Анафиева Р.Р., Коротицкая В.В.

Гендерный аспект в конфликтах организации

*Институт педагогического образования и менеджмента (филиал) ФГАОУ ВО
Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
(Россия, Армянск)*

doi: 10.18411/lj-03-2021-97

ids: lj-03-2021-97

Аннотация

В данной статье дается понятие гендерного конфликта. Также были рассмотрены и опровергнуты основные, наиболее распространенные гендерные стереотипы на рабочем месте. Предложены стратегии эффективного гендерного общения.

Ключевые слова: гендерный конфликт, мужчина, женщина, эффективное общение, гендер.

Abstract

This article describes the concept of gender conflict. The main, most common gender stereotypes in the workplace were also considered and refuted. Strategies for effective gender communication are proposed.

Keywords: gender conflict, man, woman, effective communication, gender.

Постановка проблемы и анализа исследования. В процессе коммуникаций у мужчин и женщин возникли проблемы с эффективным общением, и это касается не только работы в организации. Эффективное общение – это не просто передача информации. Для эффективного общения, важно не только уметь говорить, но еще уметь слушать, слышать и понимать, о чем говорит собеседник.

Фактически, различия в общении между полами давно стали предметом дискуссий и темой, затронутой во многих книгах. Но когда дело доходит до совместной деятельности на рабочем месте в организации, зачастую возникают существенные различия между полами в процессе коммуникаций. Это исчерпывающий предмет, который никогда полностью не будет понятен. Тем не менее, очень важно, приобрести навыки, необходимые для слаженной совместной работы, и практиковать эффективное общение.

Цель. Изучить понятие «гендерный конфликт», рассмотреть основные стереотипы и предложить стратегии эффективного гендерного общения.

Изложение основного материала. Понятие гендера как системы отношений между мужчинами и женщинами, представлено в современной социально-философской, социально-исследовательской и конфликтологической практике. В данное понятие включены идеи, неформальные и формальные правила и нормы, определенные в соответствии с местом, целями и положением полов в обществе.

Конфликт – это столкновение интересов, идей, ценностей, мнений разных людей и конкуренция за удовлетворение своих потребностей [1]. Гендерный конфликт – взаимодействие или психологическое состояние, в основе которого лежит противоречивое восприятие гендерных ценностей, отношений, ролей, приводящее к столкновению интересов и целей [2]. Различия в моделях поведения мужчин и женщин могут стать причинами внутриличностных, межличностных и межгрупповых конфликтов.

В современных условиях женщины по-прежнему подвергаются дискриминации на рабочем месте [4]. В настоящее время, женщины теперь получают должности, которые раньше занимали только мужчины. И это правда, что большинство мужчин уважают женщин – профессионалов на рабочем месте и больше не придерживаются

убеждения, что женщины принадлежат дому, воспитывают детей и готовят еду. Но расхождения между мужчинами и женщинами, а также некоторая степень дискриминации – все еще существуют.

Стереотипы вызывают множество неправильных представлений на рабочем месте. Независимо, говорим мы о поле, расе или цвете кожи. Как и любой стереотип, гендерные стереотипы мешают эффективному общению между мужчиной и женщиной. Они даже могут создавать разногласия, что снижает моральный дух и производительность компании.

Рассмотрим некоторые распространенные стереотипы о женщинах на рабочем месте. Но не следует забывать о том, что это всего лишь стереотипы, которые чаще всего не совпадают с действительностью. Они также подчеркивают различия между взглядами на мужчин и женщин в процессе рабочей деятельности.

1. Женщины не так опытные в спорте, как мужчины, поэтому они не могут быть хорошими командными игроками.
2. Женщины не верны своей работе из-за семейных обязанностей.
3. Женщины плохо работают с другими женщинами, потому что они злобные.
4. Женщины – главный источник сплетен на рабочем месте.
5. Женщины слишком эмоциональны.

Приведены наиболее распространенные стереотипы, которые отрицательно представляют женщин на рабочем месте, но они не единственные. Мужчин тоже можно представить несправедливо. Стереотипы, связанные с женским полом, могут заставить женщину казаться не такой способной, лояльной или квалифицированной, стереотипы, которые наложены на мужчин, могут заставить их казаться корыстными, беспринципными людьми, действующими только ради собственного успеха и удовлетворения.

Рассмотрим стереотипы, которые применяются к мужскому полу на рабочем месте:

1. Мужчины сосредоточены на своей карьере, а семья занимает у них второе место.
2. Мужчины не эмоциональны, то есть они не способны к сочувствию.
3. Мужчины никогда не будут рассматривать женщин как равных себе на рабочем месте, потому что они не хотят, чтобы женщины такими были.
4. Все мужчины являются дружелюбными, всегда помогают друг другу в продвижении по службе – в отличие от их коллег-женщин.

На самом деле мужчины и женщины находятся на рабочем месте по одной и той же причине: чтобы продвинуться по карьерной лестнице и заработать на жизнь. То, как они это сделают, зависит от многих факторов, включая образование, культуру, поведение и цели. Несмотря на то, что представители разных полов могут общаться по-своему и время от времени действовать немного по-другому, это не означает, что они не равны и одинаково привержены поставленной задаче, своей работе и своей карьере. Применение стереотипа к любому полу может привести только к недопониманию, разочарованию и разногласиям на рабочем месте.

Важно помнить, что все люди индивидуальны. Несмотря на то, что мужчины и женщины – два очень разных существа, нужно не забывать и об индивидуальности каждого человека. Применять стереотип к кому-либо – опасное занятие. Стереотипы не только являются предвзятым и неточным, они также могут привести к юридическому разбирательству, если стереотипы в отношении кого-либо приводят к дискриминации. Важно помнить, что люди на рабочем месте – профессионалы, и все они ведут себя по-своему.

Эффективное общение между людьми, коллективами или группами зависит от множества факторов. Данные факторы включают в себя: тон голоса, жесты, стиль

общения и используемые слова, которые определяют, насколько эффективным является общение. Пол играет важную роль в общении.

Мужчины и женщины общаются по-разному. Каждый из них имеет разные сильные и слабые стороны в общении и использует разные методы для передачи своих мыслей, идей и чувств. Понимание этих различий может улучшить общение между мужчинами и женщинами в коллективе.

Рассмотрим сильные и слабые стороны стиля в общении у женщин и мужчин. Женщины отлично умеют читать язык тела и улавливать другие невербальные сигналы при общении с другими людьми. Они также хорошие слушатели и умеют проявлять сочувствие. Но сильные стороны могут быть и слабыми, когда они становятся слишком эмоциональными, становятся слишком скромными и недостаточно авторитетными.

Мужчины источают сильную харизму при общении с другими людьми. То, как они стоят или держатся, показывает уверенность и силу, как и язык тела, который они используют. Мужчины также склонны быстро переходить к делу. Но эти сильные стороны также могут превратиться в слабости, если станут слишком резкими. В таком случае мужчин можно считать нечувствительными к другим и слишком уверенными в своих мыслях, идеях или себе.

Чтобы добиться эффективного взаимодействия между полами на рабочем месте, нужно найти способ восполнить существующий коммуникационный разрыв [3]. Ниже приведены стратегии, чтобы сделать вербальное и невербальное общение с человеком противоположного пола максимально эффективным.

Женщине присущи некоторые черты, которые были описаны как женский стиль общения. Но знание стиля разговора коллег-мужчин даст понимание и поможет повысить эффективность общения.

При общении с мужчинами:

1. Ценить достижение результатов, в какой-либо сфере.
2. Просить о помощи – значит признать отсутствие способностей.
3. Сосредоточиться на статистике.
4. Рассказывать истории «один на один» другому человеку.
5. Стремится решить проблему сразу.

В общении с мужчинами женщинам нужно как можно быстрее добраться до сути. По возможности избегать рассказов с затянутыми историями. Но, если есть необходимость рассказать историю, то использовать в своих рассказах нейтральные с гендерной точки зрения метафоры и аналогии, такие как метафоры и аналогии о погоде и т. д.

Женщины должны помнить, что мужчины не будут говорить, пока не получат необходимую информацию, поэтому женщинам следует подождать, пока мужчина не будет готов к разговору. Когда они говорят, самое время наблюдать и слушать.

Поскольку женщины более заботливы, для них естественно предложить помощь коллеге или служащему. Но для мужчины это рассматривается как неуверенность в своих силах. Женщинам не следует торопиться давать советы. Вместо этого нужно давать совет или помогать, когда об этом попросят.

Коммуникационные стратегии для мужчин по отношению к женщинам:

1. Делиться опытом, чтобы найти общий язык.
2. Говорить о проблемах и решать их вместе.
3. Использовать обсуждение как способ построения отношений.
4. Делать упор на общение и чувства.
5. Предложить помощь, чтобы быть полезным, показать заботу.

Когда женщина рассказывает историю во время обсуждения, она пытается найти общий язык с другими людьми, участвующими в обсуждении. Она не пытается терять время или ходить вокруг да около. Вместо этого она пытается наладить отношения. Женщина ценит, если ей предлагают помощь, для нее это является знаком о поддержке.

Вывод: Гендерные различия связаны как с физическими, так и с эмоциональными факторами. По сути, это характеристики, которые влияют на поведение мужчин и женщин на рабочем месте. Эти влияния могут быть обусловлены психологическими факторами, такими как воспитание, или физическими факторами, такими как способность работника выполнять свои служебные обязанности. Но, не смотря на эти различия важно наладить связь между ними для повышения производительности труда в организации и предотвращения конфликтов.

1. Анцупов А. Я. Словарь конфликтолога / А. Я. Анцупов, А. И. Шипилов. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва: Эксмо, 2010.
2. Денисов А. А. Словарь гендерных терминов / под ред. А. А. Денисова. – Москва : Информация 21 век, 2002.
3. Клецина, И.С. Психология гендерных отношений: учебно-методическое пособие / И.С. Клецина, Е.В. Иоффе – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (РГПУ), 2018.
4. Ключко О.И. Гендерная психология и педагогика: учебник и практикум для вузов / О. И. Ключко и др.; под общей редакцией О. И. Ключко. – Москва: Юрайт, 2020

Грязнов С.А.

Управление инновациями

*ФКОУ ВО «Самарский юридический институт ФСИН России»
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/lj-03-2021-98

idsp: ljournal-03-2021-98

Аннотация

Аннотация. Инновационная способность компании связана с внутренними усилиями человеческих, технологических и организационных ресурсов в сочетании со способностью взаимодействовать с внешней средой для получения ресурсов, знаний и навыков, которые необходимо использовать в организации для создания новых продуктов и процессов, которые воспринимаются и ценятся заинтересованными сторонами. Данная статья затрагивает наиболее важные аспекты, касающиеся управления инновациями.

Ключевые слова: инновации, новаторство, управление инновационной деятельностью, мотивация, Push and Pull.

Abstract

A company's innovation capability is related to the internal efforts of human, technological, and organizational resources combined with the ability to interact with the external environment to obtain the resources, knowledge, and skills that need to be used in the organization to create new products and processes that are perceived and valued by stakeholders. This article covers the most important aspects of innovation management.

Keywords: инновации, новаторство, управление инновационной деятельностью, мотивация, Push and Pull.

Сегодня термин «инновационный менеджмент» является источником множества споров. Инновации – это новый способ использовать знания, материальные и нематериальные активы с целью создания большей стоимости. Инновации могут воплощаться во многих формах – продукты, услуги, бизнес-модели, процессы или методы управления организации. Управление инновациями, таким образом, относится к выполнению всех действий, необходимых для «внедрения нового», что на практике означает – создание идей, их обработка, определение приоритетов и реализация на