**UNIT 17**

１ The mention of women in emerging economies / often evokes a picture of oppressed and poverty-stricken victims / in male-dominated cultures. // The problems are real / and of critical importance. // But educated women / in Brazil, Russia, India and China / ―― the BRIC economies which represent the four largest emerging markets ―― / are telling a different tale / of power and success. //

新興経済諸国の女性たちについて語ることは　　　　　　　　　　　　　　　　　　抑圧され，貧しさにあえいでいる犠牲者というイメージを呼び起こすことが多い　　　　　　　　　　　　　　　男性が支配的な文化圏において　　　　　　　　　このような問題は現実である

また極めて重要である　　　　　　　　　　　　　　しかし教養のある女性たちは ブラジル，ロシア，インド，中国の

つまり4大新興市場を表すBRICs経済圏の

　　　　それとは異なる話をすることだろう　　　　　力強さと成功にまつわる

アメリカ合衆国でと同様に　　　　　　BRICsの女性たちは大学や大学院に殺到している

　　　　　　　　　彼女たちは，ブラジルの大卒者の60パーセントに相当する　　　　　　　　　　　　　　そしてロシアでは57パーセントに

　これらの数が表しているのは　　　　　　　ほんの一握りのエリートどころではない　　　　　　　BRICsの若い女性の15から25パーセントが　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　現在，大学で教育を受けている　　　　　　　　これは相当な数である

　 加えて，彼女たちはただ学位を取得しようとしているだけではない　　　彼女たちはそれを使いたいという願望に満ちあふれている

　　　　　　　　　また，そうする機会もある

子育ては同じようなキャリア形成上の問題を引き起こすことはない　　　　　　　　　　　　　合衆国や西ヨーロッパにおいてと

　　　　　　　　 強いきずなで結ばれた家族親戚のネットワークが　　　　　費用のかからない家事手伝いに加えて

　　　　　BRICsの女性たちに頼れる様々な援助を提供する（からだ）　　　　　　　　　　　　　　　　　彼女たちは仕事を辞めることはない

　　　　　　　　　　　　　出産後も　　　　　　　　　　　　　　　　　　　もう1つの重要な理由は　　　　　　　　　　　　　賢い企業が

　　　　　　　　　　　新興市場における技能のある労働者の不足に直面している　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　職場環境と就労モデルを策定している（ことである）　　　　　　　　　　　　　　　女性の成功を支援する　　　　　　　　　　　　　　　　たとえば　　　　　　　　ある世界規模のビジネス・サービス会社は提供している　　　　　　　　在宅勤務や　　　　　　　　　　　産休の延長や

　　　　　　　　　　　　　　　そして子供を持つ女性労働者のためのその他の選択肢を　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　これらの選択肢はその会社の助けとなっている　　　　　　　　従業員が退職して他の会社に移ってしまうのを防ぐ

これは言っているわけではない　　BRICsの女性たちにはキャリア形成上の顕著な問題がないと

　　　　　　　　　　　高齢者の介護がキャリアを台無しにしてしまうことがある　　　　　　　　　　女性たちがちょうど自分の潜在能力を最大限に発揮できるころに　　　　　　　　　　　　　調査された女性の大多数が　　　　　　　　　　　　　　　　　　　それは81パーセントだが

　高齢者の介護に対して重大な義務を負っている　　　　　　　　　　　　　　　　　　　そして義理の母親の面倒を代わりに見てくれる人を探すほうが難しいと感じている　　　　　　　　　　　　　　　　　子供よりも　　　　　　　　　　　　　　　差別は，もう１つのマイナス要因

２ Just as in the U.S., / BRIC women are flooding into universities and graduate schools. // They represent 60% of college graduates in Brazil / and 57% in Russia. // These figures represent / more than just a tiny elite. // Between 15 and 25% of young women in the BRIC / are now college-educated / ―― a substantial number. // And they’re not just earning degrees. // They are bursting with the desire to use them / and have the opportunity to do so. //

３ Childcare does not pose the same career challenge / as in the U.S. and Western Europe; / a strong network of relatives / combined with inexpensive domestic help / give BRIC women multiple shoulders to lean on. // They do not give up their careers / after they have children. // Another important reason: / smart companies / facing shortages of skilled workers in emerging markets / are designing workplaces and career models / conducive to female success. // For example, / one global business-services firm offers / work-from-home, / extended maternity leaves / and other options for female workers with children. // These alternatives help the firm / to keep its employees from quitting and going to other companies. //

４ This is not to say / that BRIC women don’t have their own distinct set of career challenges. // Eldercare can sometimes blow up careers / just as women reach the peak of their potential. // The vast majority of women surveyed / ―― 81% ―― / have significant duties on the eldercare front / and find it more difficult to subcontract their mother-in-law / than their children. // Discrimination is another negative factor / in emerging markets. // More than half of educated women in India, / 48% of their counterparts in China, / and 40% of Brazilian women professionals / feel they receive inferior treatment at work / because they are women. // Some encounter bias / severe enough to make them consider / scaling back their career goals / or quitting altogether. // In addition, / commutes are long / and often unsafe / for women in big cities in these countries. //

５ These barriers emphasize the fact / that the challenges faced by emerging-market women can be quite different / from their counterparts in developed countries. // Consequently, / the solutions cannot be versions / of what works in the U.S. and Western Europe. // These rapidly expanding countries / are the growth engine of the world / ―― and their educated women / are helping to power the dynamo. // Considering the skills and the attitudes women bring to the table in these markets, / strides they’ve already made / and their potential to further drive these markets, / companies in the U.S. and Western Europe / might want to think / about how they can similarly nurture female ambition / in established economies / ―― and make gender, not geography, a new source of growth. //

である　　　　　　　　　　　　　　　　　　新興市場における　　　　　　　　　　　　インドの教育を受けた女性の半数以上（が）

　　　　　　　　　　　　　　　　中国の教育を受けた女性の48パーセント（が）　　　　　　　　　　そしてブラジルの専門職に就いている女性の40パーセントが　　　　　　　　　職場で低い扱いを受けていると感じている　　　　　　　　　　　　　　　　　彼女たちが女性であるために　　　　　　　　　 中には差別に遭遇している女性もいる　　　彼女たちに考えさせるほどひどい

キャリアの目標を縮小しようと　　　　　　　　　　　　あるいは完全に離職しようと　　　　　　　加えて 通勤には時間がかかる そしてしばしば危険である　　　このような国の大都市の女性にとっては

　　こうした障壁は現実を際立たせている　　　　　　　　　　　　　　　　　　　新興市場の女性が直面している問題がまったく違ったものとなりうるという　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　先進国の女性のそれ［直面している問題］とは

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　したがって　　　　　　　　その解決策は修正版とはいかない　　　　　　　　　　　　アメリカ合衆国や西ヨーロッパでうまく機能しているものの　　　　　　　　　　　　　　　これらの急進諸国は

世界の成長の原動力である　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　そしてこれらの国の教養ある女性たちは　　　　　その原動力を促進する助けとなっている　　　　　　　　　　　女性たちがこうした市場にもたらす技能や態度を熟慮して

　彼女たちがすでに遂げた大きな歩みを（熟慮して） 　そして，こうした市場をさらに動かす可能性を秘めた彼女たちの能力を（熟慮して） アメリカ合衆国や西ヨーロッパの企業は

　考えてはどうだろうか　　　　　　　女性たちの大志をどうすれば（BRICsの女性たちと）同じように育めるかについて　　　　　　　　 既成の経済構造の中で そして地理的なものではなく，ジェンダーを新しい成長の源泉にしては