

# Na rabote seksa.net

Наталья  
Андрикеева

## Сексуальные стимулы в корпоративной культуре

Взаимоотношения мужчины и женщины в мире бизнеса, также как и везде, подчинены законам природы и естества. Направим же внимание на деловую жизнь и корпоративную культуру и проанализируем как влияет сексуальность (или асексуальность) на успех в карьере и благо организации.





## По законам инстинктов

Окружающий нас мир полон бесчисленных сигналов, и на основе их восприятия и обработки формируются представления о нем. Когда взгляд падает на объект противоположного пола, стимулы обрабатываются самыми древними структурами нашего мозга, и объект приобретает соответствующий его качеству сексуальный оттенок.

Действо оценки партнерами друг друга просто пропитано мудростью Природы и силой сексуального инстинкта: доли секунды — и во взглядах пронесится история эволюции планеты, вся судьба человечества... Миг, и в головах и телах совершенно бессознательно происходит оценка привлекательности партнера и его способности к воспроизводству человеческого рода... Здесь нет места разуму, действуют законы первобытных инстинктов.

Этим законам более 30 миллионов лет, а нашей цивилизации только 5–7 тысяч, а потому доводы о силе мысли и саморегуляции можно смело отбросить. Разум просто не может изменить наши инстинктивные программы, и он даже не подозревает об их существовании, потому что живут они в бессознательных, недоступных ему слоях психики.

Нервные структуры, реализующие инстинкты, «включаются», если генетический шаблон выбора брачного партнера совпадает с внешними данными, а разум дальше просто «подгоняет под ответ» сделанный выбор и оправдывает его.

Как известно, Зигмунд Фрейд первым выделил два главных инстинкта в человеке — инстинкт жизни — сексуальный инстинкт (стремление к продлению себя в другом), и инстинкт смерти. И по сей день мысль о том, что человеческие чувства — это лишь только голоса сексуального инстинкта, по-прежнему вызывает у многих резкие протесты. Быть может, человеку просто трудно расстаться с рациональностью и контролем над миром и самим собой?

## Родись красивым

Привлекательность и сексуальность неразделимы и неразлучны: именно сексуальное и напоминающее о сексе притягивает и привлекает. Естественно, никто не отменял индивидуальные предпочтения и вкусы, разные типы привлекательности и красоты, но речь не о среднестатистической норме, а об интимных процессах, происходящих в каждом, когда мы встречаемся с противоположным полом. Нас с измальства воспитывают в духе предпочтения красивого и отвержения уродливого (только в детстве не обсуждается сексуальная подоплека).

И психологам давно пришлось признать, что притягательная внешность — это чрезвычайно ценное, ничем не заменимое качество. Данные многих исследований социальной жизни людей убеждают в том, что человеку красивому легче живется в этом мире. В среднем, привлекательные девушки чаще ходят на свидания, а сильные и уверенные в себе мужчины явно пользуются успехом у противоположного пола. Как сказал Бертран Рассел: «Женщины любят мужчин за характер, а мужчины склонны любить женщин за внешность», — и то и другое является признаками сексуальности человеческой особи.

Неугомонные американские исследователи недавно пытались окончательно разобраться, чем же мужчины нравятся женщинам, и что влечет пол сильный к слабому. Для этого провели масштабный эксперимент, учли массу факторов и показателей: личностных, характерологических, физических, психоэмоциональных, социальных и т.п. Единственный вывод, к которому пришли в итоге, таков: для противоположного пола ТОЛЬКО физическая привлекательность действительно имеет значение.

Каждого из нас тянет к прекрасной внешности, потому что в нашем генетическом коде записано, что жизнь и процветание рода зависит от здоровья, красоты и силы соплеменников. И еще, мы искренне верим, что красивые люди обладают несомненными достоинствами: они счастливей, общительней, сексуальней, умней, удачливей.

Так ли это? Несомненно, привлекательные люди, как правило, раскрепощены и гибки в общении, уверены в себе и этим запрограммированы на успех. Им отдают предпочтение, их всегда хотят видеть. Однако можно только предположить наличие корреляции между привлекательной внешностью человека и его успешностью в карьере или личной жизни.

## Бизнес-стандарт сексуальности

Несмотря на общую тенденцию современности — приблизиться к бесполости и «унисексуализации» стиля, различия между мужчиной и женщиной останутся навсегда. В бизнесе — свои законы и предпочтения. Здесь правило, что женщина сильна своей слабостью, не срывается. В работе мужчины предпочитают иметь дело с уверенными и сильными женщинами. Мужчине многое о бизнесумен может сказать ее манера одеваться. Изящные туфли, мини юбки, стильные пиджачки и рубашечного покроя блузки — это одежда деловой и успешной женщины. Со слабыми и мягкими женщинами в длинных темных платьях, джинсах, или прозрачных блузках,



с истерическим обилием бижутерии, мужчины-партнеры деловые планы строить не станут. То есть, для успеха в бизнесе женщине важна не сексуальность, а умение ее проявлять — уместно и дозированно.

Для мужского мира бизнеса и политики верен лозунг о том, что равноправия нет, и не будет. Всегда есть определенная внутригрупповая иерархия, занять достойное место в которой может только уверенный в себе, напористый и настырный — именно эти качества определяют ранговое превосходство мужчины (возможно, и весьма часто, никакими другими достоинствами не подкрепленное). Это как раз та уверенность, которая может гипнотизировать и подчинять без оснований.

## ОргСексуальность

Недалеки те времена, когда наши предки жили закрытыми общинами. Чтобы род жил, ему требовалось поддерживать и приумножать жизнь людей, поэтому в действие вступали механизмы, образующие пары, возникали соответствующие ритуалы, праздники и обряды.

Естественно, что наша память по сей день хранит информацию о былых временах. И бессознательно коллектив компании воспринимается как закрытая система, требующая своего воспроизводства, то есть размножения. Поэтому работа частенько превращается в место реализации древних инстинктов. Это значит, что на рабочем месте мы начинаем искать наиболее сексуального для нас человека — не идеал или мечту, а самое лучшее и подходящее из имеющегося. Служивцы, переживающие головомозжельный роман, встретившись в обычной жизни, могли бы просто пройти мимо и не обратить друг на друга внимания. Появление в коллективе нового привлекательного сотрудника всегда сопровождается проявлением интереса к нему со стороны противоположного пола. И это — тоже инстинктивная тяга к новой крови и генам, которые могут благотворно действовать на здоровье рода.

Недавно англичане, заинтересовавшиеся проблемой амурных дел на работе, проводили социометрическое изучение служебных связей в очень крупной страховой компании «Ллойд» (численность сотрудников только в одном здании — 40 тысяч человек). И оказалось, что 60% сотрудников этой компании с легкостью представляют кого-то из своих коллег в качестве любовника, а 19% имели «внутрикорпоративные» сексуальные связи.

Аналогичные исследования проводились в США и Канаде. Там ученые выяснили, что чаще всего в сексуальных связях с коллегами участвуют сотруд-

ники небольших фирм, где работают всего 15-20 человек. И по той же упрямой статистике в объятиях друг друга перебивали четверть работников небольших компаний. Исследователи считают, что это, как правило, только сплачивает и объединяет коллектив. Российские социологи и статистики пока не стремятся изучать подобные явления.

Итак, любая маленькая общность людей — это закрытая система, живущая по законам естественного воспроизводства. И поэтому служебные романы были и будут всегда, и это — явление абсолютно нормальное и естественное.

На службе, в офисе, в конторе, воздух просто пропитан флюидами сексуальности и любовности (особенно в курилке или на чаепитии). И обычно достаточно небольшой искорки, чтобы разгорелся костер страсти (а что говорить, если это корпоративная вечеринка или день рождения шефа). Иногда, памятуя о случайно пойманном и многообещающем взгляде, у мужчины рождается естественное предложение интима коллеге, а она обижается на это «необоснованное» домогательство. Нередко стрелы Амура пронзают сердца сослуживцев, и их служебный роман перерастает в брачный союз, официальный или гражданский. А если между партнерами все складывается не слишком гладко, то начинаются выяснения отношений на рабочем месте, обиды, ревность.

По статистике, более 60% крепких браков каким-то образом связаны с работой: супругов находят среди сотрудников, клиентов, партнеров, начальников. А может ли быть иначе, ровно треть жизни мы проводим в труде насущном!

Там, где есть мужчины и женщины, всегда будет стремление нравиться, а значит хорошее настроение и благоприятный психологический климат — необходимое условие для эффективной деятельности. Даже иммунитет людей, работающих в разнополых коллективах, согласно данным по исследованию гриппа, на порядок выше, чем в однородных.

Итак, вопрос не в том, быть или не быть сексуальности на рабочем месте, — она просто ЕСТЬ, а в том, как эффективно использовать эту энергию и направлять ее в мирное производственно-полезное русло.

Дабы жизнь организации текла спокойно и ровно, надо разрабатывать подробные правила поведения разнополых сотрудников на работе (и вне работы, относительно общения с коллегами). И нередко для этого руководству приходится устраивать деловые игры, семинары, подробно разъясняя сотрудникам, как уберечь себя от сексуальных скандалов.

Конечно, законодателями мод в этой области стали американцы: во-первых, из-за активной женской эмансипации, во-вторых, из-за быстрых



темпов распространения юридических норм в корпоративной культуре. Сегодня в Америке есть даже понятие: «обеспокаивающие» условия на работе. Имеется в виду намеренное подчеркивание и использование межполовых различий: развешивание календарей с девицами в бикини, репродукций картин Рубенса, отпускание неприличных шуточек, рассказывание непристойных анекдотов, использование мата. Все это считается незаконным и карается в судебном порядке, как действия, не способствующие психологическому комфорту. И самое интересное, что ответчиком всегда является работодатель, который не создал нормальную рабочую атмосферу и равные условия для мужчин и женщин. Сказываются последствия скандала Клинтон — Левински: во многих американских компаниях рабочий день начинается с инструктажа о поведении с сослуживцами во время работы и вне ее. Некоторые компании просто запретили любовные отношения, вплоть до увольнения обоих сотрудников и непосредственного начальства. Другие — просто отменили всякие корпоративные празднества, дабы избежать сексуальных скандалов, или запретили на них все, вплоть до медленных танцев и крепких напитков. И о какой там сексуальности и радости от общения на работе двух привлекательных людей может идти речь!

В должностных инструкциях российских компаний (только особенно крупных и солидных) сегодня также появляются и прописываются правила межполового общения на работе. Конечно, возникают эти предписания совершенно по другим причинам, нежели у наших заокеанских соседей. У нас нет многомиллионных выплат за обращение к секретарше «дорогая», за поглаживание пальцем бокала во время разговора и подмигивания. В наших фирмах борются не за половое равенство, а за оценку в глазах клиентов и партнеров (что, в общем-то, не мешает весьма сексуальными методами заинтересовывать этих же самых клиентов и партнеров).





## Обольщай и властвуй

В то время как американцы отучают свой персонал от фамильярностей и учат воздерживаться от комплиментов, в нашем HR-е сексуальность все больше используется как метод и инструмент работы. Многочисленные тренинги продаж уже поставили на поток идею о том, что клиента можно очаровать и обезоружить: перевести из роли покупателя (партнера) в роль просто мужчины/женщины, а дальше — воздействовать флюидами и флиртом. Сегодня в отечественном бизнесе сексуальность, привлекательность и шарм стали уже не просто частью позитивного общения, но средствами (дословно) «определения потребностей контрагента».

С помощью флирта можно загладить неровные углы договоров и условий сделки, склонить на свою сторону сомневающихся и усыпить бдительность слишком пылких и падких. Есть даже трюк, когда на переговорах с конкурентами присутствуют специалисты не столько компетентные, сколько очень сексуальные, мастера обольщения и убеждения (причем, предварительно личные предпочтения и типы изучаются и специально подбираются «по вкусу»). А дальше — дело техники и обаяния красавчика. Флиртуя с представителем противоположной стороны, агент «выводит его из строя», подрывает репутацию, и аргументы оппонента воспринимаются уже как менее профессиональные и компетентные.

Тренинги продаж весьма ценны тем, что помогают развитию таких качеств, как обаяние, уверенность, умение чувствовать людей и настраиваться на нужный лад в общении с разными мужчинами и женщинами. Для внешне привлекательного и сексапильного сотрудника вовсе не лишним бывает пройти такое обучение, и, кстати, заняться бальными танцами,

*в нашем HR-е сексуальность все больше используется как метод и инструмент работы*

чтобы приобрести пластичность, легкость, грацию подхода и обострить чувствительность. Ну, а уж для карьерного роста развитие таких способностей рождает клондайк возможностей!

В России пока царит почти полная свобода в использовании сексуальных стимулов и преимуществ для привлечения партнеров и клиентов, мы успешно утилизируем эту вечную энергию. Все бы ничего, только иногда эти методы не срабатывают. Плохо, когда сексуально окрашенная «обработка» применяется к заокеанским инвесторам, натасканным на подобные приемы, потому как имеет довольно бледный вид и отдает дешевишкой (конечно, традиционная кухня с водочкой, баня

с русскими красавицами, и отдых по полной — дело другое, потому что не во время переговоров).

## Не бойтесь сексуальности

Чтобы сохранить коллектив здоровым, а эффективность работы высокой, всегда надо помнить, что люди есть люди, и у них есть нормальные сексуальные чувства. Руководству надо думать и об интересах бизнеса, и о душевной стороне жизни служащих, искать ту грань, где будут уживаться флирт и дела амурные с адекватностью сотрудников при случившемся любовном помутнении.

Физическая привлекательность — безусловно, весьма позитивное достоинство, которое можно использовать (например, обаятельная девушка на reception, миловидная секретарша или молодой, явно сексуально активный торговый представитель). Однако, несмотря на все преимущества внешней красоты, исследователи возникновения влечения между людьми могут сообщить и горькую истину. Исключительно привлекательные люди, например, гораздо чаще страдают от сексуальных домогательств и от неприязни представителей своего пола (естественно, речь идет о прекрасных дамах). И главное — они сомневаются, что окружающие их ценят за внутренние качества. К сексапильным женщинам частенько приклеивается стереотип пустышки, к мужчинам — стереотип ловеласа. Все это негативно влияет на их самооценку, поведение, доверие к окружающим. Привлекательность, конечно, имеет важное значение, она может определить первое впечатление о человеке, но не способна заслонить его другие качества.

Запрещать проявлять сексуальность на работе — вредно; ругать за содеянное «прелюбодеяние» — бесполезно и бессмысленно. Да и проблема тут, наверное, не в сексуальности, а в опасности манипуляций и использовании этого против интересов фирмы или других сотрудников. Поблажки, исключения из правил, лоббирование чьих-то интересов, деление на своих и чужих, конфликты, недовольства, нарастание напряжения в коллективе, интрижки и интриги — неизбежные побочные явления.

Бояться сексуальности, симпатий или неформальных отношений в бизнесе не стоит, ведь встречаются они повсеместно: где-то бок о бок работают друзья, где-то — супруги или кровные родственники. Важно помнить главное: работа не может полностью удовлетворить личные интересы человека, они всегда шире профессиональных и карьерных. Поэтому нормы, правила и ограничения должны быть разумными и взвешенными. 