

ЦИФРОВОЙ ВЗРЫВ. КОНФЛИКТ МЕЖДУ ЗАДАЧАМИ ЖИЗНЕННОЙ И БИЗНЕС СРЕДАМИ

Терентьева В.И. – кандидат наук, профессор, Dr.h.c.mult

Пехтина Анна – карьерный-консультант в Odgers Berndtson,
сертифицированный эксперт FEPTO по применению методологии
психодрамы в бизнесе и коучинге

Аннотация: Сегодня сложилась парадоксальная ситуация: в бизнесе и политике все активнее применяет технологии, способные влиять на наше сознание и манипулировать им. Нормальному человеку понятно, что мы обязаны найти какие-то средства защиты. Личностные защитные механизмы - сублимация, рационализация, интеллектуализация не всегда успешны. Это у взрослых, у детей и подростков они еще менее эффективны. С другой стороны, бизнес, карьерный рост диктуют необходимость применения все более агрессивных технологий воздействия на сознание. Где выход?

Ключевые слова: цифровые технологии, успешная карьера женщины, манипулирование сознанием, информационная война, средства защиты

DIGITAL EXPLOSION. CONFLICT BETWEEN THE PROBLEMS OF LIFE AND BUSINESS ENVIRONMENTS

Terentyeva V. I.

-candidate of Sciences, Professor, Dr.h.c.mult

Pekhtina Anna - career consultant in Odgers Berndtson, certified FEPTO expert on
the application of the methodology psychodrama in business and coaching

Abstract: today there is a paradoxical situation: in business and politics, the technologies capable of influencing and manipulating our consciousness are increasingly used. A normal person understands that we must find some means of protection. Personal protective mechanisms-sublimation, rationalization, intellectualization are not always successful. This is in adults, children and adolescents, they are even less effective. On the other hand, business and career

growth dictate the need to use more and more aggressive technologies to influence consciousness. Where's the exit?

Keywords: digital technologies, successful career of a woman, manipulation of consciousness, information war, means of protection

Через цифровые технологии сегодня идет агрессивная информационная война за умы, сознание населения. Для бизнеса население является потребителем его услуг и товаров. Диджитал – это совсем новая маркетинговая сфера, которая собирает воедино возможности всех существующих каналов информационной коммуникации. Основной акцент при этом делается на возможности социальных сетей, современные медиа-ресурсы. Более широкое понимание диджитал - это комплексное воздействие на потребителя.

Потребитель. Мы все являемся потребителями – социальной и политической информации, рекламы на образовательные и культурные услуги, на различные товары и предметы первой необходимости. Мы оказались мишенью для всех существующих каналов информ. коммуникации.

Ряд статей у меня было посвящено теме информационной войны. К сожалению, после перестройки мы лишь интуитивно догадывались, что свалившийся на нас поток разнообразной информации не всегда полезен, а иногда несет откровенный вред особенно людям с незрелой личностной структурой, ценностными установками. Особенно болезненно, когда от этого страдают твои близкие.

Я согласна с А. Пехтиной. Да, нейрофизиологически и психологически женщина устроена иначе, чем мужчина, потому что она не обладает физической силой, равной мужской силе и потому что она несет функцию рождения, воспитания и ответственности за будущее своего ребенка. И это не обсуждается, такова объективная реальность. При этом, перед современной женщиной стоят те же задачи социальной и профессиональной адаптации, карьеры и т.д.

И в этом я вижу парадокс ситуации – женщина, которая все активнее применяет технологии влияния на сознание и манипулирование этим

сознанием и одновременно, эта же женщина находится в поиске средств (педагогических, организационных), которые способны оградить собственных детей от такого манипулирования извне.

В психологии есть ряд методик, которые позволяют выявить уровень восприимчивости субъекта к внешним воздействиям. Есть также теория Фрейда о защитных механизмах (ЗМ), направленных на редукцию патогенного эмоционального напряжения, задачей которого является защита психики субъекта от болезненных чувств и воспоминаний и от развития психопатических и неврологических нарушений. Данные ЗМ, как правило, бессознательны; они отрицают или искажают объективную реальность. ЗМ различаются по степени зрелости и индивидуальной специфике. Наиболее инфантильными, незрелыми ЗМ считают вытеснение и отрицание — характерны для детей, а также для социально незрелых типов личности (например, истероидный). Подростковому возрасту более свойственны механизмы, занимающие промежуточное положение по степени зрелости: идентификация и изоляция. К наиболее зрелым защитным механизмам относятся сублимация, рационализация, интеллектуализация. Часть психологов придерживается психоаналитической традиции в анализе личностной проблемы человека, другая часть — нет. Что называется, профессионалам виднее. Но сегодня в современных школах проводятся эксперименты, которые подтверждают, что наши дети могут легко становиться марионетками в руках совершенно безрассудных манипуляторов.

Где выход из этой неоднозначной ситуации — желание карьерного роста, материальной независимости и необходимости защиты незрелого сознания от бесконтрольного воздействия?

На мой взгляд, это является компетенцией и задачей власти. Необходим запрет на формирование конфликта между различными социальными группами внутри государства, и в первую очередь, между старшим и младшим поколениями. Старшее поколение — хранитель родовой памяти. Семья и

образование – важные социальные институты, посредством которых осуществляется передача родовой информации младшему поколению. Искусственно создаваемый конфликт поколений приводит к высмеиванию ценностей, которыми жило старшее поколение, невозможности интериоризации национальных, этнических, гражданских, семейных идеалов в сознание подрастающего поколения. Это ведет к атрофии чувства ответственности перед Родом, Родиной [2].

Другой механизм государственной защиты – введение во власть женщин. Те сферы, которые связаны с развитием (культурным, физическим, социопсихологическим), образованием, наукой, здравоохранением, СМИ, градостроительством, спортом и т.д. должны занимать женщины. Это давно поняли в Канаде (50%), Швеции (47%), Испании (36%), Руанде (64) и т.д. Мужчина по природе захватчик, который при любой возможности будет демонстрировать физическую и социальную силу. Это надо понимать.

ЦИФРОВОЙ ВЗРЫВ: У КОГО БОЛЬШЕ ШАНСОВ ВЫЖИТЬ В НОВОЙ БИЗНЕС-СРЕДЕ

Анна Пехтина, карьерный-консультант в Odgers Berndtson
сертифицированный эксперт FEPTO по применению методологии
психодрамы в бизнесе и коучинге

Раньше женщинам приходилось копировать поведение мужчин, чтобы занять управленческие позиции. В эпоху диджитализации мужчины и женщины оказались на равных позициях — перед лицом новых запросов на другие компетенции. Кто быстрее адаптируется к условиям новой реальности?

Бизнес среда была и все еще остается в нашей стране достаточно мужской: иерархической и авторитарной. Здесь уже распределены все роли, существуют четкие правила игры, процессы изменений происходят медленно и неохотно.

Согласно статистике, топовые позиции в компаниях сегодня занимают всего 20% женщин, остальные — мужчины. Для того, чтобы пробиться к вершине, женщинам пришлось адаптироваться к этой системе. Самым эффективным путем стало копирование мужской модели поведения. И надо сказать, они справились с этой задачей с присущими им энергией и ответственностью.

Цифровая трансформация создает бизнес-систему, в которой мужчины и женщины — руководители оказываются в равных позициях — перед лицом новых запросов на другие компетенции. С успехом на новый уровень выйдут лишь те, кто наиболее быстро сможет адаптироваться к изменившимся реалиям и прокачать новые необходимые качества.

Новые правила игры

Цифровизация ведет к тому, что жесткие иерархические парадигмы просто больше не работают. Модель «я-руководитель, сам все знаю и сейчас расскажу всем, что и как надо делать» уходит в прошлое. Объем информации уже возрос настолько, что один человек просто не способен переварить его целиком. Отсюда, одной из важнейших компетенций нового времени является «смирение» (humility) — способность принимать обратную связь, признавать, что другие могут знать больше. Не менее важная компетенция Adgile лидера — приспособляемость (adaptability). В условиях неопределенности и меняющейся среды к людям предъявляются требования быстро реагировать на происходящее. Смена точки зрения из-за новых полученных знаний сегодня становится скорее проявлением силы, чем слабости.

С другой стороны все еще актуальной остается умение взаимодействовать с людьми, то есть слушать и общаться сразу с широким кругом лиц. Мы живем в эпоху смены парадигм, когда за появлением новых технологий и изменений уже невозможно успеть. Уровень неопределенности увеличивается, а с ним и количество задач, требующих решения.

В условиях формирования новой парадигмы у женщин появляется возможность догнать и обойти мужчин поскольку digital компетенции перекликаются с женской природой.

Что не стоит делать женщине-управленцу в эпоху диджитал-революции?

1. Становиться мужчиной

В новой парадигме у женщин больше нет необходимости копировать мужчин. Во-первых, необходимые компетенции у многих женщин часто развиты с рождения. Например, гибкость мышления. Мы помним примеры времен Перестройки, когда многие женщины стали успешны на фоне большого количество мужчин, которые опустили руки и не смогли адаптироваться к происходящим изменениям. Во-вторых, женщинам природно гораздо проще слушать, проявлять эмпатию, учитывать чужие мнения, работать с обратной связью и оперативно принимать и менять решения на основании входящей информации.

Больше нет необходимости копировать мужскую модель поведения, эпоха диджитал открывает возможности для проявления в менеджменте качеств, свойственных именно женщинам. Посмотреть, как успешно работает подобная «женская» бизнес-среда, можно на примере благотворительных фондов, которые в основном возглавляют женщины. Это управление через другие качества: это про помощь, про слушание.

Многие успешные женщины не только успевают заниматься бизнесом, но и воспитывать детей. Так, например, Чулпан Хаматова, управляющая фондом «Подари жизнь», помимо огромной рабочей занятости проводит много времени своими тремя дочерьми.

2. Превращать себя и свою команду в «боевую единицу»

Новая парадигма успеха больше не требует от управленцев превращать команду в упряжку скаковых лошадей, ломающих ноги во время забегов. Формула «больше сделал — больше получишь» перестает работать. Наиболее успешными становятся компании, в которых люди занимаются любимым

делом, работают с удовольствием. В основу успеха новых бизнесов ложатся не пот и слезы, а уникальная цепляющая идея.

История знает множество успешных бизнес-идей, возникших в один момент, а не вымученных годами кропотливой работы. Так, например, к Вейли Дай, президенту Marvell Technology Group, идея создать свою компанию пришла за обедом с мужем. Сейчас на Вейли Дай трудится более 7000 сотрудников, а ее заказчики — это такие гиганты, как Google, Samsung и другие. Дай также занимается оказанием менторской поддержки CEO, в которых видит потенциал.

В новых условиях тема Work and Life Balance звучит особенно громко. Человек счастлив только тогда, когда в его жизни все сферы так или иначе сбалансированы: семья, работа, хобби, друзья. Любые перекосы имеют последствия. Например, у трудооголиков со временем начинаются проблемы со здоровьем, впрочем, как и депрессии у домохозяек, «посвятившим себя детям целиком и полностью». Человек должен четко понимать свои ценности и, исходя из них, строить свою жизнь.

CEO компании General Motors, Мэри Барра, привыкла четко разделять работу и дом. Например, если встреча заканчивается в 17:30, то она должна закончиться в это время и ни минутой позже. Иначе Мэри не успеет на выступление дочери в театре. Подобный подход работает не только горизонтально, но и вертикально. Это позволяет четко регулировать тайм-менеджмент во всей компании, а также показать, что руководителю важны личные приоритеты коллег.

3. «Задвигать» личную жизнь на второй план

Бытует мнение, что женщины, успешные в карьере, должны быть несчастны в семейной жизни и наоборот. В современных реалиях это неверное утверждение, хотя в прежней системе координат, когда женщине-управленцу приходилось играть мужскую роль, подобная ситуация встречалась достаточно часто.

Сегодня большая часть женщин-руководителей (65%) находится в браке. По данным агентства «Контакт», только 13,5% из них никогда не были замужем. Почти половина опрошенных имеют хотя бы одного ребенка, еще у 20% двое детей и только небольшое количество женщин обзавелись тремя и более детьми. Эти цифры говорят нам о том, что семья и дети перестали быть помехой для успешной карьеры.

По моим наблюдениям женщина, не состоящая в отношениях все-таки не бывает абсолютно счастлива, поэтому жертвовать этой сферой жизни ради работы я бы не советовала. Да, мы живем не во времена Пушкина, когда от женщины требовалось лишь быть красивой, образованной и хорошо играть на фортепиано. Действительно, сегодня к женщинам предъявляется большое количество требований и именно поэтому приходится прилагать усилия чтобы соблюдать этот баланс. Вместе с тем мы знаем множество примеров, когда женщинам это успешно удавалось.

4. Останавливаться в развитии

Помните, что говорил Стив Джобс: «Вы не можете соединить точки, смотря вперед; вы можете соединить их только оглядываясь в прошлое.» Важно чтобы было что соединять, для этого необходимо непрерывно развиваться, получать новый опыт, пробовать непривычные подходы, ходить неизведанными тропами и создавать новые нейронные связи.

В эпоху digital трансформации перед топ-менеджерами стоит задача постоянно прокачивать свои «скилы». Недостаточно получить очередную корочку о повышении квалификации или новом MBA, здесь речь идет скорее о саморазвитии. Роль лидера как таковая сейчас не так важна, как роль личности. Если раньше для управленца было достаточно эффективно решать какие-то задачи, то сейчас в условиях постоянных изменений, личные качества становятся важнее: вдохновляет ли человек свою команду, интересен ли он людям. Над этими качествами сегодня стоит обязательно работать.

5. Подбирать команду однотипных людей

Человек, в частности женщина, так устроен, что ему всегда комфортнее в обществе себе подобных, похожих людей, разделяющих его или ее ценности и интересы. Многие управленцы (на самом деле не только женщины) по этому принципу набирают команду. Однако сейчас рынок говорит о необходимости разнообразия (diversity): большое количество разносторонних мнений и компетенций, а также опыта в команде дает гораздо более эффективный и быстрый результат. Новые вводные по формированию команды требуют от руководителя прокаченных коммуникативных навыков с разными психотипами.

Надо отметить, что женщинам легче находить общий язык с непохожими на них людьми именно благодаря гибкости мышления: где-то им легче «наступить себе на горло», где-то проявить мягкость или подыграть. Мужчинам это, безусловно, сложнее, и им придется развивать эти качества в новой бизнес-системе.

Литература

1. Пехтина А. Цифровой взрыв: у кого больше шансов выжить в новой бизнес-среде// Forbes, э.ж., - 26.04.2018.

<http://www.forbes.ru/forbes-woman/360699-cifrovoy-vzryv-u-kogo-bolshe-shansov-vyzhit-v-novoy-biznes-srede>

2. Терентьева В.И., кандидат наук, профессор и почетный доктор (Dr.h.c.mult) РОДОВАЯ ПАМЯТЬ ПРОТИВ ВОЗРОЖДЕНИЯ НАЦИЗМА , 70-ЛЕТИЮ ВЕЛИКОЙ ПОБЕДЫ ПОСВЯЩАЕТСЯ // Вестник Восточно-Сибирской открытой академии. – 2015. – № 20;