

Дебютные работы



2-е место
Победитель конкурса 2006 г.
журнала «Экономическая социология»

ОСОБЕННОСТИ ЦЕННОСТНО-МОТИВАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН В СФЕРЕ ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ

Гладникова Екатерина Владимировна

студентка 3-го курса факультета социологии ГУ–ВШЭ

Введение

В недавнем прошлом в России произошли кардинальные перемены, затронувшие жизнь всего общества, в том числе мы наблюдали значительные трансформации в сфере занятости. Мы рассмотрим один из аспектов, касающихся области труда и занятости, – ценностно-мотивационную структуру. В центре нашего внимания будут гендерные различия в мотивах и ценностях, а также произошедшие изменения в данной сфере начиная с 1990-х годов.

В этой сфере наблюдаются два противоположных процесса. С одной стороны, под влиянием перемен во всем российском обществе происходит смещение трудовых мотивов и ценностей. С другой стороны, под влиянием мощной инерции воспроизводятся традиционные трудовые установки. В данной работе мы попробуем выявить основные направления изменений в данной сфере, а также зафиксировать сохранение традиционных установок.

Влияние «советского гендерного порядка» на современную ценностно-мотивационную структуру мужчин и женщин

Некоторые ученые, говоря о гендерных аспектах труда и занятости в современной России (в том числе и о ценностно-мотивационной структуре), обращают внимание на влияние советской идеологии, которая господствовала в нашей стране в прошлом. Так, британская исследовательница Сара Ашвин посвятила этому целую статью [Ашвин 2000]. На нее мы и будем опираться, рассматривая в данной работе проблему влияния советского трудового порядка на сегодняшний.

Под «советским гендерным порядком» мы понимаем «исторически заданный образец (паттерн) властных отношений между мужчинами и женщинами и дефиниции женского и мужского в данном обществе» [Ашвин 2000: 2]. В чем же состоял этот гендерный порядок в СССР? Прежде всего, предполагалось, что в семье должны были трудиться на оплачиваемой работе оба партнера – и мужчина, и женщина. Таким образом, казалось бы, в сфере занятости существует равенство мужчин и женщин. Однако в действительности это было не совсем так, заметные различия наблюдались как в характере занимаемых мужчинами и женщинами мест, так и в ценностно-мотивационной структуре представителей разных полов. Женщины, как правило, получали менее престижные места на рынке труда, соответственно менее оплачиваемые по сравнению с теми, что занимали мужчины (даже сложились представления о том, какая работа является «женской», а какая «мужской»; к этому мы вернемся ниже). Кроме того, женщина также представлялась как мать и «хранительница семейного очага», соответственно вся домашняя работа ложилась на ее плечи.

В результате такой идеологии, хотя женщина тоже вносила свою долю в семейный бюджет (гораздо меньшую, чем мужчина), в роли основного кормильца выступал все-таки мужчина. Поэтому трудовые мотивации и ценности имели значительные гендерные различия. У мужчин была более выраженная материальная (он должен был обеспечивать семью) и статусная (карьерная) мотивация. Женщины же больше ориентировались на условия труда: удобное место работы, подходящий график, наличие инфраструктуры на предприятии (например, детского сада), так как ее основной задачей являлось совмещение работы вне дома и выполнения домашнего труда. Важно то, что государство и общество поддерживало сложившийся порядок: мужчинам предоставлялись более оплачиваемые места, возможности карьерного роста, тогда как женщины не испытывали трудностей с устройством на работу с гибким графиком и пр. [Ярошенко 2002].

Однако после распада СССР ситуация в стране резко изменилась, в том числе и в сфере труда и занятости. При этом инертная ценностно-мотивационная структура работников адаптировалась к новым условиям не сразу. В частности, мужчины вынуждены были искать компромисс между поддержанием статуса и роли кормильца. Некоторые (оказавшись невостребованными на рынке труда со своей прежней специальностью) не смогли переориентироваться и пойти на менее квалифицированную должность вследствие высокой статусной, профессиональной мотивации, а также сильно выраженной мотивации самореализации.

Женщины же оказались в условиях, когда сильна мотивация «удобства труда», но государство не предоставляет гарантий соответствующих условий занятости. Кроме того, их мужья стали зарабатывать меньше, что негативно отразилось на семейном бюджете в целом. В этой ситуации женщины стали активнее вовлекаться в сферу занятости, однако «определяли себя в терминах способности выжить, а не в терминах позиции иерархии рынка труда» [Ашвин 2000]. Иными словами, мотивация «удобства труда» сменилась «мотивацией выживания».

В этом виде отголоски «советского гендерного порядка» мы наблюдаем и в сегодняшней ценностно-мотивационной структуре мужчин и женщин. Конечно же, мы не можем говорить об абсолютной инерции трудовых установок, частично они сохранились с советского времени, однако в значительной мере трансформировались. Рассмотрим, как происходил этот процесс.

Трансформация трудовых мотивов и ценностей в условиях переходного периода в России

В предыдущем разделе мы уже говорили о направлениях изменения трудовых ценностей и мотивов, однако обозначили лишь общие тенденции. Теперь проследим, как происходила трансформация, основываясь на результатах исследования, проведенного в республике Коми (анализ результатов представлен в статье С.В. Ярошенко «Женская занятость в условиях гендерного и социального исключения» [Ярошенко 2002]). Хотя в данном исследовании опрашивались только семьи, признанные бедными (по критерию официального прожиточного минимума), выявленные общие тенденции с большой вероятностью можно распространить на более широкие социальные слои.

Исследование показало, что у мужчин не произошло значительных изменений ценностно-мотивационной структуры, поэтому большее внимание уделяется женщинам. Автор выделила две основные трудовые ценности: высокая оплата труда и удобство труда, и разделила всех опрашиваемых женщин по данным критериям на 4 группы, а затем сравнила распределения по группам одних и тех же женщин в 1999 и 2001 гг. Вот в какой последовательности расположились эти группы в зависимости от наполненности:

1999 г.	Удобные условия занятости	Неудобные условия занятости
Высокая оплата труда	3-е место	–
Низкая оплата труда	1-е место	2-е место

Как мы видим, удобные условия занятости ценятся больше, чем оплата труда. Какие же изменения произошли за два года?

2001 г.	Удобные условия занятости	Неудобные условия занятости
Высокая оплата труда		↑↑
Низкая оплата труда	↓↓	

Направления изменений очевидны даже при рассмотрении такого небольшого периода. На смену ценности «удобства труда» у женщин приходит ценность высокой оплаты. Иными словами, женщины начинают сближаться с мужчинами в своем трудовом поведении, избирают традиционно мужские стратегии, ориентированные прежде всего на высокую заработную плату.

Можно сделать следующий вывод: в условиях трансформации российского общества в целом и трудовой сферы в частности наблюдается изменение ценностно-мотивационной структуры работников. Причем если мужчины более склонны сохранять прежние мотивации и ценности (статусные, профессиональные и материальные), то у женщин происходит частичная смена трудовых установок. Если попытаться представить ситуацию более наглядно, можно выделить два выхода, которые нашли женщины в условиях перемен:

- принятие традиционно «мужских» трудовых стратегий, ориентация на высокий заработок, карьерный рост (за счет трудовой мобильности);
- следование прежним трудовым стратегиям – ориентация на совмещение работы и домашнего труда (при доминирующем значении последнего) и, как следствие, невысокий заработок [Ярошенко 2002].

Влияние трудовой ценностно-мотивационной структуры мужчин и женщин на формирование «женских» и «мужских» сфер занятости

Выше мы уже несколько раз упоминали термины «женский» и «мужской» труд, стратегия, работа и т.п. Причем, с большой уверенностью мы предполагаем, что читатель понимал, о чем идет речь. Возникновение таких терминов даже в научном обиходе говорит о том, что в обществе сформированы довольно устойчивые гендерные стереотипы относительно занятости. Многие исследователи делят профессии на «женские», «мужские» и гендерно-нейтральные [Чирикова, Кричевская 2002; Ярская, Ярская-Смирнова 2002; Ашвин 2000; Olson, Friese, Detlesen 1990]. Данное деление относительно условно, хотя и имеет под собой некоторые основания. Сравним доли мужчин и женщин, занятых в различных сферах экономики (см. табл. 1) [Женщины и мужчины России 2001].

Мы видим, что такие сферы, как строительство, лесная промышленность и др., являются «мужскими», а такие, как общественное питание, связь, здравоохранение, образование, – «женскими». Целью данной работы не является характеристика сфер занятости с точки зрения гендерных различий, однако в контексте трудовой ценностно-мотивационной структуры некоторые из них мы рассмотрим подробнее. Причем, так как более значительные изменения произошли в трудовых установках женщин, нам будет интереснее в первую

очередь рассмотреть сферы, считающиеся женскими. Мы остановимся на двух областях – социальная сфера и бизнес (торговля).

Таблица 1. Доли мужчин и женщин, занятых в различных сферах экономики, Россия, 2001 г.

	Женщины	Мужчины	Распределение по полу,	
			%	
			женщины	мужчины
Занятые в экономике, всего				
тыс. человек	31229	33435		
%	100	100	48	52
В том числе:				
промышленность	19,6	30,0	38	62
сельское хозяйство	7,9	12,0	38	62
лесное хозяйство	0,1	0,5	18	82
строительство	2,8	9,1	22	78
транспорт	3,9	10,9	25	75
связь	1,9	1,1	61	39
оптовая и розничная торговля, общественное питание	19,0	10,4	63	37
жилищно-коммунальное хозяйство, непроизводственные виды бытового обслуживания населения	4,7	4,9	47	53
здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение	12,2	2,9	80	20
образование	14,7	3,3	81	19
культура и искусство	2,3	1,0	32	68
наука и научное обслуживание	1,7	1,3	54	46
финансы, кредит, страхование, пенсионное обеспечение	2,0	0,7	72	28
управление	5,1	9,1	34	66
другие отрасли	2,1	2,7	41	59

Источник: [Женщины и мужчины России 2001].

Здесь следует заметить, что выделенные нами выше два выхода женщин в условиях переходного периода (принятие «мужских» стратегий и сохранение прежних собственных) не соответствуют занятости в этих двух сферах (бизнес и социальная сфера). Естественно, в торговле оплата труда выше, чем в социальной сфере. Но было бы слишком большим упрощением считать, что все женщины, занятые в бизнесе, ориентированы на получение высокого дохода и отвергают ценность «удобства труда». Аналогично, не все женщины в социальной сфере ставят превыше всего возможность совмещения работы и семейных обязанностей, даже в ущерб зарплате. В обеих сферах присутствуют работники с разной мотивацией.

Социальная сфера

К социальной сфере мы относим культуру, образование, здравоохранение и т.д. Подробно гендерные аспекты занятости в социальной сфере изучались В.Н. Ярской [Ярская, Ярская-Смирнова 2002]. Признавая тот факт, что данная область традиционно считается женской, автор пытается выявить причины закрепления подобных гендерных стереотипов. Помимо соответствия работы в социальной сфере мотивации «удобства труда», чаще встречающейся у женщин, автор выделяет еще несколько причин.

Одна из них состоит в том, что каждая должность требует того, чтобы ее занял человек, обладающий определенным набором не только профессиональных, но и личных качеств.

Оказывается, что качества, которые необходимы работникам социальной сферы (эмпатия, любовь к детям – «социальное материнство» и т.д.), по природе больше присущи женщинам.

Другая причина, по мнению автора, опять же связана с гендерными различиями в мотивации. Помимо «удобства труда», для женщин важно, чтобы работа приносила моральное удовлетворение (например, помощь людям). А где, как не в социальной сфере, данная мотивация может быть реализована? Тогда как мужчины, ориентируясь на высокий заработок (в социальной сфере низкая средняя зарплата) и достижение высоких статусных позиций (работа в социальной сфере не является престижной), предпочтут другие области занятости.

Названные причины скорее объясняют, почему в данной области много женщин, у которых не доминирует материальная и карьерная мотивация. А как же быть с теми женщинами, для кого они значимы? Здесь мы выходим на еще одну причину, объясняющую, почему социальная сфера является преимущественно «женской». Именно в этой области у женщин высокие шансы реализовать указанные мотивы занятости. В социальной сфере на руководящих должностях наибольшая доля женщин [Ярская, Ярская-Смирнова 2002].

Хотя здесь нужно заметить, что термин «карьера» следует употреблять с оговоркой. Карьерный рост в социальной сфере, как правило, осуществляется не по ступеням иерархии: руководящий пост может занять лишь «свой человек», «человек системы».

Бизнес

Под занятостью в сфере бизнеса мы понимаем владение и управление собственным предприятием, работа на руководящих должностях в других предприятиях и организациях, осуществляющих коммерческую деятельность.

Традиционно бизнес считался мужской сферой деятельности. Почему же именно он в последнее время стал столь привлекательным для женщин? Одна из причин заключается в том, что многие другие отрасли, где можно получать высокие доходы, оставаясь наемным работником, закрыты для женщин из-за гендерных предпочтений работодателя [Козина 2002]. Здесь же женщина может открыть свое дело. Другая причина заключается в том, что такие сектора, как сфера услуг, торговля определенными видами товаров и пр., традиционно являются женскими. А именно они сейчас активно развиваются в России, соответственно, вовлекая все больше женщин в сферу бизнеса. Кроме того, в некоторых видах бизнеса существует необходимость проникать в узкие сегменты рынка, что лучше получается у женщин, чем у мужчин [Бабаева, Чирикова 1996].

Однако следует заметить, что уже на этапе входа в бизнес или занятия руководящей должности существуют различия между мужчинами и женщинами. Если мужчины чаще объясняют свой приход в бизнес-сферу собственным желанием, то женщины чаще ссылаются на сложившуюся ситуацию или выбор коллектива. Это во многом связано с различиями в ценностно-мотивационной структуре мужчин и женщин. К сожалению, мы не нашли эмпирических исследований мотиваций мужчин, занятых в сфере бизнеса. Однако можно предположить, что здесь доминируют те же мотивации, что у мужчин вообще, – высокий заработок, статусная и профессиональная мотивация, мотивация самореализации. Что касается женщин, занятых в сфере бизнеса, то здесь проведен ряд исследований [Бабаева, Нельсон 1992; Бабаева, Чирикова 1996; Турецкая 2001]. Опираясь на их результаты, проанализируем ценностно-мотивационную структуру женщин и, где это возможно, сравним с мужчинами.

Исследование, проведенное в 1989–1991 гг. (распад СССР, переход к новой экономической системе), позволило проследить, как менялась мотивация женщин, занятых в сфере бизнеса [Бабаева, Нельсон 1992]. На первом этапе исследования (1989 г.) мотивы женщин были практически такими же, как и у мужчин, в том числе выделялись три основных:

- собственные способности, творческий потенциал, деловитость, предприимчивость;
- желание освободиться от «административно-бюрократического гнета» начальства;
- стремление получать высокую зарплату.

Однако уже через два года на первое место вышли два мотива:

- стремление реализовать свои способности и получать высокую заработную плату;
- стремление заниматься любимым делом.

Для мужчин же ведущим остается мотив самореализации, причем он доминирует над материальным мотивом.

Более позднее исследование (1992–1993 гг.) позволило детализировать шкалу мотиваций участия женщин в бизнес-сфере (табл. 2) [Бабаева, Чирикова 1996].

Таблица 2. Шкала мотиваций участия женщин в бизнес-сфере

Мотивы	Число ответивших, %
Самореализация	40
Интерес	35
Материальная надежность, деньги	30
Забота о тех, кто рядом	25
Профессиональный рост	20
Самоутверждение	10

Помимо распределения мотиваций по уровню значимости были выявлены еще некоторые зависимости материальной мотивации у женщин. Оказалось, что чем больше усталость женщины, тем большее значение играл материальный фактор; а чем выше самооценка женщины и ее удовлетворенность жизнью, тем меньшую роль играли деньги.

Кроме того, наблюдалось смещение значимости различных мотивов в зависимости от возраста. Через 4–5 лет занятия бизнесом (особенно в возрастах от 32 до 45 лет) большую важность для женщины начинал приобретать профессиональный рост, они уже стремились действовать в рамках собственных высоких профессиональных требований; тогда как в начале карьеры респондентки характеризовали свою деятельность так: «любая работа, лишь бы двигалось дело».

Данная тенденция похожа на такой эффект, как увеличение роли профессиональной мотивации у мужчин, занимающихся бизнесом; хотя у женщин этот эффект выражен слабее. Такая зависимость структуры мотивов женщин от разных факторов свидетельствует о более подвижном характере мотивации у женщин, чем у мужчин.

Гендерные различия трудовых мотивов и ценностей в специфических группах работников

Мы охарактеризовали две области занятости (социальную сферу и бизнес) через призму трудовых мотивов и ценностей мужчин и женщин. Рассмотрим теперь гендерные различия в

ценностно-мотивационной структуре в различных специфических группах. В частности, остановимся лишь на двух из них:

- выпускники средних специальных и высших учебных заведений;
- представители так называемых «слабых групп» (научные работники, летчики и т.д.), которые в результате перехода России к новой экономической системе оказались невостребованными, мало востребованными или же востребованными, но низкооплачиваемыми.

Выбранные группы в некотором роде являются противоположными, если сравнивать их в категориях «постоянного – переменного». Выпускники только начинают свою трудовую деятельность, здесь постоянными являются идеология общества, трудовые нормы, тогда как трудовые мотивации и ценности еще не сложились и могут стать предметом выбора. В «слабых группах», наоборот, трудовые установки давно сформированы и устоялись, тогда как внешние условия занятости, идеология и экономическая ситуация изменились. Хотя, конечно, такое сравнение довольно упрощенное и сугубо теоретическое.

Выпускники средних специальных и высших учебных заведений

В 1999–2001 гг. Е.Л. Омельченко было проведено исследование, посвященное изучению стратегий занятости выпускников, результаты обобщены в статье «Стилевые стратегии занятости и их особенности» [Омельченко 2002]. Автор применила методику VALS, предполагающую классификацию на следующие типы: мотивационно-инновационный («бегущие»), стабильно-традиционный («идущие»); а также ввела еще две группы: «отстающие» и «догоняющие». Таким образом, все выпускники были поделены на четыре группы. Рассматривались различные аспекты стратегий занятости, мы же остановимся на тех из них, которые релевантны теме данной работы.

Автор говорит о значимых различиях в поиске работы. Выделяются «активные» (самостоятельный поиск и устройство на работу) и «пассивные» (использование родственных и других сетей или отказ от трудовой мобильности вообще с целью сохранения имеющегося статуса) стратегии поиска. Интересно, что добровольные «пассивные практики» оказались характерны для молодых *женщин* со средним специальным образованием, чаще других полагающихся на помощь родителей (обычно – отцов) и знакомых; у них отмечаются заниженные притязания по отношению к заработку. Активные практики характерны для *юношей и девушек* с высшим образованием, стиль жизни которых отличается высокой мобильностью, профессиональной амбициозностью и устойчивой адаптивностью к рыночным условиям. Для представителей этой группы характерна высокая ценность труда вообще и конкретной работы в частности. Причем работа «ценна не сама по себе, но как единственно возможный путь самореализации и продвижения, трамплин к более высоким амбициозным свершениям» [Омельченко 2002: 42].

Как мы видим, мотивация, считающаяся традиционно мужской, присутствует и у женщин, что объясняется переориентированностью молодого поколения в новых условиях. Молодежь также предлагает новые стратегии сопротивления гендерным барьерам. Ярко сопротивление гендерным порядкам и готовность к их преодолению проявились у молодых специалистов двух стилевых групп – «догоняющих подражателей» и «бегущих новаторов». Этих молодых женщин отличают высокая готовность к мобильности, личностному и карьерному росту, большие ожидания от будущего, актуализация соотнесения семейных планов с профессиональным ростом и его темпами.

Можно сделать вывод о том, что среди молодых работников мы видим распределение на указанные группы, уже не столь сильно коррелирующее с полом. Работники

«инновационного типа», ориентированные на высокую оплату труда и карьерный рост, встречаются как среди мужчин, так и среди женщин; то же касается и «традиционалистов».

«Слабые группы»

Здесь мы будем опираться на результаты эмпирического исследования, проведенного в 1998–2000 гг. в Москве, Самаре, Сыктывкаре, Ульяновске (4 волны). Результаты представлены в докладе И.П. Поповой «Профессионально-карьерная мотивация в адаптационных стратегиях “слабых групп” на рынке труда: гендерное измерение» на интернет-конференции «Поиск эффективных институтов для России XXI века» [Попова 2003].

Автор анализирует два типа мотивации – карьерную и профессиональную. Первая предполагает ориентированность на продвижение по службе, занятие более высоких должностей; второй тип мотивации – это ориентация на профессиональное содержание труда.

Доли мужчин и женщин, для которых профессиональная мотивация является доминирующей, примерно равны. Что же касается карьерной мотивации, то среди тех, у кого она сильно выражена, оказалось в два раза больше мужчин, чем женщин. Причем, что интересно, чем более выражена карьерная мотивация у респондента, тем больше у него объективных шансов на успех.

Кроме того, было проведено сравнение типа доминирующей мотивации и реального достижения успеха. Так, среди успешных и тяготеющих к успеху респондентов доли мужчин и женщин равны. А вот среди неуспешных и не тяготеющих к успеху респондентов доля женщин в два раза больше, чем доля мужчин. Это подтверждает вывод о том, что у мужчин карьерная мотивация выражена сильнее. Кроме того, мы видим, что женщины, не достигшие успеха, довольны своим положением и не стремятся его изменить.

Среди людей с сильно выраженной профессиональной мотивацией по критерию достижения успеха выделились две полярные группы: в одной из них наблюдался особо ошеломляющий успех, в другой – неудачи.

Что же касается гендерных стереотипов, то было выявлено, что в группе с высокой профессиональной мотивацией «гендерные стереотипы, оставляющие за женщиной пассивную приспособительно-выживательную мотивацию (если говорить о мотивах, которые “держат на месте”», выражены в наименьшей степени.

Помимо двух рассмотренных типов мотивации, автор выделяет еще один, характерный для женщин, – ориентированность на «гармонию с собой». Причем этот мотив присутствовал почти у всех женщин, добившихся успеха.

Несмотря на множество гендерных различий во всех типах трудовой мотивации, существует все же тип, присущий в равной степени обоим полам и появившийся в связи с переходным периодом в России. Он как бы стоит особняком и является одним из доминирующих мотивов и у мужчин, и у женщин в случае деформации карьерно-профессиональной мотивации под влиянием неблагоприятных структурных факторов. Речь идет о так называемых «ситуативных мотивах выживания». В настоящее время они встречаются довольно часто, что свидетельствует о кризисе профессиональной мотивации в России, как среди мужчин, так и среди женщин.

Обращает на себя внимание и тот факт, что у четверти женщин значительную роль играет мотив заботы об окружающих, у мужчин же он менее важен. В результате для женского бизнеса более характерна социальная ответственность.

Здесь мы рассмотрели мотивации, касающиеся непосредственно трудовой деятельности. Что же касается совмещения мотивов, ориентированных на семью и на работу, то исследователи признают, что несовместимость бизнеса и семьи – на самом деле миф [Турецкая 2001; Бабаева, Чирикова 1996]. Женщины, занятые в сфере бизнеса, успешно совмещают роли матери и бизнес-леди.

В связи с указанными особенностями мотиваций мужчин и женщин различаются и их стили ведения бизнеса. Например, «женские» предприятия меньше «мужских» и по численности работников, и по экономическим показателям [Чирикова, Кричевская 2000]. Возможное объяснение этому – желание женщин совмещать работу и семью, следовательно, нежелание создавать слишком большую фирму, которая отнимала бы много времени. Кроме того, женщины более осторожно начинают ведение бизнеса, они реже, чем мужчины, хотят быть единоличными собственниками фирмы [Бабаева, Чирикова 1996].

Что же касается женщин на руководящих постах, то здесь влияние ценностно-мотивационной структуры сказывается в различных стилях управления. Существует даже понятие «женского менеджмента» [Чепуренко, Обыденнова 2001; Чирикова, Кричевская 2000] в отличие от «мужского».

Заключение

В данной работе мы рассмотрели особенности трудовой ценностно-мотивационной структуры мужчин и женщин с различных точек зрения, охарактеризовали две сферы занятости через понятие ценностей и мотивов, а также рассмотрели трудовые установки в специфических группах работников. Мы постоянно проводили различия между «мужским» и «женским», однако возникает вопрос, откуда берется это противопоставление и каков механизм его воспроизводства в обществе?

Вряд ли можно однозначно ответить на вопрос о том, откуда идут корни противопоставления мужского и женского вообще, и не только в сфере занятости. Однако попытаться охарактеризовать порядок его воспроизводства все-таки можно. Аналитически здесь можно выделить три уровня:

- уровень государства. Имеется в виду господствующая идеология, нормы (официальные и неофициальные), социальная политика и т.д.;
- уровень работодателей. Речь идет о распространенности и устойчивости гендерных стереотипов среди нанимателей;
- уровень работников. Сами работники, являясь частью общества, принимают господствующие ценности, тем самым воспроизводя их.

Таким образом, гендерные различия в ценностно-мотивационной структуре появляются в результате пересечения многих факторов и являются довольно устойчивыми. Их изменение обычно происходит постепенно, резкие трансформации возможны лишь в периоды кардинальных перемен в жизни всего общества, как, например, это было в России в 1990-е годы.

Литература

- Ашвин С. Влияние советского гендерного порядка на современное поведение в сфере занятости // Социологические исследования. 2000. № 11. С. 63–72. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Бабаева Л.В., Нельсон Л. Деловая активность в новых экономических структурах // Социологические исследования. 1992. № 5. С. 107–111. <http://ecsocman.edu.ru/socis>

- Бабаева Л.В., Чирикова А.Е. Женщины в бизнесе // Социологические исследования. 1996. № 3. С. 75–81. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Женщины и мужчины России. 2001: Стат. сб. М.: Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2001.
- Козина И.М. Профессиональная сегрегация: гендерные стереотипы на рынке труда // Социологические исследования. 2002. № 3. С. 126–136. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Омельченко Е.Л. Стилевые стратегии занятости и их особенности // Социологические исследования. 2002. № 11. С. 36–47. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Попова И.П. Профессионально-карьерная мотивация в адаптационных стратегиях «слабых групп» на рынке труда: гендерное измерение // Доклад на Интернет-конференции «Поиск эффективных институтов для России XXI века». Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент». 2003. 27 октября – 27 декабря. <http://ecsocman.edu.ru/db/msg/130772.html>.
- Турецкая Г.В. Деловая активность женщин и семья // Социологические исследования. 2001. № 2. С. 67–73. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Чепуренко А.Ю., Обыденнова Т.Б. Отношения в малом предпринимательстве: проблемы работающих женщин // Общественные науки и современность. 2000. № 4. С. 41–50. <http://ecsocman.edu.ru/ons>
- Чирикова А.Е., Кричевская О.Н. Женщина-руководитель: деловые стратегии и образ «Я» // Социологические исследования. 2000. № 11. С. 45–56. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Ярошенко С.В. Женская занятость в условиях гендерного и социального исключения // Социологические исследования. 2002. № 3. С. 137–150. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Ярская В.Н., Ярская-Смирнова Е.Р. «Не мужское это дело...» Гендерный анализ занятости в социальной сфере // Социологические исследования. 2002. № 6. С. 74–82. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Olson I.E., Friese I.H., Detlesen E.G. Having It All? Combining Work and Family Life in a Male and Female Profession // Sex Roles. 1990. Vol. 23. P. 9–10.