

Лекція

Тема уроку 3.3 Гендерні засади ділових відносин в організації

Гендерна ситуація в Україні

За останні декілька десятиліть етичні та психологічні засади функціонування ділового життя зазнали серйозних змін. В першу чергу це стосується питання "ділової жінки". Ми стали свідками швидкого просування жінок на високі професійні пости в корпораціях та до числа власників компаній і фірм. Але проблема гендерної рівності ще далека до свого вирішення.

Гострою залишається гендерна ситуація в Україні. Маючи поганий рівень освіти, українські жінки перебувають у складних умовах для досягнення кар'єрних висот та успіхів у бізнесі, політиці, науці. На це вказує позиція України у швейцарському рейтингу. За рівнем "можливостей в економіці для жінок" (Economic Participation and Opportunity) наша держава посідає лише 43 позицію.

Експертами Світового економічного форуму у Давосі (25–30 січня 2012 р.) відзначене кричуще становище українок у політиці – 105 місце за рівнем політичних повноважень для жінок. Тут Україну випередила навіть Танзанія, Ангола і Гондурас. Наприклад, якщо протягом усіх чотирьох скликань жінки в парламенті – Верховній Раді незалежної України – становлять від 3 до 8%, то в парламентах ЄС: у Фінляндії – 61%, Швеції – 55%, Німеччині – 37%.

Фахівці Міжнародної фінансової корпорації (IFC) дійшли висновку, що в Україні жінкам значно складніше вести бізнес. Жінкам важче розпочати бізнес, бо немає доступу до ресурсів. Приватизація в Україні фактично пройшла повз жінок і 95% капіталу зосереджено в руках чоловіків, а у жінок лише 5%.

Лише 6% жінок-бізнесменів керують великим бізнесом, підприємствами з понад 250 співробітниками. Бізнесом у промисловості займається 2% жінок. Для них бізнес, як правило, дрібний, кустарний, є просто засобом виживання. Є суттєва різниця і в заробітній платі жінок та чоловіків за працю рівної цінності.

Гендерні стереотипи

У свідомості суспільства, особливо чоловічої половини, існують стереотипи, які заважають реалізації ідеї гендерної рівності в діловій сфері.

Поняття **стереотипу** визначається як стійкий, емоційно насичений, ціннісно визначений образ, уявлення про соціальний об'єкт. Стереотип виступає реальним засобом відтворення певного типу гендерних відносин, оскільки на мовленнєвому, ментальному і поведінковому рівні фіксує "очікування" соціуму і нормативну відповідь індивіда.

Гендерний стереотип – це спрощений, стійкий, емоційно забарвлений образ поведінки і рис характеру чоловіків і/чи жінок. Стереотипи проявляються в усіх сферах життя людини: самосвідомості, міжособистому спілкуванні, міжгруповій взаємодії.

Гендерні стереотипи визначають статусні характеристики чоловіків та жінок, закріплюючи домінуюче становище чоловіків і дискримінаційні практики щодо жінок.

Основні стереотипні погляди на жінку в патріархальному суспільстві можна сформулювати так:

- жінка не повинна бути розумною (розум жінки полягає в тому, щоб приховувати його від чоловіка);
- у жінки існує особливе жіноче щастя (аби вдома з дітьми і чоловіком все було добре);
- жінка повинна підлаштовуватися під чоловіка, забезпечуючи йому спокій та комфорт (що і як треба зробити, щоб чоловік був задоволений);
- жінка повинна терпіти і зберігати важкі для неї стосунки (тобто миритися з насиллям стосовно неї та дітей, заради яких часто і декларується збереження сім'ї);
- жінка повинна мати обов'язковий набір психологічних якостей (добра, ніжна, слухняна, залежна, м'яка, слабка тощо);
- жінка повинна бути красивою, доглянутою (при цьому експлуатація жіночого образу в рекламі модного одягу, косметики та інших товарів), щоб добре влаштуватися в житті, тобто вдало одружитися;
- жінці дозволяється відкрита емоційна реакція і навіть прояв вербальної агресивності, капризність.
- жінка має бути молодою і не обтяженою дітьми, щоб успішно просуватися в кар'єрі.

Наслідки деструктивного прояву гендерних стереотипів є досить помітними зокрема і в сучасному українському суспільстві.

Якщо ж визначати стереотипи, які заважають реалізації ідеї гендерної рівності і в діловій сфері, то серед них можемо виділити такі:

- небажання чоловіків допускати в діловий світ жінок;
- перешкоди кар'єрному зростанню за гендерним принципом;
- сприйняття жінки, яка займає керівну посаду, чоловіками-менеджерами як конкурента;
- скептичне ставлення чоловіків-адміністраторів до жінок-менеджерів;
- надання переваги підлеглими чоловікові в ролі боса;
- засудження жінки-менеджера зі сторони близьких, друзів та інших жінок;
- наявність гендерних конфліктів в організації, які викликані тим, що чоловіки-підлеглі не визнають за жінкою права керувати, оскільки вона жінка;
- більші можливості у чоловіків знайти добре оплачувану роботу;
- нав'язування жінкам маскулінного ділового стилю;
- наявність сексуальних домагань на роботі з боку чоловіків щодо жінки.

Як бачимо в діловій сфері існують серйозні гендерні проблеми

Особливості ділової поведінки жінок і чоловіків

Відносини чоловіка і жінки в службовій обстановці – особлива сфера, дуже складна для формування відповідних принципів формування цих відносин.

Головне в діловій субординації – посада або належність до більш високого посадового рівня. Але належність до тієї чи іншої статі відіграє значну роль в побудові ділових відносин, кар'єрному зростанні, службовій поведінці і конкретних вчинках.

Визначимо деякі особливості жінок і чоловіків та їх проявлення в діловій сфері, що дасть можливість уникати етичних помилок та конфліктів в процесі ділового спілкування. **На думку психологів:**

жінки мають більш витончений смак, ніж чоловіки, чіткіше бачать відмінності в матеріалах, формах, кольорах;

жінки більшою мірою відчувають страх, побоювання перед керівництвом, ситуаціями та обставинами;

у жінок емоційне начало бере гору над раціональним;

жінки менше, ніж чоловіки, орієнтовані на успіх;

жінки легше адаптуються до нових умов праці, обставин, методів керівництва.

Як показують дослідження, для жінок характерна велика диференціація мотивів, а для чоловіків – актуальними є реалізація більш високих потреб. Складнощі задоволення потреби в самореалізації у жінок ведуть до частих внутрішніх розчарувань і, як наслідок, до невиходу на роботу через хворобу та з інших поважних причин. Це пов'язано із суперечливим прагненням жінок до успішності і в професійній, і в сімейній сферах.

Опитування жінок показують, що у професійному самовизначенні їх, в першу чергу, приваблюють можливість активного спілкування, соціальна взаємодія, відносини, що складаються в компанії. Особисті, комфортні відносини на роботі можуть компенсувати незадоволеність заробітною платою чи неблагополучними сімейними відносинами. Ймовірно, для частини жінок міжособистісні відносини на роботі особливо значимі тому, що допомагають їм у визначенні своєї професійної Я-концепції. Крім того, соціальна підтримка на роботі пов'язана з меншим відсотком депресій і фізичних нездужань у жінок.

На другому місці за значимістю стоїть матеріальна оплата праці, і лише на третьому – інтерес до змісту професійної діяльності.

Що ж до чоловіків, то серед різних орієнтирів вибору кар'єри, вони частіше прагнуть до підприємницької активності, менеджменту, змагальності. Вони відчувають потребу створювати новий продукт, послугу.

Жінки в роботі частіше орієнтовані на незалежність, стабільність, безпеку, професійну компетентність. Крім того, важливим мотивом вибору роботи для жінок є умови праці, санітарно-гігієнічні характеристики діяльності, організація роботи.

Оскільки жінки більш емоційні, ніж чоловіки, вони частіше виступають "конфліктоносіями". До конфліктності також призводять максималістські судження жінок.

З іншого боку, перераховані характеристики жінок дозволяють їм краще розуміти інших людей, проявляти до них співчуття. Жінки більш уважні до деталей, але узагальнення, висновки – не завжди їх сфера. Відмінністю також є те, що у чоловіків краще, ніж у жінок, розвинута просторова уява.

Врахування психологічних особливостей представників різних статей дозволяють створити сприятливу атмосферу для здорових ділових відносин.

Дослідники, залежно від ставлення в організації до жіночої статі, виділяють типи організаційної культури .

Культура джентельменського клубу. Це культура ввічливих, гуманних, цивілізованих людей, в рамках якої чоловіки-менеджери, ґрунтуючись на патерналістських позиціях, м'яко утримують жінок на певних ролях, не дозволяючи їм піднятися вище. Жінки цінуються на тій роботі, яку виконують, але їм не дозволяють руйнувати бар'єри і займати керівні посади. Спроби жінок наполягати на своїх правах призводять до погіршення доброго ставлення до них.

Культура казарми. Вона деспотична і властива бюрократичним організаціям з безліччю рівнів управління, де жінки займають нижчі щаблі. Така культура дозволяє ігнорувати їхні інтереси і ставитися до них грубо й зневажливо (втім, як і до всіх, хто не володіє реальною владою).

Культура спортивної роздягальні. У її рамках чоловіки будують міжособистісні відносини на базі специфічних чоловічих інтересів, уявлень і демонструють до жінок відкрити зневагу. Жінок, навіть високого становища, наприклад, які належать до вищого керівництва організації, чоловіки в своє коло спілкування не допускають.

Культура заперечення відмінностей між статями. Ця культура відкидає дискримінацію, але водночас не бачить і реальних відмінностей між статями, ігнорує жіночу сутність, традиційні сімейні функції жінок, а тому потребує від них тих же успіхів, що й від чоловіків.

Культура помилкового захисту жінок. У рамках цієї культури ідея рівності, основана на загальнолюдських цінностях, підміняється міфами про рівність. Тут має місце дискримінація у формі заступництва, коли жінок (або слабких взагалі) насильно залучають до активної роботи, виховують в них почуття впевненості, постійно нагадують їм, що вони – жертви, які потребують допомоги та підтримки.

Культура тямущих мачо. Зовні дана культура не бере до уваги статеві відмінності, тому що на перше місце ставляться просто розумні й енергійні люди, які вміють в умовах жорсткої конкуренції забезпечувати високу економічну ефективність роботи фірми. Тих, хто не справляється, карають і звільняють, причому іноді жінки більш жорсткі і нещадні.

Основні поняття і ключові слова: гендер, гендерна рівність, ділова жінка, гендерні стереотипи, гендерні особливості.

Тестові завдання

- Сума набутих людиною знань, умінь та навичок спілкування, які створені, прийняті та реалізуються в конкретному суспільстві – це:**
 - культура почуттів; б) культура поведінки; в) культура мовлення; г) культура спілкування.
- Видимі, візуально сприйнятті елементи, що характеризують особистість – це:**
 - культура мовлення; б) культура почуттів; в) зовнішня культура; г) культура поведінки.
- Чи слід, вибираючи одяг, враховувати індивідуальні особливості фігури:**
 - так, завжди; б) ні, не обов'язково; в) так, але це стосується лише ділового костюма; г) за бажанням.
- Одяг ділового чоловіка:**
 - світла сорочка; б) чорна сорочка; в) світло-сірий костюм-трійка; г) темний костюм; д) чорний костюм; е) фрак; ж) всі відповіді правильні.
- Одяг ділової жінки на денних ділових прийомах:**
 - екстравагантний; б) оригінальний; в) траурний; г) яскравий; д) скромний; е) строгий; є) суворий; ж) вишуканий; з) ні одна з відповідей не є правильною.

Запитання та завдання для самоконтролю

- Прокоментуйте вислів:** "Клієнти – це джерело життя для корпорації, і їх треба поважати, як землю, за те, що вона – джерело життя".

2. Охарактеризуйте стан гендерної рівності в сфері ділових відносин.
3. Які гендерні стереотипи існують в діловій сфері?
4. В чому полягає зміст гендерної рівності в діловій сфері?
5. Як впливають особливості чоловіків та жінок на їх діяльність в діловій сфері?
6. Які існують типи організаційних культур залежно від ставлення в організації до жіночої статі?

