

# 经济全球化与中东妇女的发展

陈 静

经济全球化指的是一种全新的生产模式,在这种生产模式下,资本、技术、资源、知识产权、劳务、信息迅速地跨国界流动和配置。经济全球化的影响将波及人们社会和文化生活的各个方面。然而经济全球化与中东妇女这个问题人们论及的很少,但可以肯定,经济全球化这把“双刃剑”既为中东妇女的发展提供新的机遇,同时也使中东妇女在谋求发展时面临更加严峻的挑战。

首先,经济全球化有利于中东地区吸引外资和出口加工业的发展,并带动中东地区私人企业的发展,中东妇女在生产领域的就业出现良好势头。

1987~1999 年,中东地区吸引外资的数量从 12.7 亿美元增加到 69.2 亿美元。外资的增加为中东地区发展出口导向型的经济增添了活力。1990 年,中东地区(除摩洛哥、突尼斯和埃及外)的出口商品绝大部分(78.2%)是矿产品,出口制造品仅占 17.5%。1990 年之后,中东工业化程度较高的国家出口制造品大幅度增长。土耳其从 1990 年的 79.2%增至 1996 年的 88%,阿曼从 1990 年的 9.5%增长到 19.7%(1995 年),巴林则从 21.7%增加到 39.9%(1994 年)。其中埃及从 1990 年的 49.4%上升到 2000 年的 70.7%,增长了 21.3 个百分点,突尼斯从 1990 年的 77.4%增加到 2000 年的 88.5%,成为中东制

造品出口最高的国家。突尼斯主要发展纺织业、电子工业、食品工业、服务业和制药工业。2001 年,突尼斯还成为世界上第四大橄榄油出口国、第一大椰枣出口国。摩洛哥出口制造品比例虽未增长,但仍保持了较高比例。在这三个国家的出口制造业中,妇女的就业比例不断增加。例如,摩洛哥妇女在制造业中的就业比例从 1980 年的 21%增加到 1999 年的 42.7%。在摩洛哥雇佣妇女的三大部门,如地毯、服装和食品加工工业中妇女的就业率甚至高达 70%~100%。突尼斯制造业中的女性就业比例从 1984 年的 40%增长到 1999 年的 58%。埃及妇女在制造业中就业的比例从 1992 年的 11.8%上升至 1997 年的 13.9%。此外,土耳其也从 1985 年的 15.2%增加到 1992 年的 25%。即使在以出口矿产品为主的产油国,女性在制造业中就业的比例也在增长,如科威特,1985 年妇女在制造业中就业的比例为 1%,到 2000 年已上升至 4.7%;阿联酋从 1980 年的 1.2%增加到 1995 年的 19.2%;巴林从 1981 年的 2.4%增至 1992 年的 11.1%。

在中东出口加工区设立的“全球化工厂”(外资企业)也雇佣了大量女工。1993 年埃及公司雇佣妇女的比例占 29.1%,土耳其占 30.4%,约旦占 25%。私人企业中妇女的就业人数也呈增加趋势,1979 年伊朗私人企业

中女工只有 8.8 万人,1994 年大约有 23.7 万名女性在私人企业中工作,占私人企业工作人员的 6.7%,比 1979 年增加了 169%。

良好的就业形势导致妇女收入的增加。比如,80 年代,土耳其制造业部门中妇女人均收入是男性的 60%。1992 ~ 1997 年埃及和土耳其制造业中妇女的工资分别占男性的 74% 和 99%。事实表明,一个国家工业化和出口型经济发展战略的成功,离不开大量的妇女劳动力。联合国文件曾指出:“就全球化而言,工业化既是出口带动的,也是妇女带动的”。

其次,在商业、金融和其他服务业中妇女就业比例大大增加,服务性就业日益女性化。

在土耳其,1980 年从事商业和销售的女性占 0.5%,1997 年增加到 6.2%。1997 年黎巴嫩妇女从事销售的已占 44.5%。随着旅游业的发展,妇女在与旅游相关的服务业中的就业比例不断增加。在埃及,许多妇女从事与旅游相关的职业。2002 年,埃及妇女在旅游业从业人员中已占 48%。沙特商业部也开始允许妇女从事旅馆业。在金融领域,沙特妇女拥有股份公司 20% 的股份,科威特妇女多从事股票和债券交易。1999 年 5 月埃及金融市场颁布的统计资料表明有 1000 名妇女在 150 个经纪公司工作。在行政和管理方面从业的女性也日益增多。1981 年巴林女行政和管理人员占 0.6%,1985 - 1997 年已达 21%。1983 年埃及女行政和管理人员占 2%,1985 - 1997 年增加到 16%。

在许多中东国家还出现了妇女经营的企业。这些企业往往是通过女企业家协会、商会内部的妇女委员会或网络自行组织起来的。在沙特,34% 的利雅得私人企业、25.6% 的吉达私人企业和 5.58% 的麦加私人企业为女性所有,仅商业首都吉达一地就有 4000

名商界女性。在利雅得大约有 2480 名,在达曼和胡富夫也有 500 名。阿曼妇女在该国 10 个商业家族中拥有一半以上的高级管理职位。此外,突尼斯女企业家的人数在近几年已增至 4,850 人,她们中从事商业的妇女比例为 8%。

再次,伴随经济全球化的是信息在全球的迅速传播,以互联网为代表的传媒革命深刻地改变着中东妇女的思想观念、影响着她们的生活与就业方式。

互联网构成了女性对多元文化理解的基点,扩大了女性的视野,有利于促进女性的现代化,女性轻点鼠标就可以与国际社会接轨。同时网上交流还可以创造一种共同的价值标准,特别是在有关妇女解放和发展的问题上,中东妇女可以获得更多的通过其他途径不能获得的信息。据非官方统计,沙特阿拉伯使用互联网的三分之二是妇女,因为她们受传统的束缚不易和外人接触,甚至不能驾驶汽车。互联网缓解了这一局面。更重要的是,她们从网上了解到其他国家妇女的状况之后,会反思为什么她们不能享有同等待遇。互联网有利于她们为争取自身应有的权利而斗争。

网络的智力性因素可以有效地发掘妇女潜在的智慧,同时又可避免由于提供性别信息而引起的性别歧视。这种智力性、非直接性的传媒方式在某种意义上改变了妇女现存的职业结构,扩大了妇女社会化的途径。在沙特,三千多名妇女开办起自己的公司和商店,在网上进行贸易。预计五年以后,女性商业从业人数还将增加二倍。伊朗非政府组织还制定了一个计划,即将地方传统手工业(如地毯编织和刺绣)转变成企业型的农村工业,然后在全球网络上进行销售,这不仅提高了妇女的收入,为家庭、社区带来了福利,而且

还树立了她们的自信心。在埃及,因特网也为妇女提供了大量就业机会。每天有3百万人进入开罗的阿拉伯就业网站,其中一半是妇女。在摩洛哥,一群有生意头脑的村妇,更是在网上开创事业,推销她们自己手织的地毯。网上交易方便了农村妇女获取经济收入,同时也向世界展现了她们的才能和传统文化,而这在以前是不可想象的。

另一方面,中东地区在政治上是备受世界关注的热点地区,但正因为这个原因在经济全球化过程中该地区很可能会被边缘化。

有报告显示,自1982年以来,中东国家在世界上的地位一直在下降。中东地区吸引外资的绝对数量虽在增加,但在经济综合指数方面却远远落后于世界上其他国家。例如,阿拉伯国家经济占世界GDP(国内生产总值)的比例从1980年的3.3%降至1999年的1.5%;在世界出口中所占比重从1980年的大约10%降到了1999年的2.8%。除了石油贸易外,该地区的非石油产品出口占世界出口的比例不到1%。由于该地区不断发生战争和武装冲突以及美对伊拉克实行的经济制裁对吸引外资产生着消极影响,因此中东地区吸引外资占国际外资总额的比例连续下降,从1985年的3.9%和1990年的2.1%降到1995年的1.6%,1998年再降至1.3%。2000年《世界投资报告》表明,虽然1999年外国直接投资进入中东地区的比例比1998年增加了15%,但这个比例仍低于整个发展中国家。

中东地区在全球化中边缘化的处境可能使中东妇女同样遭到被进一步边缘化的命运。经济全球化必然伴随中东地区经济结构的调整,带来的结果是劳动力市场更明显的分化,文化素质和工作技能不高的女工将被

抛出正规部门而转入非正规部门。

例如,1999年在埃及非正规部门就业的女性占除农业以外的就业人口的40%,突尼斯占47%,摩洛哥占57%。经济全球化带给西方国家的失业率增加的现象在中东地区更严重,而且妇女首当其冲。90年代初摩洛哥女性失业率最高达到了25%,而在埃及女性劳动参与率仅为10%,而失业率竟高达24%。中东地区失业已越来越女性化。在经济全球化的角逐中,中东拥有小型商业的少数女性被迫与拥有更大资源获得权的多国投资者竞争,往往会成为失败者。

经济全球化体现的是“强者经济”,中东妇女作为“弱者中的弱者”,其贫困状况将会更趋恶化。主要有以下原因:首先,中东国家本身存在着性别歧视,在强大的竞争条件下国家往往忽略性别平等的政策,有时甚至会以排斥妇女的方式为男性提供工作机会。其次,中东地区经济上被边缘化将使一些中东国家终止一些从前由国家承担的社会服务,而新的改革方案和发展计划会更有利于男性。再次,私营化在某种程度上强化了社会性别等级制度。此外,以前为了使最贫穷的女性实现一定程度上的经济独立而向她们提供的资助也可能减少。例如,1994年,在微型贷款的受益者中,土耳其妇女仅占3.3%,伊朗妇女占15%。

总之,经济全球化为中东妇女发展带来了新的机遇,不仅增加了她们的就业机会,提高了她们的收入,而且改变了她们的思想和生活方式;同时也给中东妇女发展带来了新的挑战。中东妇女只有抓住机遇,勇敢地迎接挑战,才能在经济全球化进程中立于不败之地。