

KINAS KVINDelige YUPPIER

EN AF MIDDELSTANDENS MAGTFAKTORER

Kinas karrierekvinder var emnet for et foredrag, som cand.mag. i kinesisk kultur mv. Annette Dahl holdt i Dansk-Kinesisk Forening den 19. januar 2006. De er veluddannede, har let ved at få et højt lønnet job og lederstillinger i udenlandske firmaer i Kina – og de fleste, om ikke alle, er på jagt efter en mand, som kan indfri deres krav til en ægtefælle.

Af Flemming Poulsen

Karrierekvinderne er godt stof i mange af de magasiner, der udgives i Kina, ofte i samarbejde med udenlandske forlag. Et af bladene giver i detaljer de karrierebedste kvinder gode råd om, hvad de skal foretage sig i ugens løb, hvordan de skal gå klædt til hvilke begivenheder, hvad de skal købe osv.



Karrierekvinderne kommer fra middelklassen. Hvem der hører til den gruppe i Kina kan defineres på mange måder. Annette Dahl går ud fra en kinesisk undersøgelse, der siger, at personer fra middelklassen skal have en høj, stabil indtægt – mindst svarende til 45.000 kr. om året. De skal være veluddannede med mindst en bachelorgrad, de skal have en høj stilling i det offentlige eller det private erhvervsliv. De skal købe luksusforbrugsgoder, have en ejerbolig og måske også den nye superforbrugsvare – en bil. Desuden holder de ferie, enten i Kina eller i udlandet, og de bruger mange penge på deres børn, ikke mindst på deres uddannelse, der gerne må foregå på et universitet i udlandet.

Man regner med, at omkring 11 pct. af Kinas indbyggere hører til middelklassen, og man går ud fra, at dette tal bliver fordoblet i de næste femten år.

Der er en enorm forskel på levestandarden i byerne og på landet. I dag er 70 pct. af befolkningen bønder. Mange tjener kun hvad der svarer til 2200 kr. om året, så der er virkelig tale om en forskel sammenlignet med folk fra mellemklassen.

Annette Dahl har som led i sine studier interviewet otte kinesiske kvinder i Shanghai om deres karrierer. Fire af dem fortalte hun om i forbindelse med foredraget. Tre af dem arbejder målrettet på at gøre karriere, den fjerde er en kontrast til de tre, for selv om hun har en høj uddannelse og sagtens kunne få et højt lønnet job, har hun fravalgt karrieren til fordel for familielivet sammen med mand, børn, forældre og svigerforældre.

Skifter tit job

Jin med det engelske kaldenavn Stella (af praktiske grunde har kinesere et udenlandsk navn, når de arbejder i et udenlandsk firma) er leder af personaleafdelingen i en amerikansk virksomheds Shanghai-afdeling. Hun har en bachelorgrad i engelsk, men har ingen uddannelse i personaleledelse. Men takket være sine engelskkundskaber har hun haft mulighed for

langsomt at arbejde sig op i internationale virksomheder, og hun er ifølge Annette Dahl et godt eksempel på den jobmobilitet – også kaldet jobhopperi eller jobshopperi –, som er så almindelig blandt de højtuddannede i Kina.

Stella har skiftet job mange gange, siden hun blev færdig med sine universitetsstudier for fem år siden. Det foregår på den måde, at hun surfer rundt på internettet, hvor der er et væld af hjemmesider med ledige jobs. Så lægger hun sit cv med en kort præsentation af sig selv ind på en hjemmeside med et job, hun er interesseret i. Så bliver hun måske indbudt til en samtale, og er hun en medarbejder, virksomheden kan bruge, får hun udkastet til en kontrakt med hjem. Med det i hånden går hun til sin chef, fortæller ham eller hende, at virksomheden har tilbudt hende 3000 yuan (ca. 2200 kr.) mere om måneden, end hun har i sin nuværende stilling (i et tysk medicinalfirma). Desuden får hun en titel, der placerer hende lidt højere oppe på rangstigen.

Da hun er en nøglearbejder, som firmaet har investeret en del penge i for at uddanne hende til at varetage specielle opgaver, vil man nødig give slip på hende, så hun får en lønforhøjelse på 2500 yuan, så hun nu har 10.000 yuan (ca. 7500 kr.) om måneden.

Manglende loyalitet

Men hun fortsætter turen rundt på internettet, og tre måneder efter har hun et nyt job i kikkerten – og får det. På den måde er hun foreløbig endt som personaleleder i en amerikansk virksomhed.

Det går utroligt let med at få et nyt job, og Stellas måde at forøge lønnen på og stige i graderne er karakteristisk for middelklassens veluddannede kvinder og mænd. Det kan godt forekomme lidt illoyalt over for ens firma, i Danmark viser vi lidt større loyalitet over for arbejdspladsen, men sådan er det ikke i den gruppe, der er tale om her, sagde Annette Dahl.

Det er ønsket om at få en højere løn, der får karrierekvinderne til at

skifte arbejde, men skiftet fører også andre eftertragtede goder med sig, nemlig mulighed for at udvikle sig arbejdsmæssigt og personligt. Ud over en god uddannelse lægger karrierkvinderne stor vægt på den kulturelle dannelse. Begge dele fås ved jobskifte, fordi den nye arbejdsgiver kan tilbyde nye kursus og flere kompetencer, som medarbejderen kan få brug for, næste gang hun søger et job.

Men den vigtigste grund til at skifte job er lønnen. Hvert jobskifte betyder lønstigning, så Stella har nu en månedsløn på 15.000 yuan (ca. 11.000 kr.), en fordobling på et par år. Det er betydeligt mere end gennemsnittet på under 4000 yuan (ca. 3000 kr.) om måneden. Det er specielt højtuddannede og nøglemedarbejdere, der jævnligt er på jagt efter et nyt job.

Medarbejdernes ustandselige jobskift er naturligvis et stort problem for virksomhederne. Der er mange metoder til at holde på en værdifuld medarbejder, fx medarbejderaktier og andre goder, der kan minde om forholdene under maoismen, hvor ansættelse i offentlige virksomheder medførte, at man som supplement til en ikke særlig høj løn fik forskellige goder som billig bolig, børnehaver, sygesikring, uddannelse og et socialt sikkerhedsnet. Noget tilsvarende bruger virksomhederne nu for at holde på medarbejderne.

Yuppierne og karrieren

Ægteparret Jin (Stella) og Tan har besluttet, at de ikke vil have et barn. Jin er bange for, at et barn vil sætte hendes karriere på spil, og hun går målrettet efter at nå, hvad hun har sat sig for. Hun stilede efter først at blive mellemløber og derefter egentlig leder. Det har hun nået nu som leder af personaleafdelingen i den amerikanske virksomhed. Næste skridt er at komme op på chefniveau, for der er lønnen høj. Hun har fået at vide, at hendes chef i det tyske firma, hvor hun før var ansat, tjente 70.000 yuan (ca. 52.000 kr.) om måneden, og den løn vil hun gerne op på, for så kan hun få råd til at købe en bil og andre forbrugsgoder.

Hun siger selv, at hun (og hendes

mand, der arbejder i et hollandsk firma, men endnu ikke tjener så meget som hun) hører til gruppen af *xiao zi*, dem man i den vestlige verden kalder yuppier. Denne gruppe er moderne, vestligt orienterede erhvervsfolk, der har fået en høj uddannelse, har lært engelsk eller et andet fremmedsprog, har antaget en vestlig livsstil og har råd til at købe dyre, udenlandske forbrugsgoder.

Og en ting til: *xiao zi*-gruppens medlemmer har ud over en høj uddannelse også, hvad Stella kalder *dannelse*. Herved adskiller *xiao zi* sig fra en anden gruppe af middelklassefolk, nemlig dem, der har tjent formuer på mere eller mindre ærlig vis. De mangler ifølge Stella *dannelse*. Stella og hendes ligesindede har tjent sig op i systemet på hæderlig vis og er veluddannede, kulturelt og arbejdsmæssigt.

Det er, som om der er to middelklasser: de, der har fået en uddannelse, og de, der tjener formuer ved korrupsion og svindel.

Dannelse er vigtig, det er vigtigt at have stil og smag. De dannede yuppier køber ikke kinesiske varer, for det er der ingen prestige i, det er derimod et stort statussymbol at købe en vare, der er mærket med Sony eller Siemens eller Panasonic eller Mercedes.

Middelklassens alliance med styret

Middelklassen er en særdeles vigtig gruppe for den kinesiske regering såvel som for udenlandske virksomheder, fastslår Annette Dahl. Det er en ressourcestærk gruppe, som regeringen er glad for, fordi dens medlemmer grundlæggende er tilfreds med regeringens politik. Det er ikke gået, som nogle spåede, nemlig at det kommunistiske styre ville være tvunget til at indføre politiske forandringer, fordi middelklassen ville forlange det. Det er en udvikling, man har set på Taiwan, hvor middelklassen krævede politiske forandringer og fik det, så Taiwan nu har en parlamentarisk regering.

Det er ikke sket i Kina, for her har middelklassen og den kommunistiske

regering lavet en slags alliance, en social kontrakt, der giver middelklassen mulighed for at tjene mange penge og købe luksus forbrugsgoder for til gengæld ikke at protestere mod den manglende demokratiske udvikling. Til gengæld har regeringen fået store problemer med landbefolkningen, som protesterer og demonstrerer og gør oprør. Det kan give sig udslag i, at den lokale skatteopkræver og de lokale kadrer bliver overfaldet, eller embedsmænds huse bliver brændt ned. Men i de store byer på Østkysten kommer der formodentlig ikke noget oprør som i 1989.

For de udenlandske virksomheder er middelklassen vigtig, fordi den er målgruppen for deres produkter. Middelklassens pengestærke medlemmer er vilde med at købe udenlandske varer. Så de står stærkt i det

Jin og hendes mand Tan betegner sig selv om yuppier. Jin stiler efter at blive chef med en kæmpeløn. Af hensyn til karrieren har hun besluttet, at hun ikke vil have et barn. Billedet er fra deres bryllup. (Privatfoto).





Foredragsholderens karriere

Annette Dahl blev færdig fra Aarhus Universitet i august 2005 som cand.mag. i kinesisk sprog, kønspolitik, kommunikation og kultur.

Hendes speciale var „Livsstil på tryk“. Under studiet specialiserede hun sig inden for forbrugerkultur, karrierekvinder og medier i et kinesisk perspektiv.

Siden sin eksamen har hun arbejdet som freelance konsulent. Hun holder foredrag og arrangerer kurser om kinesisk kulturforståelse og interkulturelle kompetencer i jobsituationer. Desuden underviser hun i kinesisk sprog.

I begyndelsen af 2006 har hun begyndt sin egen konsulentvirksomhed, „c3consulting“, der – med hendes egne ord – klæder danske virksomheders medarbejdere på til at overvinde udfordringer i deres arbejde med kineserne.

„Jeg undersøger, hvad det er, virksomheden ikke ved om Kina, hvilke problemer den har i kommunikationen med sine kinesiske samarbejdspartnere, og derefter designer jeg foredrag og kurser, så de præcis opfylder de behov, den enkelte virksomhed måtte have“.

Kursuset kan dreje sig om kinesisk sprogundervisning, kommunismens magt i det moderne kinesiske samfund, den kinesiske middelklasse – storforbrugere i det 21. århundrede. Indholdet kan også være mere forretningsbetonet som „Takt og tone under forretningsbesøget i Kina“.

Annette Dahl er 32 år, er gift, har to børn og bor i Århus.

kinesiske samfund, både over for regeringen og over for virksomhederne.

På udkig efter en mand

De to andre karrierekvinder, Annette Dahl havde med i sit foredrag, har meget til fælles med Stella, men der er også forskelle.

Den 26-årige marketinguddannede Jean Hong hører til en gruppe, der populært betegnes som „parasit-singler“. Hun bor hjemme hos forældrene, men snylter på dem, for hun tager ikke del i husholdningen og betaler heller ikke noget for at bo hjemme.

Hun er i virkeligheden ikke single, for hun har en kæreste, men hun vil ikke gifte sig med ham. Han er ikke „ægteskabsværdig“ – hans uddannelse er ikke god nok, han har ikke tilstrækkeligt høje ambitioner.

Men Jean Hong er på udkig efter en, hun kan gifte sig med. At finde en mand er hendes mest presserende projekt, siger hun. Der er i Kina tradition for, at en kvinde skal have fundet sig en mand, inden hun fylder 30. Jean Hong føler, at hun er udsat for et pres fra sine omgivelser, fordi de hele tiden siger til hende, at nu må hun altså se at blive gift. Der er ved at gå panik i hende, for, som hun siger, hun nærmer sig de 30 og er stadig ugift. Så er der ikke så længe til de 40, og så bliver hun aldrig gift.

Manden, hun er på udkig efter, skal kunne forsørge hende, så hun kan gå hjemme og være en traditionel kinesisk husmor, eller hun skal i det mindste være i stand til at trappe ned på karrieren. Han skal også tjene så meget, at de kan holde en luksuriøs livsstil.

Hun har skiftet job flere gange og har nu 15.000 yuan (ca. 11.000 kr.) om måneden som leder af receptionistafdelingen i et fransk firma.

Drømmen om at være husmor

Den tredje karrierekvinde, den 27-årige Ivy, har en bachelorgrad i historie, men hun fandt det kedeligt at undervise, og ansættelse på et bibliotek var heller ikke tiltrækkende, så hun søgte i stedet ind i det private er-

hvervsliv, og der har hun skabt sig en fin karriere. Det specielle ved Ivy er, at hun er individualist, hun har købt en toværelers lejlighed, hun bor alene og holder meget af at være hjemme. Hun har ikke så travlt med at komme ud. At have det rigtige tøj på og se de rigtige mennesker er ikke så vigtigt for hende.

Men hun ville gerne have en mand. For hende gælder det ikke om at blive gift, inden hun er 30. Men hun vil helt sikkert have en mand, for hun bryder sig i virkeligheden ikke så meget om at deltage i et karriereræs. Hun har gjort karriere, fordi hun så tjente nok til at klare sig selv og have egen lejlighed. Men hun drømmer meget om rollen som husmor, og i modsætning til de andre taler hun om kærlighed, hun skal være forelsket i den mand, hun vil giftes med. Han skal have en god karriere og være i stand til at forsørge hende, for hun vil gå hjemme og passe mand og barn. Hun arbejder i det føromtaltte hollandske firma, og det er hendes tredje arbejdsplads, de to andre var også udenlandske.

Hun refererede til firetegnsudtryk-kene *xiangfu jiaozi* (støtte mand, opdrage barn) og *xianqi liangmu* (dydig hustru, god moder) til at vise, hvad hun stiler efter. Hun vil leve op til de forventninger, samfundet stiller til hende. Så forskellige de tre end er, har de et fælles mål: at blive gift.

Farvel til karriereræs

Den fjerde kvinde Annette Dahl interviewede i Shanghai, Zhang Tong, var en slags kontrast til de tre. Hun er 38 år, gift, har en datter, og sammen med manden bor de hos hendes forældre. Men hun er ikke nogen „parasit“, hun snylter ikke på sine forældre, hun deltager i husholdningen, betaler sin del af udgifterne, det hele fungerer som én familie. Hun arbejder i en statsejet virksomhed, her har hun været i femten år. Hun er uddannet kemiingeniør, har altså en høj uddannelse, men har aldrig skiftet job. Hun tjener kun 2500 yuan (ca. 1650 kr.) om måneden.

Hun har ingen drøm om at gøre karriere. På mange måder hviler hun

mere i sig selv end de andre, som har et hektisk liv. Men hun har det også nemt, begge forældre er pensionister, forældrene afleverer datteren i skole, laver mad og køber ind. Zhang har en lang arbejdsdag, men de ydre rammer er ordnet for hende. Hendes mand arbejder også i en statsejet virksomhed.

Hun har ingen vestlige forbrugsgoder i hjemmet, om aftenen ser hun tv sammen med de andre, hendes kerne er familien. Hun drømmer ikke om en lederrolle, for hende er det at lede folk noget med at skælde ud eller irettesætte dem. Hun er tilfreds med sin livsstil, vil ikke bytte med andre kvinder, har ingen trang til at anskaffe forbrugsgoder, så hun har ikke brug for flere penge. De kan fint leve af deres løn, blandt fordi en del af huslejen bliver betalt af staten.

Annette Dahls konklusion på mødet med karrierekvinderne er, at de har et væld af muligheder, men de støder også på konflikter. De skal kombinere en moderne livsstil med traditionelle kongfutsianske retningslinier, der faktisk er genopstået som reaktion på de mange livsmåder, den enkelte kineser har fået i det moderne kinesiske samfund. De kongfutsianske leveregler skaber nemlig nogle faste rammer gennem nogle bestemte roller, som kvinderne kan indtage, og hvor samfundet har bestemte forventninger til deres handlingsmønstre.

Magasiner for karrierekvinder
Annette Dahl har også kinesiske medier på programmet og benyttede lejligheden til at fortælle om magasiner for karrierekvinder.

Der findes i Kina magasiner for alt muligt: modemagasiner, magasiner om hjemmets indretning, bryllupsmagasiner, computermagasiner osv. Langt de fleste udgives i samarbejde med et amerikansk eller fransk eller engelsk forlag. De er store, 400 sider, og koster 20 yuan (ca. 15 kr.).

Annette Dahl har skrevet speciale om et japansk-kinesisk modemagasin for karrierekvinder kaldet Rayli. Bladet er et eksempel på, hvordan kinesiske medier fremstiller kinesiske kvinder. I modereportagen „En uge“

fortælles på dokumentarisk måde, hvordan kvinden dag for dag ugen igennem skal klæde sig til forskellige begivenheder, hvilke restauranter hun skal lade sig se i, hvor hun skal handle, hvad hun skal købe, hvordan hun skal mødes med kæreste og venner osv. Det er som en manual i rigtig optræden på hver af ugens syv dage. I magasinets reportager optræder tre kvinder: Den „mandlige“, dvs. den udadvendte kvinde, hende der har kontakt med kunderne, laver markedsanalyser og får solgt varerne. Den „klassiske“, dvs. den yngste, chefens sekretær, samt „den ideelle“, den „søde pige“, reportagens midtpunkt, der er lidt højere oppe i hierarkiet end de to andre. Hun er 30 år, men har ingen kæreste. Men det får hun, og om søndagen mødes de alle tre for at fejre den store begivenhed.

Mandbladene

Der er også magasiner for mænd. Den metroseksuelle mand, som der er talt så meget om i Europa og USA, er også nået til Kina, i hvert fald i medierne – ham, som bruger penge på creme, dyr parfume, lækkert tøj osv., men det er uklart, om han virkelig eksisterer, eller om det bare er et mediestunt, sagde Annette Dahl. I hvert fald køber mange mænd disse mandblade.

Den største forskel mellem modemagasiner i Europa og USA og de kinesiske mandblade er, at man ikke ser den samme seksualisering af manden i udenlandske magasiner som i de kinesiske.

„Det er måske noget af det, der slog mig mest, da jeg begyndte at se nærmere på maskulinitetsbegrebet i Kina“, sagde Annette Dahl. „Det var lige før jeg rødmede, når jeg kiggede i et kinesisk mandblad, fordi mændene ikke har så meget tøj på. På flere billeder sidder mænd tæt op ad hinanden, rører ved hinanden og udtrykker en seksualitet, som man i vestlige magasiner normalt kun ser med kvinder som modeller“.



Et kinesisk mandblad som „Gentleman“ skriver om karriere, biler, kvinder, dyre ure, alkohol osv., ganske som i tilsvarende vestlige magasiner.

En reklame for badebukser i et kinesisk mandblad. De mandlige modeller i kinesiske blade for mænd afspejler ofte i langt højere grad end vestlige blade en utilsløret seksualitet med billeder af let påklædte mænd.

