

УДК 159.9

DOI: 10.34670/AR.2023.47.40.014

Восприятие роли женщин в профессиональной деятельности: обзор исследований

Якунин Иван Максимович

Аспирант,
Институт общественных наук,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
119571, Российская Федерация, Москва, пр. Вернадского, 82-84;
e-mail: yakunin1147@gmail.com

Аннотация

Рынок труда во многих странах демонстрирует доминирование мужчин. Важнейшую роль в восстановлении баланса играют психологические факторы, в том числе восприятие женщины как профессионала. В работе рассматриваются основные эмпирические исследования, посвященные гендерным стереотипам и женской профессиональной идентичности, изучаются причины предубеждений, а также анализируются доступные знания о реальном влиянии женщин на работу организации. Обзор как российских, так и зарубежных актуальных работ позволяет сделать вывод о вкладе женщин в результативность деятельности компании. Однако ощутить эффект их работы затруднительно из-за широко распространенных негативных предубеждений о профессиональных качествах женщин. В абсолютном большинстве отраслей женщины по-прежнему составляют меньшинство от общего количества рабочей силы. Это обусловлено не только социальными, но и психологическими факторами. Ключевую роль в этом играют гендерные стереотипы. Они формируются под воздействием окружающей среды: традиций, культуры, семейных укладов. В отличие от мужчин, женщины не выигрывают от набора приписываемых им стереотипов. Однако женщины в профессиональной деятельности отличаются несколькими положительными характеристиками: они чаще проявляют заботу, приходят на помощь и готовы перерабатывать ради общего блага. Зачастую назначение на руководящую должность совпадает с ситуацией повышенного риска для компании, когда провал предопределен внешней конъюнктурой. Это значительно снижает шансы других женщин получить должность после. При этом доказано, что врожденных отличий между женщинами и мужчинами на руководящих постах нет.

Для цитирования в научных исследованиях

Якунин И.М. Восприятие роли женщин в профессиональной деятельности: обзор исследований // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2023. Т. 12. № 2А. С. 153-163. DOI: 10.34670/AR.2023.47.40.014

Ключевые слова

Гендерная дискриминация, гендерная психология, гендерные стереотипы, ролевые модели, «стеклянный потолок».

Введение

Феномен гендерной дискриминации на рынке труда изучается несколько десятилетий. Однако до сих пор понимание его причин остается поверхностным. С одной стороны, это обусловлено нехваткой инструментов анализа: опросные методики демонстрируют предвзятый взгляд респондентов обоих полов [Гуриева, Гунделах, 2021], а наблюдение за процессами внутри организации затруднено, поскольку дискриминация по половому признаку запрещена законами многих стран, и ученых просто не подпускают к объектам исследований. С другой, наблюдается сниженная активность исследователей по данной проблеме. Например, феномену «стеклянного потолка» – ключевому понятию, лежащему в основе гендерной дискриминации, – посвящены лишь 1199 публикаций за 33 года исследований [Singh, 2023].

Тем временем статистика женского трудоустройства в мире остается неутешительной. Женщины занимают 40% рабочей силы, но на управляющих позициях их доля не превышает 20% [Белова, Гуриева, 2018]. Ситуация выглядит тем острее, чем выше должность. Если оценивать разрыв в оплате труда, то на middle-позициях женщины получают на 15% меньше мужчин, а на руководящих разница стремится к 40% [Wirth, 2002].

Россию нельзя назвать исключением. По данным Росстата, половой состав российских руководителей не имеет сильного перевеса: 45% таких должностей занимают женщины, а 55% мужчины [Мужчины и женщины России..., 2020]. Однако эта выборка не учитывает статус руководящей позиции. Проблемы подтверждаются наличием гендерной сегрегации: единственные отрасли, где занято больше женщин, чем мужчин, – это здравоохранение и образование [там же]. В итоге Россия заняла 81-е место во всемирном Индексе гендерного разрыва (Global Gender Gap Index) [The Global Gender Gap Report 2020, www]. Там отметили высокий уровень женской занятости в стране, уровень высшего образования среди женщин, однако указали, что соотношение зарплат остается несправедливым: женщины в среднем получают 72% от того, что получают мужчины [Женщины и мужчины России, 2018].

Исследователи приходят к выводу, что роль женщины в рабочем процессе определяется несколькими факторами. Самое частое объяснение заключается в том, что положение женщины в компании детерминируется ее социальной ролью [Уле, 2011]. Кроме того, женщинам вменяют самостоятельный отказ от развития карьеры в угоду заботы о семье. Однако дискриминация имеет и психологическую природу, связанную с тем, как женщин воспринимают окружающие, в том числе руководство предприятия, на котором они заняты.

Проблема гендерных стереотипов в профессиональной деятельности

Первой и основополагающей по этому вопросу считается работа У. Липпмана, который объяснял стереотипы как «предвзятые мнения, которые управляют процессом восприятия». Уже в этом тексте автор подчеркивал, что стереотипы имеют очень опосредованное отношение к реальности, поскольку выражаются в знаках, не дающих полное представление об объекте [Lippman, 1922].

Феномен стереотипов особенно важен, поскольку имеет прямое влияние на идентичность женщины, формирующуюся под воздействием двух факторов: собственных представлений о себе и картиной в глазах окружающих [Erikson, 1977]. Второе предопределено стереотипами, что может негативно сказаться не самооценке женщины с ранних лет. Формирование

идентичности, в том числе гендерной, это одна из ключевых задач и проблем подростка [Уле, 2011]. От того, насколько человек согласен с предлагаемой ролью, зависит наличие у него внутреннего конфликта.

Женщины сталкиваются со стереотипизацией еще в раннем возрасте. Уже в школе на уроках математики учителя подчеркивают их отличие от учеников мужского пола: мальчик, добившийся отличной оценки, «талантливый», а девочка при достижении тех же результатов считается «старательной» [Савинская, 2020].

Так называемые STEM-области (science, technology, engineering, mathematics – наука, технологии, инженерия, математика) считаются конвенционально мужскими [Watt, 2010]. Если женщина выбирает их для продолжения образовательного трека, конфликт я-внутреннего и я-внешнего обостряется. В этом возрасте абитуриент уже знает о существовании стереотипа и испытывает угрозу его подтверждения [Shapiro, Williams, 2012]. Иными словами, зная, что женщин считают неспособными для таких задач, студент не рискнет «принять вызов» и доказать обратное. Как следствие, стереотип начинает репродуцироваться, потому что женщинам сложно будет идентифицировать себя со STEM-сообществом, обращая внимание на тотальное доминирование мужской рабочей силы.

Из вузов стереотип перетекает на рабочие места. Студент, овладев представлениями о роли женщин в профессии, сам со временем становится работодателем и проецирует предубеждения на соискательниц, с которыми лично не знаком. Женщины, в свою очередь, приобретая стигму еще в университете, начинают негативно оценивать свои карьерные перспективы в отрасли и рассматривают альтернативные сценарии развития карьеры. Не заинтересовано в смене парадигмы и статусное большинство. В результате соотношение между «мужским доминированием» и «женским угнетением» сохраняется.

Принцип, согласно которому комфорт достигается совпадением гендерной и профессиональной идентичности, не теряет свою силу с годами. Профессиональная идентичность в STEM, тем временем, связана с социальной изоляцией и образом «непривлекательного гения» [Starr, 2018]. В результате женщинам, которые не соответствуют корпоративным ярлыкам, требуется внутреннее усилие для согласования личного образа и образа сотрудника индустрии. Хотя в современных реалиях такие стереотипы кажутся устаревшими.

Так или иначе, уже сейчас исследователи отмечают появление «пассивной, диффузной идентичности как адаптированный ответ на сложный, неясный переход к взрослости» [Уле, 2011]. Опросы показывают, что позитивный исход маловероятен: те девушки, кто сопротивляется доминирующей парадигме и доказывает свое мастерство, сталкиваются с выгоранием и осуждением за то, что они «не как все». Тем, кто не сопротивляется, свойственны низкая самооценка, отсутствие жизненной цели и неготовность отстаивать свои принципы. Они, скорее, согласятся с точкой зрения собеседника.

Есть несколько эмпирических исследований по проблеме гендерной дискриминации в России. Сотрудники признают неравные возможности мужчин и женщин в карьере. Причем респонденты обоих полов примерно в равной пропорции соглашались, что руководство более требовательно к результатам труда женщин, чем их коллег мужчин [Егорова, 2001]. По результатам опроса выявлено, что женщин наделяют следующими стереотипами: они якобы более эмоциональны, менее склонны к умственной работе, болтливы, поверхностны, подвержены предрассудкам, чаще разносят сплетни и сами тяготеют к «домашнему» труду [Гуриева, Казанцева, Белова, 2019]. В другом опросе, проведенном исследователями СПбГУ,

выяснилось, что наиболее частые ассоциации к слову «женщина» – это «мать», «красота», «забота», «дети», «любовь», «дом». В то время как понятие «мужчина» в первую очередь ассоциируется с силой, разумом, «опорой» [там же].

Важно, что мужчины в общественном сознании противопоставляются женщинам. М.Шевченко было выделено несколько «бинарных оппозиций» стереотипов, в которых мужчинам присуща логичность, абстрактность, инструментальность, а женщинам, напротив, интуитивность, конкретность и экспрессивность [Шевченко, 2010].

Все эти предубеждения не способствуют карьерному продвижению женщин, а только тормозят его. Как итог профессиональная деятельность женщин оказалась осложнена так называемыми «стеклянными» феноменами. Метафора означает невидимость барьеров, которые мешают продвижению, причем эти барьеры никак не связаны с навыками и знаниями сотрудника. Женщине прямо не артикулируют, что она не может получить повышение по гендерным причинам, она просто застывает на своей нынешней должности. Причем «стеклянные» феномены вариативны: женщине могут не давать повышение («стеклянный потолок»), не давать попробовать свои силы на той же позиции, но в другом отделе («стеклянные стены»), не допускать к среде неформального общения («стеклянный ящик»). Шансы вырастают в тот момент, когда компания уже находится в сложном положении и желающих занять позицию руководителя не так много. Ситуация, при которой женщина получает такую должность в обстоятельствах повышенного риска, называется «стеклянный утес».

Э. Браунстайн объясняет, что такое поведение продиктовано в первую очередь материальными мотивами доминирующего большинства [Seguino, Braunstein, 2018]. Оно не заинтересовано в том, чтобы делиться доступом к ресурсам, поэтому стремится вытолкнуть женщин из профессии – такие ограничения карьеры получили название push-факторов. Нельзя забывать, что к этим «дополнительным» осложнениям добавляются и «базовые» опасения любого сотрудника вне зависимости от пола. А.Соловей выделяет несколько подобных психологических ограничений, например установку на получение социального одобрения, неуверенность в своих возможностях реализовать карьерный потенциал, боязнь успеха, боязнь неудачи, нереалистичность цели, самооценка и избегание риска [Соловей, 2017].

Таким образом женщина априори воспринимается как неспособный, не подходящий для труда человек с ограниченными умственными способностями. Единственная функция, которую большинство готово им доверить, это деторождение. Подобные установки не просто ложны [Massoby, Jacklin, 1974], но и вредны.

Влияние женского персонала на рабочие процессы в организациях

Психологические черты человека определяются периодом его взросления. Однако, как отмечают ученые, этот процесс у мужчин и женщин отличается. Девочки, например, чаще воспринимаются родителями как помощники, быстрее включаются в хозяйственные дела и подвержены большему контролю. В результате они больше зависят от родителей, их оценки и видения дальнейшего карьерного трека [Arnett, 2004]. Если родственники не поддержат выбор ребенка строить карьеру вместо исполнения бытовых обязанностей, внутренних сил для сопротивления может не хватить.

Тем временем современные исследования показывают, что предубеждения по поводу интеллектуальных и других способностей женщины не имеют под собой оснований.

Европейская статистика утверждает, что женщины более успешно справляются с академической нагрузкой и чаще успешно заканчивают вуз [Уле, 2011]. Они чаще выбирают гуманитарные направления, в то время как мужчины – естественные и технические, но это зависит не от успехов, а от гендерных ролей [UNESCO..., www]. Например, экзамен по естествознанию в четырех странах показал, что девушки справляются с заданиями лучше их конкурентов-мужчин [Уле, 2011].

Однако знания и навыки не являются гарантом успеха в профессиональной деятельности, особенно на высших управленческих постах. Л.И. Уманский выделял для такой роли несколько качеств, среди которых и психологические: например, такт и общественная энергичность [Уманский, 2001]. Однако в попытке достичь карьерных высот женщины зачастую теряют свою гендерную идентичность, примеряя на себя классические маскулинные черты: авторитарность, агрессию, жестокость [Ливак, 2018]. Попытку выяснить соотношение гендерных особенностей предпринял Н. Ливак. По его результатам, наиболее популярным оказался смешанный, андрогинный тип личности, когда в руководителе сочетаются как мужские, так и женские психологические черты. Общий же набор качеств оказался характерным для руководителя любого пола: респонденты продемонстрировали высокий уровень самооценки и самоуважения, решительность, активность, властность, склонность к риску и независимость [там же].

Похожих результатов удалось добиться исследователям из США, которые использовали метод контент-анализа. Они изучили 2 млн публикаций в Twitter от женщин-членов Конгресса. Выяснилось, что женщины с большей регулярностью транслируют заботу как ценность и реже обращаются к формулировкам, выражающим властность и лояльность, по сравнению с коллегами-мужчинами [Brisbane, 2023].

Забота – ключевое понятие в рамках данной проблематики, поскольку встречается в большинстве исследований как ключевая черта женщин в карьере. В результате создается общая атмосфера поддержки и взаимовыручки в коллективе. Исследование McKinsey, например, показало, что именно женщинам свойственно брать дополнительную нагрузку, они чаще приходят на помощь своим коллегам, но эти усилия остаются незамеченными, поэтому сотрудники женского пола чаще сталкиваются с выгоранием [Women in the Workplace 2021, 2021].

Польза женщин для профессиональной деятельности объясняется не только улучшением климата в коллективе. Исследование корейского потребительского рынка напомнило, что в создании товаров для женщин должны принимать участие женщины [Денисова, 2022]. Бытовой матриархат привел к тому, что женщины распоряжаются семейным бюджетом и чаще мужчин принимают решение о покупке. Соответственно, в утверждении дизайна, брендинга и маркетинговой стратегии необходим женский взгляд для увеличения количества продаж. Компании, где есть хотя бы три женщины на руководящих должностях, увеличили рентабельность на 60% [Кан, 2018]. Этот же вывод подтверждается исследованием рынка рекламы в Испании: 80% покупательной способности принадлежит женщинам, 90% руководящих позиций в отрасли занимают мужчины. Метод Дельфи показал, что соотношение должно меняться, учитывая, что и большинство студентов по этой специальности – женщины [Jiménez-Marín, 2023].

Тем не менее, гендерная сегрегация сохраняется, причем не только по функциям, но и по отраслям. Впервые этот феномен был описан еще в 1970-х Б. Бергманном: отрасли, в которых доминирует мужской труд, вытесняют женщин, в результате чего те скапливаются на должностях, требующих меньшей квалификации, и, как следствие, хуже оплачиваемых.

Например, отмечается, что женщинам, как правило, предлагают монотонный, связанный с меньшим уровнем риска труд, например, общение с клиентами [Белова, Гуриева, 2018]. Это, к тому же, укладывается в стереотип о том, что женщины «любят поговорить». Подобное положение женщин сложно исправить: если наиболее успешные работодатели нанимают в основном мужчин, те получают возможность дополнительно развиваться и улучшать свои навыки, пользуясь финансовым положением своей компании. Напротив, работодатели с «периферии» рынка труда могут лишь бороться за собственное выживание, их ресурсы по обучению и возвращению сотрудников гораздо более ограничены. Таким образом, разрыв между профессионализмом мужчин и женщин постоянно увеличивается [Gordon, 1982].

При этом в кризисной ситуации именно женщины, вероятно, возьмут управление в свои руки. Дискуссия об этом началась в 2003 году, когда в газете Times на первой полосе появилась статья «Женщины в совете директоров: помощь или помеха?» [Judge, 2003]. Автором было отмечено, что самые успешные компании британского фондового индекса FTSE100 управляются исключительно мужчинами, а женщины в руководящих органах только «сеют хаос». М. Райан и А. Хаслам изучили динамику котировок и выяснили, что назначение женщин случается в тот момент, когда компания уже испытывает трудности. Из этого следовал ключевой вывод: это не женщины провоцируют плохие результаты компании, а плохие результаты компании ведут к назначениям женщин [Ryan, 2005]. Этот феномен и получил название «стеклянного утеса», а авторы указали, что критика в адрес женщин-руководителей часто бывает несправедливой из-за обстоятельств, которые изначально не располагали к успеху.

«Стеклянный утес» обнажил и еще одну проблему женщин в организациях. Если она занимает руководящую позицию, к ней априори приковано больше внимания. Это подтверждает совместное исследование Университета Утрехта (Нидерланды) и Университета Нью-Йорка (США). К эксперименту привлекли 142 респондента (медианный возраст -19,5 лет), 86 из них женщины, 56 – мужчины. Им предложили поучаствовать в скрининге кандидатов на должность руководителя компании из сферы сталелитейной промышленности. Процедура выглядела так: участникам предоставили справку о вымышленном предприятии, а также о руководителе, который покидает должность. Для одной группы это был мужчина под вымышленным именем Майкл Уолден, для другой – женщина по имени Патрисия Уолден. Также к справке была приложена выдуманная статья из газеты о результатах работы этих руководителей. Здесь респондентов поделили на четыре группы: одной показали, что Майкл Уолден не оправдал ожиданий, другой – что он их превзошел, третьей показали статью об успехах Патрисии Уолден, четвертой – о ее неудачах. Участники эксперимента оценили работу предыдущего руководителя по 7-балльной шкале, после чего респондентам предложили выбрать кандидата на роль нового гендиректора. Выяснилось, что отношение к женщинам на посту руководителя более полярно: если респондент думал, что Патрисия Уолден прекрасно справлялась со своими обязанностями, то он с большей вероятностью порекомендует женщину на пост гендиректора. Если он полагал, что Патрисия провалилась в этой роли, то фаворитом респондента окажется мужчина. Успехи Майкла Уолдена же не имели такого влияния на респондентов: его удачная работа на посту не вызвала значительной корреляции с назначением другого мужчины на пост, а его провалы не обязательно приводили к тому, что респонденты выберут новым гендиректором женщину. Из этого следует вывод, что результаты женщины на посту руководителя определяют дальнейшие шансы женщин в этой компании занять такую должность. Причем негативный эффект от провала женщины на посту руководителя гораздо сильнее, чем позитивный эффект от ее удачной работы [Manzi, 2020].

Дальнейшие исследования показывают, что ситуация существенно не улучшается с годами. Так, например, одна из последних статей А. Хаслана – автора феномена «стеклянного утеса» – посвящена влиянию медиа и СМИ на процесс принятия решений о найме. Он выбрал компании из индекса FTSE100 и изучил, как много внимания журналисты обращали на тот или иной бизнес. В результате была выявлена корреляция: чем чаще о компании пишут в прессе, тем чаще в ее руководстве встречаются женщины. Иными словами, без внешнего воздействия люди, принимающие решения, по-прежнему со скепсисом воспринимают женщин на руководящих постах [Ihmels, Haslam, 2022].

Очевидно, подобные механизмы восприятия женщин в профессиональной деятельности основаны на предубеждениях и имеют не только социальную, но и психологическую природу. Однако исследования показывают, что подобные установки не рациональны и даже вредят общему благосостоянию. Так, например, Всемирный банк прогнозирует в экономике «потерянное десятилетие» [Global economy's "Speed Limit"..., 2023]. Один из аргументов состоит в том, что развивающиеся страны, которые делали максимальный вклад ВВП, поддерживали такой уровень производства благодаря молодому населению. Сейчас население постарело, производительность снизилась, однако ее можно восполнить, привлекая на рабочие места больше женщин. То, что они способны придать экономике новый импульс и ускорить рост, уже подтвердил опыт современного Китая [Кортелева, 2022].

Заключение

В абсолютном большинстве отраслей женщины по-прежнему составляют меньшинство от общего количества рабочей силы. Это обусловлено не только социальными, но и психологическими факторами.

Ключевую роль в этом играют гендерные стереотипы. Они формируются под воздействием окружающей среды: традиций, культуры, семейных укладов.

Отличие от мужчин, женщины не выигрывают от набора приписываемых им стереотипов. Конвенционально принято видеть в них хранительниц очага, а не профессиональных сотрудников, готовых справиться с любой задачей.

В результате у женщин в процессе взросления возникает внутренний конфликт: они чувствуют себя готовыми к карьерным вызовам, но сталкиваются с неприятием со стороны доминирующего большинства. Это приводит к появлению так называемых «диффузных идентичностей» и присвоению классических мужских черт характера.

Тем не менее, исследования успешных примеров лидерства показывают, что это не обязательно. Женщина на руководящей должности может оставаться женщиной, положительные результаты работы зависят от других параметров.

Более того, женщины в профессиональной деятельности отличаются несколькими положительными характеристиками: они чаще проявляют заботу, приходят на помощь и готовы перерабатывать ради общего блага.

Зачастую назначение на руководящую должность совпадает с ситуацией повышенного риска для компании, когда провал предопределен внешней конъюнктурой. Это значительно снижает шансы других женщин получить должность после.

При этом доказано, что врожденных отличий между женщинами и мужчинами на руководящих постах нет. Разница кроется лишь в их восприятии.

Библиография

1. Белова О.Е., Гуриева С.Д. Социально-психологический феномен «стеклянного потолка» // Психология XXI века: психология как наука, искусство и призвание. СПб., 2018. Т. 1. С. 178-184.
2. Гуриева С.Д., Гунделах О.Е. Гендерные барьеры карьерного продвижения в организации // *Administrative Consulting*. 2021. Vol. 7. Is. 2 (14). URL: <https://www.nxtjournal.ru/jour/article/view/31>
3. Гуриева С.Д., Казанцева Т.В., Белова О.Е. Социальные представления о гендерных различиях в разных сферах жизни: апробация опросника и проверка надежности шкал // *Петербургский психологический журнал*. 2019. (27). С. 88-114.
4. Денисова И.А. Преодоление гендерной асимметрии в бизнесе: опыт Республики Корея // *Корееведение в России: направление и развитие*. 2022. № 3. С. 94-100.
5. Егорова Л.С. Гендерные стереотипы в управлении (По материалам социологического исследования) // *Женщина в российском обществе*. 2001. № 3-4. С. 13-17.
6. Женщины и мужчины России. 2018. М., 2018. 241 с.
7. Кан Х. и др. Политика и законодательство в отношении женщин в Корее с 1990-х годов по настоящее время. Palgrave Macmillan, 2018. С. 81-98.
8. Кортелева А.В. Гендерная дискриминация на рынке труда в современном Китае // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2022. № 2. С. 51-52.
9. Ливак Н.С. Личностные особенности женщин-руководителей // *Сознание*. 2018. № 10. С. 52-57.
10. Мужчины и женщины России 2020. Росстат. М., 2020. 239 с.
11. Савинская О.Б. Почему женщины уходят из STEM: роль стереотипов // *Женщина в российском обществе*. 2020. № 2. С. 62-75.
12. Соловей А.П. Социальные и психологические факторы построения и реализации карьеры женщины в науке // *Устойчивое развитие науки и образования*. 2017. № 2. С. 64-70.
13. Уле М. Изменения гендерных стереотипов в процессе взросления // *Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология*. 2011. № 4. С. 75-87.
14. Уманский Л.И. Личность. Организаторская деятельность. Коллектив. Кострома, 2001. 208 с.
15. Шевченко М.Н. Гендерные стереотипы // *Вестник Амурского государственного университета*. Серия: Гуманитарные науки. 2010. № 48. С. 173-176.
16. Arnett J.J. *Adolescence and Emerging Adulthood*. New Jersey, Pearson: Prentice Hall, 2004. 499 p.
17. Brisbane L. et al. Morality and the Glass Ceiling: How Elite Rhetoric Reflects Gendered Strategies and Perspectives // *Politics & Gender*. 2023. Jan. 9th. P. 1-35.
18. Erikson E.H. *Identität und Lebenszyklus*. Frankfurt: Suhrkamp, 1977. 240 s.
19. Gordon D.R. *Segmented Work, Divided Workers: The Historical Transformation of Labour in the United States*. Cambridge University Press, 1982. 304 p.
20. Ihmels A., Haslam S. Through a Glass Cliff Darkly: Evidence That the Media Visibility of Companies Moderates Their Willingness to Appoint Women to Leadership Positions in Times of Crisis // *Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie A&O*. 2022. 67.
21. Jiménez-Marín G. Advertising and public relations degrees: profiles and the glass ceiling in the Spanish labour market // *Análisi*. 2023. 67. P. 87-104.
22. Judge E. Women on Board: Help or Hindrance? // *TIMES*. 2003. Nov. 11th.
23. Lippman W. *Public Opinion*. N.Y., 1922. 427 p.
24. Maccoby E., Jacklin C. *The Psychology of sex differences*. Stanford University Press, 1974. 634 p.
25. Manzi F., Heilman M. Breaking the glass ceiling: For one and all? // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2020. 120 (2). P. 257-277.
26. Ryan M., Haslam S. The Glass Cliff: Evidence that Women are Over-Represented in Precarious Leadership Positions // *British Journal of Management*. 2005. 16. P. 81-90.
27. Seguino S., Braunstein E. The Costs of Exclusion: Gender Job Segregation, Structural Change and the Labour Share of Income // *Development and Change*. 2018. 50. 10.
28. Shapiro J.R., Williams A.M. The Role of Stereotype Threats in Undermining Girls and Women's Performance and Interest in Stem Fields // *Sex Roles: A Journal of Research*. 2012. 66 (3). P. 175-183.
29. Singh S. et al. Making sense of glass ceiling: A bibliometric analysis of conceptual framework, intellectual structure and research publications // *Cogent Social Sciences*. 2023. 9.
30. Starr C.R. I'm not a science nerd! STEM Stereotypes, Identity, and Motivation Among Undergraduate Women // *Psychology of Women Quarterly*. 2018. 42 (4). P. 489-503.
31. The Global Gender Gap Report 2020 by World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org/reports/gender-gap-2020-report-100-years-pay-equality/>
32. UNESCO Education of Girls and Women in Europe. Contribution of UNESCO to the European Conference on Women. URL: <https://www.unesco.org/en/prizes/girls-womens-education>

33. Watt H.M.G. Gender and occupational choice/ Handbook of gender research in psychology. New York: Springer, 2010. P. 379-400.
34. Wirth L. Breaking Through the Glass Ceiling: Women in Management // Pay Equity between Women and Men: Myth or Reality? Luxembourg, 2002. 202 p.
35. Women in the Workplace 2021. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/diversity%20and%20inclusion/women%20in%20the%20workplace%202021/women-in-the-workplace-2021.pdf>
36. World Bank. Global economy's "Speed Limit" Set to Fall to Three-Decade Low. March 27th 2023. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2023/03/27/global-economy-s-speed-limit-set-to-fall-to-three-decade-low>

The Perception of Women's role in professional activity: the studies review

Ivan M. Yakunin

Postgraduate,
Institute of Social Sciences, RANEP, A,
119571, 82-84, Vernadskogo ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: yakunin1147@gmail.com

Abstract

The labor market in many countries demonstrates male dominance. The most important role in restoring the balance is played by psychological factors, including the perception of a woman as a professional. This paper reviews the main empirical research on gender stereotypes and women's professional identity, examines the causes of prejudice, and analyzes the available knowledge about the real impact of women on the work of the organization. A review of both Russian and foreign relevant works allows us to conclude about the contribution of women to the performance of the company. However, it is difficult to feel the effect of their work due to widespread negative prejudices about the professional qualities of women. In the vast majority of industries, women still make up a minority of the total workforce. This is due not only to social, but also psychological factors. Gender stereotypes play a key role in this. They are formed under the influence of the environment: traditions, culture, family ways. Women in the professional world have several positive characteristics: they are more likely to show care, come to the rescue and are ready to work for the common good. Often, an appointment to a managerial position will coincide with a situation of increased risk for the company, when failure is predetermined by external conditions. This significantly reduces the chances of other women getting a position after. At the same time, it has been proved that there are no innate differences between women and men in leadership positions.

For citation

Yakunin I.M. (2023) Vospriyatie roli zhenshchin v professional'noi deyatel'nosti: obzor issledovaniy [The Perception of Women's role in professional activity: the studies review]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 12 (2A), pp. 153-163. DOI: 10.34670/AR.2023.47.40.014

Keywords

Gender discrimination, gender psychology, gender stereotypes, role models, the glass ceiling.

References

1. Arnett J.J. (2004) *Adolescence and Emerging Adulthood*. New Jersey, Pearson: Prentice Hall.
2. Belova O.E., Gurieva S.D. (2018) Sotsial'no-psikhologicheskii fenomen «steklyannogo potolka» [Socio-psychological phenomenon of the "glass ceiling"]. In: *Psikhologiya XXI veka: psikhologiya kak nauka, iskusstvo i prizvanie* [Psychology of the XXI century: psychology as a science, art and vocation]. St. Petesburg. Vol. 1.
3. Brisbane L. et al. (2023) Morality and the Glass Ceiling: How Elite Rhetoric Reflects Gendered Strategies and Perspectives. *Politics & Gender*, Jan. 9th, pp. 1-35.
4. Denisova I.A. (2022) Preodolenie gendernoi asimmetrii v biznese: opyt Respubliki Koreya [Overcoming gender asymmetry in business: the experience of the Republic of Korea]. *Koreevedenie v Rossii: napravlenie i razvitie* [Korean studies in Russia: direction and development], 3, pp. 94-100.
5. Egorova L.S. (2001) Gendernye stereotipy v upravlenii (Po materialam sotsiologicheskogo issledovaniya) [Gender Stereotypes in Management (Based on Sociological Research Materials)]. *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve* [Woman in Russian Society], 3-4, pp. 13-17.
6. Erikson E.H. (1977) *Identitat und Lebenszyklus*. Frankfurt: Suhrkamp.
7. Gordon D.R. (1982) *Segmented Work, Divided Workers: The Historical Transformation of Labour in the United States*. Cambridge University Press.
8. Gurieva S.D., Gundelakh O.E. (2021) Gendernye bar'ery kar'ernogo prodvizheniya v organizatsii [Gender barriers to career advancement in an organization]. *Administrative Consulting*, 7, 2 (14). Available at: <https://www.nxtjournal.ru/jour/article/view/31> [Accessed 03/03/2023]
9. Gurieva S.D., Kazantseva T.V., Belova O.E. (2019) Sotsial'nye predstavleniya o gendernykh razlichiyakh v raznykh sferakh zhizni: aprobatsiya oprosnika i proverka nadezhnosti shkal [Social perceptions of gender differences in different spheres of life: approbation of the questionnaire and verification of the reliability of the scales]. *Peterburgskii psikhologicheskii zhurnal* [St. Petersburg Journal of Psychology], 27, pp. 88-114.
10. Ihmels A., Haslam S. (2022) Through a Glass Cliff Darkly: Evidence That the Media Visibility of Companies Moderates Their Willingness to Appoint Women to Leadership Positions in Times of Crisis. *Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie A&O*, 67.
11. Jiménez-Marín G. (2023) Advertising and public relations degrees: profiles and the glass ceiling in the Spanish labour market. *Análisi*, 67, pp. 87-104.
12. Judge E. (2003) Women on Board: Help or Hindrance? *TIMES*, Nov. 11th.
13. Kang H. Et al. (2018) *Politika i zakonodatel'stvo v otnošenii zhenshchin v Koree s 1990-kh godov po nastoyashchee vremya* [Policies and Legislation for Women in Korea from the 1990s to the Present]. Palgrave Macmillan.
14. Korteleva A.V. (2022) Gendernaya diskriminatsiya na rynke truda v sovremennom Kitae [Gender discrimination in the labor market in modern China]. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki* [Humanitarian, socio-economic and social sciences], 2, pp. 51-52.
15. Lippman W. (1922) *Public Opinion*. N.Y.
16. Livak N.S. (2018) Lichnostnye osobennosti zhenshchin-rukovoditelei [Personal characteristics of women leaders]. *Soznanie* [Consciousness], 10, pp. 52-57.
17. Maccoby E., Jacklin C. (1974) *The Psychology of sex differences*. Stanford University Press.
18. Manzi F., Heilman M. (2020) Breaking the glass ceiling: For one and all? *Journal of Personality and Social Psychology*, 120 (2), pp. 257-277.
19. (2020) *Muzhchiny i zhenshchiny Rossii 2020. Rosstat* [Men and women of Russia 2020. Rosstat]. Moscow.
20. Ryan M., Haslam S. (2005) The Glass Cliff: Evidence that Women are Over-Represented in Precarious Leadership Positions. *British Journal of Management*, 16, pp. 81-90.
21. Savinskaya O.B. (2020) Pochemu zhenshchiny ukhodyat iz STEM: rol' stereotipov [Why Women Leave STEM: The Role of Stereotypes]. *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve* [Woman in Russian Society], 2, pp. 62-75.
22. Seguino S., Braunstein E. (2018) The Costs of Exclusion: Gender Job Segregation, Structural Change and the Labour Share of Income. *Development and Change*, 50, 10.
23. Shapiro J.R., Williams A.M. (2012) The Role of Stereotype Threats in Undermining Girls and Women's Performance and Interest in Stem Fields. *Sex Roles: A Journal of Research*, 66 (3), pp. 175-183.
24. Shevchenko M.N. (2010) Gendernye stereotipy [Gender stereotypes]. *Vestnik Amurskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki* [Bulletin of the Amur State University. Series: Humanities], 48, pp. 173-176.
25. Singh S. et al. (2023) Making sense of glass ceiling: A bibliometric analysis of conceptual framework, intellectual structure and research publications. *Cogent Social Sciences*, 9.
26. Solovei A.P. (2017) Sotsial'nye i psikhologicheskie faktory postroeniya i realizatsii kar'ery zhenshchiny v nauke [Social and psychological factors in building and realizing a woman's career in science]. *Ustoichivoe razvitie nauki i obrazovaniya* [Sustainable development of science and education], 2, pp. 64-70.
27. Starr C.R. (2018) I'm not a science nerd! STEM Stereotypes, Identity, and Motivation Among Undergraduate Women. *Psychology of Women Quarterly*, 42 (4), pp. 489-503.

28. *The Global Gender Gap Report 2020 by World Economic Forum*. Available at: <https://www.weforum.org/reports/gender-gap-2020-report-100-years-pay-equality/> [Accessed 03/03/2023]
29. Ule M. (2011) *Izmeneniya gendernykh stereotipov v protsesse vzrosleniya* [Changes in gender stereotypes in the process of growing up]. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya. Psikhologiya. Sotsiologiya* [Bulletin of the Perm University. Philosophy. Psychology. Sociology], 4, pp. 75-87.
30. Umanskii L.I. (2001) *Lichnost'. Organizatorskaya deyatelnost'. Kollektiv* [Personality. Organizational activity. Collective]. Kostroma.
31. *UNESCO Education of Girls and Women in Europe. Contribution of UNESCO to the European Conference on Women*. Available at: <https://www.unesco.org/en/prizes/girls-womens-education> [Accessed 03/03/2023]
32. Watt H.M.G. (2010) *Gender and occupational choice/ Handbook of gender research in psychology*. New York: Springer.
33. Wirth L. (2002) *Breaking Through the Glass Ceiling: Women in Management*. In: *Pay Equity between Women and Men: Myth or Reality?* Luxembourg.
34. *Women in the Workplace 2021*. Available at: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/diversity%20and%20inclusion/women%20in%20the%20workplace%202021/women-in-the-workplace-2021.pdf> [Accessed 03/03/2023]
35. *World Bank. Global economy's "Speed Limit" Set to Fall to Three-Decade Low. March 27th 2023*. Available at: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2023/03/27/global-economy-s-speed-limit-set-to-fall-to-three-decade-low> [Accessed 03/03/2023]
36. (2018) *Zhenshchiny i muzhchiny Rossii. 2018* [Women and men of Russia. 2018]. Moscow.