

Проблемы карьерного роста у женщин

Антонович А.В.

Научный руководитель: канд. пед. наук, доцент Володько О.М.
Белорусский национальный технический университет

Мы все чаще замечаем, что современные женщины стремятся обрести самостоятельность и тем самым развеять стереотипы, которые с давних времен им приписывают. За последние несколько лет наше представление о женщинах изменилось коренным образом: все чаще мужчины видят в женщине не хранительницу домашнего очага, а партнера, имеющего с ними равные права, многие убедились, что женщина может быть хорошим руководителем и управлять компанией не хуже мужчины.

Таким образом, участие женщины в бизнесе становится привычным явлением и не вызывает удивления в деловом мире и обществе. Скорее вызывает уважение тот факт, что женщины проявляют недюжинные способности и деловые качества.

Но проблемы карьерного роста у женщин все еще остаются актуальными. Несмотря на то, что в современном мире 3\4 женщин ежедневно ходят на работу, мы не воспринимаем их как качественных работников, а тем более как руководителей. Принято считать, что у женщин не достаточно качеств, необходимых для лидера. Считается, что женщины слишком эмоциональны и более восприимчивы к чувствам окружающих (эмпатичны), чем мужчины. Социальные стереотипы, касающиеся гендеров, могут вынудить нас поверить, что по сравнению с мужчинами женщины — более конформны, легкоубеждаемы и управляемы из-за своей зависимости и подчиненности.

Но на самом деле гендерные различия далеко не так велики, как нам внушают распространенные стереотипы. А для того чтобы человек стал хорошим руководителем, он, вне зависимости от пола, должен обладать особыми качествами. Сильный характер, личная ответственность за результат, деловое чутье, высокая трудоспособность, активность, умение воодушевлять и вести за собой коллектив — все то, что называют задатками лидера.

Также женщины, желающие делать карьеру в фирме, часто встречаются с явлением «стеклянного потолка». Теория «стеклянного потолка» получила большое распространение, под которым имеется в виду невидимая, но реальная преграда, на которую наталкивается женщина-лидер, когда пытается достичь вершин успеха. Для мужчины такой преграды не существует. Поскольку она невидима, с ней трудно бороться. Как выяснилось в исследованиях, этот феномен действительно существует. В реальных условиях женщины-менеджеры сталкиваются с большими препятствиями для служебного роста, чем мужчины.

Итак, наиболее достоверные объяснения очевидно низкого, по сравнению с мужчинами, статуса женщин в организациях указывают на ситуативные, а не на внутриличностные факторы. Главными препятствиями на пути женщин к высоким и ответственным постам являются традиционная кадровая политика фирм, стереотипы, предполагающие, что женщина не годится для роли лидера, и такие обстоятельства, как невозможность приобрести на работе необходимый опыт и проявить необходимые качества (в силу характера работы).

Для того, чтобы добиться карьерного роста, женщине необходимо преодолеть много препятствий, и для этого, она прибегает к приемам манипулирования окружающими, но это защитные стратегии, которые порождаются неблагоприятными условиями, сложившимися в деловом мире, в том числе для женщин. И преодолев все препятствия, женщина становится руководителем.

Управлять, значит, вести предприятие к его цели, извлекая максимум возможностей и имеющихся ресурсов. И судя по всему женщина также, как и мужчина, а порой даже и лучше справляется с этим. Женский (или нтерактивный) стиль руководства нацелен на вовлечение всего коллектива в общее дело. Руководитель интерактивного стиля заботится о достижении консенсуса, активном и увлеченном участии в работе всех членов коллектива, их взаимодействии и взаимопонимании. Интерактивный менеджер всячески поддерживает идею о том, что стремление к достижению целей фирмы расширяет возможности сотрудников в реализации их личных интересов. Женщины-руководители считают, что в основе их стиля руководства лежит превращение интересов подчиненных в общие цели рабочего коллектива. Женщины приписывают свою

власть в большей степени таким личностным характеристикам, как повышенная интуиция, умение устанавливать личностные контакты, трудоспособность, нежели своему официальному положению. Психологически женщина в большей степени, чем мужчина, склонна заниматься ежедневным доказательством своего «права на лидерство».

Женщина-руководитель – это не редкость, это то, с чем мы сталкиваемся все чаще и чаще. В современном мире женщины все чаще и чаще занимают руководящие посты, и их стиль руководства такой же эффективный, как и мужской. Женщины могут управлять практически любой организацией, но они особенно успешны в творческих организациях, где требуется коллективное обсуждение проектов; в финансовой структуре, где требуется умение дотошно считать деньги; в благотворительных фондах и консалтинговых фирмах. Также последнее время наблюдается тенденция того, что женщины стремятся принимать участие в политической жизни общества, но именно эта сфера деятельности все еще остается «мужской».

Таким образом, можно сделать вывод, что проблемы карьерного роста действительно существуют и что они основаны на стереотипах и предрассудках, бытующих в обществе, и возможно, как только наш мир станет менее гендерно-типизированным, преграды на пути женщин исчезнут, и их будут воспринимать как качественных и компетентных работников и руководителей.

УДК 659.1

3D графика и её применение в создании рекламы

Аржановская Т.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Аснович Н.Г.

Белорусский национальный технический университет

3D технологии нашли своё применение практически во всех сферах, которые касаются видео, анимации и не только. Это и фильмы, и мультипликация, различного рода презентации и, конечно теле- и интернет-реклама. Зачастую при заказе рекламного ролика получается так, что лучше передать его идею помогает именно 3D анимация, а не обычная съёмка. Это может быть связано с разными моментами.