

ЖЕНЩИНА-МЕНЕДЖЕР В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Статья посвящена проблеме положения женщины-руководителя в современной России. Это актуальная тема в наше время. Она связана и с научными интересами авторов.

Статья содержит описание существующей обстановки в российском и мировом бизнесе. Рассмотрены причины неравноправного отношения к женщине в сфере бизнеса, выделены социально-психологические особенности женщин-предпринимателей, приведены примеры различных исследований.

Цель работы – убедить читателей в том, что в бизнесе и в политике главную роль должны играть знания, опыт и профессионализм вне зависимости от половой принадлежности. Только так мы достигнем более цивилизованного уровня нашей экономики.

This work studies the problem of a female manager status in modern Russia. Currently it is a very topical question and it is connected with scientific interests of the authors.

The article includes a description of existing business climate in Russia and worldwide. The reasons of unequal attitude towards women in business are considered, social and psychological features of businesswomen are outlined, results of different research are stated.

The purpose of this work is to convince readers that knowledge, experience and professionalism should play the main role in business and politics irrespective of sexual identity. This is the only way to create a more civilized business environment in our economy.

Сегодня гендерные (половые) исследования в моде. Не составляют исключение теоретическая и прикладная социология, особенно в части концепций менеджмента. Однако, как ни заманчиво сводить пол только к биологическим, а гендер к социальным характеристикам, это сделать не удастся. Во многом потому, что женщиной, все-таки рождаются, а становятся уже потом: достойной, настоящей, истинной, если хотите. У женщины своя особая природа, свои психофизиологические особенности, интеллектуальные и моральные кондиции. Еще не сконструирован образ дамы-управленца, которая видится окружающим как мужчина в юбке. Не исключение в этом отношении и сами женщины, в своей массе критически относящиеся к такому образу.

В 1995 г. был издан специальный президентский указ о назначении женщин на государственные посты. Однако фактиче-

ски он не был выполнен. Женщин ни в правительстве, ни в президентской администрации не прибавилось. То же самое в крупном и среднем бизнесе. Мужчины, захватив «командные высоты», если и берут женщин в дело, то даже не на вторые и третьи, а лишь на технические, подсобные роли. Чему находятся соответствующие «логические» обоснования. Так, по мнению мужчин-бизнесменов, женщины – плохие стратеги и привыкли доверять чувствам, а не трезвому разуму. В приватной беседе один из руководителей московской торговой сети заметил, что, поскольку многие бизнесмены любят обсуждать дела и заключать сделки в «доверительной обстановке» (в бане или за выпивкой), женщины для него – не слишком желательные партнеры. Лишь немногие соглашались признать, что главным препятствием, преграждающим женщинам дорогу в бизнес, является его

сильная криминализация, а не особенности женской психологии.

Развитие женского менеджмента затрудняется не столько преобладанием в структуре управления представителей сильной половины человечества, сколько характером самого менеджмента как теории и практики. Женщины-управленцы сталкиваются с необходимостью интегрироваться в концепции управления, написанные мужчинами и для мужчин. Современный менеджмент просто не знает иных подходов. Никто всерьез не изучал, не описывал и не насаждал иной, отличный от маскулинного, подход к управлению. Мужской менеджмент эффективен хотя бы потому, что никто не знает практику другого.

Возможно, в бизнесе у женщин действительно портится характер: они становятся жестче, прагматичнее. Однако и мужчины меняются не в лучшую сторону. Многие превращаются в беспринципных циников, и гораздо чаще, чем женщины, не сдерживают себя в эмоциях. Но это никого не возмущает – скорее, вызывает сочувствие. Таким образом, на женщину оказывается двойное давление. Если она расслабляется и дает волю чувствам, ее обвиняют в непрофессиональном, слишком «женском» стиле работы. Вынужденная жесткость также становится предметом нареканий.

Как же свое положение оценивают сами женщины, занимающиеся бизнесом? По мнению Татьяны Лифантьевой, вице-президента корпорации LBL, сегодня обычной женщине – с чисто женским характером, в бизнесе не выжить. «Западным коллегам гораздо легче, – говорит Татьяна. – Условия российского бизнеса совсем не для женщин. Мне кажется, что во мне сочетаются и женские, и мужские черты. Хотя успеха я добилась во многом благодаря именно своим женским качествам. Но мне повезло с компаньоном». Она считает, что ей удастся ограничивать свою работу стенами офиса и не переносить руководящие замашки в личную жизнь. Тем не менее, общаясь с мужчинами вне офиса, она, как правило, не рассказывает им о своей работе. Не хочет травмировать «нежную» мужскую психику: ей

прекрасно известно, что большинство мужчин не терпят женщин, зарабатывающих больше, чем они. Хотя сама Татьяна совершенно спокойно относится к ситуации, когда главный заработок в семью приносит женщина.

Определяя место и роль женщины в бизнесе, поневоле приходится сравнивать Россию с Западом. Правда, на Западе гендерные проблемы, похоже, давно решены. Женщинам Европы и США удалось преодолеть психологический барьер, и они продемонстрировали полную меру делового потенциала: женщины-премьеры правительств воочию демонстрируют масштаб преодоления.

Женщины воспринимаются равноправными партнерами, они возглавляют компании, участвуют в управлении крупными корпорациями, такими как IBM, Boeing, Sun Microsystems, General Motors, Pepsico, Xerox и т.д. В США, например, составляется ежегодный рейтинг самых влиятельных бизнес-леди – президентов, вице-президентов и топ-менеджеров компаний и банков. Похоже, вопрос «Кто я, прежде всего, женщина или профессионал?» (в рабочее время!) американскими женщинами давно решен. В контексте западной бизнес-культуры человек оценивается прежде всего как профессионал, способный достигать поставленных целей, приносить прибыль. И, в конечном счете, неважно, кто возглавит дело – мужчина или женщина.

Проблема продолжает оставаться актуальной для России, где женщина, несмотря на более чем семидесятилетний период утверждения равноправия мужчины и женщины, остается в плену традиционного стереотипа о вторичной ценности деловой карьеры и ограниченных пределах такой карьеры. Сломать очерченный стереотип необходимо и для общества, и для самой женщины. Невозможно утверждать цивилизованность социальной системы, в которой более 50 % самодеятельного населения не могут или не стремятся к целостной реализации личностного потенциала.

Эта проблема возникла, возможно, потому, что российская бизнес-культура склады-

валась в условиях дикого капитализма – а это значит, агрессивная, соревновательная, жесткая среда, конкуренция, риск – мужские игры, где нет места эмоциям и рефлексии. Мир бизнеса «заточен» под мужчин. И наши бизнесмены с трудом воспринимают женщину как равноправного партнера. А напрасно. Выбор у них невелик – либо партнер, либо противник. Третьего не дано.

Кстати, сами иностранцы давно оценили достоинства наших бизнес-леди. Самое яркое тому подтверждение – карьера Ольги Дергуновой, которой Билл Гейтс доверил возглавить российское представительство Microsoft.

В России мужчина-руководитель традиционно вызывает большее доверие. Казалось бы, все козыри на руках у мужчин: прагматизм, логика, последовательность, жесткость, умение держать удар, спокойно, без эмоций анализировать ситуацию, брать на себя ответственность (и, чаще всего, нежелание ею делиться) и т.д. Многие бизнес-леди предпочитают работать с мужчинами – мужская логика (да простят меня мужчины) легко просчитывается. Мужчина на агрессию ответит агрессией, у него нет права отступать – и в этом его слабость: он становится менее «маневренным», а значит его легче «торпедировать». Мужчины всегда чем-то меряются – силой, умом, амбициями...

Женщине, решившей сделать себе имя и карьеру в России, придется ломать стереотипы, осваивать чужую – мужскую территорию, искать общий язык с «местными аборигенами», доказывать свое право на партнерство теми методами, которые приняты в их племени. Для этого многие деловые женщины специально изучают практическую психологию, оттачивают мастерство переговоров. Им, в отличие от мужчин, нельзя допускать «проколов».

Было проведено еще одно интересное исследование: интеллектуальный коэффициент, в течение десятилетий служивший мерилем способности выполнять ту или иную работу, похоже, уступает место эмоциональному коэффициенту. Одного интеллекта, оказывается, мало, чтобы успешно

продвигаться по службе. Психологи утверждают, что чаще всего проблемы на работе связаны не с профессиональной некомпетентностью, а с эмоциональной незрелостью.

Результаты исследований говорят о том, что от эмоционального интеллекта зависит креативность человека. Именно эмоциональный коэффициент станет ключом к успеху в XXI в. Главными ценностями будут интуиция, мягкость, шарм, искренность, открытость, эмпатия, терпение, такт. Знакомые качества? И заметьте – чисто женские.

Первый шаг, который необходимо сделать для выяснения роли женщины в развитии рыночной экономики – изучить социально-психологические особенности женщин-менеджеров, способных в кризисных условиях российской экономики осуществлять успешное руководство фирмами и предприятиями. Не менее важным направлением исследования в этой связи представляется социально-психологический анализ эффективных моделей совместного лидерства, когда мужчина занимает первую, а женщина вторую позицию в организации.

Но, несмотря на то, что в глобальном масштабе участие женщин в процессе труда растет, отмечается усиление существующих гендерных неравенств в отношении условий и оплаты труда. Эти препятствия включают дискриминацию при получении образования, подготовки, найма, возможности получения кредита, в реализации права наследовать и владеть собственностью. Кроме того, они выражаются в более низкой оплате труда, вознаграждении за равный труд и большем объеме домашних обязанностей для женщин.

Благодаря жесткому отбору женская элита формируется из самых сильных и целеустремленных. Однако настоящая женская элита появится лишь тогда, когда сами мужчины поймут, что приход женщин в политику и бизнес – неперемнное условие того, чтобы эти сферы общественной деятельности приобрели наконец более цивилизованный характер.

В связи с исследуемой темой обозначим положительные качества и недостатки

женщин. У женщины есть ряд преимуществ, реализовав которые, она может стать успешным руководителем. Женщина-лидер обладает более тонким социальным интеллектом, она тоньше ощущает нюансы отношений, в том числе и отношение к себе. Она умеет оценивать и прогнозировать поведение других людей. Правда, ее больше, чем мужчин, подстерегает опасность пойти на поводу у своих эмоций. А истеричность и лидерство – вещи несовместимые. Но это все средние данные и нельзя с точностью применить их к определенному человеку.

Женщина не склонна к быстрым и необдуманным решениям, поскольку ее главной ценностью является сохранение накопленного, сохранение семьи, домашнего очага, и в этом смысле компания для нее – это такой же домашний очаг. Женщины менее склонны к риску, чем мужчины, они более основательно и детально подходят к выполнению своих задач. В этом смысле очень

эффективным будет разделение ролей в бизнесе. Там, где нужны риск, быстрота, продвижение чего-то нового – там лучше всего справятся мужчины. А если есть время для принятия решения, тогда более эффективно будет работать именно женщина, поскольку она уделяет гораздо больше внимания деталям. Но в любом случае определяющую роль всегда должны играть знания, опыт и профессионализм.

Нехватка глобального, обзорного взгляда на проблему, более развитый консерватизм, тенденция погрязать в мелочах и эмоциях, вязнуть в системе человеческих отношений – это главные подводные камни на пути развития карьеры деловой женщины, они могут сыграть с ней злую шутку. Поэтому всегда желателен совет мужчины.

В общем, все сходится к одному – к либерализации отношений женщин и мужчин. Ведь мы друг без друга ничего не представляем.