**влияние Гендерных стереотипов на карьеный рост женщины**

Орешенкова Н.Э.

Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет

За последнее десятилетие в мире заметно увеличилось количество работающих женщин. Они стали занимать более престижные должности, чем раньше. Женщины стали реальными конкурентами мужчин, а женщинам –руководителям удается обеспечить стабильное положение дел в самых сложных ситуациях управления и администрирования.

Во многих случаях утверждение о неспособности женщин занимать лидерские позиции в обществе является всего лишь стереотипом, используемым для того, чтобы искусственно удерживать их от попыток добиваться власти. Поэтому женщины отвергаются, как возможные кандидаты на высшие руководящие посты и не могут занимать должности выше определенного им уровня в корпоративной иерархии.

Женщины в организациях изначально исключаются из тех структур и той деятельности, которые обеспечивают доступ к власти, т.к. им недоступны неформальные мужские социальные связи, где происходит обмен важной информацией и, которые являются значимым источником социальной поддержки. Важно и то, что мужчины предпочитают нанимать на должности непосредственных подчиненных представителей своего же пола. Также ограничения идут и от самих женщин-лидеров, которые отрицательно смотрят на достижение ими первой роли в корпорациях.

У многих женщин существует некий страх лидерства или страх успеха - боязнь негативной оценки со стороны мужчин, неуверенность в себе, низкая самооценка, дополненная отсутствием необходимого профессионального самолюбия, отсутствие достаточного количества примеров для подражания. Причем страх лидерства свойственен не только взрослым женщинам, но даже способным, одаренным девочкам. В итоге женщины не имеют власти и не рассматриваются как достойные претенденты на лидерские позиции.

Таким образом, возникает проблема «стеклянного потолка», когда женщине не подняться выше определенного ей уровня из-за существующих стереотипов и клише женщины как неполноценного работника. По данным опроса российского Национального союза кадровиков 84% опрошенных работодателей отметили, что, если речь идет о кандидате на руководящий пост, то отказ будет дан разведенным женщинам с двумя и более детьми, матерям-одиночкам и бездетным женщинам в течение двух первых лет брака. Помимо этого при одинаковом объеме работ зарплата женщины, как правило, ниже, чем у мужчины, не взирая на качество ее выполнения [8].

Ряд исследователей (Д.Виткин, С.Картер, М.Хеннинг, А.Жарден [10] отмечают следующие недостатки, мешающие женщине добиваться успехов в своей профессиональной деятельности:

* позднее начало своей карьеры;
* повышенная эмоциональность;
* меньшая склонность к риску, постоянная «перестраховка»;
* уход от проблем, случайных рисков;
* преуменьшение роли личных контактов.

Природная склонность к лидерству - необходимое, но недостаточное условие для настоящего лидера. Н.Хилл выделял 11 важнейших качеств, необходимых для успешного управления «современной деловой организацией» [4]: непоколебимая смелость, уверенность в себе; самоконтроль; острое ощущение справедливости; четкость и определенность решений; определенность планов; привычка делать больше чем обязан; вежливость и личная привлекательность; сочувствие и понимание. Такие качества, присущие женщинам, как гибкость, нацеленность на сотрудничество, эмоциональность, интуиция, женственность, скрупулезность, умение ценить своих деловых партнеров зачастую играют куда более важную роль, чем авторитарные, жесткие методы. И.Словцова отмечает: «Если перед вами успешная фирма, то всегда ищите рядом с ее руководителем-женщиной мужчину, и наоборот». [8].

В современных корпорациях, особенно на высших ступенях корпоративной иерархии, «мужской», т.е. жесткий, авторитарный стиль лидерства, предполагает полное подчинение работника целям организации, что не всегда возможно для женщин, которые традиционно рассматриваются как ответственные за устройство и сохранение семейных отношений, а для создания успешного дела нужно работать на максимальную отдачу. В результате, на семью времени практически не остается. Использование жестких методов руководства в западных компаниях считается оправданным и беспроигрышным. Женщине, ведущей активную деловую, социальную или политическую жизнь, как никому другому, необходим надежный домашний «тыл», поддержка близких людей. Но зачастую, семья не разделяет ее тяги к такого рода деятельности, поэтому нередко возникают серьезные конфликты между супругами и родственниками.

«Женский» стиль управления больше ориентирован на отношения, сотрудничество, обеспечение поддержки работников в их личностном росте и совершенствовании. Для женщин характерно доминирование интуитивных стратегий над рациональными; именно интуиция позволяет формировать творческие линии поведения в деловой среде. Успехов в бизнесе женщина достигает не в результате приближения к мужскому стилю управления, а посредством творческого использования своего менталитета, и присущих ей стереотипов поведения, еще недавно считавшихся недопустимыми в руководстве.

Поскольку женщины в большей степени принимают участие в решении семейных проблем, воспитании детей, заботе о больных и престарелых, сохранении благоприятной атмосферы в семье, организации домашнего хозяйства и повседневной жизни, они накопили уникальный опыт сопереживающего, сочувствующего, ищущего неординарных, гуманистических, неагрессивных решений, стиля лидерства. Принимаемые решения воздействуют, прежде всего, на качество повседневной жизни, а также учитывают специфически женские интересы (репродуктивные права, роль семьи, гендерное равенство, насилие в отношении женщин и др.).

Женщины-руководители чаще делятся информацией и властью, считая, что такой обмен создает обстановку доверия в коллективе. Также они чаще подчеркивают ведущую роль вклада своих подчиненных, нередко преуменьшая свою роль. 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, её больше, чем мужчин, подстерегает опасность пойти на поводу у своих эмоций.

По мнению некоторых западных социальных психологов зачастую на предприятиях не хватает «человеческого лица», поэтому такой стиль руководства - более демократичный, нацеленный на контакт с людьми, поощрение самостоятельности, творческих инициатив может обеспечить наиболее психологически комфортный климат в коллективе, что в свою очередь, несомненно, повышает производительность труда.

Женское предпринимательство - явление сравнительно новое для российской действительности. Оно помогает женщине активно включиться в экономику и обрести финансовую независимость. Однако здесь фокусируется целый спектр гендерных, экономических, социальных и правовых проблем. К особенностям женского бизнеса чаще всего относят следующее:

* отраслевую специфику женского предпринимательства;
* мотивационный комплекс женщин-предпринимателей;
* особенности в стиле управления.

Согласно результатам обследования Госкомстата России, проведенного в 1998г., основными отраслевыми группами, в которых сконцентрированы почти три четверти (74%) всех предприятий, принадлежащих женщинам, являются - торговля и общественное питание (50%), промышленность (16%), строительство (8%). Женский бизнес доминирует в таких сферах деятельности как наука, культура, здравоохранение, сфера обслуживания, в том числе, общепит и розничная торговля, где доля женщин-предпринимателей составляет от 39% (в розничной торговле) и до 56% (в науке) [10].

В период с 1997 по 2005 гг. в мире прирост фирм малого бизнеса, владельцами которых являются женщины, составил 200%. По данным французских исследователей бизнеса, те из 22 тысяч фирм, во главе которых стоят женщины, приносят вдвое больше прибыли, чем фирмы, возглавляемые мужчинами, вдвое быстрее развивают свой бизнес. По данным исследования проведенных британским банком почти треть фирм, учрежденных в 1996 г., были основаны женщинами. На сегодняшний день более 790 тыс. женщин в Англии руководят собственным бизнесом, удачно находят свободные ниши на рынках. [6].

Несмотря на стремительное проникновение женщин в новые сектора экономики, их доля в составе руководителей предприятий и организаций пока остается неоправданно низкой. Согласно данным Госкомстата в 1996-1997 гг. из 4400 малых предприятий на долю женщин пришлось 18% руководителей от всех вошедших в выборку [10].

Женщины-предприниматели в России сталкиваются с целым рядом проблем:

1. незавершенность и неопределенность сложившейся системы отношений между бизнесом и властью в регионах, давление властных органов;
2. плохая интеграция предпринимательства вообще и женского в частности;
3. профессиональная компетенция женщин-предпринимателей. Примечательно то, что свыше 70% женщин-руководителей считают необходимым повышать свой профессиональный уровень;

Отсутствие цивилизованной системы взаимодействия между властью и бизнесом создает пространство для лоббирования и способствует распространению неконтролируемых «невидимых» договоренностей между ними.

Многих женщин, решивших заняться предпринимательством, пугает сама мысль о трудностях, с которыми они могут столкнуться (множественные бюрократические препоны, например, при оформлении документов, уплаты аренды, недвусмысленные намеки чиновников на взятки и т.п.)

Получение непосредственной прибыли от деятельности отнюдь не является ведущим мотивом для женщин, как в России, так и в США. Также результаты различных исследований показывают, что выбор предпринимательской деятельности женщинами обусловлен следующими факторами [7]:

-интересным содержанием работы, возможности творчества (36%);

 -желанием самореализоваться (30%);

 -желанием повысить свой материальный уровень жизни (21%);

-желанием улучшить качество жизни россиян (17%);

-желанием стать самостоятельной (16%);

- желанием сделать карьеру (15%);

-неустроенностью личной жизни (1%).

Сильное влияние на формирование трудовой мотивации оказывают такие факторы как возраст, семейное положение и профессионально-должностной статус, стремление к экономической независимости и страх перед зависимостью от мужа, который может оставить семью, сделав ее беззащитной; уверенность в неспособности мужчины одному решить груз проблем.

Таким образом, для успешного продвижения женщин на руководящие посты необходимо создавать ряд условий:

* школы лидерства для женщин;
* гендерное образование как залог успешного продвижения женщин во все сферы современного общества;
* разрушение гендерных стереотипов, особенно в рекламе и СМИ;
* развитие стратегий женского лидерства.

Современное общество предписывает женщине быть успешной не только в традиционной, приватной сфере семьи, но и в образовании и карьере. У многих современных деловых женщин по несколько детей, и это не мешает им покорять новые вершины, а наоборот – создает репутацию, при которой семья и карьера не кажутся несовместимыми.

Литература

1. Анисимов О. Сорок выдающихся женщин в возрасте до 40 лет //Финанс. № 9, 5-11 марта 2007. с.30-52.
2. Зубковская О. Может ли женщина быть лидером? http://www.gender.under.by/Zubkovskaya.html
3. Кандуарова Т.И. Социальный стереотип женщины как «неполноценного работника //Психология зрелости и старения, № 1 (25), 2004.
4. Кустова И.А. Специфика делового успеха, формы и виды его современного воплощения // Управление и человеческие ресурсы. СПб, 2005.
5. Леди-лидер / Под ред. С.М.Громовой. М., 1997.
6. Новости рынка недвижимости. № 2/54 от 23.01.2006.
7. Обожина М. И. Женщина в гражданском обществе (на примере женского предпринимательства в России). В кн. Формирование гражданского общества как национальная идея России XXI века (материалы к форуму) СПб, 2000. с.с.220-223.
8. Спицына А. Бизнес на цыпочках //Карьера. № 3 (99), март 2007. с.23-25.
9. Уралова С., Широбокова А. Женское лидерство. Власть и женщина. Выборные технологии. Иркутск, 1999.
10. Чирикова А.Е. Женщина – менеджер в современном бизнесе // Гендерный калейдоскоп. М., 2002.