между полами, как в современных обществах, так и в обществах прошлого. Сегрегация проявляется в неравномерном профессиональном распределении мужчин и женщин в экономике.

Следовательно, профессиональная сегрегация является одним из основных ресурсов создания гендера (различий между полами, которые не являются естественными). А с другой стороны, профессиональная сегрегация сама формируется под воздействием гендерной системы, существующей в обществе. Одним из основных последствий профессиональной сегрегации является неравенство доходов и социальных позиций между полами. Как правило, женщины чаще мужчин заняты на работах, отличающихся незначительными возможностями карьерного продвижения, невысокой зарплатой и нестабильностью с точки зрения занятости. Профессиональная сегрегация проявляется внутри и между фирмами, областями занятости и отраслями.

Считается, что отнесение тех или иных профессий к «женским» или «мужским» изменяется во времени и в пространстве. Профессии, которые считаются «женскими» в одном обществе, могут считаться «мужскими» в другом, а профессия, бывшая в одно время «мужской», может под влиянием ряда факторов постепенно перейти в разряд «женских» и наоборот.

Переход «мужской» профессии в «женскую» и наоборот может происходить из-за следующих факторов:

Во - первых, изменения политической ситуации в стране (война, революции) и проводимой государством социальной политики;

Во - вторых, изменения социально-экономической ситуации в стране и в мире;

В - третьих, в связи с появлением новых отраслей народного хозяйства, которая связано с развитием науки и техники, процессами глобализации экономики. Это влечет за собой создание новых рабочих мест, появление новых профессий, переоценку уже существующих рабочих мест и профессий;

В- четвертых, в связи с изменением условий хозяйствования, например, смена плановой экономики рыночной.

В - пятых, трансформация «мужской» профессии в «женскую» или «женской» в «мужскую» может быть обусловлена изменениями представлений о «мужском» и «женском» в обществе и др.

В экономической теории выделяют ряд направлений занятости, влияющих на гендерную сегрегацию. К таким направлениям относятся:

- а) политика, оказывающая влияние на оплату труда;
- б) политика направленная на изменение поведения работодателя относительно найма и продвижения по службе;
- в) политика в области образовательных программ для работников;
- г) программы создания дошкольных детских учреждений, которые оказывают влияние на решение, о степени участия в занятости;
- д) направления, которые нацелены на половую интеграцию, как таковую.

Рассмотрим, каждое из представленных выше направлений.

А. Политика, оказывающая влияние на оплату труда

В экономической теории концепции политики занятости исходят из идеи регулирования ставок заработной платы, сформированных рынком. Наиболее типичной из таких концепций является политика сравнительной ценности (или равной оплаты за труд равной ценности), которая состоит в увеличении ставок заработной платы в феминизированных сферах занятости до уровня «мужских» сфер. Сторонники и оппоненты разошлись во взглядах относительно того, каково будет влияние этой политики на уровень сегрегации по полу.

Б. Политика в области найма и продвижения в должности

На условия приема на работу могут влиять законодательные ограничения, заставляющие работодателей принимать во внимание гендерную структуру рабочей силы в данной отрасли. Если эти законодательные ограничения жестко соблюдаются, например, в случае антидискриминационного законодательства, то структура наемных работников будет отражать предложение труда. Работодатели иногда могут нанимать больше женщин и национальных меньшинств. Такое явление возможно, если работодатель будет публично объявлять список открытых вакансий, а следовательно, ему будет сложно осуществлять на практике политику внутрифирменной сегрегации. Кроме того, открытое объявление о вакансиях на внутрифирменном рынке труда ведет к созданию списков кандидатов на должность, что позволяет отслеживать отклонения в реализации политики позитивных действий во внутрифирменной мобильности. Наказание за нарушение антидискриминационных законов должна служить сдерживающим фактором для тех работодателей, которые продвигают по службе преимущественно мужчин.

В. Политика образования

Структура найма рабочей силы и продвижения в должности отражает относительное предложение труда мужчин и женщин на рынке труда. Одна из возможностей скорректировать их – это попытка, используя спонсируемые государством программы обучения для женщин к

выступлению в традиционно мужские сферы занятости. В реализации это политики большую роль играет информированность молодежи на той стадии, когда они выбирают профессию. Вопрос состоит в том, какое внимание уделять освещению отдельных сфер занятости, таких, например, как инженерные профессии для женщин и преподавание в начальной школе – для мужчин, чтобы повлиять на соотношение полов в этих сферах. Однако, гендерные различия в школьных достижениях, а также в решениях о том, какого типа обучение выбрать после получения среднего образования, а также выбор вуза оказывают влияние на последующие различия в выборе сфере занятости.

Г. Программы создания детских дошкольных учреждений

Помимо базового образования и обучения на занятость женщин и мужчин влияют и другие виды политики. Например, доступность дешевых и в то же время высококачественных детских учреждений будет влиять на решение многих женщин о том, выходить ли женщинам на рынок труда и в каком режиме работать. К другим мерам поддержания женской занятости является доступность дошкольных учреждений по месту работы, декретный отпуск и гибкий график. Если женщины будут входить в феминизированные сферы занятости, то это приведет к росту уровня гендерной сегрегации. Однако, если женщины будут входить в мужские сферы занятости, это будет иметь противоположный эффект.

Д. Другие виды политики занятости

Кроме того существуют виды политики, которые поощряют работодателей снизить гендерную сегрегацию, например, предоставление субсидий фирмам, которые ведут к интеграции женщин в традиционно мужские сферы занятости и увеличение оплаты труда женщин относительно оплаты труда мужчин.

К другим мерам относится увеличение численности занятости в малом бизнесе через систему кредитов, субсидий и грантов. Для того чтобы эти виды политики оказали влияние на гендерную сегрегацию необходимо, чтобы женщины и мужчины входили в нетрадиционные сферы занятости, например, водопроводное дело, а не в традиционные (открытие магазинов, косметики, ресторанов и др.).

Сегодня, базовые предпочтения и эффект обучения все еще оказывают влияние на количество людей, имеющих навыки для вступления в ту или иную сферу занятости.

В данном пособии следует остановиться на проблеме гендерного равенства на рынке труда в Кыргызстане. Переход от плановой к рыночной экономике сопровождается становлением новых рыночных отношений в сфере труда.

Экономический спад и снижение объема производства вызвали рост числа высвобождаемых работников. Негативные процессы на рынке труда коснулись всего населения, но особенно женщины оказались в худших

условиях. Так за период, с 1989 по 1999 гг. уровень занятости мужчин в трудоспособном возрасте снизился с 83,8% до 70,6%, женщин соответственно, с 74,8% до 58,8%. (4.с.48).

Отраслевое распределение женской и мужской занятости имеет отличия, обусловленные их разными физиологическими возможностями и сложившимися традициями. Большое влияние на гендерное распределение оказала система оплаты труда существующая в плановой экономике.

Сравнительно низкий уровень зарплаты в бюджетной сфере (образовании, здравоохранении, культуре и искусстве), финансовой деятельности, торговле, общепите, информационно-вычислительном обслуживании не привлекал мужчин в эти отрасли и здесь преобладала женская занятость. Широко использовался женский труд в промышленности, где по данным переписи 1988 г., доля занятых женщин составляла более 47%.

Сопоставление итогов переписей населения 1989 г. и 1999 г. показывает, что в связи с дефицитом рабочих мест и изменившейся системой оплаты труда, наметилась тенденция вытеснения женщин из традиционно «женских» сфер деятельности. Так, например, доля женщин, занятых в финансовой деятельности сократилась за этот период с 76,7% до 54,2%, в торговле с 63,4% до 44,3%, информационно-вычислительной деятельности с 70,6% до 53,1%, связи с 57,6% до 55,3%, в образовании с 73,8% до 72%. (4.с.37).

Анализ отраслевой структуры занятости, сложившейся в 1999 г., показывает, что женщины занимали $\frac{3}{4}$ рабочих мест в образовании, медицине и социальных услугах, $\frac{2}{3}$ в гостиничном ресторанном бизнесе и около половины в финансовой деятельности и розничной торговле. Значительной остается занятость женщин в обрабатывающей промышленности (43,9%), а в таких ее видах, как производство текстильных изделий, одежды, выделка и крашение меха доля женщин достигла 60-85%. Занятость мужчин преобладала в промышленности, строительстве, сельском хозяйстве, на транспорте и в государственном управлении.

В условиях ежегодного роста трудовых ресурсов и сокращения числа рабочих мест, в республике с начала 90-х годов начала возрастать численность незанятого населения или безработных.

По данным переписи населения 1999 г. численность лиц в трудоспособном возрасте, не имеющих работы насчитывает 227 тыс.чел., что составляет 14,4% к экономически активному населению. Масштабы безработицы среди женщин более значительны. Так, в общей численности незанятого населения, ищущего работу, женщины составляли 56,8%, а в возрастной группе 30-38 лет и доля достигла 66%. (4. с.34).

В условиях рынка большую тревогу вызывает положение с безработными среди молодежи. В конкуренции за рабочие места молодежь

проигрывает более опытным работникам. Так, молодые женщины находятся в более невыгодных условиях на рынке труда. Уровень безработицы среди женщин в возрасте 16-24 г. составляет 28,7% против 24,3% у мужчин в этом возрасте.(4.с.38).

Заработная плата – главный показатель оценки уровня жизни населения. Различия в оплате труда мужчин и женщин существовали всегда в силу профессиональной сегрегации, однако, глубокие исследования в этой области в республике не проводились.

Существующая межотраслевая дифференциация в зарплате связана нормами затрат труда, заложенными при расчетах тарифных ставок и должностных окладов производственной и непроизводственной сферы. Концентрация женщин, в отраслях с меньшей зарплатой повлияла на гендерные различия в оплате труда. Женщины, в основном, сконцентрированы в таких отраслях, как образование, медицина, культура, искусство, которые относятся к госсектору и финансируются из государственной казны.

В 2000 г. зарплата мужчины в 1,5 раза превышала зарплату женщин и составляла 1427,5сом против 964,6 сом. Самая высокая зарплата была у женщин, занятых финансовой деятельностью и составляла 3324,7 сома, что в 3,4 раза выше среднего уровня по республике. (4.38).

Национальный статкомитет КР провел обследование 3000 домашних хозяйств. В ходе исследования определенный интерес представляет структура времени на ведение домашнего хозяйства. Домашний труд является в большей степени женским. Женщины уделяют введению домашнего хозяйства в среднем по 4-5 ч. в день, т.е 19% суточного фонда времени. У мужчины эти затраты не превышают 5% и составляют более 1 часа. (4. с.36).

Неодинакова и структура видов домашнего труда, выполняемого мужчиной и женщиной. Мужчины покупают продукты питания (30% от времени на домашний труд), и занимаются ремонтом бытовой техники или жилья (31%). А 11-12% своего фонда уделяют детям и внукам. (4. с.40).

У женщин структура домашнего труда зависит от места проживания, состава семьи и занятости женщин. Работающая женщина в городах 16% домашнего труда тратит на покупку товаров, 29% приготовление пищи, 9% мытье посуды, 14% стирка и глажение, 12,7% уборка квартиры, 10,4% уход за детьми. В сельской местности у женщин покупка товаров составляет 1,5 раза меньше, чем в городе. В то же время увеличение затрат на уборку, отопление, приготовление пищи и др. (4.с.46).

Исходя из вышеизложенного мы можем сделать следующие выводы.

Во - первых, несмотря на формальное равенство прав женщин в области профессиональной занятости, которые было достигнуто в советское время, следует отметить сохранение в наши дни фактической дискриминации, которая проявляется при приеме на работу, продвижение

по карьерной лестнице, предоставлении возможности повысить квалификации, сокращении кадров и др.

Во-вторых, для уравнивания возможностей женщин и мужчин в экономике, в том числе на рынке труда, требуется целый комплекс мер со стороны государства и других структур, заинтересованных в решении гендерных проблем. К таким мерам относятся:

1. Способствовать созданию равных условий для мужчин и женщин при конкуренции на рынке труда;
2. Поощрять работодателей (финансами) к созданию рабочих мест для женщин;
3. Проводить мониторинг, контроль, оценку создания рабочих мест для мужчин и женщин во всех отраслях экономики;
4. Предоставлять женщинам льготные кредитования для открытия своего бизнеса;
5. Обеспечить законодательные меры по охране труда женщин;
6. Развивать сеть детских дошкольных учреждений, сети бытовых услуг;
7. Целенаправленное обучение женщинам разным видам деятельности, особенно, предпринимательской деятельности в условиях рынка (маркетинг, менеджмент, налогообложение, банковское дело, тонкостям юриспруденции).

4. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ИССЫК-КУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Процесс экономических преобразований в Кыргызстане способствовал тому, что женщины все более активно стали включаться в предпринимательскую деятельность, которая, в свою очередь, обуславливает выбор стратегий хозяйствования в условиях рыночной экономики.

В процессе социологического исследования автором проанализированы предприятия (акционерные общества, общества с ограниченной ответственностью и др.), руководимые женщинами-директорами: какой у них стиль руководства, как они достигли успеха в предпринимательской деятельности, каким образом они строят внутреннюю политику по отношению к персоналу, формы взаимодействия с органами государственной власти, как совмещается работа в бизнесе с семейной жизнью и какой опыт они приобрели в процессе всей своей жизни.

В Кыргызстане пополнение женщинами директорского корпуса вновь образованных АО происходит замедленными темпами. Национальная статистика пока еще не является «гендерно-ориентированной», что позволило бы судить о реальном представительстве женщин и мужчин на руководящих должностях в компаниях, фирмах, АО и др. не только в регионе, но и в целом по стране. В нашем исследовании методом биографически-нарративного интервью опрошены женщины,

возглавившие АО, ОсОО (общества с ограниченной ответственностью) мясной и молочной промышленности Иссык-Кульской области. К ним относятся Жузумалиева Гулипа, директор АО «Ак-Жалга», Рыскулова Бурул, директор ОсОО «Тоштук» и др.

Сегодня, функция руководителя – это объединять людей в коллектив, планировать и координировать их действия и осуществлять контроль над исполнением своих распоряжений. Для этого мало быть профессионалом, необходимо стать лидером. Подчиненные должны признавать бесспорный авторитет начальника, который способен видеть дальше любого из них, умеет брать на себя инициативу, признается арбитром в межличностных отношениях и не боится риска (принимать решения – значит рисковать). Все это мало напоминает женщину – мягкую, таинственную и опекаемую. И все же женщина-руководитель – это реальность. Это подтверждается социологическими исследованиями, проведенными российскими учеными и собственными результатами исследования, полученными в ходе интервью с женщинами-директорами.

Так, российские социологи Е.Гвоздева и В. Герчиков пишут: «Женщины прокладывают себе путь в высший менеджмент не посредством приспособления к стилю и привычкам, признанным успешными для мужчин, а путем внедрения навыков и отношений из собственного опыта. Они добиваются успеха именно потому, что определенные характеристики принято считать женскими и неподходящими для лидера» (9, с.42).

Другой российский социолог А. Чирикова пишет: «Ставя вопрос об особенностях мужского и женского лидерства, я склонна разделить позицию, согласно которой принципиальных отличий в мужском и женском менеджменте нет, хотя есть некоторые особенности, обусловленные разницей в психологической структуре у мужчин и женщин...».

Несмотря на большую «ситуативность» женского менеджмента по сравнению с мужским, женщина эффективно реализует не только «стратегии выживания», но и «стратегии развития», хотя и выстраивает более осторожные отношения со своими партнерами и избегает слишком «рискованных» решений. Однако это не означает, что женщина не умеет рисковать ...

Свыше 70 % опрошенных мужчин менеджеров, работающих под началом женщины, удовлетворены женским руководством и не хотели бы смены управления. Более 40 % опрошенных к числу недостатков женского менеджмента относят его жесткость, а совсем не мягкость, как это принято считать» (10, с. 55).

Социологическое исследование, проведенное на основе применения метода устных историй, среди женщин-директоров Иссык-Кульской

области подтверждает данные российских социологов и показывает, что женский менеджмент, опирается на комбинированные стратегии и включает в себя большой набор «техник» и «приемов» в управлении предприятием. Женщинам, в большей мере, присущ стиль лидерства, основанный на таких личностных качествах как умение действовать в ситуации конфликта и угрозы риска, постоянная готовность к изменениям, способность к нововведениям, умение противостоять давлению и нажиму, отстаивать свою позицию.

Следовательно, «... успешные модели лидерства осуществляют те из руководителей, кто, независимо от собственного пола, обладают психологическим репертуаром поведения и мужчин и женщин-управленцев» (10, с. 56).

Женщины в современных условиях создают свою новую историю, основанную на их собственном опыте и голосе. В связи с ростом экономики, политики, культуры и общения, жизнь большинства женщин отличалась и отличается от жизни большинства мужчин. Независимо от того, играла ли женщина общественную роль, создавала свое собственное дело или же приняла на себя традиционную женскую роль, их жизнь управлялась особым ритмом.

Изучение становления и развития женского бизнеса в Иссык-Кульской области с применением метода устных историй позволил проследить этот ритм, задокументировать жизнь и опыт всех исследуемых женщин и на этой основе увидеть полную картину их жизнедеятельности.

Социальная характеристика женщин-предпринимателей связана не только с особенностями их экономического положения, но и со спецификой поведения в новых рыночных условиях.

Предпринимательство – это хозяйственное новаторство, свобода экономической деятельности. Результаты социологического исследования, проведенного, среди женщин-предпринимателей Иссык-Куля показали, что предыдущий опыт, навыки и знания определяют их концентрацию в сфере торговли, общественном питании, бытовом обслуживании, медицине, образовании и сельском хозяйстве.

Это происходит потому, что женщины реже имеют техническое образование, что препятствует созданию ими предприятий в области строительства, транспорта и промышленности. Им труднее найти заемный капитал, т.е «нетрадиционные» для женщин отрасли требуют большого объема первоначального капитала. Сказываются и предпочтения по складу характера, имитация «домашности» в отношениях с коллегами. Личные природные качества женщин в различных формах бизнеса оказываются более предпочтительными.

Истории успеха женщин-предпринимателей Иссык-Куля позволили выделить в структуре женского бизнеса следующие основные слои: крупные, средние и мелкие, которые отличаются по размеру капитала и численности занятых.

По мере улучшения материального положения среди женщин-предпринимателей преобладают следующие тенденции.

1. Вхождение в мир бизнеса и первая адаптационная фаза его освоения сопровождается проблемами, часть которых детерминирована полом предпринимателя. Однако дальнейшие этапы предпринимательской деятельности нивелируют значение пола.

2. Переход от идеологии «надежности положения» к готовности принимать риск ради достижения потенциально большого эффекта. Нарастание «чувства хозяина» с одновременным развитием чувства персональной ответственности.

3. Стремление к личной независимости начинают занимать ведущее место в ценностно-мотивационной деятельности женского предпринимательства.

4. Нарастание профессионализма, увеличение контактов со средой. Эта черта предполагает информированность, знания о механизме работы в соответствующей сфере.

5. Развивается коммуникабельность. Непосредственный контакт с клиентами и персоналом позволяет мелкому собственнику вступать в более непринужденные человеческие отношения.

6. Возрастает энергетический потенциал, «трудоголизм». На этапе становления бизнеса многие из женщин-предпринимателей вынуждены трудиться по 15-17 часов в сутки.

Таким образом, женщины должны действовать и проявлять себя активно во всех сферах общественной жизни. Целью демократического общества, является достижение такого положения, когда мужчины и женщины могут идти рядом, не опережая друг друга, и не отставая от времени.

5. ЖУЗУМАЛИЕВА ГУЛИПА. НОВАТОРСТВО И ИННОВАЦИЯ – ОСНОВА УСПЕХА В БИЗНЕСЕ.

Жузумалиева Гулипа Жузумалиевна работает директором АО «Ак-Жалга» в с. Кызыл-Суу Джеты-Огузского района, является членом Ассоциации Предпринимателей КР, награждена Почетной Грамотой правительства страны, как лучший предприниматель 2001 года. По национальности кыргызка, образование высшее, замужем, имеет 4-х детей.

Акционерное общество «Ак-Жалга» производит молочную продукцию (сыр, масло, молоко, творог и др.), имеющую огромный потребительский спрос у населения региона и курортной зоны.

Жизненная история Гулипы Жузумалиевны является особенной по нескольким причинам. Во-первых, женщина-предприниматель с новым стилем руководства и обладающая всеми лидерскими качествами. Во-вторых, неутомимая труженица, преданная своей профессии, заводу, людям, с которыми проработала 38 лет с момента окончания института. В-третьих, жена, мать, которая является для своей семьи опорой и основой во всех отношениях.

Все эти социальные качества, я как исследователь, увидела во время интервью с Гулипой Жузумалиевной. Атмосфера интервью была очень дружеская и доброжелательная. Гулипа Жузумалиевна рассказала о том, как она стала человеком нового времени, какие ей пришлось преодолеть трудности и прийти к большому успеху в своей предпринимательской деятельности.

Как известно с 1990 годов в Кыргызстане начались процессы реформирования всех сфер общественной жизни, и в том числе, экономике. Процесс разгосударствления, приватизации охватили все предприятия молочной и мясной промышленности. На одном из таких крупных прибыльных заводов по производству молочной продукции работала Гулипа Жузумалиевна.

К началу 1992-1993 гг. завод стал постепенно уменьшать количество выпускаемой продукции, т.к. не хватало оборотного капитала на покупку сырья, материалов, топлива для производства молочной продукции. И это привело почти к полной остановке завода, на котором работали высокопрофессиональные специалисты по технологии изготовления молочной продукции.

Покровский сырзавод при бывшем СССР был одним из прибыльных предприятий. В процессе перехода к рыночной экономике в Кыргызстане начались процессы передачи объектов государственной собственности в частную и др. формы собственности. В эти трудные моменты для завода следовало выработать новую стратегию, тактику и комплекс действий, чтобы поднять предприятие на более высокую ступень.

Послушаем Гулипу Жузумалиевну на вопросы автора:

Боконтаева Дж.: Любой бизнес с чего-то начинается, а как Вы начинали свою предпринимательскую деятельность?

Жузумалиева Г.: В 1994 году на базе нашего бывшего Покровского сырзавода образовалось акционерное общество открытого типа. Наш завод на данный момент, является частной собственностью, находящейся в коллективной, долевой собственности. Завод, принадлежит 96 членам коллектива; каждый из которых имеет свои акции. На акцию каждый акционер получает в зависимости от прибыли акционерного общества дивиденд. Я являюсь председателем этого акционерного общества.

Боконтаева Ж.: Ваше предприятие называется акционерное общество открытого типа? Продаете ли вы акции желающим, которые у Вас не работают?

Жузумалиева Г.: Да, мы продаем акции. По положению нашего АО, если акционеров более 50 человек, то это называется акционерное общество открытого типа. Сейчас в АО работает 96 человек. Мы после развала Советского Союза, т.е. наш завод, который раньше производил молочную продукцию, был на грани остановки. Чтобы выйти из кризисного положения мы с коллективом нашего завода решили заняться

прибыльным бизнесом. В самом начале мы занялись полеводством, взяли в колхозе под аренду землю и начали выращивать картофель, сеять пшеницу, ячмень. А затем для переработки полученной продукции купили мельницу. На мельнице мы мололи пшеницу, получили муку, а затем из муки пекли хлеб и продавали населению. Картофель вывозили на рынок (базар) и стали продавать. И так постепенно мы стали накапливать оборотные средства. А когда у нас появились деньги, мы стали привлекать людей из частного сектора. Мы им говорили: - «Мы Вам даем деньги, а Вы нам продавайте свое личное произведенное молоко из приусадебного хозяйства». И так постепенно начали закупать молоко у населения. Это было в 1995-1996 гг. В день поступало до 500 литров, а потом все больше и больше. Сейчас, например, молоко поступает только от населения нашего региона, в день 35 тонн. Годовой доход нашего частного предприятия составляет на сегодня 55 млн. сом, а в бюджет в виде налогов мы отчисляем около 12 млн. сом. В самом начале, как я уже сказала, были большие проблемы, трудности. Но я думаю, все зависит от старания, кропотливой работы каждого человека. Если человек ищет выход из сложившейся ситуации, из трудностей, то он может найти свою дорогу, которая, в конечном итоге, должна привести к достижению намеченной цели и успеху.

Боконтаева Ж.: А было ли противодействие со стороны государственных структур, чиновников для ведения Вашей предпринимательской деятельности?

Жузумалиева Г.: Сильного противодействия нашей работе, деятельности не было. Но всегда были не хорошие разговоры. Мы всегда слышали: «Ваш завод пропадет, где Вы будете брать сырье, Вам будет очень тяжело, Вы пропадете и не сможете поднять свой завод и др.». Мы, т.е. я и наш коллектив не стали обращать внимание на такие разговоры, слухи и др. А стали работать еще больше настойчивее и упорнее. Упорство, я думаю, играет важную роль. Я женщина по натуре оптимистка. Я часто собирала свой коллектив и говорила: «Давайте не будем унывать, не будем сидеть сложа руки, а все время будем искать пути выхода из трудностей». Самое главное, что меня настойчиво толкало быстрее наладить работу, поставить завод на «ноги» - это надо было содержать коллектив, т.е. дать им работу, так как они были хорошие специалисты своего дела. Как вы знаете после развала бывшего Советского Союза многие специалисты с высшим образованием остались не у дел, им негде было устроиться на работу. И мы все вместе с коллективом стали искать по всей Иссык-Кульской области молоко. Радиус нашего поиска составил 150 км. Мы даже ездили собирать молоко в Тюпский район. Вот такими усилиями мы вышли из кризисного положения.

Сейчас, уже трудности позади, наше завод по производству молочной продукции процветает, работа очень интересная. Наша продукция

пользуется большим спросом у населения Иссык-Кульской области, у нас есть свои магазины по продаже нашей собственной продукции в с. Кызыл-Суу, г. Каракол.

Также хочу сказать, что сейчас, во главе с президентом, правительством нашей страны идет поддержка предпринимателей. Я недавно была на совещании предпринимателей. Мы с другими предпринимателями нашего государства создали ассоциацию предпринимателей Кыргызстана. Я являюсь членом этой ассоциации. Своей работой я лично довольна, и мой коллектив доволен. Но проблем очень много. Мы ежечасно, ежедневно работаем неустанно, как бы не отстать от жестких требований рынка. Рынок диктует свои условия, и мы должны подчиняться и перестраивать свою работу в сторону еще большего улучшения качества и ассортимента выпускаемой нами продукции. Одним словом мы стараемся изо всех сил.

В предпринимательской деятельности большую значимость приобретают личностные качества. В начале своей предпринимательской деятельности Гулипа Жузумалиевна никогда никому не показывала своего уныния, пессимизма, а наоборот всегда излучала только оптимизм, вырабатывала у себя и у коллектива веру, что завод будет работать и постепенно наращивать производственный потенциал.

В сознании большинства кыргызского народа понятие женщина и бизнес были несовместимы, так как, в основном, пробивали себе дорогу мужчины-бизнесмены. Большая часть трудностей, с которыми сталкиваются женщины в повседневной жизни и профессиональной сфере, зачастую связаны с предрассудками против женщин, делающих карьеру и не желающих больше выслушивать от мужчин рекомендации о том, как себя вести, чтобы быть «добропорядочными женщинами». Исторически для этого сложились очень сильные, традиционные основания: консервативные религиозные убеждения, установившаяся мужская власть в политике, экономике и в семье.

История успеха Гулипы Жузумалиевны подтвердила, что мир бизнеса определяется традиционными «мужскими» нормами, предполагает мужскую манеру поведения и образ жизни. Поэтому наличие таких маскулинных качеств у Гулипы Жузумалиевны, как активность, настойчивость, смелость, решительность, инициативность, упорство, готовность идти на риск с осознанием личной ответственности за последствия своих действий способствовали, быстро перестроится из государственного завода в частно-коллективное предприятие, основанное на предпринимательской деятельности. Послушаем, что об этом говорит Гулипа Жузумалиевна.

Боконтаева Ж.: А Вы можете себя назвать предприимчивым человеком? Как Вы знаете, чтобы стать предпринимателем необходимо иметь особый талант, как художник, артист, учитель, врач и др. Не каждый может стать предпринимателем, для этого надо иметь призвание.

Жузумалиева Г.: Я не любитель давать себе характеристики, но мое упорство, настойчивость толкнули меня стать предпринимателем.

Боконтаева Ж.: А какие еще личные качества необходимы, чтобы стать предпринимателем?

Жузумалиева Г.: Чтобы стать предпринимателем он должен не отставать от влечения времени. Сейчас появилось новое, хорошее слово инновация. Инновация - это поиск новых методов, технологий, разработок, внедрений. Для нашего производства - это приобретение новшеств, технологий из других стран, более развитых. А также следует быть в курсе всех дел, которые происходят именно в производстве продукции, аналогичной нашей в других развитых странах. Не отставать от мировых требований, быть всегда в поиске нового и постоянно думать, работать над собой, быть требовательным к себе. А если человек будет спокойно спать, то он не сможет быть предпринимателем.

Боконтаева Ж.: А реализовали ли Вы себя в предпринимательской деятельности? Или вы себя реализовали еще при Советском Союзе, т.е. также работали?

Жузумалиева Г.: Нет, при Советском Союзе, когда мы работали на плановый рынок, я не могла себя реализовать, т.к. там были совершенно другие требования. При Советском Союзе мы жили полностью в подчинении, под диктатом вышестоящих органов. Нам сверху спускали план, т.е. сколько и на какой срок произвести продукции, а затем наша произведенная продукция распределялась опять по плану. У нас никогда не болела голова за сбыт нашей продукции. Наш завод в условиях Советского Союза работал только над переработкой своей продукции.

А работа предпринимателей совсем другое. Это надо начинать все самому - организационная, производственная, сбытовая, финансовая деятельность. Предприниматель все считает, заранее должен предусмотреть все свои шаги, иногда пойти на риск.

Боконтаева Ж.: Изменился ли Ваш образ жизни когда Вы стали предпринимателем?

Жузумалиева Г.: Да. Я стала более удовлетворенной и в моральном и в материальном отношении. Мы считаем каждую свою копейку, расходы, доходы и прибыль. Для работы предпринимателей есть три критерия успешной работы, в частности для нашего производства молочной продукции является: сырье, производство и сбыт.

Для нашего производства проблема с поставкой сырья в основном решилась. Производство работает хорошо. Сейчас самая главная проблема - это сбыт нашей продукции. Наш коллектив - все до единого работаем над

этой проблемой. Наша задача - чтобы наша продукция не отставала от продукции других производителей по внешнему виду, упаковке, и отвечала требованиям стандарта. В скором будущем мы планируем выпускать продукцию, которая отвечает требованиям европейского стандарта. И сейчас мы работаем над этой проблемой.

Боконтаева Ж.: Поддерживаете ли Вы ваших работников в социальном плане?

Жузумалиева Г.: Да. На нашем заводе заработная плата выдается во время. Вместе с коллективом мы приняли хозяйственный договор. По условиям хозяйственного договора мы производим премирование лучших работников. Тем работникам, кто нуждается остро даем ссуду без процентов, а также выдаем кредиты под 20% годовых. Это тоже большая поддержка.

Боконтаева Ж.: А есть ли со стороны государства поддержка предпринимателей - в правовом, экономическом и других отношениях?

Жузумалиева Г.: Абсолютно никакой. Единственное, вышел указ президента, чтобы нас меньше проверяли и чтобы проверяющие органы не дублировали друг друга. Вы знаете у каждого проверяющего своя психология, свои привычки. Многие из них читали этот указ, а другие нет. Мы все время доказываем, чтобы нам лишний раз не мешали.

Боконтаева Ж.: И в теории и на практике основной целью предпринимательской деятельности является получение большого дохода. Ваше предприятие тоже с каждым годом наращивает свой доход?

Жузумалиева Г.: Да, мы стараемся с каждым годом увеличивать производство своей продукции, которое в свою очередь ведет к наращиванию оборота капитала, денег. Большую часть прибыли мы стараемся вкладывать опять в процесс производства, и это способствует увеличению прибыли. Распределение прибыли, в первую очередь, идет на повышение заработной платы, т.е. чем больше прибыль, тем больше оплата труда. Оставшиеся деньги после увеличения заработной платы мы направляем на покупку нового оборудования. Я, уже, Вам говорила, что выход на европейский уровень, возможен, только применением нового оборудования, новых технологий в нашем производстве.

Боконтаева Ж.: А Вы были в других странах где вы могли видеть такую же продукцию, которую производите? Отвечает ли Ваша продукция мировым стандартам?

Жузумалиева Г.: В 1997 году я ездила в Данию по программе ТАСИС, а в 2000 году ездила в Германию по той же программе. Я знаю, какие требования предъявляются к качеству нашей выпускаемой продукции, какой ассортимент продукции следует выпускать. И моя мечта подняться до уровня европейского стандарта. И я надеюсь, что мы с коллективом будем производить продукцию мирового стандарта. А сейчас, я пока только мечтаю.

Историей доказано, что экономическая нестабильность, периоды спадов и подъемов предопределяют неизбежность подъема женского предпринимательства. Именно женщины, такие как Гулипа Жузумалиевна, быстро приобретают опыт управления своим предприятием в ситуации неопределенности, опираясь на чисто женские качества: интуиция, эмоциональный подход к решению проблем, логику «здравого смысла».

Боконтаева Ж.: Какие профессиональные знания Вамгодились, чтобы Ваша предпринимательская деятельность или бизнес стал успешным?

Жузумалиева Г.: Я думаю, что в своей профессии постоянно стремлюсь к увеличению знаний, поиску нового. Базовые знания, которые я получила еще в политехническом институте по моей профессии - технология изготовления молочной продукции можно сказать, остались. Но я все время свои прежние знания стараюсь обновлять, увеличивать, т.к. в нашей деятельности появляются новые технологии изготовления молочной продукции, изучение самого рынка- маркетинга, рекламы с целью все большего привлечения покупательского спроса на нашу выпускаемую продукцию.

Боконтаева Ж.: А сколько часов Вы работаете в сутки?

Жузумалиева Г.: Как Вы знаете, бизнес требует постоянного движения вперед, поиск нового, стремление к реализации своих целей, задач. Я работаю сейчас 15 часов в сутки и даже больше. Если я не успела реализовать какие- то дела, мысли на работе, то продолжаю работать дома. Я все время работаю, размышляю, думаю обо всех делах нашего производства, стараюсь озадачивать себя, свой коллектив. Специалистов, которые работают у нас на заводе.

Боконтаева Ж.: На Вашем предприятии есть ли разделение труда между работниками, т.е. один бухгалтер, другой экономист, третий-менеджер и др., или Вы в одном лице сочетаете все виды деятельности?

Жузумалиева Г.: У нас многие работники сочетают разные виды деятельности. Так, Садырова Гуляй, она молочница с высшим образованием работает менеджером. Мы с нее спрашиваем не только за определенную работу, но и за другие участки работы. Даже меня называют председателем «Ак-Жалга», но я сама иной раз выполняю работу и менеджера, и маркетинговой службы, и работу с акционерами, т.е. приходится выполнять очень много видов и форм различной деятельности. У нас на заводе нет четкого разграничения разных видов труда. Мы все выполняем все виды работ, т.е. работаем как один человек.

Я думаю, для успешного выполнения своих планов мы должны не сидеть и смотреть друг на друга, а должны работать как один человек. Я очень хорошо знаю свое производство. На этом заводе работаю уже 33 года - после окончания учебы в институте. Свою трудовую деятельность начинала с мастера и выросла до директора сырзавода, а с переходом к рынку стала председателем АО «Ак-Жалга». Я очень высокие требования

предъявляю себе и такие же требования предъявляю свои подчиненным.

Боконтаева Ж.: Как Вы оцениваете становление и развитие предпринимательства в Кыргызстане, и конкретно в Джети-Огузском районе?

Жузумалиева Г.: Я думаю, процесс становления, и развития предпринимательской деятельности в Кыргызстане находится на своем начальном пути. Очень мало крепких, которые твердо стоят на ногах предпринимателей. В нашей стране многие хотят стать предпринимателями, но нет возможности и условий для их реализации. Чтобы сдвинуть, этот процесс в быстром темпе многим предпринимателям необходимы финансовые средства. А деньги, кредиты, как Вы видите, правительство выдает под большой процент. Если человек желает что-то открыть, начать свой бизнес, то ему, во многом, мешают бюрократические препоны, т.е. оформление кредита занимает много времени (иногда полгода, год и больше), сильно мешает залоговая система. Я очень недовольна выдачей и развитием механизма кредитной линии в нашей стране.

Систему кредитования, начисление процентов необходимо упростить, сделать более доступной и применимой для всех желающих, которые хотят открыть свой бизнес.

Боконтаева Ж.: А что Вы сделали бы, чтобы люди по -быстрее могли открыть свой частный бизнес и встать на «ноги»?

Жузумалиева Г.: Самое главное надо выделять кредиты под низкий процент. Всем кто хочет, умеет и желает работать, не создавать бюрократических заслонов, сократить время регистрации и оформления любых документов. Так, например, сельскохозяйственная корпорация выдает кредит только на один год. Я считаю надо обязательно увеличить срок выдачи кредитов хотя бы на три года, чтобы предприниматель мог за эти годы развиться, получить доход от своей деятельности. А также уменьшить процент за кредит. Например, если человек будет заниматься полеводством, то первый год он обрабатывает поле, второй год сажает, сеет, продает, а потом на третий год он сможет вернуть полученный кредит.

А также не менее важным является старание и желание работать, чтобы добиться своих целей в предпринимательской деятельности.

Боконтаева Ж.: Вы ведущий предприниматель области? А каковы преимущества предпринимательской деятельности?

Жузумалиева Г.: Предпринимательство дало огромные возможности для меня. Открыла зеленую дорогу. Если у тебя высококачественная, рентабельная продукция, цена на твою продукцию ниже чем у твоих конкурентов, то у тебя большие доходы. Чем выше доход, тем больше маневра, тем лучше для предпринимателя. Ведь одной из целей предпринимательства - это получение высокого дохода. А доход это развитие производства, увеличения благосостояния твоих рабочих и твоего личного. Такого в бывшем Советском Союзе, не было. Мы работали в

плановой экономике под диктовку, цены определялись сверху, а сейчас на основе спроса и предложения.

Рыночная экономика для предпринимателей дала больше чем, когда мы жили в плановой экономике.

Боконтаева Ж.: Как Вы думаете, что лучше социализм, или капиталистическая система?

Жузумалиева Г.: Для меня лично, капитализм, очень нравится. Капитализм мне дал очень много - реализацию своих организаторских и профессиональных качеств, способность заняться интересным делом, а также я получаю удовольствие от своей работы в сфере избранной мною предпринимательской деятельности.

Наше производство после перехода к рынку стало процветать, мы видим результаты своего труда. И это очень здорово!

Боконтаева Ж.: Как Вы думаете, если поддерживать частный бизнес, то станет ли Кыргызстан процветающим государством?

Жузумалиева Г.: Конечно. Я думаю, со стороны нашего правительства должна быть хорошая поддержка и защита нашего внутреннего рынка. Так, за счет системы кредитования, как в других странах, необходимо помочь частному бизнесу. Кредит следует выдавать под меньший процент и на долгосрочно основе. Этим должно заниматься правительство, банковская система и др. Но пока такой поддержки я не вижу. Как Вы знаете, чтобы пополнить казну, увеличить доходную часть бюджета следует иметь большие деньги. А деньги через налоговую систему придут от процесса производства. только развитие промышленности дает больше поступления в бюджет. А через бюджет мы можем без задержек выплачивать пенсии, пособия, стипендии, осуществлять эффективно социальную политику государства. А торгово- посредническая деятельность не сможет пополнить казну, как промышленное производство. Сейчас, надо бы по - быстрее развить производство - это основа любой экономики, и в том, числе нашей страны.

В нашей стране очень много сырья - мясо, молоко, шерсть, овощи, фрукты и др. А для переработки этого сырья у нас нет хороших перерабатывающих предприятий, мини- заводов, которые все это обрабатывали и поставляли на рынок свою продукцию. Если бы все это заработало, то наше государство смогло через налоги пополнить бюджет.

А также для развития нашего государства, в том числе, Иссык-Куля необходимо инвестировать финансовые средства в туризм. Мы много говорим о туризме, а ощутимых результатов не видим.

Боконтаева Ж.: Есть ли у Вас конкуренты? Какие пути и средства Вы ищите, чтобы опередить своих потенциальных конкурентов?

Жузумалиева Г.: Во-первых, мы постоянно увеличиваем ассортимент своей продукции. Сейчас мы переходим на мелкую фасовку - сыра, масло, увеличиваем разлив молока, кефира, делаем плавленый сыр разных сортов. Мы являемся монополистами в производстве российского сыра, у нас своя технология, секреты производства. Нашим конкурентом является

совместное Кыргызско-Российская фирма «Вим-Биль-Дан». Они выпускают сильно-молочную продукцию. Мы знаем, куда они поставляют свою продукцию. Однако мы заинтересовались и хотим постепенно занять часть их рынка.

Боконтаева Ж.: Являетесь ли Вы настоящим (чистым) предпринимателем по современным требованиям.

Жузумалиева Г.: Да, я считаю себя чистым предпринимателем. По моему мнению, предприниматель, это человек который занимается изысканием денег, прибылей. У меня это получается, и я стараюсь увеличить доходы нашего завода.

Боконтаева Ж.: Каковы перспективы развития предпринимательства в Кыргызстане?

Жузумалиева Г.: С каждым годом, на мой взгляд, количество предпринимателей растет. Все больше молодых, талантливых, одаренных ребят приходят в бизнес. Многие из них являются крупными предпринимателями. Я уверена в Кыргызстане в ближайшем будущем, их количество, будет увеличиваться, они будут открывать все новые, новые виды производства, пополнять нашу казну налоговыми поступлениями, мы все больше и больше будем богатеть и процветать. Я очень оптимистично отношусь к бизнесу, к его будущему, т.к. без него нет прогресса в экономике и в других сферах нашего государства.

Гулипа Жузумалиева не добилаcь бы столь высоких успехов, почета и уважения в обществе если бы не огромная поддержка семьи и самое главное мужа. Можно сказать, все домашние заботы, решение семейных проблем легли на плечи мужа, но не при полном отстранении жены. Как жена, мать Гулипа Жузумалиевна всегда выполняла свою роль и функции. Однако непрерывная работа, которая поглощала всю ее целиком, иногда не оставляла времени и для семьи, в этот момент муж во всем поддерживал, особенно морально.

Боконтаева Ж.: А Ваша семья поддерживала в Вашей предпринимательской деятельности? Ведь Вы очень много работаете, отрываете свое время от семьи, детей.

Жузумалиева Г.: Да, конечно. Без поддержки семьи, я бы никогда не стала предпринимателем. Семья поддерживает во всех отношениях особенно в моральном отношении. В материальном отношении я оказываю поддержку семье, а в остальном чувствую опору мужа, детей, внуков. У меня четверо детей - один сын и трое дочерей.

Боконтаева Ж.: Вы сказали, что полностью себя отдаете бизнесу. А дома вы выполняете домашнюю работу?

Жузумалиева Г.: Конечно. Я не бросаю домашнюю работу. Дома я выполняю функцию и роль матери для детей, как жена я полностью подчиняюсь мужу. Если у меня есть время, то я готовлю, делаю домашние дела. А в основном помогает семья.

Боконтаева Ж.: А Вы довольны своей работой?

Жузумалиева Г.: Я очень довольна своей работой. Я очень рада, что

пришла новая рыночная система, которая дала мне возможности для реализации своих возможностей, для роста производства, увеличения дохода, создания новых рабочих мест. Можно сказать, что если мои работники довольны, то и я довольна. Для успешного ведения предпринимательской деятельности- не надо бояться, смело преодолевать трудности, преграды. И тогда будет успех, реализация намеченных целей.

Устная жизненная история Гулипы Жузумалиевны как женщины предпринимателя примечательна по нескольким основаниям. Во-первых, благодаря, личностным качествам она смогла сохранить сырзавод и вместе с коллективом направила все свои усилия против бюрократической государственной машины, стремившейся под предлогом приватизации растащить предприятие. Если бы Гулипа Жузумалиевна не отстояла свой завод, где находилось ценное оборудование (для изготовления молочной продукции), здания, сооружения, то другие хозяева могли бы продать за бесценок материальные ценности, а производственные помещения просто растащить, вплоть до последнего кирпичика, как было с другими госпредприятиями нашего государства.

Во-вторых, она сохранила свой высокопрофессиональный коллектив, который работал еще при бывшем СССР. Сейчас на предприятии дружно и плодотворно трудятся люди разных национальностей – кыргызы, русские, казахи, дунгане и др., которые считают завод своим родным детищем.

В-третьих, Гулипа Жузумалиевна своими организаторскими качествами, личным примером смогла сплотить весь коллектив для решения важной проблемы для своего предприятия – восстановления, а затем увеличения производства молочной продукции. И это ей удалось. Так в с. Кызыл-Суу, в городе Каракол открыты собственные магазины, где реализуется высококачественная молочная продукция. А это ведет к прибыльности данного предприятия.

В-четвертых, мотивация Гулипы Жузумалиевны открыть собственное дело, стать хозяином, получать высокие доходы от производства молочной продукции полностью реализовалось в ходе предпринимательской деятельности.

И теперь она, можно сказать, получает удовольствие от своей работы, довольна в моральном и материальном отношении. Однако у нее сейчас еще более масштабные задачи – реализация своей продукции на рынке других стран, над которой она непрерывно работает. Ее рабочий день в сутки составляет 15 часов и более. Она все время думает, размышляет о своем производстве, озадачивает коллектив, чтобы добиваться еще больших успехов в бизнесе.

Предпринимательство как одна из конкретных форм проявления общественных отношений способствует повышению материального и духовного потенциала общества, создает благоприятную почву для практической реализации способностей и таланта каждого индивида, ведет к единению нации, сохранению ее национального духа и национальной гордости.

КРАТКИЙ ГЕНДЕРНЫЙ ГЛОССАРИЙ

Гендер - приобретенное, социально закрепленное поведение лиц разного пола.

Гендерные стереотипы - это схематические, стандартизированные устойчивые общепринятые в конкретном обществе представления о должном "женском" и "мужском" поведении, а также их предназначении, социальных ролях и деятельности.

Гендерная политика - государственная, общественная деятельность, направленная на установление равенства во взаимоотношениях между лицами разного пола.

Гендерные отношения - характер поведения и обращения между лицами разного пола в процессе общения или при осуществлении различных видов совместной деятельности.

Гендерно-правовая экспертиза - мониторинг национального законодательства и иных нормативных правовых актов в целях определения их соответствия гендерному законодательству.

Гендерная социализация- это процесс усвоения человеком своей гендерной роли в том обществе в котором она(он) живет.

Гендерная идентичность- связана с нашими представлениями о своем поле- чувствуем ли мы себя в действительности мужчиной или женщиной. Осознание своего пола не всегда соответствует биологическому полу индивида. Например, транссексуалы (смена пола путем операции), трансвеститы (человек, одевающийся как представитель противоположного пола).

Гендерные роли- социальные ожидания, вытекающие из понятий окружающих гендер, а также поведение в виде речи, манер, жестов и одежды.

Гендерные идеалы- это культурные представления о должном мужском и женском поведении.

Гендерная статистика - статистика, отражающая соответствующее положение лиц разного пола во всех сферах социально-политической жизни и освещающая гендерные проблемы и отношения в обществе.

Гендерное равенство - одинаковое социальное положение лиц разного пола в обществе.

Гендерное равноправие - равенство прав, обязанностей и ответственности лиц разного пола перед законом, кроме смягчающих обстоятельств, установленных законодательством Кыргызской Республики.

Равные возможности - система средств и условий, необходимых для реального достижения гендерного равноправия.

Равнопартнерские отношения - сотрудничество или совместное участие в государственной и общественной жизни на равных условиях лиц разного пола.

Гендерная равенство в экономике - материальное благосостояние мужчин и женщин, основанное на равном доступе к ресурсам и возможностям, равное участие в принятии решений и равный контроль над ресурсами и доходами.

Гендерная дискриминация - любое различие, исключение или предпочтение, которое ограничивает или отрицает равное осуществление прав по признаку пола.

Открытая гендерная дискриминация - дискриминация, прямо указывающая на половую принадлежность.

Скрытая гендерная дискриминация - дискриминация без прямого указания на половую принадлежность.

Сексуальное домогательство - аморальное поведение, а также недозволительные действия сексуального характера по отношению к лицам разного пола, выраженные словесно (угрозы, запугивания, непристойные замечания) или физически (прикосновения, похлопывания), унижающие и оскорбляющие **лицо**, находящееся в трудовой, служебной, материальной, семейной и иной зависимости.

Нарушение равных прав - активное или пассивное поведение, которое проявляется в виде унижения, презрения, а также ограничения прав или оказания привилегий в связи с половой принадлежностью лица.

Домашний труд - самостоятельный вид трудовой деятельности, направленный на удовлетворение потребностей семьи.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Барсукова С.Ю. Женщины – предприниматели: гендерная специфика российского бизнеса. // ЭКО, 1998, № 10. - С. 47-56.
2. Боконтаева Д.К. Женщины – предприниматели Иссык-Куля. Устные истории успеха. – Бишкек: Просвещение, 2003. – 160 с.
3. Воронина О.А. Основы гендерных исследований. – М.: Политиздат, 2000. – 127 с.
4. Гендерные отношения в Кыргызстане. – Бишкек, 2000.- 93 с.
5. Джакобсен Д. Гендерная сегрегация на рынке труда. – М., 1996. - 258 с.
6. Журженко Т.Ю. Предмет и задачи феминистской экономической теории. – М.: Ф-Пресс, 1996. - 257с.
7. Кфель Л.В. Женщина в бизнесе: партнер или досадная помеха? // ЭКО. 1999. -№ 3. - С. 35-46.
8. Тартаковская И.Н. Социология пола и семьи. - Самара, 1997. -256 с.
9. Шакитов Ш.Ш. Гендердик теңчиликтин макал-лакаптарда чагылышы. – Каракол, 2009. – 31 б.
10. Энгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства. – М.: Госполитиздат, 1950. – 170 с.
11. Эренбург Р.Д., Смит Р.С. Теории рыночной дискриминации. – М.: МГУ, 1996. - 479 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
1. Понятие гендер и пол.....	4
2. Гендерная социализация личности.....	7
3. Гендерные отношения в экономике.....	15
4. Особенности развития женского предпринимательства в Иссык-Кульской области.....	27
5. Жузумалиева Гулипа. Новаторство и инновация – основа успеха в бизнесе.....	30
Краткий гендерный глоссарий.....	41
Литература.....	43

Сведение об авторе

БОКОНТАЕВА ДЖАНЫЛ КЕНЕШЕВНА, кандидат социологических наук, доцент, заведующая кафедрой философии ИГУ им.К.Тыныстанова. В 1988 г. окончила экономический факультет Ленинградского (Санкт-Петербургского) государственного университета. Обладатель более 30 сертификатов, удостоена диплома Президента КР (2005 г.) за вклад в гендерное развитие за книгу «Женщины-предприниматели Иссык-Куля. Устные истории успеха», имеет более 40 опубликованных научных статей, отличник народного образования (2009 г.).

Боконтаева Ж.К.

**Гендерная социализация личности
в системе экономических отношений**
(учебно-методическое пособие по социологии и
гендерной социологии для студентов
1 и 2 курсов вузов)

Тех. редактор: Жакыпова Ч.А.
Компьютерная верстка: Ысманова Н.К.

Отпечатано в полиграфическом комплексе
ИГУ им. К.Тыныстановы
Заказ 352 Тираж 25.
Тел.: (03922) 52696.