

OTDK-DOLGOZAT

2015

FÉRFI(AS)-E A JÓ NŐI VEZETŐ? - A MUNKAERŐ-PIACI SZEGREGÁCIÓ, A BÉRKÜLÖNBSÉGEK ÉS A KORLÁTOZOTT ELŐMENETELI LEHETŐSÉGEK AZ IDENTITÁS GAZDASÁGTAN TÜKRÉBEN

GOOD WOMAN MANAGERS: ARE THEY REALLY MAN(LY)? - SEGREGATION ON THE LABOUR MARKET, GENDER PAY-GAP AND LIMITED PROMOTION OPPORTUNITIES ACCORDING TO IDENTITY ECONOMICS

Kézirat lezárva: 2013. november.17.

TARTALOMJEGYZÉK

1.	BEVEZETÉS, TÉMAVÁLASZTÁS.....	2
2.	A GAZDASÁGI RACIONALITÁS ELMÉLETEI.....	4
3.	AZ IDENTITÁS GAZDASÁGTAN MEGKÖZELÍTÉSE.....	5
3.1.	GOFFMAN KÖRHINTÁJA.....	5
3.2.	IDENTITÁS, TÁRSADALMI KATEGÓRIÁK, NORMÁK.....	6
3.3.	A HASZNOSSÁG MAXIMALIZÁLÁSA, A KOGNITÍV DISSZONANCIA MINIMALIZÁLÁSA.....	7
4.	A NEMI IDENTITÁS KULCSFONTOSSÁGA.....	10
4.1.	BIOLÓGIAI ÉS TÁRSADALMI NEM.....	12
4.2.	NEMI SZEGREGÁCIÓ A MUNKAERŐPIACON	13
4.3.	BÉRKÜLÖNBBSÉGEK	15
4.4.	MUNKA-MAGÁNÉLET EGYENSÚLY	17
5.	NŐI VEZETÉS	20
5.1.	AZ IDENTITÁS GAZDASÁGTAN ELMÉLETÉNEK ALKALMAZÁSA A VERTIKÁLIS SZEGREGÁCIÓRA ...	21
5.2.	A VEZETŐI SZEREP NEME.....	22
5.3.	AZ ÜVEGPLAFON-JELENSÉG	24
6.	EMPIRIKUS KUTATÁS	26
6.1.	A MÓDSZERTAN ÉS A MINTA MEGVÁLASZTÁSA.....	26
6.2.	A KVALITATÍV MÉLYINTERJÚ VEZÉRFONALA	26
6.3.	VÁLASZOK KIÉRTÉKELÉSE, ELEMZÉSE	28
6.3.1.	<i>Az ideális vezető képe és neve</i>	<i>28</i>
6.3.2.	<i>A női felettesekről alkotott kép</i>	<i>29</i>
6.3.3.	<i>Általános nemi sztereotípiák.....</i>	<i>30</i>
6.3.4.	<i>A nők megkülönböztetése.....</i>	<i>30</i>
6.3.5.	<i>Siker: külső tényező?</i>	<i>31</i>
6.3.6.	<i>A felső vezetés kérdése.....</i>	<i>32</i>
6.3.7.	<i>Részmunkaidő.....</i>	<i>32</i>
6.3.8.	<i>Társadalmi nyomás nőkn és férfiakon</i>	<i>33</i>
6.4.	KÖVETKEZTETÉSEK	34
7.	ÖSSZEFOGLALÁS, KITEKINTÉS.....	36
	IRODALOMJEGYZÉK	38

TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: A ROE és az EBIT alakulása a diverzifikált felső vezetésben.....	12
2. ábra Bérkülönbségek az Európai Unió országaiban	17
3. ábra Női vezetők számának alakulása a Fortune 1000-es listájában szereplő nagyvállalatoknál.....	21

1. BEVEZETÉS, TÉMAVÁLASZTÁS

A tanulmány az identitás gazdaságtan területét hivatott feltérképezni, ezen belül is a nemi identitás kérdéseire összpontosítva. Az identitás gazdaságtan megalkotói, George A. Akerlof és Rachel E. Kranton egy fontos kérdésre keresik a választ nagy visszhangot keltő tanulmányaikban: lehet-e a tisztán közgazdasági hasznosságfüggvénybe egy olyan szociológiai fogalmat integrálni, mint az identitás. A szerzőpáros szerint az identitás útján lehet áthidalni a két tudományterület közötti különbségeket: méghozzá úgy, hogy az identitásunkkal párosuló normák megsértéséből fakadó kognitív disszonanciát identitás hasznosságvesztésnek tekintjük.

A tanulmány első felében (a 2. és a 3. részben) először bemutatom, hogy hogyan lehetséges a két tudományterületet összekötni. Ennek keretében elemzem azt is, hogy ez mennyire sikeres, illetve, hogy milyen hiányosságokkal küzd az elmélet. Kitérek arra, hogy mit jelent az identitás, és miért lehet az identitásunkhoz társuló társadalmi normák megsértését kognitív disszonanciaként kezelni, a kognitív disszonanciát pedig identitás-hasznosságvesztésként.

A dolgozat második felében (a 4. és az 5. részben) már kifejezetten a nemi identitásra összpontosítok. A nemi identitásunk a leginkább egyértelmű az összes identitásunk közül: minden egyént egytől egyig be tudunk sorolni valamelyik nemi kategóriába és az esetek többségében ezt minden erőfeszítés nélkül tesszük, a nemi identitás külső jegyeit felhasználva. Az identitás gazdaságtanhoz kapcsolódván pedig úgy gondolom, mindenkinek van arról véleménye, hogy hogyan kéne egy nőnek illetve egy férfinak viselkednie – azaz milyen társadalmi normák párosulnak ehhez a két nemhez. Azért fontos kutatási terület ez, mert a látszólagos egyértelműsége és egyszerűsége mögött komplex társadalmi motívumok bújnak meg. Ezen a fejezeten belül bontakozik ki a kutatás alapkérdése is. Véleményem szerint a női felső vezetés kérdése Magyarországon alulkutatott témakör. A felső vezetők elenyésző százaléka nő, ami nem csak szociálpolitikai és esélyegyenlőségi, de gazdasági kérdéseket is felvet – hiszen a szervezet különböző szintjein a diverzitás a vállalatok számára komoly versenyelőnyt jelent. Ebből következik a kutatás fő kérdése: milyen kognitív disszonanciát élnek meg a középvezető nők, ami miatt nem sikerül elérniük a felső vezetői szintet? A tanulmányban ezt megpróbáltam minél több tényezőre lebontani, ezért végig veszem a munkaerőpiac horizontális és vertikális szegregációját, a bérkülönbségeket, a munka-magánélet egyensúlyt, majd pedig a vezetéssel foglalkozom részletesen – vizsgálom a vezetői szerep nemét és az ezzel kapcsolatos nemi sztereotípiákat illetve az üvegplafon-jelenséget.

Végül a dolgozat harmadik felében egy empirikus kutatás keretében vizsgálom az elmélet helytállóságát. Egy olyan szervezetnél folytattam le ennek érdekében mélyinterjút középvezető nővel, ahol nagyon tudatosan figyelnek a szervezeten belül a nők előrelépési lehetőségeire. A kutatás eredménye megmutatja, hogy mennyit tud tenni egy szervezet az erre vonatkozó megfelelő belső politika kialakításával, és mik azok a területek, ahová már „nem ér el a vállalat keze”, mert ezeket a területeket már a társadalmi normák és beidegződések szabályozzák.

2. A GAZDASÁGI RACIONALITÁS ELMÉLETEI

Napjaink standard közgazdaságtani modelljeinek alaphipotézise a gazdasági racionalitás, alapvető emberképe pedig az ún. Homo oeconomicus. Az elmélet szerint a gazdasági szereplők a hasznosságelv alapján hozzák meg döntéseiket, ami azt jelenti, hogy a fogyasztók a hasznosság, míg a vállalatok a profit maximalizálására törekszenek. A gazdasági szereplők tehát a lehetőségeikhez mérten a tökéletes informáltság állapotában mérlegelik, hogy melyek azok a döntések, amelyekkel a legjobban tudják érvényesíteni gazdasági érdekeiket: számba veszik a hasznosságokat és az ezzel járó esetleges költségeket, előbbinek maximalizálására, míg utóbbinak minimalizálására törekszenek. (Samuelson - Nordhaus [2009])

Az elmélet nagyon kézenfekvőnek tűnik, emiatt erre épült fel a közgazdasági modellek többsége is. Még ha követjük is azt a feltevést, hogy a gazdasági szereplőknek mindig szándékukban áll racionálisan viselkedni, úgy is problémába ütközünk: az információ-megszorítások miatt nem tud teljesülni a teljes informáltság elve, tehát a gazdasági szereplők nem tudják teljes körűen mérlegelni a hasznosságokat és a költségeket (Kovács, [2003]). Más részről a racionalitás elmélete sok olyan tényezőt nem vesz figyelembe, melyek felmerülhetnek egyes döntések meghozatalának esetén – ilyenek lehetnek az altruizmus, a méltányosság vagy épp a reciprocitás. Ilyen szituációban az illető lemond a lehető legnagyobb gazdasági előnyről, amely gazdaságilag semmiképp sem nevezhető racionális döntésnek. (Gulyás [2007])

Dolgozatom szempontjából a Homo oeconomicus hiányossága még az is, hogy nemileg semleges. Azért tartom ezt fontosnak megemlíteni, mivel a későbbiekben szeretném bemutatni, hogy a nemi identitásunk, mely az egyik legalapvetőbb, legmeghatározóbb jellemzőnk, hogyan befolyásolja a gazdasági döntéseinket, és milyen egyenlőtlenségek tapasztalhatóak ebből fakadóan.

3. AZ IDENTITÁS GAZDASÁGTAN MEGKÖZELÍTÉSE¹

A Nobel-díjas közgazdász George A. Akerlof és Rachel E. Kranton kutatási területükön az identitás és a közgazdaságtan kapcsolatát vizsgálják, mely nagy hatással van a kortárs közgazdász és szociológus gondolkodókra egyaránt. Kutatásuk tárgya alapvetően arra terjed ki, hogy miképpen lehet az identitás által a társadalmi normákat a közgazdaságtani hasznosságfüggvénybe beépíteni. A fejezetben először egy a szerzők által használt példát mutatok be a társadalmi normák működéséről. A következő részben részletesen tárgyalom az általuk meghatározott identitásfogalmat kritikai megközelítésből. Végül bemutatom, hogy hogyan próbálták meg a matematika nyelvezetére is lefordítani az elméletet és hogy miért törekszenek az egyének a kognitív disszonancia minimalizálására.

3.1. GOFFMAN KÖRHINTÁJA²

A szerzőpáros 2010-ben megjelent könyvében Goffman híres körhinta példáját mutatja be az identitás és a normák működésének megértéséhez. Goffman megfigyeléseit a különböző korú gyerekekre alapozta, akik a körhintán koruknál fogva eltérően viselkednek.

A két-három évesek még szüleikkel utaznak a körhintán. A négy-öt évesek ezzel szemben már egyedül utaznak a körhintán és büszkén, mosolyogva integetnek a szélen álló szüleiknek. Az ennél idősebb gyerekek azonban már egyik játékról a másikra ülnek, miközben mozog a körhinta, esetleg bohóckodnak rajta. Nem azért viselkednek így, mert nem élvezik a körhintázást, hanem mert tudják, hogy ők már túl idősek ehhez, emiatt pedig megpróbálják elrejteni izgalmukat a körhintázással kapcsolatban.

Goffman azt állítja, hogy a gyerekek nagyon is tudatában vannak a koruknak és ebből kifolyólag megértik a különböző normákat, amely korcsoportonként eltérő. Eszerint más-hogy kell viselkednie egy idősebb gyereknek, aki már „kinőtte” a körhintázást – vagy tudományosabb megfogalmazással élve, más társadalmi normáknak kell megfelelnie. Amennyiben nem sikerül megfelelnie ezeknek a normának, kognitív disszonanciát fog tapasztalni az egyén, mindaddig, amíg ez a helyzet el nem múlik, jelen esetben, egy idősebb gyerek addig, amíg le nem száll a körhintáról.

¹ A fejezet felépítéséhez, gondolatmenetéhez felhasznált irodalom Konzulens: „A közgazdaságtan és a szociológia határán: az identitás-gazdaságtan által felvetett elméleti kérdések”

² Az alfejezethez felhasznált irodalom: Akerlof-Kranton [2010]. 12-13. o.

Ez a példa nagyszerűen illusztrálja a normák működését: ha az emberek megfelelnek a társadalmi rétegük ideális modelljének, akkor jól érzik magukat, azonban ha eltérnek ettől rögtön ambivalens érzésekbe ütköznek.

3.2. IDENTITÁS, TÁRSADALMI KATEGÓRIÁK, NORMÁK

Ahhoz, hogy a közgazdaságtan erősen matematizált világába bele lehessen szőni az identitást, az Akerlof – Kranton párosnak erősen le kellett egyszerűsíteniük az identitás fogalmát a szociológusok és pszichológusok definícióihoz képest.

Könyvükben kifejtik, hogy az egyének besorolják magukat (és persze másokat is) bizonyos társadalmi kategóriákba, amelyekhez bizonyos viselkedési normák társulnak. A normák határozzák meg, hogy bizonyos egyéneknek hogyan kell, és hogyan nem szabad viselkedniük. A szerzők az identitást, a társadalmi kategóriákat és a normákat egy gyűjtőfogalommal, az identitással helyettesítik. Erre azért van szükség, mert ezt a gyűjtőfogalmat definiálják, hogy elkerüljék a különböző társadalomtudományok és a köznyelv sokféle meghatározásából eredő félreértéseket (Akerlof – Kranton [2010] 11-13. o.) Akerlof és Kranton tehát az alábbiak szerint definiálja az identitást: „Az emberek identitása meghatározza, hogy kik ők – azaz melyik társadalmi kategóriába tartoznak. Az identitásuk befolyásolja a döntéseiket, mert a viselkedésüket szabályozó normák eltérnek aszerint, hogy melyik társadalmi kategóriához tartoznak.” (Akerlof - Kranton [2010] 13.o.)

Ahogy azt láthatjuk a fentiekben, Akerlof és Kranton egy speciális identitás-meghatározást használ azért, hogy a társadalmi létbe helyezze az individuumot. Eszerint ez egy társadalmi identitás-fogalom, amit az egyén szemszögéből néznek: azaz az egyéneknek van egyfajta "önképük", ami természetesen több "önképből" tevődik össze, igazodva a különböző társadalmi kategóriákhoz (nem, etnikum, foglalkozás, nemzetiség) (Davis [2011] 72. o.).

Davis szerint viszont ebből a meghatározásból, sok minden kimarad: nem említik például a szerzők a személyes identitás hatásait, ami megkülönbözteti az egyént a többiektől. Davis még azt is megemlíti, hogy érdemes különbséget tenni aközött a két elmélet között, hogy az egyének hogyan, milyen módon azonosulnak a többi egyénnel: már kialakult társadalmi kategóriákon keresztül (az Akerlof és Kranton által alkalmazott társadalmi identitás szerint), vagy strukturált társadalmi jelenségeken (intézmények, csoportok, interperszonális kapcsolatok) keresztül (Davis [2010] 72.o.)

3.3. A HASZNOSSÁG MAXIMALIZÁLÁSA, A KOGNITÍV DISSZONANCIA MINIMALIZÁLÁSA

Habár az identitás, a társadalmi kategóriák és a normák nem számítanak újdonságnak a társadalomtudományok területén, eddig tisztázatlan volt, hogyan kerülhetne bele a közgazdaságtanba. Miközben más tudományok (politikatudomány, antropológia, pszichológia) a középpontba helyezték ezeket a fogalmakat, addig a főáramú közgazdaságtan elméleteibe nem illeszkedett bele a gazdasági szereplők viselkedésének efféle elemzése (Davis [2010 71.o.]).

A standard közgazdaságtani elméletekben a hasznosságot a jólét szinonimájaként definiáljuk. Az elmélet szerint az egyének fogyasztói kosaraiban termékek és szolgáltatások szerepelnek az egyének jövedelmének megfelelően, akik hasznosságuk maximalizálása érdekében a legmagasabb szinten álló fogyasztói kosarat választják - ez az, ami számukra a legnagyobb hasznossággal és legkevesebb költséggel jár. (Samuelson - Nordhaus [2009])

Ez a megközelítés csak az anyagi javakat veszi figyelembe, tehát csak azokat a termékeket, szolgáltatásokat, amiknek pénzben kifejezhető értéke van. Azonban sok olyan tényező is befolyással van a hasznosságunkra, amelynek nincs pénzben kifejezhető értéke, ilyen például a gyermekvállalás utáni vágy, vagy épp a vágyakozás a becsületesség vagy a státusz után. (Akerlof – Kranton [2010] 10. o.)

Ezt eddig egyéni jellemzőknek gondolták - van, aki szeretne gyereket és van, aki nem, van, aki számára fontos, hogy magasabb státuszba kerüljön, van, azonban akinek ez nem fontos. Akerlof és Kranton rámutat az identitásfogalmukon keresztül, hogy ezek nem egyéni karakterisztikák, hanem nagyban függenek az egyén társadalmi kategóriájától és az ahhoz illeszkedő normarendszertől. (Akerlof – Kranton [2010] 10. o.)

Akerlof és Kranton megkísérik a matematika formalizált nyelvezetébe beleszőni az identitással kapcsolatos gondolataikat, mégpedig a következőképpen (Akerlof – Kranton, [2000] 719. o.):

$$U_j = U_j(\mathbf{a}_j, \mathbf{a}_{-j}, I_j)$$

Ahol U_j - j egyén hasznossága

$\mathbf{a}_j$ - j egyén cselekvései

$\mathbf{a}_{-j}$ - a többiek cselekvése

I_j - j egyén identitása (a félkövérrel jelöltek vektorok)

J egyén hasznossága tehát függ egyrésztől j egyén identitásától, ugyanúgy, ahogy függ még j cselekvéseitől és persze mások cselekvéseitől is. Mivel $\mathbf{a}_j$ és $\mathbf{a}_{-j}$ lefedik j egyén

fogyasztását, ezért ezek elegendőek j egyén saját cselekvéseinek és externáliáinak lefedéséhez. Az egyén identitását pedig a következő egyenlettel lehet felírni (Akerlof - Kranton [2000] 719. o.):

$$I_j = I_j(\mathbf{a}_j, \mathbf{a}_{-j}, \mathbf{c}_j, \mathbf{\xi}_j, \mathbf{P})$$

Ahol, $\mathbf{c}_j$ - j egyén társadalmi kategóriája

$\mathbf{\xi}_j$ - j egyén saját jellemzői

$\mathbf{P}$ - j egyén társadalmi kategóriájához tartozó előírt viselkedés

J egyén identitása tehát függ j egyén tetteitől, illetve a többiek cselekvéseitől, továbbá függ attól, hogy j egyén milyen társadalmi kategóriához tartozik. Ezen felül függ j egyén egyéni jellemzőitől, tulajdonságaitól is, illetve annak a mértékétől, hogy j egyén saját tulajdonságai, cselekvései mennyire egyeznek meg a j egyén társadalmi kategóriájában elvárt ideállal. (Akerlof - Kranton [2000] 719. o.) valamint (Davis [2010] 76. o.)

Egyszerű esetben az egyén olyan döntéseket hoz, amivel maximalizálja a hasznosságát, tekintve, hogy a társadalmi kategória ($\mathbf{c}_j$), az egyéni jellemzők ($\mathbf{\xi}_j$), az előírt viselkedés ($\mathbf{P}$) és mások cselekvései ($\mathbf{a}_{-j}$) adottak. Fontos azonban megemlíteni, hogy Akerlof és Kranton a döntéshozatalra nem úgy tekint, mint a standard közgazdaságtan: ugyanis a döntéshozatal nem feltétlenül tudatos cselekvés a hasznosság maximalizálása érdekében (Akerlof – Kranton [2000] 719. o.)

Akerlof és Kranton saját identitás-fogalmuk meghatározásakor a társadalmi identitás fogalmát helyezték előtérbe, ezért magyarázatra szorul a társadalmi identitás és az individuum közötti kapcsolat. Davis rámutat arra, hogy a szerzőpáros a személyiségek és személyiségzavarok pszichodinamikus szemléletét alkalmazza ennek alátámasztására, amely Freud pszichoszexuális fejlődésméleteén alapszik. A gyerekek fejlődésük során internalizálják a társadalom által diktált szabályokat, elnyomva ezzel saját, belső ösztöneiket. Freud ezt a 'superego' vagy a 'felettes én' kifejlődésének nevezi. Habár manapság a pszichológusok többnyire nem értenek egyet a pszichoszexuális fejlődés szemléletével, azonban abban egyetértenek, hogy amennyiben az egyén megsérti a 'belső szabályait', akkor szorongást fog megtapasztalni. (Davis [2010] 72-73. o.) Az egyénnek tehát folyamatosan „meg kell védenie magát a szorongástól annak érdekében, hogy korlátozza a zavartottságot és fenntartsa az egység érzetét”. (Akerlof - Kranton [2000] 728. o., idézi Davis [2010] 72-73. o.)

Mindez úgy kapcsolódik az identitás gazdaságtan elméletéhez, hogy az egyének a saját társadalmi kategóriájukhoz tartozó normarendszer szabályait internalizálják. Amennyiben az egyén nem a saját társadalmi kategóriájának megfelelő ideál szerint viselkedik, szorongást fog tapasztalni, vagy máshogy kifejezve kognitív disszonanciát fog megélni. Ha az egyén a számára megfelelő normák és 'belső szabályok' szerint cselekszik, abban az esetben nem fog kognitív disszonanciát érezni és identitás-hasznosságot nyer. Amennyiben azonban megsérti a normarendszerét, kognitív disszonancia léphet fel, melynek következtében hasznosságot veszít. (Akerlof – Kranton [2000] 720. o.) (Konzulens kapcsolódó tanulmánya [megjelenés alatt])

A kognitív disszonancia vagy szorongás elkerülésére való törekvés a gyakorlatban könnyen érzékeltethető – rengeteg olyan cselekvés van, amely az egyén hasznosságát növelhetné, azonban mégsem teszi meg, mert társadalmilag nem elfogadott, és amennyiben megtenné, sérülne az énképe. Például nem lopjuk el a kitámasztott biciklit, ami nincs lelakatolva vagy nem csaljuk meg a párunkat, mindezt azért mert ez nem felel meg a normáinknak, és szorongást tapasztalnánk, ha megtennénk, illetve sérülne az énképünk is, hiszen ez 'nem mi vagyunk'. (Konzulens kapcsolódó tanulmánya [megjelenés alatt])

4. A NEMI IDENTITÁS KULCSFONTOSSÁGA

Akerlof és Kranton 2010-es kiadású *Identitás gazdaságtan* (Identity Economics) című könyvükben négy kiemelt témával foglalkoznak (melyek közül némelyik egy-egy korábbi tanulmányukban is megjelenik), ezek az alábbiak: etnikum, oktatás, szervezetek és munkahelyek illetve a nemi identitás. Ezen a négy fő témán felül természetesen még sokféle aspektusban értelmezhető az identitás gazdaságtan témaköre.

Ebben a fejezetben már kifejezetten a nemi identitás kérdésével foglalkozom. Az első alfejezetben definiálom a biológiai és a társadalmi nemet, bemutatom a köztük lévő alapvető különbségeket. Majd azokkal a területekkel folytatom, melyeket Akerlof és Kranton érintett a nemi identitás gazdaságtan kidolgozásakor: az első ezek közül a területek közül a horizontális munkaerő-piaci szegregáció, majd kitérek a bérkülönbségek (gender pay-gap) okaira és lehetséges identitás gazdaságtani magyarázataira. Ezután egy, a nők életében kiemelkedően fontos területet, a munka és a magánélet egyensúlyát, az otthoni munkamegosztást vizsgálom. A fejezet arra keresi a választ, hogy milyen tényezők gátolhatják a nőket ambícióik kibontakoztatásában, mitől élhetnek meg kognitív disszonanciát. A vezetés kérdésével (a vertikális szegregációval) a következő fejezetben foglalkozom.

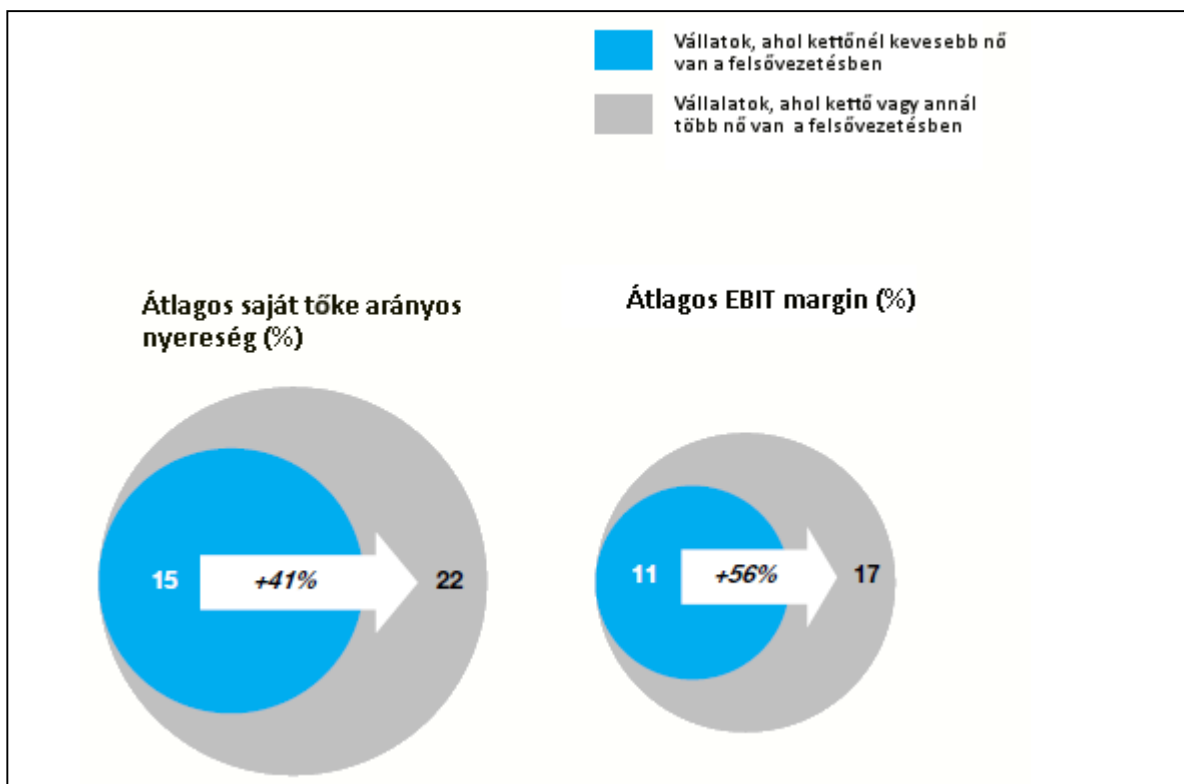
A nemi identitásunk alapvető, meghatározó jellemzőnk – a közgazdaságtani számításokból mégis kimaradni látszik ez a fontos tényező. A Homo oeconomicus neme ugyan nincsen meghatározva, azonban ha választanunk kéne, hogy nő vagy férfi, inkább utóbbira esne választásunk. Ez legfőképpen a nemekkel kapcsolatos sztereotípiáknak köszönhető: a Homo oeconomicus fő tulajdonságai ugyanis a racionalitás, az ésszerűség, melyeket tipikusan maszkulin tulajdonságoknak tekintünk. Ellentettjét, az érzelmességet pedig tipikusan feminin tulajdonságnak tartjuk. (Wajcman [1998])

Makroökonómiai szempontból is kimaradni látszanak a nemek különbözőségéből kiinduló számítások, szemléletek. A munkaerőpiacot tekintve van egy bizonyos nagyságú munkakereslet és munkakínálat. A munkakínálat tekintetében a standard közgazdaságtan megközelítésében mindegy, hogy milyen nemű egyén milyen munkát végez. (Samuelson – Nordhaus [2009]) Ez gyakorlatilag azt feltételezi, hogy a munkaerőpiacon nem valósul meg nemi szegregáció, a gyakorlat azonban nem ezt tükrözi. A nemi szegregációt azonban fontos számításba vennünk, hogy pontosabb képet kapjunk a gazdaság működéséről.

A szegregációnak két fajtáját szükséges elkülönítenünk: a horizontális és a vertikális szegregációt. A horizontális szegregáció azt jelenti, hogy a nők és a férfiak másféle gazdasági területeken különülnek el, másféle foglalkozásokat végeznek. De például ez egyfajta

foglalkozás keretein belül is elkülönülhet: az orvosok közül jellemzően a magasabb presztízzsel és anyagi javakkal járó sebészek vagy nőgyógyászok jellemzően férfiak, míg a társadalom által kevesebb presztízzsel járó gyermekgyógyászok vagy háziorvosok jellemzően nők. A vertikális szegregáció ezzel ellentétben a szervezeti hierarchiában megvalósuló szegregációt jelenti – azaz, hogy a különböző beosztási szinteken milyen arányban vannak jelen nők és férfiak. (Nagy [1997])

A szegregációnak komoly hatása van a vállalatok jövedelmezőségi mutatóira: a McKinsey & Company egy kutatása (Borisova – Sterkhova (McKinsey & Co.) [2012]) keretében először azt vizsgálta, hogy milyen a vállalat szervezeti hatékonysága kilenc kritérium mentén (vezetés, iránymutatás, felelősségvállalás, egyeztetés és irányítás, innováció, külső tájékozódás, tehetség, motiváció, munkahelyi környezet és értékek). A második felmérés keretében pedig azt vizsgálták, hogy van-e korreláció a női felső vezetők jelenléte és a vállalkozás pénzügyi teljesítménye között. Az első felmérést 231 vállalatnál végezték el, és az derült ki belőle, hogy közvetlen kapcsolat van a szervezeti hatékonyság és a vállalat pénzügyi helyzete között. Ezután a fenti vállalatok közül további 101-et vizsgáltak, ahol lehetőség adódott a legfelsőbb szerv nemi összetételének vizsgálatára. Itt 58 240 munkavállaló kérdőíve alapján, azt állapították meg, hogy azoknál a vállalatoknál, ahol három vagy háromnál több nő van a szenior menedzsmentben minden szervezeti hatékonysági mutató vizsgálatánál magasabb pontszámot ért el, mint azok a vállalatok, ahol ennél kevesebb. A második kutatás keretében (Borisova – Sterkhova (McKinsey & Co. [2012]) még a pénzügyi teljesítmény vizsgálatára is kitértek: 362 európai és BRIC (Brazília, Oroszország, India és Kína) országbeli vállalatot vizsgáltak meg. Az eredmények azt mutatják, hogy átlagosan azok a vállalatok, amelyeknél a legfőbb szervnél kettő vagy több nő található, az ágazati átlagnál jobban teljesítenek két mutatót tekintve: a ROE (sajáttőke-arányos nyereség) átlagosan 41 %-al magasabb, az EBIT margin (adózás és kamatfizetés előtti nyereség) pedig átlagosan 56%-al magasabb, mint az ágazati átlag.



1. ábra: A ROE és az EBIT alakulása a diverzifikált felső vezetésben

Forrás: Borisova – Sterkhova (McKinsey & Company) [2012], 6. o.

Bár ez csak egy kérdőíveken alapuló felmérés volt, mely nem feltétlenül magyarázza meg az ok-okozati összefüggéseket, mégis kiderül belőle, hogy a nemi diverzitás egy olyan kérdés, amivel érdemes foglalkoznia nem csak a menedzsereknek és vállalatvezetőknek, de a közgazdászoknak is.

4.1. BIOLÓGIAI ÉS TÁRSADALMI NEM³

A dolgozat ezen pontjánál a nemek definiálása elengedhetetlen. A nemeknek alapvetően kétféle meghatározása létezik, mely a magyar nyelvben nem kerül olyan módon differenciálásra, mint például az angol nyelvben. Az egyik meghatározás a 'sex', melyet magyarra biológiai nemnek fordíthatunk, a másik meghatározás pedig a 'gender', ami magyarul társadalmi nemet jelent.

A biológiai nem (sex) úgy írható le, mint a férfiak és nők kizárólag biológiai kritériumokon alapuló megkülönböztetése. Ez már akár születés előtt is megállapítható a kromo-

³ Az alfejezethez felhasznált irodalom: West – Zimmermann: Doing Gender [1987] 125-127. o.

szómák alapján, de a legfőbb megkülönböztető jelzők a külső nemi szervek. Amikor a biológiai nem alkalmazásra kerül 'külsőségekben', akkor már nemi kategóriákról (sex category) beszélünk. Ez jellemzően egy társadalmilag elvárt identitás megjelenítése, amely besorolja az egyént egyik vagy másik kategóriába. Általában a külső jegyekből ítéljük meg, hogy valaki nő vagy férfi, hiszen a külső nemi szerveket nem láthatjuk az öltözködés miatt. Ebből az következik, hogy a külső jegyek és a biológiai nem ugyan az esetek nagy részében megegyeznek, ám azok el is térhetnek egymástól.

A társadalmi nem (gender) az előző két fogalomnál komplexebb: a társadalmi nem az adott nemi kategóriához tartozó attitűdök és cselekvések összessége. Ebből következik, hogy a társadalmi nem által meghatározott férfi és nő koronként és kultúránként eltérhet. A társadalmi nem létrehozása azt jelenti, hogy nem természetes, biológiai alapon különböztünk meg nőket és férfiakat. Amint ezek a különbségek megfogalmazódtak és megalapozódtak a két nem között, akkor ezeket a nem természetes alapú különbségeket használjuk fel, hogy megerősítsük a természetes alapú különbségeket a társadalom által intézményesített keretek között.

Jól szemlélteti az alapvető különbséget, hogy míg biológiai nemből csupán kettőt különböztetünk meg, addig társadalmi nemből több mint ötvenet ismer a szakirodalom.

4.2. NEMI SZEGREGÁCIÓ A MUNKAERŐPIACON⁴

Az identitás gazdaságtan elméletének kiindulópontja a már fentebb is említett nemi szegregáció a munkaerőpiacon, ami napjainkban egy kiemelten fontos kérdés, legfőképp az olyan foglalkozások tekintetében, melyek nemileg semlegesek lehetnének (pl.: a vezetői munka). Akerlof és Kranton a nemi szegregáció elméleti hátterének megalkotását a gyakorlatból vezeti le – ezen módszertan velejárója, hogy a konklúziók levonásakor mindig beigazolódnak az elmélet, másrésztől viszont magában hordozza azt a veszélyt, hogy az elmélet így nem feltétlenül teljes körű, nem magyaráz meg olyan dolgokat, melyek az elmélet logikáját követve bekövetkezhetnének, ám a gyakorlatban mégsem következnek be.

A szerzőpáros abból indul ki, hogy vannak bizonyos foglalkoztatási normák a munkaerőpiacon, melyek által a horizontális szegregáció megvalósul: felcímkezzük a foglalkozásokat, azaz vannak tipikus női foglalkozások és vannak tipikus férfi foglalkozások. Az 1970-es években a férfiak voltak a kenyérkeresők: általában építészek, mérnökök, pénzügyi

⁴ Az alfejezethez felhasznált irodalom: Akerlof – Kranton: Identity Economics [2010] 83-92. o.

vagy számviteli szakemberek, míg a nők (ha egyáltalán dolgoztak) ápolónők, általános iskolai tanítónők vagy titkárnők voltak. Manapság ennél ugyan árnyaltabb a kép, de még mindig tapasztalható ilyen jellegű nemi szegregáció a munkaerőpiacon: furcsán hangzik mikor férfi ápolóról, férfi titkárról vagy női katonáról, női mérnökről beszélünk, és ők arányaiban kevesebben is vannak jelen az említett foglalkozásokban, mint ellenkező nemű társaik. (Akerlof – Kranton [2010] 84. o.)

A foglalkozások felcímkézése nagyban függ attól, hogy milyen attitűdöket társítunk egyes nemekhez: a nőket lágynak, törődőnek, érzelmesnek, a férfiakat keménynek, racionalisnak, analitikusnak szoktuk tartani. A szegregációban ez úgy mutatkozik meg, hogy a tipikus női és férfi munkákhoz is ezeket a tulajdonságokat társítjuk, azt várjuk, hogy ilyen kompetenciákkal rendelkezzen az, aki betölti az adott munkakört.

A munkavállalókat alkalmazó vállalatoknak elméletben a hatékonyságot tekintve mindegy, hogy milyen nemű alkalmazottakat foglalkoztat (általában egyik vállalat sem határozza meg, hogy egy bizonyos munkakörbe csak férfiakat vagy csak nőket szeretne felvenni). A munka-kínálat olyan férfiaktól és nőktől áll össze, akik között egy-egy munkakör ellátására találhatóak alkalmasabb és kevésbé alkalmas egyének, de nincs szignifikáns különbség férfiak és nők között. Akkor miért alakul ki mégis szegregáció? Ez az, amit a standard közgazdaságtan már nem vizsgál, és itt van az a pont, ahol az identitás gazdaságtan bekapcsolódik és megmutatja, hogy mindez a társadalmi nemekhez párosuló normák miatt következik be. (Akerlof – Kranton [2010] 87. o.)

Mint azt fentebb láthatjuk, a női és férfi munkákhoz párosulnak bizonyos normák: ezek a normák határozzák meg egy-egy foglalkozást illetően, hogy női vagy férfi foglalkozással van-e dolgunk. Ez Akerlof és Kranton szerint egy lehetséges hasznosságvesztési forrás lehet: a normák miatt azok a nők, akik férfi munkát végeznek, kognitív disszonanciát fognak megélni, így hasznosságot vesztenek. A férfiak pedig akkor élnek meg kognitív disszonanciát, ha női munkát végeznek, illetve akkor is hasznosságot vesztenek, ha egy nő férfi munkát végez. A férfiak ennek következtében még sabotálhatják is a nők munkáját, melynek következtében az elkövető hasznossága nő, azonban a vállalat produktivitása csökken. Fontos azonban leszögezni, hogy nem arról van szó, hogy a férfiak nem szeretnek nőkkel együtt dolgozni, – a munkaerőpiacon számos példát láthatunk arra, amikor nők és férfiak képesek produktívan együtt dolgozni. Nem élnek meg kognitív disszonanciát sem a férfiak, sem a nők, ha a foglalkozásukat tekintve a férfiak sebészként, a nők ápolónőként dolgoznak, azonban a férfiak megélnék akkor kognitív disszonanciát, ha egy női sebész bekerül a körükbe (nyilvánvalóan a nők is megélnék kognitív disszonanciát ebben a helyzetben, mivel

a sebészet tipikus férfi foglalkozás az egészségügyön belül). Ebből látni, hogy nem a női nemmel van problémájuk, hanem a társadalmi nemének nem megfelelő normarendszerben viselkedő nő okozza náluk a kognitív disszonancia megélését. (Akerlof – Kranton [2010] 87. o.)

Miért élhet meg egy férfi vagy egy nő kognitív disszonanciát, ha vele 'ellentétes nemű' munkát végez? Erre Akerlof és Kranton egy gyakorlatból hozott példát mutat be: Jennifer Pierce, antropológus tizenöt hónapig vizsgálta egy ügyvédi iroda működését az 1990-es években. Azt tapasztalta, hogy az ügyvédnők szerették volna megőrizni női nemi identitásukat, azonban ez ambivalens érzéseket keltett bennük. Jó ügyvédnek lenni annyit jelentett számukra, mint férfiasan viselkedni (asszertívnak, agresszívnak lenni). Ez a kettős elvárás szorongást okozott a nőknél, kognitív disszonanciát éltek meg, nem tudták eldönteni, hogy melyik identitásuk a 'fontosabb'. (Akerlof-Kranton [2010] 85. o.)

Arra is találhatunk példát, amikor a férfiak amiatt élnek meg kognitív disszonanciát, mert nők férfi munkát végeznek, és emiatt sabotálják a nők munkáját. Irene Padavic, szociológus, saját maga tapasztalt meg egy ilyen esetet, amikor egy szénbányában dolgozott. Miután odakerült a férfi munkatársai rövidesen elkezdtek ide-oda lökdösni, emelgetni és megpróbálták rárakni egy futószalagra. A férfiak mindezt viccnek fogták fel, azonban ez az eset megmutatja, milyen az, amikor a férfiak szorongást tapasztalnak meg attól, hogy egy nő is el tudja végezni a munkájukat és emiatt ellehetetlenítik a nők munkavégzését. (Akerlof – Kranton [2010] 85-86. o.)

Az elméleti lehetőségek közül azonban az kimaradt, hogy a nők megélik-e hasznosságvesztést, amikor egy férfi női munkát végez. Ha csak szórványosan is, vagy kisebb mértékben, de találhatunk erre gyakorlati példát, akkor az elmélet teljes körűségének érdekében, a szerzőknek ezt is figyelembe kellett volna venniük. Amennyiben erre nem található gyakorlati példa (mert a gyakorlatból indul ki az elmélet), akkor viszont magyarázatra szorulna, hogy ez miért nem jellemző a gyakorlatban, miért nem valósul meg a nők kognitív disszonanciája, ha egy férfi női munkát végez. Ezen felül az elmélet túlnyomó részt a horizontális szegregációval foglalkozik, kevésbé tudja magyarázni a vertikális szegregációt.

4.3. BÉRKÜLÖNBSÉGEK⁵

Az identitás gazdaságtan megkísérli megválaszolni a munkaerőpiac egy másik nagy kérdését is: miért keresnek a férfiak a világon mindenhol átlagosan többet, mint a nők? A válasz

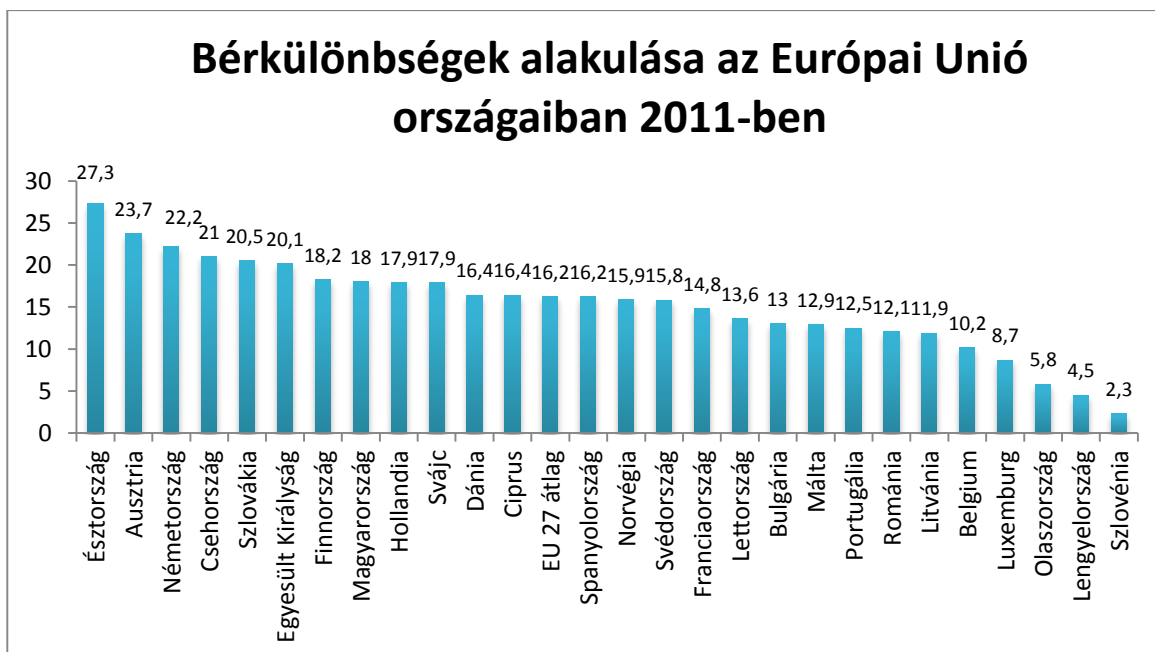
⁵ Az alfejezethez felhasznált irodalom: Akerlof – Kranton: Identity Economics [2010] 83-92. o.

a kognitív disszonanciában keresendő ezúttal is: mivel a férfiak hasznosságot veszítenek akkor, ha egy nő kollégájuk férfi munkát végez, ezért a vállalatnak ezeket a férfiakat valamilyen módon kompenzálnia kell, hogy csökkentse a hasznosságvesztés hatását. Ennek eszköze elsősorban a bérkompenzáció, és ezért alakul ki az, hogy ugyanazon munkakört betöltő nők és férfiak között a férfiak átlagosan magasabb bért kapnak. (Akerlof – Kranton [2010] 88. o.)

A fentiekből levonható az a következtetés, hogy a vállalatok a profit maximalizálása érdekében a nők női munkát fognak végezni, míg a férfiak férfi munkát – ezzel megpróbálva minimálisra csökkenteni a hasznosságvesztést az alkalmazottak körében. Elmondható az is, hogy átlagosan azok a nők, akik ennek ellenére mégis férfi munkát végeznek, jobban kvalifikáltak, hiszen a vállalatnak plusz költséget jelent alkalmazásuk a férfiak bérkompenzációja miatt, tehát csak azok tölthetik be ezeket a munkaköröket, akik 'kiérdemlik', akik miatt megéri a vállalatnak vállalni ezt a plusz költséget. Tehát a férfiak bérkompenzációjának elkerülése miatt, a vállalat profitjának maximalizálása érdekében valósul meg az, hogy a nők női munkát végeznek, a férfiak férfi munkát végeznek – azaz a nemi szegregáció a munkaerőpiacon. (Akerlof – Kranton [2010] 87. o.)

Akerlof és Kranton érintőlegesen a vertikális szegregáció kérdésére is kitérnek, azaz hogy miért kerül be kevés nő a felső vezetésbe. Egyrészt, mert ezt is felcímkézi a társadalom férfi munkaként, másrészt a bérkompenzáció miatt a felső vezető férfiaknak sokkal több bért kellene fizetnie a vállalatnak, ami nagyban növelné a bérköltségeket. Mint azt fentebb láthattuk, a McKinsey kutatásai szerint, ugyan a bérköltségek növekednek, ha nőket alkalmaznak a felső vezetésben, azonban nem csökken ezzel arányosan a profit, hanem pont ellenkezőleg: a diverzifikált felső vezetés miatt eredményesebb lesz a vállalat. (Borisova – Sterkhova (McKinsey & Co. [2012]))

Ez az elmélet szépen magyarázza a nemek közötti bérkülönbségeket. Arra azonban nem tér ki, hogy miért vannak akkora különbségek egyes országok között. A második ábra azt mutatja, hogy az egyes európai országokban átlagosan hány százalék különbség van a nők és a férfiak átlagos bruttó órabére között, a férfiak bruttó órabéréhez viszonyítva. Érdekes módon nem a jóléti államok (Svédország (15,8%), Norvégia (15,9%), Dánia (16,4%)) állnak az élen, hanem Szlovénia (2,3%), Lengyelország (4,5%) és Olaszország (5,8%).



2. ábra Bérkülönbségek az Európai Unió országaiiban

Forrás: Eurostat, saját szerkesztés

A legkézenfekvőbb magyarázat, ami kimaradt Akerlof és Kranton elméletéből (és magyarázza a jóléti államokban kialakuló relatíve magas bérkülönbséget az a rugalmas munkaidő, amit mivel inkább nők vesznek igénybe, ezért növeli a férfiak és nők közötti bérkülönbségeket.

4.4. MUNKA-MAGÁNÉLET EGYENSÚLY⁶

Az identitás gazdaságtan a nemek vizsgálatát a munka-magánélet egyensúly vizsgálatával folytatja. A komparatív előnyök modellje alapján (melyet a nemzetközi közgazdaságtanban, az országok termelési előnyeinek kihasználásnak vizsgálatakor használunk (Krugman - Obstfeld [2003])), egy párból annak a félnek kellene több házimunkát végeznie, aki kettőjük közül jobb ebben, és annak a félnek kellene több munkát végeznie a háztartáson kívül, aki relatíve jobb ebben (azaz többet keres a másik félnél). Tehát a modell szerint az fog több munkát végezni a háztartáson belül, aki kevesebb munkát végez azon kívül. (Akerlof – Kranton [2010] 93. o.)

A gyakorlat azonban mégsem ezt mutatja: a nők általában még akkor is több házimunkát végeznek a férfiaknál, ha jelentősen hozzájárulnak a háztartás jövedelméhez – eset-

⁶ Az alfejezethez felhasznált irodalom. Akerlof – Kranton: Identity Economics [2010] 92-95. o.

leg még nagyobb arányban is mint a párjuk. Itt is a kognitív disszonancia elmélete magyarázhatja, hogy ez így alakul, illetve a foglalkoztatási normák is szerepet játszanak a háztartáson belüli egyenlőtlen munkamegosztás kialakulásában. A férfiakra a társadalom szemében még mindig él az a sztereotipikus kép, miszerint ők a kenyérkeresők, emiatt, ha nem ők biztosítják a háztartás jövedelmének nagyobb részét, szorongást fognak megélni. A párból a nőnek kompenzálnia kell ezt valahogy, hasonlóan, mint ahogy a vállalatnak kompenzálnia kell a férfiakat, amikor egy kolléganőjük velük azonosan férfi munkát végez. Ebben az esetben azonban nem lehet a kompenzáció alapja az, hogy a nő jövedelme egy részét átnyújtja a férfinak, ezért az otthoni munkamegosztásban kell ezt a kompenzációt elérni, hogy a férfi énképe ne sérüljön. A háztartás vezetése pedig tipikus női munka. Viszont a komparatív előnyök modellje alapján a férfinak a közel ugyanakkora vagy kisebb keresete alapján itt ugyanannyit vagy többet kellene dolgoznia, akkor még nagyobb hasznosságot vesztené. Ezért a háztartás vezetése is nagy részben áthárul a nőre (a férfiak átlagosan egy harmad részben járulnak hozzá a házimunka elvégzéséhez), annak ellenére, hogy közel ugyanakkora, vagy akár nagyobb jövedelemmel járul hozzá a háztartás összjövedelméhez. (Akerlof – Kranton [2010] 93. o.)

A szerzők Hochschild 1980-1988 között lefolytatott interjúsorozata alapján mutatják be, hogy mik a tipikus férfi házimunkák és a mik a tipikus női házimunkák és mi az egyenlő munkamegosztás mítosza a párok között. Hochschild San Franciscóban középosztálybeli párokat interjúvolt meg és figyelt meg, hogy milyen arányban oszlik meg a házimunka. Bemutat egy példát, melyben Evan és Nancy Holt saját bevallásuk szerint megtalálta az egyenlő munkamegosztást, állításuk szerint mindketten ugyanolyan mértékben járulnak hozzá az otthoni munkához. Evan bútorkereskedő, felesége Nancy pedig egy teljes munkaidőben dolgozó szociális gondozó. Az otthoni munka a következőképpen került megosztásra kettőjük között: Evan végezte a férfi munkákat a ház körül (amelyek relatíve sokkal kisebb mértéket tettek ki): ő felelt a ház 'alsó' részéért, azaz a garázs rendben tartásáért, illetve a kutyaért. Felesége végezte a női munkákat a ház körül (mely sokkal nagyobb hányadot tett ki az összes otthoni munkából): ő felelt a ház 'felső' részéért, azaz az egész házért a garázson kívül és ő gondoskodott a gyerekekről. (Akerlof – Kranton [2010] 93-94. o.)

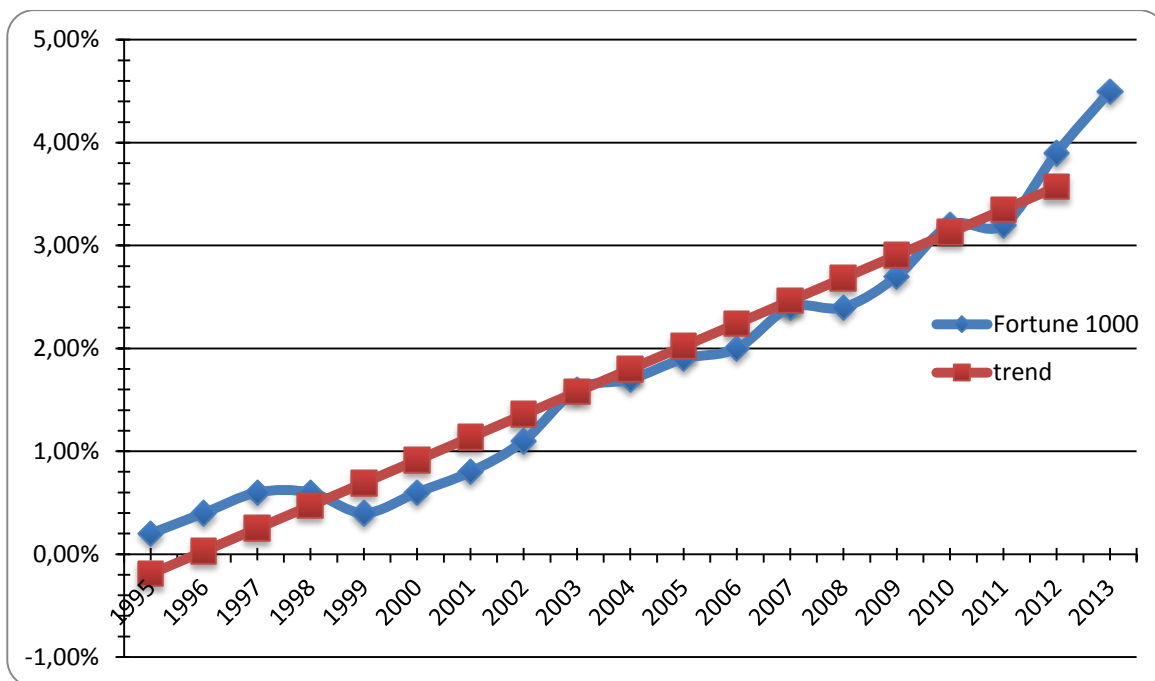
Ugyan a múlt évszázad óta egyre inkább kezd megfakulni az a norma, miszerint a nők feladata kizárólagosan a háztartásvezetésre és gyerekgondozásra korlátozódik, a társadalom a népesség növekedésének nyomását még mindig sokkal nagyobb mértékben a nők vállára helyezi, mint a férfiakéra. Ez a nők életében egy fontos esetleges kognitív disszonanciát

eredményező helyzet lehet: az úgynevezett kettős teher szindróma miatt, miszerint egyszerre kell helyt állniuk a munkaerőpiacon és szülőként is.

5. NŐI VEZETÉS

Az előző fejezetben ismertetett területek bármelyikén megélhetnek a nők kognitív disszonanciát, melyek közvetve akadályozhatják előrelépésüket a szervezeti ranglétrán. Ebben a fejezetben már kifejezetten a vertikális szegregációra fókuszálok. Először megkísérlem az identitás gazdaságtan nézeteit rávetíteni erre a típusú szegregációra, majd tárgyalom a vezetői szerep nemét, melynek keretében elsősorban azt tanulmányozom, hogy mennyire befolyásolják a vezetői képet a nemi sztereotípiák. Végül az üvegplafon-jelenséget vizsgálom, mely magyarázatot ad arra, hogy miért van relatíve sok középvezető nő, és milyen okokból kifolyólag nem jutnak be mégsem a felső vezetésbe.

Korábban már láthattuk, hogy a vertikális szegregáció manapság a vállalatok pénzügyi, jövedelmezőségi helyzetének szempontjából is kiemelten fontos kérdés. Azonban a statisztikai létszámadatokból még mindig azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a nőknek nagyon kis arányban sikerül bejutniuk a felső vezetői pozíciókba. A Fortune 1000-es listájában szereplő nagyvállalatoknál ha kizárólag az öt legmagasabb beosztást vizsgáljuk (vezérigazgató, igazgatótanács elnöke és elnökhelyettese, igazgató és ügyvezető igazgató) a nők aránya 2009-ben 2,7%, 2010-ben és 2011-ben 3,2%, 2012-ben 3,9%, 2013-ban pedig 4,5 % volt. Habár a trend egyértelmű növekedést mutat e téren (öt év alatt több mint a másfélszeresére, 1,8 %ponttal nőtt a nők száma a felső vezetésben), még így is jelentősen elmarad ez a szám a nők átlagos foglalkoztatási szintjétől a munkaerő-állományban.



3. ábra Női vezetők számának alakulása a Fortune 1000-es listájában szereplő nagyvállalatoknál

Forrás: Catalyst: Historical List of Women CEOs of the Fortune Lists: [1972-2013], saját szerkesztés

5.1. AZ IDENTITÁS GAZDASÁGTAN ELMÉLETÉNEK ALKALMAZÁSA A VERTIKÁLIS SZEGREGÁCIÓRA⁷

Az identitás gazdaságtan megközelítése mellőzi a vertikális szegregáció témáját. Ha Akerlof és Kranton tanulmányait vizsgáljuk, valamelyest magyarázható a nők felső vezetésbeli alacsony reprezentációja, a trendek viszont kizárólag az ő munkájukat felhasználva már kevésbé. Az elmélet kiindulópontja itt is az lehetne, hogy bizonyos foglalkozásoknak 'nemi címkéi' vannak, így a vezetői munkát is a társadalom tipikus férfi munkának tekinti. Így természetesen mivel a nők az egyéni kognitív disszonanciájukat minimalizálni szeretnék, mellyel hasznosságukat maximalizálják, a társadalom által elvárt normák hatására kevésbé szeretnék vezetők lenni, mint férfi társaik, akiknek ez a férfi nemmel párosuló normák miatt nem jelentené kognitív disszonancia forrását.

Másrészről visszavezethető lenne arra is, hogy a férfiak kognitív disszonanciát élnek meg akkor, ha egy nő férfi munkát végez. Egyrészt ez mindkét nemnek egy 'vesztes játszma', hiszen a nők is hasznosságot vesztenek, ha férfi munkát végeznek. Másrészről a

⁷Az alfejezethez felhasznált irodalom. Akerlof – Kranton: Identity Economics [2010] 83-95. o.

bérkülönbségeket is érinti: a férfiak kompenzációjának érdekében magasabb bért kell a férfiaknak fizetni, ami annál nagyobb kiadást jelent a vállalatnak, minél magasabb beosztotti szinten kell ezt a többletkiadást elszenvednie.

5.2. A VEZETŐI SZEREP NEME⁸

Az identitás gazdaságtan elméletének továbbgondolása a vertikális szegregációra egy fontos kérdést vet fel: van-e a vezetői stílusnak, s ezáltal a vezetői szerepnek neme? S ha igen, ez milyen hatással van a munkaerő-piaci szegregációra?

A vezetői stílus lényeges eleme a vezetői munkának. A hagyományos nézetek alapján a sikeres vezetőt hímneműnek tartjuk, a hozzá társított sztereotip jellemzők miatt: lendületesség, objektivitás, higgadtság, ellentmondást nem tűrő viselkedés – ezek mind-mind maszkulin jellemvonások. Azonban napjainkban megjelent már a kooperációra, empátiára alapozott, decentralizált vezetői stílus, mely mellőzi a „*kvantitatív módszerek szigorát*” (Wajcman [1998] 122.o.) és a centralizált hatalmat. Ez a vezetési stílus viszont sokkal inkább feminin tulajdonságokat tud magáénak. Ha ez valóban elterjedőben van, akkor az azt jelenti, hogy aggodalomra semmi okunk nem lenne? Hiszen a nők általános jellemzőiknél fogva sokkal inkább megfelelnek ezen vezetési irányzat a feltételeinek. Valójában nincs olyan, hogy „női” vagy „férfi” vezetési stílus, viszont a nemi sztereotípiák még mindig mélyen átítatják gondolkodásmódunkat, ezért alakulhat ki bennünk, hogy egyes vezetési stílusokat mégis valamelyik nemhez társítjuk. (Wajcman [1998] 122. o.)

A menedzsmentben jelenleg uralkodó irányzatoknak köszönhetően a női vezetőkkel kapcsolatos sztereotip kép kezd átértékelődni. Ez a menedzsmentelméletben bekövetkezett paradigmaváltásnak köszönhető – az 1980-as években felismerték, hogy az addigi nyugati, amerikai menedzsmenttechnikák, melyek a tranzakciós stílusra épültek (büntetésen és jutalmazáson alapuló vezetési stílus) nem tudják felvenni a versenyt a japán menedzsmenttechnikával (amely a transzformáló vezetési stílust helyezi előtérbe). Utóbbi vezetési stílus jobban épít a csapatmunkára, az emberközpontúságra, az empátiára, a közös elkötelezettségre, jövőképre. Jellemzően ezt a vezetési stílust a szakirodalom „puha” vezetési stílusnak írja le, és alkalmazza rá a női nemmel kapcsolatos sztereotípiákat. A korábbi nézetektől eltérően, amikor úgy gondolták, hogy az esélyegyenlőség nevében azt kell bizonyítani, hogy a nők nem különböznek a férfiaktól, mára inkább az a paradigma van elterjedőben, hogy a nők és

⁸ Az alfejezethez felhasznált irodalom: Wajcman: Lágynak lenni nehéz: Van-e a vezetői stílusnak neme? [1998] 122-141. o.

a férfiak különböznek és egy megfelelő diverzitást kívánatos kialakítani a munkaerőpiac minden szegmensét tekintve. (Wajcman [1998] 121-125. o.)

A vezetési stílus meghatározásának kérdésében fontos pont az, hogy egyforma viselkedéseket hajlamosak vagyunk máshogy megítélni. Emiatt viszont nem lehet objektíven megállapítani a vezetési stílus nemét. (Wajcman [1998] 127. o.) Erre remek példát nyújt Frank Flynn kutatása⁹: két csoport diáknak adott ki két ugyanolyan leírást egy-egy vállalkozóról. Az egyetlen különbség a leírások között az volt, hogy az egyikben Heidi Roizen szerepelt, a másikban pedig Howard Roizen. (Heidi Roizen egy sikeres amerikai vállalkozónő, és a kiadott leírás ténylegesen róla szólt, míg „férfi párja” Howard, egy kitalált személy.) Az eredmények remekül illusztrálják a nemi sztereotípiákat, és hogy nemtől függően mennyire más megítélésben részesülhet ugyanaz a magatartás. Ugyan mindkét vállalkozót sikeresnek és kompetensnek ítélték meg, Heidit sokkal kevésbé kedvelték, sokkal kevésbé szerettek volna vele dolgozni. Ugyanazt az asszertivitást tehát, ami szerepelt Heidi és Howard esetében is a leírásban, Howard-nál sokkal kedvezőbben ítélték meg. Ez annak a következménye, hogy egy nőhöz klasszikusan nem társítjuk ezt a tulajdonságot, mivel ez egy maszkulin jellemvonás. A következtetés magától értetődő: ugyanaz a vezetői magatartás más megítélésben részesül a vezető nemétől függően.

A nők még mindig messze állnak a felső vezetői elfogadottságtól. Heilman kutatási eredményeit idézve: *„hiba lenne feltételezni, hogy a társadalmi, szervezeti vagy jogi változások miatt előrehaladás történt (...) a nőkre még mindig teherként nehezedik az, hogy **alkalmatlannak** tartják őket a vezetői szerep hatékony betöltésére.”* (Heilman et al., [1998] 942. o. idézi Wajcman [1998] 128. o., kiemelés hozzáadva.) Ugyan Wajcman kutatásában azt találta, hogy az általános vélemény a nők létjogosultságáról a szervezetek életében pozitív, pártolják például az anyaság és a karrier egyeztetését, jónak ítélik meg a női vezetők képességeit, mégis ezzel ellentmond az, hogy nem csak hogy a kutatásban szereplő férfiak (21%), de a nők jelentős hányada (10%) is szívesebben dolgozna egy férfi vezető beosztottjaként. (Wajcman [1998] 128-130. o.)

Wajcman szerint sok női vezető úgy alkalmazkodik a felső vezetői szerepkörhöz, hogy „férfiasabb a férfiaknál is”. (Wajcman [1998] 138. o.). Ez a jelenség valóban gyakori, ugyanis ezzel a stratégiával elkerülhető a szerepcsapda, *„azzal, hogy igyekszik (a nő) nem*

⁹ Forrás: Barsoux – Toegel: Women Leaders: The Gender Trap

(<http://www.europeanbusinessreview.com/?p=6785>)

Martin: Gender-Related Material in the New Core Curriculum [2007]

(http://www.gsb.stanford.edu/news/headlines/wim_martin07.shtml)

mutatni egyetlen olyan jellemvonást sem, mely megerősíthetné a nőkről szóló sztereotípiákat. Ez a stratégia sem egyszerű, hiszen folyamatos odafigyelést igényel, és még természetellenes személyiségtorzuláshoz is vezethet.” (Kanter, [1977] 237. o. idézi: Wajcman, [1998] 138-139. o.)

Az, hogy milyen vezetői stílust tartunk épp hatékonynak, nagyban függ az éppen divatos menedzsmentirányzatoktól, tehát ez az idő folyamán folyamatosan változik, változni fog. Ugyancsak kiemelendő, hogy nem szabad összekevernünk a feminin vezetési tulajdonságokat azzal a törekvéssel, hogy több nő kerüljön felső vezetői pozícióba. A férfiak ugyanúgy el tudják sajátítani és beilleszteni saját vezetési stílusukba a feminin vezetési stílust, *„tehát míg a férfiak előnyt kovácsolnak abból, hogy új tulajdonságokkal egészítik ki a már meglévőket, addig a nőket változatlanul úgy látják majd, hogy ők csak a feminin tulajdonságokat tudják felkínálni.”* (Wajcman [1998] 139. o.)

A nemi szegregáció kérdésére vetítve, a vezetői stílus „feminizálódása” nem érinti a menedzserek általános férfi képét. Így könnyen lehet, hogy ez csak megerősíti a nemi sztereotípiákat, ami által a nemi hierarchia újratermelődik a munkaerőpiacon. (Wajcman [1998] 139. o.)

5.3. AZ ÜVEGPLAFON-JELENSÉG¹⁰

Az üveglafon-jelenség (glass ceiling syndrome), alapvetően azt jelenti, hogy valamely kisebbségi csoport tagjainak általánosságban nem sikerül a szervezetben belül egy bizonyos szinten túl jutni – azaz egy adott szinten megrekednek a ranglétrán. A nők tekintetében ez egészen pontosan azt jelenti, hogy míg a középvezetői szintig sikeresen eljutnak a legtöbb iparágban (bár a horizontális szegregációnak is jelentős hatásai vannak, melyet nem lehet figyelmen kívül hagyni), addig a felső vezetői szintig már csak nagyon kis százalékuk jut el.

Az üveglafon-jelenség elmélete elveti a személyiségközpontú elméletek nézeteit, miszerint a nők a szocializációjukból fakadóan nem sajátítják el a vezetéshez kellő kompetenciákat, jellemvonásokat, mint például a siker utáni vágy vagy a kockázatvállalás. Inkább azt hangsúlyozza, hogy a karrier különböző pontjain beépített szűrők azok, ami miatt a nők megrekednek középvezetőként. A szervezetbe való belépés előtt ilyen korlátozó tényező a hagyományos női szerepekre való szocializálás, majd pedig később a kiválasztási és az előléptetési diszkrimináció. (Powell [1999] 75. o.)

¹⁰ Az alfejezethez felhasznált irodalom: Powell: Gondolatok az üveglafonról. A legújabb trendek és jövőbeni kilátások [1999] 74- 95. o.

A nők részaránya az elmúlt években alapvetően növekedett a középvezetői szinteken. Ez több tényezőnek is köszönhető: nőtt a diplomás nők aránya, változtak a nőkkel kapcsolatos társadalmi normák (manapság elfogadottabb, hogy a nők nem kizárólag feleség és anya szerepben szeretnének létezni), születtek olyan társadalom- és szociálpolitikai intézkedések, melyek gátolják a nemi diszkriminációt a munkaerőpiacon, továbbá sok vállalat felismerte, hogy a szervezeti diverzitásból versenyelőnyt kovácsolhat. (Powell [1999] 78-82. o.)

A kérdés az, hogy ha mindezek elősegítették a nők előrehaladását egészen a középvezetői szintig, miért rekedtek meg itt? Először is minél magasabb egy vezetői szint, az objektív bizonyítványok (végzettség), annál kevésbé számítanak, tehát a diplomás nők arányának növekedése csak a középvezetői szintig „elég”. Mivel patriarchális társadalomban élünk, ahol még mindig él az emberekben az a kép, hogy a nők évszázadokon keresztül alárendeltek voltak, ezért nem csak burkolt, de akár nyílt diszkrimináció is megnyilvánul esetenként a „túl magas pozícióba” vágyó nők ellen. Az is egy akadályozó tényező, hogy mivel többségben férfiak töltik be a felső vezetői pozíciókat, ezért érvényesülhet a „hasznos hasonlót vonz” elve, mely elzárja a nők elől a lehetőséget. Továbbá akadályozza a nők előrehaladását, hogy a férfiakat általában kompetensebbnek tartják a feladatorientált csoportokban. Ez egy önbeteljesítő jóslat is egyben - a nők emiatt hajlamosak alulértékelni saját képességeiket. Mivel a felső vezetők kevesebb, mint 5%-a nő, ezért a női mentorok hiánya is komoly problémát okoz az előrehaladás kérdésében. Másrészt általában az is elmondható, hogy a felső vezetés rengeteg felelősséggel jár, ami a magánélet rovására megy, és kutatások azt mutatják, hogy ez jobban érdekli a férfiakat, mint a nőket. (Powell [1999] 82-87. o.)

6. EMPIRIKUS KUTATÁS

A kutatás fő célja, hogy a dolgozat első felében lévő kvantitatív adatokat kiegészítse, és hogy a felhasznált elméleti háttérrel megerősítve választ adjon arra, hogy miért reked meg a nők többsége középvezetői szinten. A kutatás a felső vezetésbe jutást gátló, kognitív disszonanciát okozó tényezőket hivatott feltárni.

6.1. A MÓDSZERTAN ÉS A MINTA MEGVÁLASZTÁSA

A téma megkívánta a kvalitatív elemzési módszertant – ugyanis a kognitív disszonancia egy olyan kérdéskör, amit kvantitatív elemzési módszerekkel szinte lehetetlen volna vizsgálni. A kvalitatív kutatási módok közül a félig strukturált mélyinterjú az, ami a legjobban szolgálja a különböző egyének útjának megismerését. Ezért elkészítettem egy interjú vezérfonalát, és az alany válaszaihoz és helyzetéhez mérten tettem fel még külön kérdéseket vagy esetleg hagytam ki másikat. Az elemzéshez a narratív elemzési módszert választottam, melyben idézetekkel együtt magyarázom a kapott eredményeket. (Majoros [2004]) A kutatás keretében kíváncsi voltam, miért jutottak középvezetői szintre, látnak-e esélyt az előmenetelre, akarnak-e egyáltalán felső vezetők lenni, milyen gátakat látnak maguk körül.

Az elemzést egy bankszektorbeli intézménynél folytattam le, összesen négy interjúalannyal. Az intézmény különlegessége, hogy a belső politikájukban rendkívüli figyelmet szentelnek a nők támogatásának, hogy a megfelelő diverzitást biztosítsák a felső vezetésben. Azért esett a választásom erre az intézményre, mert érdekesnek találtam megfigyelni, hogy egy ilyen környezetben is teljesülnek-e ez az elméletben leírt gátak. Kíváncsi voltam, hogy a nőket érő gátak közül jellemzően melyeket és hogyan sikerült megszüntetniük vagy redukálniuk és melyeket nem tudják befolyásolni.

A négy interjúalany az alábbi jellemzőkkel rendelkezik, és az elemzésben az alábbi rövidítésekkel szerepelnek majd:

V1: 36 éves, Compliance vezető, párkapcsolatban él, nincs még gyereke

V2: 36 éves, KYI csoportvezető, párkapcsolatban él, nincs még gyereke

V3: 45 éves, Értékesítési vezető, házas, egy gyereke van

V4: 63 éves, Számviteli vezető, elvált egy gyereke van

6.2. A KVALITATÍV MÉLYINTERJÚ VEZÉRFONALA

Az interjúk keretében az alábbi tizenkét kérdést tettem fel az interjú alanyoknak, melyek lefedik az elemzett elmélet főbb pontjait.

1. Meséljen magáról, mióta dolgozik itt, milyen beosztásban, hogy érzi magát itt? Mesélje el, hogy hogyan alakul egy átlagos napja.
2. Ön szerint milyen egy ideális vezető?
3. Amikor sorolta a tulajdonságokat, akkor inkább egy férfi vagy egy nő jelent meg Ön előtt?
4. Volt már női felettese? Milyennek találta? Ha még nem volt, akkor milyennek képzel el egy női vezetőt?
5. Van Önnel azonos beosztású férfi kollégája? Ön szerint eltérnek a női és a férfi kollégák képességei?
6. A munkahelyén Ön szerint egyformán kezelik a nőket és a férfiakat?
7. Mit gondol, milyen tényezőknek köszönhető, hogy ennél a cégnél dolgozhat, ilyen beosztásban?
8. Szeretne valaha felső vezető lenni? Miért, miért nem?
9. Lát esélyt előléptetésre a közeljövőben?
10. Visszautasítana-e egy előléptetést? Ha igen, milyen esetben?
11. Ön szerint a részmunkaidő csökkentheti-e az előléptetés esélyét?
12. Ön szerint a férfiakra vagy a nőkre nehezedik nagyobb nyomás a munka és a magánélet összeegyeztetésének tekintetében?

Az első kérdéssel azt akartam megtudni, hogy mennyi idősek, milyen területen dolgoznak, hány ember dolgozik a beosztásuk alatt. A második és a harmadik kérdéssel az volt a célom, hogy megtudjam, hogy maskulin vagy feminin tulajdonságokat társítanak-e az ideális vezető képéhez, társítják-e ezt valamelyik nemhez, és hogy inkább női vezetőt vagy férfi vezetőt preferálnának felettesükként. A negyedik kérdés a női vezetőkről alkotott sztereotip képekre irányult. Az ötödik kérdés megint a nemi sztereotípiákra irányult, csak most általános és nem vezetői szinten. A hatodik kérdés keretében azt akartam megtudni, hogy érznek-e bármilyen negatív, vagy esetleg egy ilyen női vezetésre nagy hangsúlyt fektető intézménynél pozitív megkülönböztetést. A hetedik kérdéssel azt szerettem volna megtudni, hogy igaz-e, hogy a nők általában külső tényezőknek tudják be a sikereiket, mintsem saját kompetenciáiknak, személyiségjegyeiknek. A nyolcadik, kilencedik és tizedik kérdés a felső vezetésre vonatkozik, úgy gondoltam itt fény derülhet, hogy akarnak-e egyáltalán ilyen pozícióba kerülni, ha nem, akkor milyen akadályozó (akár belső, akár külső) tényezőt látnak maguk előtt. A tizenegyedik kérdéssel azt akartam megtudni, hogy milyen a szervezet politikája a részmunkaidővel kapcsolatban, látják-e ezt egy lehetséges opciónak, illetve az

általános elképzelésre, hogy ezzel a módszerrel összeegyeztethető-e a munka és a magánélet. A tizenkettedik kérdés keretében arra kerestem a választ, hogy mennyire meghatározóak az interjú alanyok számára a klasszikus női és férfi szerepekkel kapcsolatos társadalmi normák.

Az egész kérdéssor alatt fontosnak tartottam, hogy minden kérdés mindegyik válaszában „megbújhatnak” olyan tényezők, melyek kognitív disszonancia megélését okozhatják a nőknél.

6.3. VÁLASZOK KIÉRTÉKELÉSE, ELEMZÉSE

Az interjúalanyaim mind elég különbözőek voltak – még a hasonló életkorú és családi háttérrel rendelkezők is (V1 és V2) – tehát a válaszok nagyon eklektikusak. Az alábbiakban összefoglalom, hogy az egyes kérdésekre milyen válaszok születtek.

6.3.1. Az ideális vezető képe és neme

A második és a harmadik kérdésre adott válaszok alapján, mindegyik alanynál nagyon fontos részét képezte az empátia, melyet jellemzően női tulajdonságként írtak le. A másik jellemző, amit ha nem is konkrétan ezeknél a kérdéseknél, de az interjú valamely pontján mindegyik alany kiemelt, az pedig a szakmaiság. Ezt a kettősséget az alábbi részlet jól illusztrálja a vezetői képről: *„Szerintem ez két nagyon fontos pillérre épül fel. Az egyik a logika, ráció, célorientáltság, a másik az emóció, empátia, emberekre való odafigyelés képessége. A „listening skill”, ahogy az angol mondja, hogy meghalld, amit az emberek mondanak. Ez a két fontos pillér van, ezt lehet a végtelenségig finomítani és javítani.”*. Ez alapvetően rávilágít arra, hogy a szervezet jó hatással van a vezetői képre. Ugyan a nemekhez kötődő sztereotipikus képeket nem tudja megváltoztatni, de azt sikerült elérnie a szervezetnek, hogy a vezetéshez, a vezetési stílushoz ne csak az egyik nem képe kötődjön.

Ez leginkább V1 interjúalany nézőpontjában mutatkozott meg. A vezetői tulajdonságoknál java részt az empátián kívül inkább maszkulin tulajdonságokat sorolt fel – döntésképes, energikus, okos, határozott. A harmadik kérdésre viszont azt a választ adta, hogy *„hol férfi, hol nő”* az a vezető, akit idealizál

V2 interjúalany válaszában rámutatott a női mentorok fontos szerepére. Kifejtette, hogy ha hat évvel ezelőtt kérdeztem volna meg erről a kérdésről még férfi vezetőt tartott volna ideálisnak. Mikor megkérdeztem, mi okozta a változást, az alábbi választ kaptam: *„Nekem előtte mindig férfi vezetőim voltak. Hála az égnek egyébként nem voltak nagyon kemény típusúak. Hogy mondjam, az agyával, a tudásával, a szakmai tapasztalatával vívta*

ki azt nálam, hogy itt van előttem és felnézek rá, és elhiszem, amit mond. Amikor ide kerültem, akkor egy női vezetőm lett. Ő ilyen volt, (olyan, amelyet az ideális vezetőnek leírt, empatikus, védte a csapatát) és nekem nagyon tetszett ez a vezetési stílus, hogy kifelé tényleg anyatigris, de befelé úgy éreztük, hogy kenyérre lehet kenni. Egymást is, mert nem csak ő, hanem mi is ilyenek voltunk. Tehát biztos, hogy az ő személye változtatott meg abban, hogy láttam egy jó női vezetőmodellt.” Ebből az idézetből kiderül, hogy a szervezet tesz a mentorálásért és hogy ez nagyban hozzájárul ahhoz, hogy a nők jobban átláthassák pályájukat, kiteljesíthessék esetleges ambícióikat.

6.3.2. A női felettesekről alkotott kép

V1 elég vegyes képet fest egy volt női feletteséről: *„A legelső főnököm volt a legjobb főnököm, mert egy nagyon energikus nő volt, de abszolút nő jellegű. De nagyon határozott, tehát ebben inkább mondanám, hogy férfias volt, kicsit „megmondós” volt.”* Egyszerre használja rá a férfias és a nőies jelzőket. Azt is kifejezte, hogy látja a férfiasan viselkedő női vezetőket, akik úgy gondolják, hogy a férfias viselkedéstől lesznek jó vezetők, de nem ez a jó vezetői út. Mégis úgy tűnik, mintha preferálná a férfias vezetési stílust tudat alatt. Ez reflektál Wajcman [1998] kutatásaira, melyben kifejti, hogy gyakran él bennünk a női vezetőkről alkotott ún. „vasszűz” (Wajcman [1998] 138. o.) sztereotípiája. Ezek a sztereotípiák egyfajta önmegerősítő jóslatok is egyben, mint ahogyan ezt itt is láthatjuk, és előfordul, hogy a nők közül felveszik ezt a vezetési stílust, a manapság empátiára alapozott menedzselési stílusirányzat térhódításának ellenére.

Ugyanakkor azt a következtetést is le kell vonnunk, hogy a nőknek komoly kihívást okoz a vezetői (mely napjainkban még mindig egy férfias szerep) és a női nemi identitásuk közötti balanszírozás. Ez egy olyan kognitív disszonancia forrása lehet, amit egy felső vezető nőnek nehéz feloldania.

V2 esetében, aki állítása szerint remek mentorral rendelkezett, megkérdeztem, hogy milyen tulajdonságokkal rendelkezett a felettese. A válaszban a jó motiváló képességet emelte ki a leginkább, hogy pontosan tudta mikor kell valakit megdicsérni, és jól egyensúlyozott ennek eltúlzása és nélkülözése között.

V4 már kevésbé pozitív tapasztalatokkal rendelkezett a női felettesét illetően: *„A női felettesemet túl kompromisszumképesnek találtam. Fölfelé. Nem megfelelően védte az alatta levő dolgozók érdekeit, de ez nagyon sok vezetőből hiányzik. Mert ha az empátia meg is van, (...) tehát ha magánemberként meg is érti, vezetőként nem áll ki.”* Ez pont szemben áll

a sokak által idealizál „anyatigris” képével, amit elvárnak egy női vezetőtől, hogy képviseljen.

6.3.3. Általános nemi sztereotípiák

Általánosságban az alanyok válaszából megfigyelhető, hogy élnek bennük bizonyos sztereotipikus képek. Ez abban nyilvánul meg, hogy több kérdésnél, felmerült, hogy a nők a részletekben szeretnek elmerülni, míg a férfiak inkább nagy vonalakban nézik az egész képet. Ezen kívül érkezett olyan válasz, hogy *„A férfiaknál az a bizonyos emocionális pillér kevésbé erős, náluk a ráció és a logika pillér sokkal erősebb. Az EQ-juk sokkal alacsonyabb, mint a női vezetőké.”*. Van olyan válaszadó is, aki nem sok különbséget lát a férfiak és a nők kompetenciái között: *„Eltérnek, de szerintem nem a női férfi mivoltukból adódóan. Tehát mindegyikükbe van mindenféle ilyen-olyan tulajdonság. Hogyha szoktam látni különbséget nők meg férfiak között, akkor az az, hogy a férfiak inkább elégedettek magával a vezetéssel, tehát kevésbé folynak bele a részletekbe, hanem csak irányítanak magas színtről. Szerintem az egyik női kollégám ilyen, pedig ez elvileg nem egy klasszikus női tulajdonság. Az egyik férfi kollégám kifejezetten hangulatember, tehát néha kifejezetten kicsit primadonnás.”* Ebben az idézetben azt kell látnunk, hogy a válaszadóban élnek a sztereotip képek a nőkkel és a férfiakkal kapcsolatban, csupán a közvetlen környezetére nem tudja ezt alkalmazni.

6.3.4. A nők megkülönböztetése

A kérdés feltevésével a legfőbb célom az volt, hogy megtudjam, mennyire sikerülnek a szervezeten belül az esélyegyenlőségért és megfelelő diverzitásért tett törekvései. Van-e negatív diszkrimináció, vagy átfordul-e esetleg pozitív diszkriminációba akár? A válaszok ebben az esetben eléggé eltértek egymástól.

V4 véleménye szerint egyenlően kezelik a szervezetben a nőket és a férfiakat. **V1** és **V3** azon a véleményen voltak, hogy alapvetően nincsen megkülönböztetés, nagyon szigorúan veszik a szervezetenél az ilyesmit, mindig a legjobbat kell választani, legyen az nő vagy férfi. Ám a „hasonló hasonlót” elve alapján lehet érezni egy kicsit azt, hogy egy-két vezető a férfiakat részesíti előnyben, de ez alapvetően nem számottevő. Ez jól megmutatja azt, hogy egy szervezet a belső előléptetési politikájával (olyan szabályozásokkal, melyek előírják, hogy kell női jelentkezőnek is lennie, kötelező dokumentációkkal az előléptetési folyamatról) mennyiben elősegítheti a nők előrehaladását.

V2 véleménye eltért ettől: *„Szerintem egyébként igen, itt egyformán kezelik a nőket és a férfiakat.. Sőt, furcsa, de én néha azt érzem, hogy a nőket itt pozitívan megkülönböztetik.*

Ezt nem nevezném diszkriminációnak. Arra gondolok, hogy van Women's network, de nincsen Men's network. Valószínűleg amiatt, mert a férfiak nem nagyon fognak nekiállni süteményt sütni, hogy jótékonysági vásárt csináljanak, de pl. eljárhatnának focizni, vagy valami ilyesmi.” Az interjúalany remekül meglátja, hogy az ilyen szabályozásokat olyan módon kell kezelni, hogy azok ne essenek túlzásba. Nem szabad, hogy a szervezet célja az legyen, hogy minden áron minél több nőt ültessen felső vezetői székbe. Mindössze a megfelelő diverzitást kell biztosítani, ha kell akkor elősegítő intézkedésekkel a kisebbségi csoport számára.

6.3.5. Siker: külső tényező?

Elmondható, hogy általában a nők alulértékelik magukat, sokkal nagyobb hangsúlyt fektetnek a külső tényezőkre sikereik elismerésekor, mint arra, hogy azért érték el az életben azt, amit elértek, mert egyszerűen jók abban, amit csinálnak. A férfiakra sokkal jellemzőbb, hogy ki tudják nyilvánítani, hogyha valamiben sikeresek, jobban meg tudják mutatni magukat.

Ez itt is látszik az eredményeken: a legtöbbet megjelölt tényező arra a kérdésre, hogy minek köszönhetőek az elért eredményeik az a szerencse, ezt egy alany kivételével mindenki említette. Ezen felül a kemény, kitartó munkát, a szakmai tudást, a kapcsolatokat, és a jó főnököket említették a megkérdezettek.

Egyetlen alany (V1) említett olyan tulajdonságot is, amely inkább egy belső tényező: *„Egy kicsit maximalista vagyok, tehát igyekszem jól csinálni azt, amit csinálok, és figyelek arra, hogy lássák azt, hogy jól csinálok. Ez kicsi gyerekkoromtól kezdve így van, ezért erre nekem nem kellett külön energiát fordítanom. Ezt tréningeken tanulják az emberek, mint vizibilitás. Szerintem jó arányérzéssel tudom megmutatni azokat a dolgokat, amiket jól csinálok, tehát nem azt mondom, hogy állandóan magamat helyezem előtérbe, de azért megtalálom az alkalmat arra, hogy tudják, hogy azt a dolgot én csináltam, és jól csináltam.”* Ez remekül rávilágít a társadalmi normák kérdésére – a lányokat kicsi koruktól kezdve arra szocializálják, hogy szerények legyenek, hogy segítsenek a házimunkában otthon. A kisfiúkat nem erre szocializálják – például nagyon fontos tényező, hogy míg a lányok háztartáson belül végzett munkatípusait nem vagy alig jutalmazza a szülők (mosogatás, takarítás), addig a fiúkéét igen (fűnyírás).¹¹ Az, hogy a fiúkat kicsi koruktól kezdve jobban értékeli a szülők, az egy kicsit láthatatlanná teszi a lányokat. Az interjú részletből kiderül, hogy ez is

¹¹ Forrás: Even little kids have a wage gap
(http://www.salon.com/2013/08/15/even_little_kids_have_a_wage_gap/)

egy kognitív disszonanciaforrás lehet, mivel, ahhoz, hogy valaki sikeres legyen, szüksége van arra, hogy kellőképpen megmutassa magát.

6.3.6. A felső vezetés kérdése

Ez a kérdés teljes körűen **V1**, **V2** és **V3** alanyánál értékelhető. **V4** kifejtette az interjú alatt, hogy az ő pályája már lefelé ívelőben van, többek között gazdasági igazgató is volt, tehát ő töltött már be a mostani középvezetői szintnél magasabb vezetői szintet is.

A három válaszadó közül csak **V1** mondta azt, hogy szeretne felső vezető lenni, mivel számára ez kihívást jelent: *„Mostanában kezdem meglátni, hogy milyen vezetni embereket, hogy abban mi a jó, és hogy az ember hogy tudja megtöbbszörözni a saját kompetenciáit azzal, hogy ezt átadja a többieknek, és vezeti őket. Én egy döntéseket hozni szerető ember vagyok, és azt látom, hogy minél magasabb szintre megy az ember, ez annál nagyobb léptékű meg érdekesebb, és ez engem vonz. Van, akit ez nagyon taszít, de engem vonz. Kihívással és izgatottsággal tölt el, mintsem hogy félelemmel egy ilyen lehetőség.”* Érdekes módon ő négyük közül az, aki az előző válaszban az egyetlen igazán belső tulajdonságot hozta fel, amely segíti őt az előrejutásban, ez pedig a láthatóság.

V2 és **V3** nem szeretne felső vezető lenni. **V2** úgy gondolja, hogy a felső vezetés nagyon időigényes, így elvesztené a mostanra jól kialakított egyensúlyt az életében. **V3** pedig a külső, politikai helyzet miatt ódzkodik egy ilyen kinevezéstől. A megkérdezettek közül egyébként egyedül ő látta úgy, hogy nem fogják sosem előléptetni felső vezetői szintre. A válaszokból az a következtetés vonható le, hogy sokat számítanak a normák. A nők jellemzően kockázatkerülőbbek, erre szocializálják őket – és a válaszokban is ezt láttam, hogy leginkább ez az akadályozó tényező, amiért nem szeretnének felső vezetői pozícióba kerülni. **V3** volt az egyetlen olyan, aki nem látott esélyt előléptetésre jelenleg. Ez viszont cáfolja Akerlof és Kranton elméletét abból a szempontból, hogy a vállalatok nem léptetik elő a nőket a férfiak kognitív disszonanciájából eredő magasabb bérköltségek miatt.

6.3.7. Részmunkaidő

V1 és **V2** véleménye szerint ennél a szervezetnél nem befolyásoló tényező a részmunkaidő, nagy rutinnal és megértéssel kezeli a vállalat ezt a kérdést, sok más vállalattól eltérően, ahol erre abszolút nincs vagy csak nagyon korlátozottan van lehetőség. **V3** szerint azonban *„Csökkenti, jelentősen csökkenti az esélyét egy előléptetésnek. Részmunkaidőben, felső vezetőnek lenni esélytelen. Még középvezetői szinten sem nagyon tudsz részmunkaidőt tartani,*

mert nyilván én sem feltétlenül azért dolgozom 10-12 órát, mert lassan vagy hatékonytalanul végzem el a munkámat, hanem mert annyi a feladat. Tehát ez nem egy GYES-ről visszajött kismamának való feladatmennyiség. Mindenféleképpen megnehezíti.”

V4 egy kicsit máshogy vélekedik erről a kérdésről: *„Ha átmeneti, bizonyosan, hogy nem. Sőt, elő is segíti, mert ha kisgyerek mellett részmunkaidőben mégis csak visszajön dolgozni., és mondjuk egy két gyerekes családnál nem 6-7 évig esik ki a vérkeringésből és az életből, az az ő karrierje szempontjából az ő tudásának a mobilitását fejleszti. Azt nem hiszem, hogy 6 órás munkakörből, vagy otthondolgozós munkakörből magas pozícióba lehetne ugrani. De az, hogy ezt az átmeneti időszakot ne teljesen elveszettnek tekintse a karrierjéből, és mégis meg tudja mutatni magát, ahhoz bizonyosan jó.”*

Látszik, hogy ez a kérdés megosztó és nagyban függ attól is, hogy milyen szemszögből nézzük. Ha a felső vezetést tekintjük, akkor ott megjelenik annak a kérdése, hogy be lehet-e tölteni egy ilyen felelősségű pozíciót részmunkaidőben, azonban ha ez csak átmeneti időszak, nagyban segítheti a nőket abban, hogy tudásukat a szakmájukban naprakészen tartásák.

6.3.8. Társadalmi nyomás nőkön és férfiakon

Erre a válaszra fele-fele arányban gondolták úgy az interjú alanyok, hogy a nőkre, illetve, hogy ugyanolyan szinten vagy családfüggő. Néhány idézet az interjúkból, amelyekből pár társadalmi elvárásokból fakadó kognitív disszonanciát keltő helyzet mutatkozhat meg:

„Odáig már eljutottunk, hogy a nők is dolgoznak. De az, hogy minden egyéb mást hogyan osztunk meg, a házimunkát meg a gyereknevelést, amire azt mondanám, hogy ez egyharmad-egyharmad-egyharmad ember lenne, abból a férfiak még mindig, főleg Magyarországon alig vesznek át. És nyilván vannak persze tiszteletreméltó kivételek, és mindenki, az én párom is azt mondja, hogy „majd amikor, akkor majd ő”, de hát most is látom, hogy én tartom rendben a lakást. Pedig teljesen egyenrangúak vagyunk: ő is tarthatná rendben, de én tartom rendben. És akkor ugyanez van a gyerekekkel. Tehát egyszerűen ez van, hogy a munka nem arányosan oszlik el. És szerintem ez egy örült nagy stressz.”

„Biztos, hogy a nőre hárul több, mert két munkakört töltesz be. Tehát azért hiába az otthoni lét, meg kikapcsolódás, nem kell dolgozni. Dehogynem. Ugyanúgy. Folytatódik a műszak otthon. Meg a férfiak szerintem sajnos hajlamosak elhagyni magukat, tehát hazamegyek, aztán „asszony csinálja.””

Ez alátámasztja Akerlof és Kranton elméletét az otthoni munkamegosztásról. Ez nem tartozik azon tényezők közé, amiket a szervezet befolyásolni tud, mert a társadalmi normák

megváltoztatására egyik szervezetnek sincsen hatásköre. Kognitív disszonancia alakulhat ki a kettős teher viselése miatt – egyszerre kell otthon és a munkahelyén is helytállnia egy nőnek, mert a társadalom elvárása szerint „jó háziasszonynak” is lennie kell, még ha ő azt is választotta, hogy emellett karriert is szeretne.

„Olyan szempontból, hogy egy férfiről jobban elhiszik, hogy előre tud menni, és egy vezetői feladatot el tud látni, ilyen szempontból nekik könnyebb. Előrelépkedés szempontjából. De nekik is a nap végén ugyanúgy teljesíteni kell. Tehát ha azt nézem, hogy mindegyik felső vezető, tehát a férfi és a nő is, akkor egy nőnek is le kell tudnia annyit tennie az asztalra, mint egy férfinak, és egy férfinak is le kell tudnia tenni annyit az asztalra, mint egy nőnek. Ott már nem ebből adódik a differencia. A feljutásánál ott jelent némi nemű hátrányt, nem mondom, hogy olyan rettenetesen sokat, de jelent. Nekiünk meg azért hazamegyünk, mégis csak mi vagyunk az anyuci otthon, a gyerekek csak mi ülünk le tanulni, csak mi adunk neki vacsorát. Ránk nehezedik az a nyomás, hogy „érjél már haza, mert éhes vagyok”. Ebben a nőknek van nehezebb dolga, mert nehezen engedhetem meg magamnak, hogy elugrom még egy buliba, vagy este 10-ig bent maradnék. Ez mindig komoly lelkiismeret-furdalást okoz. Nem gondolom, hogy a férfiaknak jobb vagy a nőknek rosszabb, vagy fordítva, igazából egál.”

6.4. KÖVETKEZTETÉSEK

A kutatás eredménye vállalat specifikus, egy olyan speciális környezetet tár fel, ahol a szervezet kiemelten foglalkozik a női felső vezetés témakörével, ugyanis felismerte benne a lehetséges versenyelőnyt (a vállalat egyébként piacvezető pozícióban van.)

Véleményem szerint azok a kognitív disszonanciát keltő helyzeteket, amelyekért egy vállalat tehet, azt sikeresen kezelik. Próbálják a szegregációt minimalizálni, ezt mind a vertikális, mind vállalaton belül a horizontális szegregációra értve (az interjúban elhangzottakból kiderült, hogy általában egyenlő vagy majdnem egyenlő az arány az azonos szintű középvezetők nemét illetően). Az is kiderült az interjúkból, hogy támogatják a részmunkaidőt, és hogy nem gondolnak úgy azokra az alkalmazottakra, akik köztudottan hamarosan családot szeretnének alapítani, hogy nem szabad őket előléptetni, nem szabad őket szakmailag továbbfejleszteni. Azonban az interjúban van olyan, is aki úgy véli, hogy a részmunkaidő csökkenti az előrelépés esélyeit, és csak arra alkalmas, hogy szinten tartsa az alkalmazott szakmai tudását. Az is a társadalmi normákhoz köthető, hogy a párok között az általában fel sem merül, hogy a férfi maradjon otthon gyereknevelési célból, míg a nő építi a karrierjét. A bérkülönbségekbe nem tudtam betekintést nyerni, mert ezek bizalmas adatok.

Arra nem láttam megoldási struktúrát, hogy a férfiakban esetlegesen keletkező kognitív disszonanciára milyen megoldási struktúrák lehetnek a vállalatnál (sajnos a tanulmány korlátozott terjedelme ennek vizsgálatát nem tette lehetővé), de mint az egyik interjúalany említette, sajnos nincsen Men's network, ám lehet, hogy a férfiak ezt nem is annyira igénylik.

Nyilvánvalóan a szervezet nem tudja befolyásolni a rajta kívül eső, társadalmi tényezőkből fakadó kognitív disszonanciát keltő helyzeteket, illetve a kialakult társadalmi normákat a női és a férfi identitással kapcsolatban. Itt fel is fedeztem a középvezető nőknél, hogy aki ódzkodik a felső vezetéstől, az a szervezeten kívüli okokra hivatkozott. A párok közötti munkamegosztásra nehéz lenne a szervezeten belülről hatni a kialakult társadalmi normák miatt. Nem egyszerű változtatni azon, hogy mit gondol a társadalom arról, hogy hogyan kell viselkednie egy jó anyának és egy jó feleségnek.

Összességében úgy gondolom, hogy a szervezetnek a belső üvegplafont sikerült áttörnie, arra azonban még várunk kell, hogy ez más szervezeteknél is bevett gyakorlat legyen, illetve, hogy a társadalmi normák, a nőkről és a férfiokról alkotott elvárásaink változ-
zanak.

7. ÖSSZEFOGLALÁS, KITEKINTÉS

Kutatásom célja a közgazdaságtan és a szociológia határterületén a nőket érő kognitív disszonanciát keltő helyzetek feltárása és megértése volt. A kutatás fő kérdése az volt, hogy mik azok a gátak, amik miatt a nők többsége csak közép vezetői szintig jut el, de felső vezetői pozícióba már nem kerül.

Az identitás gazdaságtan segítségével, a nemekhez társuló társadalmi normák megértésén keresztül magyarázatot kaphatunk a horizontális szegregációra kialakulására. Ez az elmélet azt mondja, hogy vannak 'férfi' és vannak 'női' munkák, és mindkét nem tagjai hasznosságot vesztenek, ha a másik nem által felcímkézett foglalkozást választják. Ez az elmélet a bérkülönbségekre is magyarázatot ad: a nők azért keresnek kevesebbet a férfiaknál, mert a férfiak kognitív disszonanciát élnek meg, amikor egy nő férfi munkát végez, és a vállalatnak kompenzálnia kell ezt az identitás-hasznosságvesztést. A tanulmányban feldolgoztam a munka és a magánélet egyensúlyának kérdését is. Ez egy súlyos kognitív disszonanciát keltő faktor a nők életében, hiszen a társadalmi nyomás miatt kialakulhat náluk a kettős teher szindróma, ami annyit tesz, hogy egyszerre kell megfelelniük alkalmazottként vagy akár vezetőként és otthon anyaként, feleségként. Ez egy elég fontos gátat jelenthet az előrejutásban.

Az elmélet alapján felépíthető az identitás gazdaságtan tükrében a vertikális szegregáció is. A vezetést tipikus 'férfi munka' – amennyiben nők töltik be, kognitív disszonanciát fognak megélni és egyfajta szerep konfliktust: a vezetői elvárásokat tekintve férfias tulajdonságokkal kell rendelkezniük, de a nemi elvárásoknak megfelelően ugyanakkor nőiesen kell viselkedniük. Vizsgálatom kiterjedt a vezetői szerep nemére is, melyben az elmélet azt mutatja, hogy a vezetői szerep nagyon erősen át van itatva nemi sztereotípiákkal, még akkor is, ha manapság az empátiára épülő 'nőies' vezetési stílus nyert teret. Áttekintettem még az üvegplafon-jelenség keretében, hogy milyen tényezőknek köszönhető, hogy egyre több nő kerül közép vezetői státuszba (diplomás nők arányának növekedése, a társadalmi normák változása, szociálpolitikai intézkedések) és hogy ezek a változások mért csak a közép vezetői szintig effektívek.

Ez után az empirikus kutatásom keretében vizsgáltam, hogy ezek a tényezők mennyire valósulnak meg egy olyan vállalatnál, ahol erősen fókuszálnak a nők felső vezetői pozícióba jutásának elősegítésére. Konklúzióként levonható, hogy a vállalatok tudják redukálni azokat a tényezőket, amelyek az ő hatáskörükben vannak, és ezzel csökkenthető az identitás-hasznosságvesztés, illetve lehetőség teremthető azon nők számára, akiknek van felső vezetői

ambíciójuk. Viszont a szervezetek a kialakult társadalmi normákon nem tudnak változtatni, ehhez át kell alakulnia a társadalmon belül a nők és férfiak szerepéről alkotott képünknek, ez pedig hosszú folyamat. Éppen ezért úgy gondolom, hogy jó út, ha a vállalatok támogató intézkedéseket tesznek, ám a tartós és jelentős változáshoz még sok idő kell.

A dolgozat jó kiindulópont lehet további kognitív disszonanciát feltáró kutatásokhoz, illetve érdemes lenne lefolytatni a kutatást férfiak körében is, hiszen az elmélet szerint ők is számtalan esetben élnek át identitás-hasznosságvesztést. A szervezeti támogató intézkedésekből kiindulva pedig érdemes végig nézni, hogy a szociálpolitikai intézkedések milyen hatással vannak az esélyegyenlőség és a diverzitás elősegítésére.

Az elmélet és a kutatás is igazolja, hogy miért pontatlan, hogyha a Homo oeconomicust nemileg semlegesnek tekintjük. Az identitás gazdaságtan megmutatja, hogy a férfiak és a nők a munkaerőpiacon és a munkaerőpiacon kívül egyaránt más társadalmi elvárásokkal, más döntéshelyzetekkel szembesülnek. Ebből kifolyólag úgy gondolom, hogy a munkaerő-piaci szabályozások - legyenek ezek szociálpolitikai, törvényi előírások vagy a vállalatok, szervezetek önként bevezetett belső politikái – megalkotásánál fontos figyelembe venni az identitást és az ahhoz társuló normarendszert a legmegfelelőbb döntések meghozatalának érdekében.

IRODALOMJEGYZÉK

Szakirodalom

AKERLOF G.A. – KRANTON R.E. [2000]: Economics and Identity. In: *The Quartely Journal of Economics*, Vol. CXV., 715-753. o.

AKERLOF, G. A. – KRANTON, R. E. [2010]: Identity economics: How our identities shape our work, wages, and well-being. Princeton University Press, Princeton, New Jersey

DAVIS, J. B. [2010]: Individuals and identity in economics. Cambridge University Press, Cambridge

GULYÁS [2007]: A méltányosságelmélet alapjai. In: *Közgazdasági Szemle* LIV. évf., 167-183. o.

KONZULENS [megjelenés alatt]: A közgazdaságtan és a szociológia határán: az identitás-gazdaságtan által felvetett elméleti kérdések.

KOVÁCS, A. [2003]: A gazdasági viselkedés racionalitása. 111-147.o. In: *Gazdaságpszichológia* (szerk: Hunyady, Gy., Székely, M.), Osiris kiadó, Budapest

KRUGMAN, P.R. – OBSTFELD, M. [2003]: Nemzetközi gazdaságtan,.Panem Kiadó, Budapest

KVALE, S. [2005]: Az interjú: Bevezetés a kvalitatív kutatás interjútechnikáiba, József Műhely Kiadó, Budapest

MAJOROS, P. [2004]: A kutatómódszertan alapjai. Perfekt Kiadó, Budapest

NAGY, B.: Karrier női módra [1997]

<http://www.tarki.hu/adatbank-h/nok/szerepvalt/nagybea97.html>

POWELL, G. N. [1999]: Gondolatok az üvegplafonról. A legújabb trendek és jövőbeni kilátások. 74-95. o. In. *Szervezet, menedzsment és nemek* (szerk.: Nagy, B.) Aula Kiadó, Budapest

SAMUELSON, P. – NORDHAUS W. D. [2009]: *Közgazdaságtan*. Akadémiai Kiadó, Budapest

WAJCMAN, J. [1998]: Lágynak lenni nehéz: Van a vezetői stílusnak neme? 122-141. o. In. *Szervezet, menedzsment és nemek* (szerk.: Nagy, B.) Aula kiadó, Budapest

WEST, C. – ZIMMERMAN, D. H. [1987]: Doing Gender In: *Gender and Society*. Vol. 1, No. 2. 125-151. o.

Források

BORISOVA, D. – STERKHOVA O. [2012]: McKinsey & Company: Women as a valuable asset

CATALYST [2013]: Historical List of Women CEOs of the Fortune Lists: 1972-2013,
Catalyst Information Center

MCKINSEY & COMPANY [2012]: Women Matter 2012: Making the Breakthrough

Egyéb dokumentumok

Eurostat adatbázis

http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=earn_gr_gpgr2&lang=en

Internetes források

BARSOUX, J. – TOEGEL, G. : Women Leaders: The Gender Trap

<http://www.europeanbusinessreview.com/?p=6785>

MARTIN, J.: Gender-Related Material in the New Core Curriculum [2007]

http://www.gsb.stanford.edu/news/headlines/wim_martin07.shtml

OZEROVA, A. [2013]: Even little kids have a wage gap

http://www.salon.com/2013/08/15/even_little_kids_have_a_wage_gap/