

На правах рукописи

Михайлова Марианна Валериевна

**Социальная роль женщины-руководителя
в современной российской гендерной культуре**

Специальность 22 00 06 – Социология культуры, духовной жизни

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени

кандидата социологических наук



Москва 2009 г

Диссертация выполнена на кафедре «Социологии, психологии и педагогики»
ГОУ ВПО МГТУ «СТАНКИН»

Научный руководитель	доктор философских наук, профессор Кириллова Елена Александровна
Официальные оппоненты	доктор философских наук, профессор Герейханов Гаджи Пирмурадович кандидат социологических наук, доцент Федулов Валерий Викторович
Ведущая организация	Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Защита состоится 27» сентября 2009 года в 12⁰⁰ часов на заседании
Диссертационного совета Д 212 142 05 в ГОУ ВПО Московском
государственном технологическом университете «СТАНКИН» по адресу
127055, г Москва, Вадковский пер , дом 3А

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ГОУ ВПО
Московского государственного технологического университета «СТАНКИН»

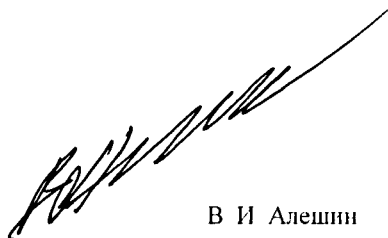
Текст автореферат опубликован на сайте ГОУ ВПО МГТУ «СТАНКИН»
<http://www.stankin.ru/science/kandidis.html> 26» ноября 2009 года

Автореферат разослан 27» ноября 2009 года

Ученый секретарь

Диссертационного совета Д 212 142 05

кандидат философских наук, профессор



В И Алешин

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования.

Основные тенденции трансформации современного российского общества приводят к постепенной интеграции принципов социального равенства, социальной справедливости и толерантности, а также интенсификации взаимодействия культур, в том числе и гендерных. Гендерная диспропорциональность и асимметричность, разворачивающаяся перспектива демографических изменений в российском обществе, способствуют разработке новых гендерноориентированных проектов в социальной сфере, учитывающих как возможности женщин, так и мужчин, последствиями которых станут изменения в гендерных проекциях. Складывающаяся ситуация в гендерной культуре российского общества требует обновления научного дискурса, разработки и уточнения соответствующей проблематики социологии, конструирования - новых ракурсов рассмотрения проблемы.

Актуальность исследования социальной роли женщины-руководителя обусловлена динамичным проникновением женщин в сферу управления экономикой, появлением новой социальной когорты «деловых женщин». При этом повышается активность и масштаб участия женщин в предпринимательской, общественной и политической сферах.

Гендерная специфика современной российской культуры такова, что женщина – руководитель, лидер, предпринимательница, имеющая высокий потенциал личности, способная стать генератором социального развития, сталкивается как со скепсисом социума, так и с преодолением собственных гендерных стереотипов.

Исследование социальной роли женщины-руководителя в современной российской гендерной культуре позволяет объяснить многие общественные проблемы и дать рекомендации к их решению, послужит формированию

новых отношений между полами в обществе, для отдельной личности исследования могут помочь иначе оценить свою личностную стратегию

Помимо этого, изучение социальной роли женщины в гендерной специфике есть непереносимое условие научного анализа тенденций изменения гендерной культуры в целом. Исследование этой проблемы, соответственно, является актуальной задачей социологии гендерных отношений. Таким образом, в условиях трансформации российского общества назрела объективная необходимость научного осмысления и детального рассмотрения в теории и практике тех гендерных изменений, которые происходят в сфере руководства, что и обусловило выбор темы диссертации.

Степень изученности темы.

Начало изучения общества в разрезе гендерных социокультурных конструктов относится ко времени появления первых трудов, связанных с теориями феминизма, к ним можно отнести работы С. Бовуар, К. Каллиган, М. Мид, Дж. Митчел, Б. Фридан и др.¹

Развитие общества достигло такого уровня, когда прежние патриархатные отношения полов неадекватны экономическому уровню цивилизации. Очевидность этого факта активировала широкий поток исследований, посвященных гендерной проблематике в различных областях науки.

Для социологии культуры характерно изучение проблемы, берущей свое начало в культурном феномене и отраженной в социальном результате, поэтому для анализа гендерной культуры, нам представляется важным опираться на современные философские и социологические теории Л. Иригаре, А. Менегетти, Д. Батлер, Р. Брайдотти, Э. Брукс, Л. Николсон, Ю. Кристевой, Э. Сиксу, Д. Хэрэуэй². Отечественные разработки проблем женской идентичности и субъектной позиции отмечены именами С. Г.

¹ См. Бовуар С. де. Второй пол. Т. 1 и 2. - М.: Прогресс, СПб.: Алетейя, 1997.

² Люс Иригаре, Этика полового различия. - М.: ХЖ-2004, А. Менегетти, Проект – Человек - М.: Онтопсихология-2005, Braidotti R. Patterns of Dissonance. A Study of Women in Contemporary Philosophy. Cambridge: Polity Press, 1991, Батлер Д. Гендерное беспокойство (гл. 1. Субъекты пола/гендера/желания) // Антология гендерной теории. Минск: Прописки, 2000, Феминизм и гендерное равенство, О. А. Воронина, М. Эдиториал УРСС, 2004.

Айвазовой, М Е Баксаковой, Е А Здравомысловой, А А Темкиной, Г А Брандт и т д ³

Новейшие когнитивистские исследования, предполагают не только возможность рассмотрения культуры как «социокультурной информационной матрицы», особым образом культивирующей человеческое сознание, но и более глубокое осмысление информационной функции гендерной культуры. К ним относятся труды Л С Выготского, С Московичи, А Моля, О Е Баксанского ⁴ Концепцию «информационного общества» и его влияния на становление гендерных отношений, на современные тенденции социального развития представляют М Кастельс, Д Белл, Э Тоффлер ⁵

Влияние гендернокультурных конструктов на личность отмечалось З Фрейдом, А Адлером, К Хорни ⁶ Проблема самоотношения исследовалась в психологии отечественными (А А Деркач, С Л Рубинштейн, Н В Кузьмина, П А Корчемный, В И Купцов, В Н Маркин, О В Москаленко, С Р Пантилеев, Е В Селезнева, В А Сластенин, В В Столин) и зарубежными (А Маслоу, Г Олпорт, К Роджерс, Т Шибутани, Р Бернс, У Джеймс) авторами в контексте изучения личности, детерминант успешности профессиональной деятельности, психологии саморазвития и самоактуализации, самоконтроля

Проблемы социальной идентификации в рамках, обусловленных гендерной ролью внутриличностных конфликтов выделены М Хорнер, Р Мэй, К А Абульхановой-Славской, Е П Белинской, И С Клециной ⁷

³ Айвазова С К Симона де Бовуар этика подлинного существования // Бовуар де С Второй пол М АО "Прогресс", СПб Алетей, 1997, Баскакова М Е Равные возможности и гендерные стереотипы на рынке труда М МЦГИ, 1998, Здравомыслова Е А , Темкина А А Социальное конструирование гендера феминистская теория // Введение в гендерные исследования Ч 1 Учебное пособие / Под ред И Жеребкиной, С-Пб Алетей 2001

⁴ Леонтьев А А «Л С Выготский», М , 1990, А Моль, Социодинамика культуры, М URSS-2007, Moscovici S La Psychanalyse, Son Image Et Son Rubric, P , 1976 , О Е Баксанский, «Когнитивные репрезентации», М URSS-2009,

⁵ Кастельс Мануэль Информационная эпоха экономика, общество и культура Пер с англ Под научн М , ГУ ВША, 2000, Конечная В П Социология коммуникации Учебник М , 1997

⁶ Фрейд З По ту сторону принципа удовольствия // Фрейд З Психология бессознательного Сб произведений М Просвещение, 1989 , К Хорни , Новые пути в психоанализе, http://www.psychol-ok.ru/lib/horney/nrvp/nrvp_07.html

⁷ Horner M , Fleming J The Motive to Avoid Success // Motivation and Personality Handbook of Thematic Content Analysis N Y 1992, Мэй Р Искусство психологического консультирования/Пер с англ Т К Кругловой М

Логическое продолжение идей вышеприведенных авторов находит свое подтверждение в широком спектре стратификационных исследований, посвященных гендерной тематике, поскольку индивид склонен переводить усвоенные поведенческие механизмы на все аспекты социальной коммуникации

Важной составляющей составляющая гендерной культуры является коммуникативное пространство. Концептуальные подходы к исследованию коммуникативного пространства были сформулированы такими видными представителями теоретической социологии, как П. Бурдьё, П. Бергер, Н. Луман, Т. Лукман, Ю. Хабермас⁸. Гендерные особенности коммуникации освещены в работах И.В. Грошева, А.Е. Ковалева, А.В. Меренкова, И.А. Стернина⁹.

В отечественной социологии проблемы методологии и гендерного подхода в управлении рассмотрены в трудах Л. Бабаевой, Т. Гурко, Л. Ржаницыной, Г. Силласте, К. Фофановой¹⁰.

Социологическому анализу влияния социальных практик на гендерные отношения с учетом статусно-ролевой структуры посвящены исследования Л. Белоконой, Г. Кошарной, О. Здравомысловой, Г. Турецкой¹¹.

Проблема стиля управления женщины-руководителя рассмотрена в трудах Е. Комарова, А. Чириковой¹².

Независимая фирма «Класс», 1994, Абульханова-Славская К.А. Стратегия жизни. М., 1991, Белинская Е.П. Исследования личности: традиции и перспективы // Социальная психология в современном мире / Под ред. Г.М. Андреевой, А.И. Донцова. М.: Аспект Пресс, 2002.

⁸ Интернет источник: Библиотека западных социологов - <http://www.sociologi.lv/Library/West/Untitled-1.html>

⁹ Грошев И.В. Гендерная невербальная коммуникация в рекламе // Гендерные исследования, 1999, Грacheва С.Е., Невербальные элементы и невербальные коммуникации. М., 1996 - Деп. в ИНИОН РАН, 1996. №51609, Ковалев А.Е. Некоторые аспекты исследований невербальной коммуникации человека // Проблемы психологии общения и взаимопонимания. Краснодар, 1979, Меренков, А.В. Социология стереотипов [Текст] / А.В. Меренков - Екатеринбург, 2001, И.А. Стернин, Проблема описания гендерного коммуникативного взаимодействия, Гендер: язык, культура, коммуникации, Материалы 3-ей международной конференции, Сборник статей, МГЛУ-2003.

¹⁰ Бабаева Л.В. Женщины России в условиях социального перелома: работа, политика, повседневная жизнь. - М., 1996, Гурко Т. Социология пола и гендерных отношений / Социология в России, - М.: Изд-во Ин-та социологии РАН, 1998, Силласте Г.Г. Социогендерные отношения в период социальной трансформации России // Социс. - 1994. - №3, Фофанова К.В. Социальная политика в сфере гендерных отношений, - Саратов: «Научная книга», 2005.

¹¹ Белоконая Л. Гендерная статистика в России // Вопросы экономики. - 2000. - №3.

¹² Комаров Е.И., Жуплев А.В. Женщина-предприниматель, или роза в букете бизнеса // Управление персоналом. - 1999. - №3.

По проблеме женского предпринимательства в отечественной науке имеются лишь фрагментарные исследования, направленные преимущественно на сопоставление социально-психологических характеристик представителей женского и мужского предпринимательства. Среди них работы по изучению личностно-профессиональных качеств женщин-предпринимательниц И В Грошев, Т И Заславская, Р М Канапьянова, Р Козмецки, Л В Корель, А Е Чирикова, А Г Штейнберг и др.¹³, мотивации женской предпринимательской деятельности Л В Бабаева, Е С Балабанова, А Е Чирикова и др.¹⁴

Однако теоретические и практические проблемы исследования социальной роли женщины-руководителя в современной российской гендерной культуре еще не получили достаточно полного освещения. Сложившаяся ситуация требует разработки и уточнения соответствующей проблематики социологии культуры.

В качестве **объекта** исследования выступают тенденции современной российской гендерной культуры.

Предметом диссертационного исследования является личность женщины-руководителя в современной российской гендерной культуре.

Целью диссертационной работы является исследование социальной роли женщины-руководителя.

¹³ Грошев И В. Как принимают решения женщины и мужчины руководители // ЭКО - 1996 - №4, Заславская Т И. Авангард российского делового сообщества: гендерный аспект // Социологические исследования. 2006. № 4, №5, Р М Канапьянова. Женщины во властных структурах // Социологические исследования. 2007. № 2, Козмецки Р. Женщины в бизнесе. СПб: Лениздат, 1992, Корель Л В. Женщина и рынок: социальные угрозы и факторы риска // Общество и экономика. 1995. № 5, Чирикова А. Женщина в российской власти: мотивация и стили лидерства / А Чирикова, Лапина Н // Общество и экономика - 2009 - № 6, Штейнберг А Г. Мужской характер женского менеджмента // Социол. исслед. - 2002 - № 11.

¹⁴ Бабаева Л В. Женщины России в условиях социального перелома: работа, политика, повседневная жизнь - М., 1996, Балабанова Е С. Экономическая зависимость женщин: сущность, причины и последствия // Социол. исслед. - 2006 - № 4,

В соответствии с выдвинутой целью, основными **задачами** данной диссертационной работы являются

- выявить социальные функции гендерной культуры, детерминирующие и структурирующие социальную роль женщины-руководителя,

- провести теоретико-методологический анализ информационной функции гендерной культуры – важнейшей составляющей социокультурного опыта,

- рассмотреть коммуникативную функцию гендерной культуры,

- раскрыть и описать образ новой феминности современной российской гендерной культуры и реальной социальной ситуации женщины-руководителя в ней,

- определить совокупность социально желательных характеристик женщины-руководителя,

- раскрыть особенности формирования профессиональной карьеры женщины-руководителя на современном этапе социально-экономических преобразований,

- выявить гендерные особенности поведенческих характеристик профессиональной деятельности женщины-руководителя

Теоретико-методологическая основа и методы исследования.

Многообразие теоретических подходов к феномену «гендер» от эссенциалистских до постмодернистских объясняется его многоаспектностью. Тем не менее, можно обозначить профилирующие методы и подходы к указанной проблеме, которые используются в качестве теоретико-методологической базы исследования.

В исследовании использован гендерный подход, позволяющий рассмотреть социо-культурную характеристику пола. Методологическую ценность для понимания сущности гендерного подхода представляют взгляды Н. И. Абукириной, Т. В. Барчуновой, С. де Бовуар, О. В. Ворониной,

Э Гидденса, Г Рубин и др., символический интеракционизм Дж Мида, драматургический анализ И Гофмана, структурный функционализм Т Парсонса, теория социального конструирования реальности П Бергера и Т Лукмана, этнометодологические исследования Г Гарфинкеля, К Уэста и Д Зиммермана. Чрезвычайно важен для анализа гендерных отношений структуралистский подход Л Иригари, психоаналитический З Фрейда, К Хорни, А Адлера, дающие возможность увидеть как структурные, так и межличностные основания производства новых и воспроизводства старых гендерных отношений.

В качестве теоретической основы в анализе информационной функции гендерной культуры используются идеи Л С Выготского, А Моля, С Московичи, О Е Баксанского. Предложенные данными учеными теоретические положения имеют не только академическую, но и практическую значимость.

Концептуальная и эмпирическая операционализация основных понятий и процедура сбора данных проводилась в соответствии с принципами социологического исследования, предложенными в работах Г С Батыгина, И Ф Девятко, В А Ядова.

Эмпирическая база исследования основана на анализе социологических исследований, проведенных по проблемам социального положения женщин России, статистическая информация по вопросам занятости женщин, вторичный анализ ряда социологических исследований, посвященных некоторым аспектам рассматриваемой проблемы. В том числе

– аналитический доклад «Женщина новой России. Какова она?» ИКСИ РАН 2001г

– исследования, посвященные взаимосвязи гендерного и профессионального образов, акмеологических факторов развития профессионального самоотношения, проблемам идентификации в профессиональной деятельности, трансформации самоидентификации

современной женщины-руководителя, проведенные российскими исследователями в 2000-2008гг

– исследования, посвященные трансляции образов гендера в современном российском обществе, проведенные в 2004-2008гг

Научная новизна диссертационного исследования заключается в основных положениях, выносимых на защиту:

1 «Гендерная культура» общества является совокупностью интеллективных представлений и установок о категориях мужское и женское, транслируемых в различные области деятельности человека, на основе которых происходит формирование сознания, строится его ценностно-мотивационная сфера и, через его фильтр осуществляется восприятие окружающего социокультурного мира

2 Социальное нормирование роли женщины формируется под воздействием информационной функции гендерной культуры как непрерывного потока информации внешней культуры, рассматриваемой как совокупность знаков, символов и значений. В силу раннего прохождения женщиной периода половой идентификации, гендерное определение остается неосознанным для личности, оказывая влияние, тем не менее, на последующие выборы и целеполагание женщины-руководителя в процессе карьерного становления

3 Коммуникативная составляющая роли женщины формируется под влиянием коммуникативной функции гендерной культуры и определяет гендерно типичные модели коммуникации и в социальном пространстве и в процессе внутриличностной коммуникации. При этом, средством коммуникации служит не только язык как таковой, но и его гендерная специфичность, механизм передачи информации, техника или психология взаимодействия между полами и в рамках одного пола, выражающаяся также в демонстрации невербальных признаков гендерной принадлежности

4 Образ наиболее социально привлекательной современной российской женщины объединяет в себе такие черты, как социальная

активность, образованность и профессиональный успех с заботой о своей внешности, красотой, удачной семейной жизнью, заботой о детях. Таким образом, социальный заказ на образ новой феминности содержит противоречивые для социальной роли женщины-руководителя социальные конструкты, выражающиеся в акценте на внешность и молодость как основной ценностной характеристике женщины, ведущей к обесцениванию социальной активности женщин.

5 В условиях трансформации российского общества становится актуальной проблема женской карьеры. В подобных условиях процесс карьерного продвижения выступает в виде конкурентной борьбы за достижение необходимого социального статуса. Под профессиональной карьерой понимается результат поведения, связанный с компетентностным ростом, распределением властных ролей, и включающий в себя личностный деятельностный аспект ее должностного и профессионального продвижения. Данная трактовка позволяет выявить иерархию факторов, воздействующих на управление профессиональной карьерой женщин-руководителей: психологические (обаяние, доброжелательность), деловые (профессионализм, работоспособность, упорство, добросовестность) и коммуникативные (активность, умение налаживать связи, общительность) способности. При этом формирование профессиональной карьеры женщин в значительной степени ограничено гендерными отношениями в обществе.

6 Проблемность социальной роли женщины-руководителя обусловлена противоречием между гендерными социокультурными стереотипами феминных и маскулиных характеристик личности, возникающими при раскрытии лидерского потенциала женщины, ролевым гендерным конфликтом, возникающим на почве дефицита времени и дискриминацией женщин в сфере управления, усиливающейся в кризисные периоды развития общества.

7 В процессе социализации женщины-руководители вырабатывают стратегии профессиональной деятельности, часто не поддерживаемые

социальными институтами. Имеющийся разрыв между институциональной поддержкой, социальными условиями и потребностями профессиональной управленческой деятельности женщин-руководителей обосновывает принцип гендерного равноправия, предполагающий равную конкуренцию между гендерными группами, политику справедливой оплаты труда и расширение участия женщин в управленческой сфере. Стратегия карьерного роста женщины-руководителя основывается на увеличении уровня профессиональной компетентности и повышении уровня образования.

Практическая значимость исследования определяется потребностью осмысления влияния современной российской гендерной культуры на социальную роль женщины-руководителя. Результаты исследования могут быть использованы для расширения и систематизации знаний о гендерной культуре в социологии, для дальнейшей разработки направлений исследования социальной роли женщины-руководителя.

Также результаты данной работы могут быть использованы в преподавании дисциплин социокультурным аспектам управления в высших учебных заведениях.

Апробация результатов исследования. Основные теоретические и практические положения и выводы диссертации обсуждались на заседании кафедры «Социологии, психологии и педагогики» ГОУ ВПО Московского государственного технологического университета «Станкин», в докладах автора на методологических семинарах кафедры, а также на конференциях, социологических конгрессах и круглых столах. Материалы диссертации представлены в публикациях автора.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографии и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается выбор и актуальность темы диссертационной работы, анализируется современный уровень научной

разработанности проблемы, определены цель, задачи, объект и предмет исследования, обосновываются теоретико-методологическая основа и научная новизна диссертации, раскрывается практическая значимость полученных результатов

В первой главе «Социальные функции гендерной культуры», состоящей из трех параграфов, концептуально рассматривается гендерная культура, детерминирующая и структурирующая социальную позицию женщины-руководителя

В первом параграфе первой главы «Теоретико-методологические основы гендерной культуры» понятие «культура» рассматривается как инструмент формирования сознания человека, качественно изменяющий с помощью информации «социо-культурной таблицы» психику человека. Результатом присвоения «культурного мышления» индивида является его социализация, т.е. возможность удовлетворения инстинктивной направленности на деятельность и коммуникацию в социуме. В контексте вышеизложенной позиции, нам представляется возможным выделить рабочее определение понятия «гендерная культура» общества, как совокупности абстрактных знаний о категориях мужчина и женщина, мужское и женское, транслируемых в различные области деятельности человека, на основе которых происходит формирование сознания, строится его ценностно-мотивационная сфера и, через фильтр которых он строит восприятие окружающего мира. Для человеческого существа – это искусственно исторически созданные ограничения функциональности или некие социальные рамки быть мужчиной и быть женщиной, основанные, тем не менее, на биологически различных возможностях организма, задающих несколько различную экзистенцию психики. К социальным функциям гендерной культуры можно отнести

Первейшей функцией гендерной культуры является социализирующая функция, с помощью которой происходит одна из первых самоидентификаций индивида, включение его в социальную жизнь как

представителя определенного пола Первое представление о другом человеке мы уже выстраиваем на основании его половой принадлежности, именно поэтому гендерная социализация оказывает наибольшее влияние на социальную жизнь индивида

Накопление опыта, значения и знаний гендерной принадлежности, как аккумуляции родового (человеческого) опыта, являющегося своеобразной «универсальной энциклопедией гендера» - мнимым, но динамическим мифом человеческого сообщества

Функция гносеологическая Познавательная функция гендерной культуры состоит в том, что на основе знаний (социокультурной таблицы гендерной адекватности), охватывающей все стороны общественной жизни, формируется целостная картина мира, состоящего из представителей более одного социального пола, определяются возможности освоения окружающей внешней реальности, внутренней сущности индивида являющегося мужчиной или женщиной, определяется уровень достигаемых навыков и умений мужчинами и женщинами Т е сюда также входят цели, перспективы и проекты человеческой деятельности, но разделенные на категории половой принадлежности

Информационная функция гендерной культуры отвечает за трансляцию социального опыта или социализацию индивида Принадлежность к определенному социальному полу так или иначе формируется под давлением непрерывного потока информации внешней культуры, рассматриваемой здесь как совокупности знаков, символов и значений

Коммуникативная функция гендерной культуры состоит в том, что средствами общения между индивидами служит не только язык как таковой, но и его гендерная специфичность, выражающаяся также в демонстрации невербальных признаков гендерной принадлежности

Регулирующая и нормирующая функция гендерной культуры, как система искусственно созданных этических категорий, наиболее сильно влияет на жизнь индивида, так как является не только внешним сводом

законов поведения, но и Сверх-Я, определяющим как оценку своего статуса самим индивидом, так и обществом – статуса индивида с позиции гендерной «полноценности»

Причем, информационная, коммуникативная и нормирующая функции гендерной культуры выступают как средства социализации, идентификации, воспитания и интеграции людей в их совместной жизнедеятельности и являются основными для социологии культуры

К сигнификативной функции можно отнести придание смысла и значения гендерной стратификации и идентификации, проблемы статусности гендерной роли, создание образа идеального мужчины, идеальной женщины, идеальных взаимоотношений, взаимодействия, любви и т д

Гедонистическая функция гендерной культуры находится в прямой зависимости с удовлетворенностью индивидом своей жизнью. Она сводится не только к культуре получения удовольствия от удовлетворения первичных потребностей человека или от культуры телесночувственного наслаждения, связанного с признанием достоинства биологических особенностей, но и с получением интеллектуального удовольствия более высокого уровня, присущего только человеческому существу, от возможности проживать «инаковость» (Люси Иригари) мужского или женского трансцендирующего ума

Сюда же нам представляется возможным включить функцию «психологической разрядки» наиболее сильно опосредуемую гендерными ролями и связанную со способом проживания своей эмоциональности

Наиболее значимой функцией гендерной культуры, к которой относится и производство новых ценностей и духовное творчество, нами считается гуманистическая функция. Выдающиеся личности, в нашем случае это женщины-лидеры, выступают протагонистами прогрессивной социодинамики гендерной культуры

Важным для диссертационного исследования является доказанная Москвичи, устойчивость социальных когнитивных схем, так как они сами

состоят из единиц информации культуры, т.е. мышление оперирует теми понятиями, которые являются заданными культурой. «С точки зрения обыденного мышления, людям кажется, что их идеалы и суждения легко трансформируются путем неких логических рассуждений и осмысления, но с точки зрения теории когнитивных социальных репрезентаций сам процесс познания сформирован с помощью социокультурных матриц и тем самым обуславливают мышление и крайне затрудняют возможность объективного восприятия мира». Так как, женщинам-лидерам в процессе своего карьерного становления приходится создавать новый образ гендера, избавляясь от «мемов» социальной желательности поведения женщины. Для лидера это необходимое условие роста, как отмечала Н.П. Бехтерева, меметическая заикленность сознания способствует потере личностью своей индивидуальности, уникальности существования и мышления, не говоря уже о притуплении креативности.

Во втором параграфе первой главы «Информационная функция гендерной культуры» описываются основные составляющие гендерного социокультурного опыта, на основе которого происходит социализация индивида. Информационные потоки необходимы для того, чтобы процесс трансляции информации продолжал разворачиваться не дискретно, как бы осуществляя вложение вовне путем использования поступающих условий задачи или на основе той культурно-исторической ситуации, которая существует в реальности, но, тем не менее, информация, транслируемая гендерной культурой на сегодняшний день, не соответствует уровню развития человеческого потенциала, определяясь в большей степени социальным заказом конкретного общества.

Принадлежность к определенному социальному полу, так или иначе, формируется под давлением непрерывного потока информации внешней культуры, рассматриваемой здесь как совокупности знаков, символов и значений. Информация, поступающая от общества (совокупности «атомов гендерной культуры»), становится своеобразным ключом для включения в

социум и реализации своих амбиций в нем. Причем, гендерная специфика этой информации, необходимая для самоидентификации своей принадлежности к определенному полу, также уже усваивается в начальном объеме, т.к. далее происходит уже процесс обогащения возможного вариативного ряда признаков принадлежности к полу и некоторое редуцирование способов развития личности и личностных черт в рамках определенного пола с помощью механизмов информационного, нормативного давления конкретного общества, с его спецификой гендерно-культурных традиций. Ученые самых разных направлений в психологии начиная с психоанализа Фрейда и заканчивая когнитивистской теорией указывают на период детства, как на время возникновения основных комплексных образований личности.

Если обратиться к анализу информации транслируемой СМИ, все они построены на тех же глубинных гендерных стереотипах, а именно: акцент для феминных образов делается на красоте, для маскулинных – на социальной роли.

В целом, на основании вышеизложенного и опираясь на труды З. Фрейда, К. Юнга, К. Хорни, Л. Иригари, А. Менегетти и др., представляется возможным выделить несколько глубинных установок женщин неизменно транслируемых гендерной культурой, определяющих их поведение во всех сферах социальной жизни:

- неприятие женского начала (глубинной внутренней идентичности) как социально дискредитируемого вызывает в женщине комплекс неполноценности,

- проявление скрытых форм агрессивности, обусловленных исторической социальной фрустрированностью и регламентом гендерной культуры проявления феминных черт,

- формирование стратегии подчинения или конструирования собственного проигрыша, т.к. принадлежность к дискриминируемой группе закрепляет тенденцию приписывать свои неудачи половой принадлежности,

- преувеличение значимости внешности (страх потери красоты и молодости), как основных жизненных ценностей женщины, являющихся также следствием социальной фрустрированности и сводящим смысл жизни женщины к биологическим функциям,

- достижение безопасности существования за счет установки контроля над другими с помощью демонстрации своей слабости и зависимости,

- превозношение значимости эмоциональности, детерминированное исторической ограниченностью сферы деятельности женщины кругом семьи,

- преувеличение значимости семьи (страх потери любви, ребенка) «Едва ли женщина способна относиться к развитию своей личности столь же серьезно, как к любовной жизни, если в ней постоянно поддерживается установка обесценивания зрелых лет»

В третьем параграфе первой главы «Коммуникативная функция гендерной культуры» показана гендерная специфика коммуникации. Гендерные отношения фиксируются в языке в виде культурно обусловленных стереотипов, накладывая отпечаток на все виды коммуникации индивида от письменной речи до невербальных каналов передачи информации. Анализ многочисленных работ, посвященных гендерной специфике коммуникации наглядно показывает обусловленность гендерными стереотипами технику коммуникации мужчин и женщин. При этом важно отметить, что существуют ситуации, в которых гендерная маркированность минимальна к примеру, высокая образованность или ориентированность на решение задачи коммуникантов вообще стирает гендерные различия. Потенциал личностного влияния руководителей (магнетизм личности – В. Поглыша) возрастает с увеличением андрогинных черт, т.е. лидеры используют широкий спектр коммуникативных программ, что дает им социальную гибкость как в управленческой так и прогностическо-стратегической деятельности. Однако отмечается, что использование женщинами-менеджерами гендерных стереотипных моделей коммуникации снижает их эффективность в деловых переговорах.

Половая дихотомия, историческая и экономическая нереализованность значительной части человеческого общества с уровня личности и семьи, логично проецируется на историческую перспективу развития общества в целом. Не гендер, а именно пол человека является социокультурным конструктом, так как норма адаптивности организма человека, диапазон его возможностей намного шире принятых определений женственности и мужественности. Несомненно, что «инаковость», самоидентичность конкретного индивида не воспринимается обществом безусловно и не опосредованно. То есть, социокультурные конструкты почти всего современного мира лишены гендерной толерантности, в связи с продолжающейся ретрансляцией глубинной психологической противоречивости норм, идеалов, ценностей и социальных установок. Л. Иригари, раскрывая экзистенциальную проблему женщины, пишет, что понимание женской «телесности» (имеется в виду самовосприятие себя женщиной как представителя биологического вида и восприятие мужчиной женщины) исходит не из идентичности или «иначности» женщины, а выстроена посредством культурного символизма языка, включающем дихотомию культура/природа - культ разума и стихия, что по мнению Иригари «убивает» пол, стирает принципиальное различие, заключенное в универсальности пола, в его самодостаточности. Эти дихотомии лежат в основе стереотипизирования женского и мужского начала и находят сегодня активное переосмысление в феминистских теориях соотношения пола и гендера. Субъектность, равнозначность женщины, присутствие ее интеллекта исключены из символического ряда языка, все социальные репрезентации не ее. В человека вложен гораздо больший экзистенциальный смысл, чем просто выполнение своего биологического цикла жизни «утверждение, согласно которому «человек представляет собой историческую личность и метафизический проект», означает, что человек должен победить историческую противоречивость, чтобы стать метафизическим проектом». Социальная противоречивость состоит в том, что, опираясь на культуру и

ценности традиционного стиля общественной жизни, культуру взаимоотношений в семье, воспитание и психологию отношения с детьми, секс и т.д., человек продолжает зачастую настаивать на нефункциональном использовании своего потенциала, идущем вразрез со своей интенциональностью

Во второй главе «Социальная роль женщины-руководителя» сопоставляется образ новой феминности современной российской гендерной культуры и реальная социальная ситуация женщины-руководителя в ней

В первом параграфе второй главы «Социокультурный анализ трансформации роли женщины-руководителя в современном российском обществе», на основании анализа ряда эмпирических исследований очерчивается совокупность социально желательных характеристик женщины, демонстрирующая социальный заказ на гендер современного российского общества, который противопоставляется результатам исследований, посвященных проблемам социальной самоидентификации женщин-руководителей в процессе карьерного становления. Данный анализ позволил выделить

В современной российской гендерной культуре существует несколько образов феминности, но наиболее социально привлекательным, исходя из исследований образов транслируемых СМИ, является образ «новой женщины», объединяющий в себе такие черты, как активность, образованность, забота о своей привлекательности – красота, стройность, удачная семейная жизнь, забота о детях. Красота, молодость и умелое совмещение профессиональных, супружеских и родительских ролей – неизменный атрибут «новой» феминности, который удивительным образом коррелирует с русскими традициями «есть женщины в русских селеньях коня на скаку остановит». Таким образом, приветствуется все, что не изменяет глубинный социально-исторический стереотип

Социологический контент-анализ работ, посвященных структуре личности, самоотношения, самоидентификации, акмеологическим факторам

профессионального самостановления женщин-руководителей, демонстрирует, что наибольшие трудности в карьере женщины-руководителя представляет преодоление ролевого гендерного конфликта и конфликта «боязни успеха»

Отмечается сложность совмещения профессиональной и семейных ролей, ведущая, как правило к сокращению времени на профессионализацию и образование. Выбирая карьеру руководителя, женщина самоидентифицируется в этом образе, т.е. ее выбор более осознан, чем у мужчин, при этом основная мотивация женщин-руководителей – реализация своих способностей и укрепление личной экономической самостоятельности. Но отмечается, что в самосознании личности женщин уменьшается связанность профессионального и гендерного образов, способствующая самоактуализации и удовлетворенности жизнью, несмотря на то, что гендерные образы и мужчин и женщин руководителей андрогинны. Хотя для лидеров обоих полов гендерный образ очень важен, т.к. они крайне чувствительны к социальной ангажированности в любой форме, это одна из составляющих успешности. И, если на стадии профессионализации – первые 5-10 лет карьеры руководителя, женщины уверены в себе, испытывают подъем, то на стадии мастерства, когда необходим следующий карьерный скачок, отмечается дезинтеграция личностных мотивов, связанная на наш взгляд усилением давления на женщину стереотипов гендерной культуры (социальная репрессия зрелого возраста женщины), что вызывает кризис «избегания успеха».

Надо заметить, что фактором многократно усиливающим протекание карьерного кризиса женщин-руководителей, является незначительная представленность женщин как в политической, научной, так и в деловой элите современного российского общества.

Экзистенциальный гендерный конфликт, напротив женщинами-лидерами переживается гораздо легче, чем обычными женщинами, вследствие более глубокого ощущения субъективной самоактуализации, целостного принятия жизни, независимости в суждениях, раскрепощенности

Хотя, само наличие этого факта свидетельствует о глубоком переживании обычными женщинами своей социальной неангажированности и своей нереализованности. Даже успешные женщины субъективно отмечают реализацию только половины своих способностей и возможностей.

Второй параграф второй главы «Процесс карьерного продвижения женщины-руководителя»

Анализ карьерного пространства как совокупность векторов возможного развития и продвижения работника должностного, профессионального, статусного, властного, монетарного – показывает, что в идеале эти векторы должны носить однонаправленный характер и соответствовать друг другу. Однако специфика российского рынка труда состоит в том, что женщины не являясь на нем новым элементом, не только имеют меньшие объективные возможности для карьерного роста, но и считаются работниками «второго сорта», не ориентированными на карьеру, обладая не меньшим карьерным потенциалом, чем мужчины.

Сравнение мотивационно-ценностной сферы мужчин- и женщин-руководителей показывает большое сходство доминирующих ценностей. Однако, уважение окружающих для женщин-руководителей важнее карьеры, т.к. в процессе профессиональной управленческой деятельности они вынуждены доказывать свое соответствие занимаемой должности и иметь уровень компетентности выше, чем имеет мужчина на аналогичном посту. Приобретение новых знаний и опыта важно мужчинам в 1,5 раза реже, а возможности самореализации — в 6 раз реже, чем женщинам, т.е. позиция женщины более целенаправленная. Женщины чаще мужчин стремятся к реализации своих возможностей, мужчины - к росту социального статуса. Женщины больше ориентируются на свой интеллект, уровень образования, и естественно уделяют этому больше внимания и времени, мужчины — на свою напористость. У женщин-служащих желание повысить квалификацию выше, однако реально повышают они ее в два раза реже, чем мужчины. В ситуации с руководителями положение иное.

88% опрошенных женщин и 58% мужчин оканчивали различные курсы, 52% женщин и 26% мужчин имеют второе высшее образование

Опираясь на многочисленные исследования карьеры женщин и мужчин-руководителей, можно констатировать, что их управленческие потенциалы выгодно комплементарны с точки зрения стратегии, тактики, стилей управления и взаимодействия с персоналом. Эта комплементарность является неиспользуемым потенциалом увеличения эффективности управленческих технологий. Считается, что женщины обычно практикуют стиль руководства, ориентированный на людей, мужчины – на задачу. Однако последние исследования показывают, что именно женщины более склонны не только к социальному руководству, но и к смене стиля управления в зависимости от ситуации, мужчина более «эффективен» при постановке целей организации и по параметру лидерских качеств, женщина «эффективнее» в сфере мотивации персонала, коммуникации и при принятии решений - она с большей пользой использует знания и потенциал сотрудников для анализа альтернатив, контроль мужчины и женщины реализуют одинаково успешно. Следствием преодоления гендерных социокультурных стереотипов является то, что женщины в процессе развития своего карьерного потенциала больше полагаются на повышение квалификации и уровень образования, т.к. в их ситуации это единственный способ продвижения. Мужчины же более ориентированы на освоение социального пространства и склонны рассматривать свой пол, как главный фактор карьерного роста. Сдерживающим фактором карьерного роста мужчины субъективно считают препоны со стороны начальства, женщины – конкуренцию и недоверие подчиненных.

Использование гендерного подхода к анализу одного из элементов социальной позиции женщины-руководителя, а именно к проблеме карьеры становится все более важным и необходимым в силу ряда причин. Труд - та область, где выясняется и определяется положение женщины. Сегодня в России женщины составляют 48% всех занятых. Исследователи все чаще

говорят об огромном, но неиспользуемом потенциале женщин. Ситуацию, сложившуюся в сфере труда, наиболее ярко иллюстрируют отношения в сфере карьерного продвижения – численность женщин на руководящих позициях крайне невысока. В общественном сознании россиян весьма распространено представление о незаинтересованности женщин в завоевании высших позиций в иерархии российских предприятий и, более того, об их меньших, по сравнению с мужчинами, способностях к руководящей деятельности. Становление рыночных отношений в России способствовало смягчению консервативных установок относительно многих сфер жизнедеятельности, однако отношения в сфере управления, как никакие другие, остаются под влиянием социальной и культурной инерции, все еще продолжающих транслироваться гендерной культурой патриархатных стереотипов. Все это обуславливает неуверенность социальной позиции женщины-руководителя, находясь под незримым прессингом социального нормирования.

Женщины-руководители – именно та группа, которая раньше остальных освобождается от стереотипов. Так, чувство вины по отношению к своим «брошенным» детям и мужу/жене у женщин, как и у мужчин, невысоко. В процессе карьерного роста происходит «сближение» мужских и женских позиций по их отношению к работе и карьере, к семье, браку, детям, любви, социальной справедливости, т.е. становится гендерно нейтральным – для них благополучие семьи является психологическим климатом карьеры. При этом изменение внутренних стереотипов, не изменяет ценностную значимость любви, а лишь время уделяемое ей. Любовь и друзья для женщины-руководителя перестают превалировать над значимостью самоактуализации, в сравнении с женщинами вообще. В некоторых исследованиях отмечается изменение ролевых стереотипов в семьях женщин-руководителей на эгалитарную систему отношений, способствующую освобождению женщины от двойной нагрузки. Однако, следует заметить, что высокий экономический статус респондентов

может предполагать использование труда наемных помощников, обеспечивающих безконфликтность семейной жизни

В Заключении обобщены итоги исследования, представлены основные выводы и намечены перспективы дальнейшего исследования социальной позиции женщины-руководителя

Основные положения и результаты исследования отражены в публикациях автора общим объемом 2,5 п л

Публикации в научных журналах, рекомендованных ВАК РФ:

1 Михайлова М В Гендерные социокультурные конструкты современной технологической среды // Научно-технический журнал «Двигатель», 2009, №2 0,8 п л

В других изданиях:

2 Михайлова М В Гендерные особенности лидерства в управлении современной организацией // Проблемы социально-экономической устойчивости региона Сборник материалов V Международной научно-практической конференции Пенза РИО ПГСХА, 2009 0,6 п л

3 Михайлова М В Социальные функции гендерной культуры в инновационных процессах современной России // Проблемы управления современное состояние и пути решения М Янус-К, 2008с 1,1 п л



Подписано в печать 20.11.2009

Формат 60х90^{1/16}

Бумага 80 гр/м²

Гарнитура Times

Объем 1,5 п.л.

Тираж 100 экз.

Заказ № 396

Отпечатано в «ИПД Триальфа»

103305, Москва, Зеленоград, проезд 4807, д.1 стр.1