

Институт социально-политических исследований ФНИСЦ РАН
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте РФ (Ивановский филиал)
Ивановский государственный университет
Федерация женщин с университетским образованием
(Российское отделение)
Научный журнал «Женщина в российском обществе»

**ЖЕНЩИНЫ В ПРОФЕССИЯХ
XXI ВЕКА:
ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Материалы
Всероссийской научной конференции
с международным участием**

Москва, 3 марта 2020 г.

Иваново
Издательство «Ивановский государственный университет»
2020

ББК 60.542.21

Ж 54

Женщины в профессиях XXI века: тенденции, проблемы, перспективы : материалы Всероссийской научной конференции с международным участием. Москва, 3 марта 2020 г. –Иваново : Иван.гос. ун-т, 2020. – 180 с.

ISBN 978-5-7807-1339-5

В издании представлены доклады участников Всероссийской научной конференции с международным участием «Женщины в профессиях XXI века: проблемы, тенденции, перспективы», отражающие многообразие научной проблематики по продвижению женщин в технологические профессии и цифровую экономику.

*Печатается по решению редакционно-издательского совета
Ивановского государственного университета*

Редакционная коллегия:

д-р ист. наук **О. А. Хасбулатова** (*ответственный редактор*)

д-р социол. наук **Т. К. Ростовская**

д-р социол. наук **Е. А. Смирнов**

д-р ист. наук **З. Х.-М. Саралиева**

канд. социол. наук **И. Н. Смирнова** (*ответственный секретарь*)

Рецензенты:

В. Н. Иванов, член-корреспондент РАН,
доктор философских наук, советник РАН

Т. Б. Котлова, доктор исторических наук, профессор
(Ивановский государственный энергетический университет)

ISBN 978-5-7807-1339-5

© ФГБОУВО «Ивановский
государственный университет», 2020

Г. Г. Силласте*

РЫНОК ТРУДА, ЗАНЯТОСТИ И ПРОФЕССИЙ: ПРОСТРАНСТВО ГЕНДЕРНЫХ ПЕРЕМЕЩЕНИЙ И ИХ СОЦИАЛЬНАЯ ДИНАМИКА В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ НОВОГО ГЕНДЕРНОГО ПОРЯДКА

Сюжет 1. **Глобализм как геосоциальное явление и его мультиплицированный эффект.** Глобализм как геосоциальное явление мирового масштаба обладает мощным мультиплицированным эффектом воздействия на все сферы жизнедеятельности социальных сообществ, независимо от их страновых экономических особенностей, национально-культурных традиций и технологической платформы развития. Это в полной мере демонстрирует рожденная глобализмом глобальная экономика с ее повышенными запросами не только к рынкам классическим – *потребительским, финансовым, индустриальным* – но и к рынкам производства интеллектуальных продуктов в форме знания и информации, в которых решающая роль принадлежит институту образования. Он конвертирует знания в специальность и квалификацию, непосредственно предлагаемые рынку труда.

В глобальной экономике классический рынок труда претерпевает существенные изменения, вызванные его «перереформатированием» под новые экономические запросы. Будучи в плановой экономике цельным социально-экономическим пространством распределения трудовых ресурсов, в глобальной рыночной экономике это пространство разделилось на три взаимосвязанные, но отличающиеся между собой рынка: труда – занятости и профессий.

В столкновение пришли цели и средства реализации их кадровых запросов со стороны двух социальных институтов: экономики и образования. Один – задающий темпы и динамично меняющий свои запросы на производственно-трудовые ресурсы, качество их социального потенциала и его монетарное обеспечение (глобальная экономика). Другой-

© Силласте Г. Г., 2020

* Доктор философских наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, науч. рук. Департамента социологии, истории и философии Финансового университета при Правительстве РФ, г. Москва.

внешне независимый в силу того, что является главным производителем трудовых ресурсов, формирования их социального качества (образованние), но сильно отстающий от реальных запросов самой глобальной экономики. По этой причине образование как социальный институт развивается в *догоняющем режиме*, с одной стороны, и в *режиме ломки* стереотипов массового сознания, сохраняющего ранее принятые нормы верности одной профессии, приверженности месту работы и психологии трагизма потери работы по своей профессии.

Рынок труда в глобальной экономике претерпевает глубокие гендерные и структурные изменения, связанные с его трансформацией в триединство рынков труда – занятости и профессий. Своего рода рынок трех рынков, каждый из которых имеет свои траектории развития, свои требования, свои ресурсы и сегменты их распределения.

Сюжет 2. Особенностью происходящих в мире социогендерных изменений, включая изменения рынков труда, занятости и профессий, является формирование в мире нового гендерного порядка, затрагивающего стратегию развития и воспроизводства трудового, а шире – человеческого потенциала глобальной экономики в целом, российской транзитивной экономики-конкретно.

Гендерный порядок представляет собой систему, состоящую из социальных норм, политической культуры и социальных институтов, которые формируют в обществе определенное отношение к гендерным проблемам и к их решению. Концептуальной основой, своего рода эпицентром гендерного порядка является достижение гендерного равноправия и эгалитарности в обществе на базе выработанных международным сообществом и закрепленных нормами права в каждом национальном государстве социально-правовых норм достижения гендерного равноправия. Гендерный порядок – категория измеряемая, сопоставимая в межстрановом гендерном масштабе и динамично развивающаяся. Основанием ее появления стала смена социального времени.

Нормы нового гендерного порядка развиваются не сами по себе. Это продукт продуманной политики регуляции норм поведения, социальных отношений и взаимодействия в обществе двух системообразующих социальных общностей (женщин и мужчин) в интересах достижения их равноправного положения во всех сферах общественной жизни. При этом достижение равноправия рассматривается в качестве решающего условия обеспечения успешного развития самого государства, его экономической, социальной, культурной и политической жизни. Главным регулятором формирования нового гендерного порядка является закон и социально-правовые нормы. Их соблюдение и распространение поддерживаются институтами образования, информации и коммуникации, политики, морали и общественного мнения. За период

1990-х и 2000-х годов Россия ратифицировала целый ряд международных конвенций по вопросам положения женщин, детей, развитию рынка труда, форм трудовой занятости, приведя свою законодательную базу в соответствие с мировыми нормами.

Сюжет 3. Как и что меняется в гендерном порядке на пространстве триединства рынков труда, занятости и профессий

В гендерной структуре населения соотношение женщин и мужчин составляет 54 % к 46 %, т. е. характеризуется гендерной асимметрией в пользу женщин. В общей численности занятых в экономике (от 15 лет до 72) женщин 49 %. В процессе реформирования рынка труда на три сегмента каждый из них обладает своей гендерной структурой и спецификой, социальными гендерными возможностями развития, запросами и перспективами, отражающимися в уровне гендерного равноправия.

Рынок труда охватывает трудовую деятельность по найму в различных секторах экономики, как государственной (куда ориентированы на работу большинство женщин), так и частной формы собственности.) Но число работающих россиян в 2019 г. уменьшилось на 1,2 млн чел. Если в конце 2018 г. занятых в России было 72,5 млн чел., то по итогам первого квартала 2019 г. – 71,3 млн. Численность работников в возрасте 50–54 лет сократилась на 476 тыс. а в когорте 55–59 лет – на 129 тыс. чел. Причину связывают с высокой смертностью россиян в 55–59 лет, низким спросом на рабочую силу, вызванным замедлением темпов роста экономики и условиями, которые диктуют работодатели. В структуре трудоспособного населения женщины в России составляют большинство – 76,2 %.

Рынок занятости развивает очень разные ее формы (производственную, общественную, временную, вторичную, сезонную, самозанятость, фриланс и др.), позволяющие человеку выживать в сложных условиях. *Рынок профессий* сформировался в результате глубинных смещений в институте образования, его коммерциализации и смены социальных функций высшего образования. Сегодня рынок профессий самый динамичный и изменчивый. Он предлагает около 7000 профессий, а в мегаполисах – от 2000 – до 3000. В целом по России 9 тыс. профессий. Не меньший спрос на навыки в конкретной сфере деятельности.

В какой мере на рынке профессий реализуется принцип гендерного равноправия, какие новые профессии имеют гендерный спрос, что значит «гендерная технизация» и «открытый доступ» на рынке занятости, зачем женщинам «профессия в запас», и как быстро профессия может «состариться» – ответы на эти вопросы см. в статье автора в журнале «Женщина в российском обществе». 2020. № 2).

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЖЕНСКОЙ ЗАНЯТОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Когда слышишь исключительно о роли женщины как матери, хочется напомнить, что они составляют половину работающих в экономике. И трудно себе представить, как справятся мужчины с увеличением нагрузки без женского труда, даже если будут удвоены их доходы, чтобы содержать жен, сестер и матерей в роли родительницы, воспитательницы и хозяйки дома. К тому же стоит, если ставить проблему качества подрастающего поколения, напомнить слова Макаренко, что настоящей матерью может быть широко образованная женщина.

Исходя из значимости профессиональной роли женщин, Росстат раз в два-три года проводит их обследование по большому кругу показателей. Анализ позволяет дать основные характеристики гендерной ситуации в этой сфере. Кратко они таковы. Большая доля женщин работают по найму, в одинаковом соотношении помогают в семейных предприятиях, они меньше выступают в роли самозанятых, чем мужчины. И конечно, среди них меньше работодателей.

К тому же женщины нередко предпочитают формальный сектор против неформального. Видимо, здесь имеется ориентация на получение прав по социальной поддержке тех работниц, которые имеют детей.

И это при более высоком уровне образования – 37 % и 29 % в 2019 году. Свое преимущество по данному фактору женщины больше реализуют в качестве работающих в сфере услуг, что понятно исходя из ограниченных физических возможностей и наличия законодательно утвержденного Списка запрещенных тяжелых и вредных профессий. Плохо или хорошо, но этот Список сейчас пересмотрен в сторону сокращения. И теперь женщина вправе работать дальнобойщиком и самой менять колесо многотонного грузовика в случае аварии. По нашему мнению, надо бы вообще запретить вредные и особо тяжелые работы для обоих полов, поскольку проблема репродуктивного здоровья касается их вместе, да к тому же Россия – страна с вымирающим мужским населением в трудоспособном возрасте.

Стоит обратить внимание на уменьшение роли женщин в сфере домашнего труда в связи с наличием мигранток, которые занимают эту нишу. В результате у них происходит деквалификация, тогда как для

коренного российского женского населения создаются программы участия в инженерных и айтишных специальностях в качестве дани научно-техническому прогрессу, цифровизации и роботизации. Влияние последних неоднозначно, судя, в частности, по сокращениям в банковском секторе с его женским составом. И еще обидели женщин – работающих пенсионеров, отменив индексацию их пенсий, в то время, когда их большинство в данной категории занятых.

Помимо перечисленных известных обществу новаций, хотелось бы отметить и менее известные. В их числе проблема сексуальной эксплуатации в сфере отношений трудового найма.

Актуальность вопроса сочетания отношений труда и сексуальной эксплуатации женщин признана во многих международных документах, в частности в проекте Рекомендаций Комитета министров Совета Европы (КСМЕ) «О предупреждении сексизма и борьбе с ним» (Комиссия по гендерному равенству. Страсбург, 17 декабря 2018 года). КМСЕ рекомендует правительствам государств-членов принять меры по предупреждению сексизма и его проявлений, борьбе с ними в общественной и частной жизни; поощрять соответствующие заинтересованные стороны внедрять соответствующее законодательство, стратегии и программы. В Рекомендациях сексизмом считается любой акт, жест, визуальное изображение, основанные на представлении, допущенные в общественной или частной жизни, как в Интернете, так и в нецифровой среде, что лицо или группа лиц ниже по положению из-за их половой принадлежности.

Действительно, на современном этапе продолжает существовать вопрос о сексуальных домогательствах на работе, масштабы которых ни общество, ни власти просто не представляют. Наличие сексуальной дискриминации на рынке труда можно доказать, хотя бы используя открытые объявления кадровых агентств в Москве.

Пример – объявления кадрового агентства «Секрет» в Интернете **«НАШИ ВАКАНСИИ»:**

«В данном разделе Вы сможете подобрать себе интересующую вакансию...»

Вакансия № 49

Ген. директору организации требуется личная помощница без комплексов.

Требуется стройная и красивая девушка. Возраст от 27 до 35 лет. Рост от 168 см. Желателен опыт работы с бухгалтерией, документооборотом. Обязательно высшее образование. Умение работать с компьютером. Знание английского языка, достаточное для ведения деловой переписки.

Обязанности: Организация рабочего времени руководителя. Подготовка и проведение встреч. Делопроизводство. Поиск и подготов-

ка информации. Организация командировок. Выполнение личных поручений.

Условия: Офис расположен в шаговой доступности от ст. метро «Марьино роцца».

График работы: пн-пт. 09-18. Официальное трудоустройство, полное соблюдение ТК РФ

О мужчине. 33 года. Не женат.

Зарботная плата: На испытательный срок (3 месяца) 120 т. р. в месяц, затем 150 т. р. Возможны бонусы, премии.

Вакансия № 67.

Руководителю и зам. руководителя гос. предприятия требуются две личные помощницы без комплексов (отношения только с одним мужчиной). Требуется стройная и красивая девушка. Возраст от 21 до 35 лет. Грудь от 2-го размера. Важно высшее образование. Важным плюсом будет опыт работы секретарем\помощницей. Умение работать с компьютером. Отсутствие сомнительного прошлого (работа в эскорте и т. д. будет проверка службой безопасности).

Обязанности: Организация рабочего времени руководителя. Подготовка и проведение встреч. Делопроизводство. Поиск и подготовка информации. Организация командировок. Выполнение личных поручений. Телефонные звонки. Чай\кофе.

Условия: Офис расположен в шаговой доступности от ст. метро «Тверская». Официальное трудоустройство. Возможны командировки по РФ раз в 1-2 месяца.

График работы: пн-пт. 09-18. Официальное трудоустройство, полное соблюдение ТК РФ.

О мужчинах. 42 и 37 лет. Оба женаты.

Зарботная плата: от 100 т. р. в месяц +бонусы премии.

И это – при наличии федерального законодательства, запрещающего в объявлениях о работе упоминать пол (Федеральный закон № 139-ФЗ от 28 июля 2012 года). Но штрафы за его нарушение (500–1000 рублей) для работодателя или рекрутолога несущественны.

Вышеприведенные факты свидетельствуют об актуальности действий в части трудового законодательства по защите женщин (в том числе мигрантов) от сексуальной дискриминации на рынке труда, включая принятие определения по теме (в Трудовом кодексе) и разработку механизма конкретных мероприятий при реализации Национальной стратегии действий в интересах женщин на 2017–2022 годы. И, естественно, ужесточение норм ответственности в федеральном законодательстве о приеме на работу.

О. А. Хасбулатова*, И. Н. Смирнова, Т. К. Ростовская*****

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ГЕНДЕРНАЯ СЕГРЕГАЦИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА В ЭКОНОМИКЕ XXI ВЕКА: НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В Гендерном отчете Давосского форума, состоявшегося в 2020 году, отмечается, что в мировой экономике в секторе «облачных технологий» женщины составляют 12 % от числа работников и 15 % в секторе инженерных профессий [1]. Об актуальности проблемы вовлечения женщин и девушек в технологическое образование шла речь и на Всемирной женской ассамблее в Японии в марте 2019 года [2]. В России данная проблема открыто не обсуждается, однако ученые уже активно ставят вопросы о необходимости разработки конкретных мер по преодолению гендерного разрыва в цифровой экономике и продвижению девушек в технологические профессии [3]. Одной из основных проблем остается сложившаяся десятилетиями горизонтальная гендерная сегрегация на рынке труда, когда женщины, имеющие равный с мужчинами уровень профессионального образования, сосредоточены в гуманитарных и социальных, а мужчины в технических и высокотехнологических профессиях. Устойчивый гендерный дисбаланс сложился в пользу мужчин в категории всех типов организаций. Наиболее феминизированными остаются отрасли и подотрасли гуманитарной и социальной сфер с более низким уровнем оплаты труда, чем у мужчин [4]. Гендерная дифференциация особенно ярко выражена в ИКТ-отрасли, где женщины составляют всего 19 % [5]. В результате доходы свыше трех и более прожиточных минимумов получают в 2,5 раза больше мужчин, чем женщин [6].

Если сложившуюся ситуацию на рынке труда не изменить, то в ближайшие десятилетия государство и общество столкнутся с новым видом асимметричного распределения мужчин и женщин в различных структурах занятости: с *технологической гендерной сегрегацией на рынке труда*. Очевидно, что при сохранении деления профессий на «муж-

© Хасбулатова О. А., Смирнова И. Н., Ростовская Т. К., 2020

* Доктор исторических наук, профессор, зав. кафедрой социологии и управления персоналом ИвГУ, г. Иваново.

** Кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и управления персоналом ИвГУ, г. Иваново.

*** Доктор социологических наук, профессор, зам. директора ИСПИ ФНИСЦ РАН, зав. кафедрой социальной педагогики и организации работы с молодежью Российского социального университета России, г. Москва.

ские» и «женские» гендерный разрыв в цифровой экономике возрастет, что приведет к прямой дискриминации женщин и усилению феминизации бедности.

Более того, 65 % детей и молодежи, кто сейчас учится в школе или в вузе, займут должности, которых в настоящее время не существует и которые потребуют цифровых навыков. Готовы ли органы управления и общество ликвидировать барьеры для профессионального роста девушек во всех новых профессиях? Оснований для положительного ответа на этот вопрос пока нет, поскольку современные специалисты, занимающиеся разработкой содержания новых профессий XXI века, обладают стереотипным восприятием профессий как «мужских» и «женских». Два года назад ученые отмечали, что Атлас новых профессий, впервые разработанный специалистами Агентства стратегических инициатив в 2014 году, основан на принципе профессиональной гендерной стереотипизации. В 2020 году Атлас вышел в новой редакции, однако ситуация не изменилась. В Атласе представлено более 180 профессий. Все профессии маркированы мужскими и женскими фотографиями, в результате 75 % более сложных профессий закреплены за мужчинами, 25 % менее значимых с точки зрения составителей – за женщинами. В ряде направлений наблюдается 100-процентное доминирование мужских образов, среди них нанотехнологии, сфера безопасности, водный и наземный транспорт. Только в социальной сфере мужские и женские образы распределены равномерно [6]. Таким образом, Агентство стратегических инициатив закладывает основы технологической гендерной сегрегации на российском рынке труда.

Однако эта проблема не далекого будущего, а сегодняшнего дня. Проблема не только экономическая, но и социальная. Формирование профессиональных ориентаций молодежи осуществляется в сфере общего и профессионального образования, которая выступает компонентом социальной политики государства.

До сих пор считалось, что государственная политика в сфере образования является наиболее нейтральной с точки зрения гендерного подхода, при этом в качестве основного критерия выдвигался равный доступ девочек и мальчиков ко всем ступеням образования. Выбор девушками гуманитарных, а юношами технических профессий детерминировался сложившимися в обществе устойчивыми культурными и социальными ценностями.

Полагаем, что в условиях цифровизации экономики такой интерпретации образования недостаточно, поскольку *система образования всех уровней приобретает функцию ускорителя гендерного равенства как первая ступень в развитии цифровых компетенций и формировании*

мотивации девочек и девушек к получению технологического образования. За последнее время в общеобразовательной школе заметны определенные сдвиги в направлении технологического образования обучающихся: реализуется национальный проект «Цифровая школа», открываются кванториумы и центры технического творчества. В конце 2018 года Министерством просвещения РФ утверждена новая концепция технологического образования школьников [7]. Однако, масштабность и значимость поставленных целей требуют не разовых мероприятий, а избавления системы образования от гендерных стереотипов, основанных на полоролевом подходе, когда способности мальчиков и девочек внешнему мнению не подвергаются, однако разделение школьных занятий по половому признаку, преобладание ролевых образцов одного (мужского) пола в учебной литературе, поддержка учителями интереса девочек и мальчиков к разным предметам и играм не обеспечивают им равных условий для выбора профессии.

Рассмотрим на конкретных примерах, каким образом утвердившиеся в обществе гендерные стереотипы о социальных ролях женщин и мужчин влияют на профессиональную мотивацию молодежи в процессе обучения. В первую очередь рассмотрим содержание новой концепции технологического образования школьников. Следует отметить, что уже в течение 70 лет в большинстве школ страны предмет «Технология» изучается по системе раздельного обучения. Уроки ведут два разных педагога, девочек и мальчиков ориентируют на выполнение мужской и женской ролей в семье. В старшем звене девушкам и юношам предлагают познакомиться с «женскими» и «мужскими» профессиями.

Изучение нового варианта концепции технологического образования показывает, что вместе с формированием ключевых навыков в сфере информационных и коммуникационных технологий в рамках учебных предметов «Технология», «Информатика и ИКТ» разработчики вновь оставляют место для полоролевого подхода в профессиональной мотивации школьников. Среди основных направлений технологического образования отмечаются «знакомство с историей развития традиционных ремесел, приобретение базовых навыков применения основных видов ручного инструмента, в том числе и в быту». В результате на практике вместо перехода на цифровые технологии в большинстве школ страны преподавание «Технологии» по-прежнему соответствует уровню труда ремесленника и домохозяйки 1950-х годов и осуществляется по принципу раздельного обучения. В концепции не содержится рекомендаций в адрес педагогов обеспечивать равное участие мальчиков и девочек в олимпиадах, чемпионатах по техническим дисциплинам, в детских технопарках и т. п. Таким образом, школьное образование продолжает обучать неравенству и закрепляет его в сознании молодежи, нередко на всю жизнь.

Гендерная стереотипизация учебного процесса подтверждается контент-анализом учебников начальной и средней школы, проведенным авторами в 2018–2020 годах. Гендерный анализ 60 учебников для младшего, среднего и старшего звена, которые находятся в Федеральном перечне учебников, рекомендованных к использованию в обучении [8], позволил выявить следующие закономерности. Во всех комплектах учебников прослеживается гендерная стереотипизация мужских и женских ролей: мужчина (папа, мальчик) ремонтирует, водит машину, работает за компьютером, мастерит пропеллер самолету. Женщина (мама, девочка) ухаживает за огородом, стирает, шьет, играет с детьми. В учебнике «Технология» для начальной школы в разделе «работа с компьютером» за компьютером изображен мальчик, компьютерные открытки также создаются для мальчика Димы.

В учебниках для средних и старших классов доля «мужских» занятий постепенно возрастает, а доля «женских» снижается. Женщины исключаются из высокотехнологичных профессий, становятся «невидимыми» или работают в социальной сфере на рядовых должностях (швея, прядильщица, ткачиха, медсестра, повар). В учебниках по информатике, физике, химии, астрономии, экономике доминируют мужские образы, в том числе среди ученых. Так, в учебнике по информатике 10 класса информация о первом программисте Аде Лавлейс отнесена в раздел «известно ли Вам» и напечатана более мелким шрифтом, чем основной текст. Выявлена еще одна особенность, характерная для учебников старшего звена: если женские имена употребляются в заданиях, то они часто сопряжены с ошибками, трудностями и неправильными действиями. Например, в учебнике по информатике за 9 класс (авторы Семакин И. Г., Загалова Л. А., Русаков С. В., Шестаков Л. В.) приводится таблица успеваемости учеников по алгебре, физике, химии. Положительные оценки выставлены Петру, Ивану и Илье. Девочка Нина имеет успеваемость на порядок ниже мальчиков, а по физике ей выставлена двойка [9].

В целом анализ показывает, профессиональная сфера на страницах школьных учебников на 86 % обозначена как стереотипно мужская. Отсутствие ролевых моделей, с помощью которых можно повысить уровень самооценки девочек, не позволяет сформировать у них интерес к математическим, инженерным и техническим наукам.

В результате, образно говоря, мы теряем девочек на всем пути от детского сада, где они играют в дочки-матери, до вуза, где они выбирают профессии в соответствии со своим «женским» статусом. К сожалению, в системе российского образования пока не разработаны специальные программы, которые могли бы повысить мотивацию девочек и девушек к получению профессионального образования в области техно-

логических наук. Между тем мы должны осознавать, что воздействие положительных ролевых моделей на девочек через учебные материалы, доступ к сфере технологий в раннем возрасте, приобретение навыков работы с цифровыми технологиями особенно важны для поддержки девочек и девушек, чтобы заложить фундамент их равных с юношами возможностей в цифровой экономике. Таким образом, цифровые технологии могут выступить в качестве инструмента расширения прав женщин и девушек и развития гендерного равенства.

Технологическая гендерная сегрегация женщин на рынке труда способна принести ущерб всей экономике страны и в целом затормозить развитие человеческого капитала в России.

Можно сформулировать несколько направлений, реализация которых могла бы препятствовать данным процессам.

Первое. Назрела необходимость осуществить переход от гендерно-нейтрального к гендерно-ориентированному общему образованию детей и молодежи, основанному на концепции равноправного доступа девушек и юношей ко всем видам профессий и на отказе от полоролевого подхода в обучении. Безотлагательными мерами в данном направлении могли бы стать: внедрение гендерного подхода в систему технологического образования школьников; гендерный анализ учебников и переработка их содержания в направлении усиления представленности женщин в технологических профессиях; вовлечение девочек в систему технологического дополнительного образования; гендерное образование педагогов и формирование их гендерной чувствительности; корректировка федеральной концепции технологического образования школьников в направлении обеспечения равного доступа юношей и девушек к технологическим профессиям.

Второе. В общественной сфере необходимо искоренять практики, основанные на идее стереотипности профессиональных ролей мужчин и женщин. В этих целях целесообразно провести гендерную экспертизу научных разработок новых профессий XXI века; устранить дискриминирующую женщин полоролевою маркировку профессий будущего; осуществлять поддержку, в том числе пропагандистскую, предпринимательской и других видов деятельности женщин, связанной с цифровыми технологиями; поддерживать общественные организации, занимающиеся продвижением девушек и женщин в сферы информационно-коммуникационных технологий; развивать женское наставничество в сферах STEM-образования и STEM-карьеры для женщин.

Третье. Органам государственного управления целесообразно предпринять безотлагательные меры по обеспечению равного участия девушек и юношей в получении высшего и специального образования в

сферах естественных наук, математики, технологии, искусства, инженерии (STEAM).

Четвертое. Следует подчеркнуть значительный потенциал работы по неформальному цифровому образованию для женщин и девушек всех возрастов и профессий, особенно для уязвимых слоев населения.

Залогом успеха в устранении технологической гендерной сегрегации на рынке труда может стать объединение усилий органов государственного управления, женских общественных организаций, педагогов, ученых, бизнеса и широких слоев женщин.

Библиографический список

1. Равенство полов – за горами: Гендерный отчет Давосского форума. URL: <https://ru.euronew.com/2020/01/23/https-www-euronew-com-2020-01-22-davos-2020-economic-gender-gar-not-due-to-close-until-ru> (дата обращения: 26.01.2020).

2. Необходимость сокращения гендерных разрывов обсудили на Всемирной женской ассамблее. URL: <http://iz.ru/860515/2019-03-25/neobhodimost-sokrenenia-gendernykh-razryvov-obsudili-na-vsemirnoi-zhenskoj-assamblee> (дата обращения: 06.08.2019).

3. Гендерное измерение цифровой экономики: от стратегии к действию (2018–2030) // Материалы Всерос. конф. с международным участием, 20–21 апреля 2018 г.: Иваново: Иван. гос. ун-т, 2018. 174 с.

4. Женщины и мужчины России. 2018: стат. сб. / Росстат. М., 2018. С. 100, 146.

5. Гендерный аспект в цифровой экономике // Информационный бюллетень НИУ «Высшая школа экономики». 2016. № 3(8). С. 3.

6. Атлас новых профессий / под ред. Варламовой Д., Судакова Д. и др. М., 2020.

7. Роль женщин в современном обществе. Доклад Совета Федерации Федерального собрания РФ. М., 2016. С. 18.

8. Концепция преподавания учебного предмета «Технология» в общеобразовательных организациях Российской Федерации, реализующих основные образовательные программы. Утверждена Министерством просвещения РФ 29 декабря 2018 года. URL: <http://edu.gov.ru> (дата обращения: 06.09.2019).

9. Федеральный перечень учебников, рекомендованных к использованию при реализации программ общего образования. URL: <http://www.fru.edu.ru/fru> (дата обращения: 29.09.2019).

10. Силкин И. Г., Залогова Л. А., Русаков С. В., Шестакова Л. В. Информатика и ИКТ. М., 2013.

Ю. А. Зубок*, **В. И. Чупров****, **О. В. Сорокин*****

МОЛОДЫЕ ЖЕНЩИНЫ: СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ САМОРЕГУЛЯЦИЯ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТРУДА

Социальная жизнь – особый тип жизнедеятельности, характеризующийся направленностью на взаимодействия с другими людьми и объектами реальности. В ракурсе социологического анализа она рассматривается как особая форма организации и регулирования жизнедеятельности, где регулирование связано с действием двух механизмов – целенаправленного регулирования и саморегуляции. Целенаправленное регулирование осуществляется институтами. Выступая целеориентированным механизмом поддержания равновесия в обществе, вырабатывая необходимые ценностно-нормативные конструкты и осуществляя социальный контроль, механизмы институциональной регуляции упорядочивают отношения в сфере труда.

Ввиду того, что нормативная система выступает основой институциональной регуляции, ее функцией является принуждение. Однако эффективность любого принуждения напрямую зависит от совпадения транслируемых ценностно-нормативных образцов с индивидуальными и групповыми представлениями. Личные мотивы, интересы, ориентации, ожидания и смыслы являются фильтром, через который проходит целенаправленное воздействие институтов.

Вторая сторона регуляционного механизма связана с саморегуляцией. Если целенаправленное регулирование предполагает внешнее воздействие на молодых людей как объект трудовых отношений, то саморегуляция отражает их собственную субъектность. В процессе саморегуляции осуществляется смысложизненный выбор молодежи, связанный с пониманием труда, его ценностями и ожиданиями.

© Зубок Ю. А., Чупров В. И., Сорокин О. В., 2020

Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00585 А «Саморегуляция жизнедеятельности молодежи в изменяющейся социальной реальности».

* Доктор социологических наук, профессор, зав. Центром социологии молодежи ИСПИ ФНИСЦ РАН, г. Москва.

** Доктор социологических наук, профессор, гл. науч. сотр. Центра социологии молодежи ИСПИ ФНИСЦ РАН, г. Москва.

*** Кандидат социологических наук, ст. науч. сотр. Центра социологии молодежи ИСПИ ФНИСЦ РАН, г. Химки.

Сформированные смыслы как представления о сущности труда и его значении для жизнедеятельности проникают в структуру мотивации и смыкаются с ценностями. Их уточнение происходит в интересубъективных взаимодействиях, вследствие чего они становятся частью коллективного и индивидуального сознания, наполняя трудовую деятельность мировоззренческим содержанием.

В основаниях культуры, отмечает В. С. Степин, можно выделить фундаментальные жизненные смыслы, базисные ценности, которые объединяют все многообразие культурных феноменов в органическую целостность [3; 67]. Поэтому, как пишет Д. А. Леонтьев, перемещаясь из плоскости изучения сознания в плоскость изучения жизни [1; 106], вопрос о смысле становится вопросом культуры.

Смыслообразование, буквально понимаемое как формирование представлений о сущностях явлений и процессов, является функцией различных типов культуры, образующих культурное пространство молодежи. Отражаясь в сознании молодых людей, оно становится значимой средовой характеристикой социальной реальности разных групп молодежи. А идеи и ценности, заложенные в культурном пространстве, – факторами саморегуляции их жизнедеятельности. Если культура задает фоновый контекст, связанный с этносом и культурой общества в целом [1; 111], то ее конкретные проявления обуславливаются групповыми социокультурными особенностями. Поэтому в конструировании смыслов труда играет роль не только общая (базовая) культура, но и субкультуры, в которых формируются социальные ожидания, интересы и ценности молодых людей в сфере труда.

Значение того или иного аспекта труда для человека зависит не только от понимания им субъективного смысла труда, но и от реальных действий людей, включенных в трудовой процесс. Во взаимодействии с другими молодой человек познает условия и отношения в сфере труда во всем их многообразии. Процесс познания сопровождается осознанием субъективных смыслов в качестве собственных интересов. Ожидание возможности реализации этих интересов посредством труда и определяет в конечном итоге отношение человека к труду вообще, как к объекту социальной реальности, а не только к конкретной трудовой деятельности.

Для понимания специфики социокультурной саморегуляции молодых женщин¹ в сфере труда рассмотрим особенности их культурного пространства и его связь с отношением к труду.

¹ Молодые женщины – гендерная группа молодежи в возрасте 15–29 лет.

С этой целью был использован подход П. А. Сорокина, переосмысленный для целей данного исследования. Разработка типологии культурного пространства молодежи осуществлена на основе его теории социокультурной динамики [2; 40–65]. В культурно-смысловом пространстве выделены следующие типы культуры [4], определяющие не только организацию жизнедеятельности, но и направленность ее саморегуляции: *инновационный* (преобразование действительности, высокая активность, предприимчивость), *гедонистический* (стремление получить от жизни как можно больше удовольствий), *физического развития* (преобразование «себя», культ тела и стандартизация телесности, здоровый образ жизни), *духовный* (активизация духовной жизни вокруг триады культуры человечества: истина – добро – красота), *адаптационный* (необходимость экономить во всем, приспосабливаясь к постоянно изменяющимся условиям) и *моральной аномии* (отрицание моральных норм, нравственный релятивизм и индивидуализация морали). Индикаторами интенциональности стали ответы на вопрос о том, насколько респонденты разделяют тот, или иной тип культуры.

Анализ² гендерных различий в идентификации с выделенными типами культуры показал преимущественное сходство, но и определенное различие. Так, среди женщин ниже показатель гедонистической культуры и моральной аномии, но выше адаптационной. Заметно больше проявляется в женской гендерной группе частичная ориентация на культуру физического развития. В целом, типология культуры и соответствующих ей смысловых интенций в женской гендерной группе выстраивается в следующем порядке: инновационная культура, культура физического развития, гедонистическая культура, духовная культура, адаптационная культура, культура моральной аномии.

Анализ связи разделяемых типов базовой культуры с ценностью труда – терминальной и инструментальной – выявляет наиболее значимую связь терминальной ценности труда с духовной культурой (52 %) и культурой физического развития (51,3 %), менее значимую – с инновационной, гедонистической и моральной аномии (соответственно 45,4 %, 46,6 % и 46,2 %). А возрастание значений инструментальной ценности труда отмечено во взаимосвязи с инновационной культурой (54,6 %), гедонистической (53,4 %), культурой моральной аномии (53,8 %). И несколько меньше с духовной культурой и физического развития (48 % и 48,7 %).

²Анализ основан на данных всероссийского социологического исследования, проведенного в 2017 году среди молодежи в возрасте 15–29 лет. Объем выборки составил 803 чел.

Сравнение двух гендерных групп молодежи наглядно показывает существенные различия культурной обусловленности ценностей труда мужчин и женщин. Во-первых, в женской гендерной группе уровень терминальных ценностей значительно превышает аналогичные показатели среди мужчин, а инструментальных существенно ниже (разница составляет от 9 % до 16 %). Во-вторых, разрыв между уровнем терминальных и инструментальных ценностей труда среди молодых женщин проявляется меньше, чем среди мужчин. В-третьих, под влиянием одних и тех же типов культуры (духовной и физического развития) среди женщин терминальная ценность труда растет, а у мужчин снижается.

Элементом социокультурной саморегуляции являются смысло-жизненные ценности. В группе молодых женщин они распределились в порядке убывания значимости следующим образом: любовь; спокойная, безбедная жизнь; проявление своей индивидуальности (самореализация); продолжение себя в будущих поколениях; стремление к истине; борьба за справедливость; политическая борьба (за власть). Ранговые значения смысложизненных ценностей среди молодых женщин не отличаются от выявленных среди молодых мужчин, чего нельзя сказать о степени выраженности. Наибольшие различия отмечены по четырем смысложизненным ценностям: в связи с опережающим ростом значения ценности любви (в 1,8 раза выше среди женщин), самореализации (39,3 % против 34,8 % у мужчин). А также снижением по сравнению с мужчинами значения борьбы за социальную справедливость (18,4 % против 23,7 %) и традиционно приписываемой женщине ценности продолжения себя в будущих поколениях (29,2 % против 33,8 %). Налицо дестрадиционализация сознания современных молодых россиянок и укрепление в их среде современных смысложизненных ценностей.

Рассмотрим, как это влияет на их отношение к труду. Во-первых, под влиянием направленности смысложизненных ценностей тенденция роста терминальных ценностей труда у женщин проявляется значительно сильнее, чем среди мужчин, а инструментальная во всех связях – слабее. Во-вторых, наиболее заметное влияние на терминальное отношение к труду молодых женщин отмечается под влиянием следующих ценностей: *стремления к истине* (65,1 %); *борьба за справедливость* (56,0 %); *любовь* (50 %); *проявление своей индивидуальности, самореализация* (49,4 %). А на инструментальное отношение – следующих ценностей: *политическая борьба* (66,6 %); *продолжение себя в будущих поколениях* (60,5 %); *спокойная безбедная жизнь* (59,1 %), *проявление своей индивидуальности, самореализация* (50,6 %), *любовь* (49,3 %).

Следовательно, отмечается более высокая реактивность инструментальных ценностей труда, что подтверждается влиянием на них

большого числа жизненных смыслов. Терминальные ценности труда у молодых женщин определяются в основном интенциями пассионарности, а инструментальные – рационализации и прагматизации. Некоторые смысложизненные ценности амбивалентны в своем влиянии на отношение молодых россиянок к труду, одинаково формируя как терминальное, так и инструментальное отношение – это любовь и проявление своей индивидуальности (самореализация).

Таким образом, анализ саморегуляции жизнедеятельности молодых женщин в сфере труда позволил сделать следующие выводы. Во-первых, выявлена общая тенденция в процессе саморегуляции жизнедеятельности в сфере труда, направленная на заметное снижение гендерных различий среди молодежи. Во-вторых, значимым фактором сохраняющихся гендерных различий являются особенности культурного пространства молодых женщин и мужчин, проявляющиеся в доминировании в нем разных типов культуры и молодежной субкультуры. В-третьих, типология культурного пространства в гендерных группах в наибольшей степени отражается в формировании смысложизненных ценностей, влияние которых проявляется в ценности труда. При этом, наиболее значимая связь терминальной ценности труда среди молодых женщин отмечается со смысложизненными ценностями – стремление к истине и борьба за справедливость, а среди мужчин – борьба за справедливость и самореализация. В-четвертых, в образе труда молодых женщин доминируют добросовестное отношение к труду, ответственность, взаимопомощь, а среди молодых мужчин – чувство свободы и независимости ни от кого и принцип «каждый за себя». В целом, в отношении к труду у представителей разных гендерных групп общего больше, чем особенного.

Библиографический список

1. Леонтьев Д. А. Смыслообразование и его контексты: жизнь, структура, культура, опыт. Мир психологии. 2014. № 1. С. 104–117.
2. Сорокин П. А. Социальная и культурная динамика: Исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений. СПб.: РХГИ, 2000. 1054 с.
3. Степин В. С. Цивилизация и культура. СПб.: СПбГУП, 2011. 408 с.
4. Чупров В. И. Саморегуляция жизнедеятельности молодежи в культурном пространстве: концепция социокультурного механизма // Гуманитарий Юга России. 2018. Т. 7. № 4. С. 14–19.

ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ЖЕНЩИН В МЕСТНЫЕ ОРГАНЫ ВЛАСТИ ГОРОДА МОСКВЫ

В публичной сфере многих стран Северной Америки, Европы и некоторых странах Латинской Америки все больше обращает на себя внимание дискурс *women's empowerment*, т. е. наделения женщин властью и защиты их прав. Ведущие издания и популярные политики говорят о проблемах и затрагивают вопросы, с которыми сталкиваются женщины, даже те, которые в России кажутся незначительными.

В России «женский вопрос» является предметом споров для различных общественных объединений и политических сил. С одной стороны, в стране существует давняя традиция женского движения, а также уникальный опыт советских лет, который являлся передовым для своего времени. С другой стороны, набирает популярность неоконсервативный, традиционалистский дискурс, предписывающей женщине второстепенные роли в обществе.

В советское время Россия довольно успешно интегрировала женщин в общественную и политическую жизнь. В частности, для привлечения женщин к участию в политике и управлении стали применяться негласные квоты, действующие для органов законодательной власти. Так, квота для женщин составляла 33 % для Верховного Совета СССР и 50 % для местных советов. В Верховный Совет СССР (выборы 1984 года) всего было избрано 1500 депутатов, из которых 492 женщины (32,8 %). В краевые, областные, окружные, районные, городские, поселковые и сельские Советы народных депутатов (выборы 1987 года) было избрано 2321766 депутата, из которых 1146329 женщин (49,4 %) [1].

На международном уровне система квотирования широко распространена в странах европейской демократии, где ряд стран законодательно определил квоты для женщин в исполнительных органах власти, а

© Великая Н. М., Моисеева А. Н., 2020

* Доктор политических наук, профессор, декан социологического факультета РГГУ, главный научный сотрудник Отдела стратегических социальных и социально-политических исследований ИСПИ ФНИСЦ РАН, г. Москва.

** Аспирант Института социально-политических исследований РАН (ИСПИ ФНИСЦ РАН).

многие партии приняли положение Устава, согласно которому партийные списки формируются по принципу 50 на 50. Большинство этих изменений стали возможны в т. ч. благодаря норме, принятой в 1990 г. Комиссией ООН по улучшению положения женщин согласно которой рекомендовалось обеспечить 30 % участие женщин в органах власти.

Между тем, в плане обеспечения гендерного баланса Россия существенно отстает от большинства стран не только западных демократий, но и ряда африканских государств. Так, согласно докладу Международного экономического форума о гендерном равенстве Global Gender Gap Index, Россия переместилась с 75 на 81 место в рейтинге, демонстрируя высокие показатели по уровню образования женщин, их представленности в медицине и образовании, но низкие – по уровню политического участия и политического равенства [2].

Принятие закона о гендерном равноправии уже долгие годы откладывается по разным предлогам; также не повезло и закону о профилактике домашнего насилия; недостижимой мечтой российских женщин остаются нормы квотирования в Советах директоров и в списках политических партий.

Можно сказать, что гендерное равенство, не успев реализоваться в России ни в институциональном, ни в культурном форматах, превратилось в политический инструмент для закрепления институциональных рамок сложившегося политического режима.

Следует отметить, что представительство женщин в органах местного самоуправления было и остается достаточно высоким, что может проиллюстрировать тенденцию: чем выше уровень власти, тем меньше количество женщин, работающих там.

Доля женщин среди депутатов Государственной Думы седьмого созыва – 15 %, среди членов Совета Федерации – 18 %, в составе Правительства России всего три женщины. В законодательных собраниях субъектов федерации РФ из 4099 депутатов – 588 женщин (14,3 %) [3]. Показательно, что наибольший процент женщин-депутатов в региональных парламентах можно наблюдать в Северо-западном федеральном округе (20,8 %), а наименьший – в Северо-Кавказском федеральном округе (9,3 %). Разобрав каждый субъект РФ, можно заметить, что в Чукотском административном округе (41,6 %), г. Москве (40 %) и Кемеровской области (30,4 %) представлено наибольшее количество женщин-депутатов в региональных парламентах.

Прежде чем приступить к анализу, необходимо отметить, что в российской практике существуют три модели управления городами: модель управления городами федерального значения (г. Москва, Санкт-Петербург, Севастополь), модель управления «региональными столица-

ми» и модель управления крупнейшими городами, не являющимися региональными столицами.

Особый интерес в данном случае представляет Москва – единственный мегаполис Российской Федерации с трехуровневой системой исполнительных органов государственной власти и наличием органов местного самоуправления. Система управления в г. Москве характеризуется наличием следующих институтов: Правительство Москвы, действующее на общегородском уровне, префектуры, находящиеся на уровне административных округов и управы, функционирующие на районном уровне, а также органы местного самоуправления.

Префекты в данном случае осуществляют на территории округа полномочия городской администрации, координируют и контролируют работу территориальных подразделений отраслевых и функциональных органов городской администрации, а также глав районных Управ, действующих в границах округа. Районная Управа, в свою очередь, обеспечивает решение вопросов местного значения, руководство хозяйственными и социальными службами района. При этом районная управа подчиняется напрямую префектуре, т. е. является подразделением государственной власти.

Органы местного самоуправления в муниципальных образованиях представлены:

1. Районным советом – выборный представительный орган местного самоуправления – выборный орган местного самоуправления, обладающий правом представлять интересы населения и принимать от его имени необходимые решения, действующие на территории муниципального образования.

2. Руководитель муниципального образования – выборное высшее должностное лицо муниципального образования, наделенное уставом муниципального образования собственными полномочиями по решению вопросов местного значения.

3. Муниципалитет – обязательный постоянно действующий исполнительно-распорядительный орган местного самоуправления, реализующий полномочия по решению вопросов местного значения и полномочия для осуществления отдельных государственных полномочий.

При этом объем полномочий в органах местного самоуправления Москвы значительно меньше, чем в городских округах, поскольку осуществляется на внутригородских территориях, что сказывается и на объеме бюджета, и на заинтересованности кандидатов, участвующих в выборах в местные органы власти в Москве, открывает допол-

нительные возможности для женщин, включенных в гражданскую активность.

Это связано с тем, что женщина способна привнести в свою депутатскую деятельность дополнительные компетенции. Из всех социальных и экономических проблем женщин, в отличие от мужчин, больше волнуют проблемы, напрямую влияющие на жизни людей: высокие цены на услуги ЖКХ (57 % женщин, 45 % мужчин), низкий уровень пенсий, стипендий, пособий (38 % женщин, 28 % мужчин), ситуация в сфере здравоохранения (31 % женщин, 20 % мужчин) [4].

Примечательно, что среди проблем, волнующих москвичей, в первую очередь, были обозначены проблемы жилищно-коммунального хозяйства. Эта отрасль является стратегически важной для города из-за своей системообразующей значимости и огромной социальной роли. В условиях критического положения отрасли как в Москве, так и во всей стране, актуализируется необходимость активных изменений. Проблемы в сфере ЖКХ нельзя улучшить частично, необходим комплексный подход [5]. Обзорный анализ проблем, обозначенных в авторском исследовании [6], позволяет сделать вывод о том, что женщины способны решать конкретные задачи местного значения наиболее эффективно, в силу имеющейся в обществе системы ценностей. Таким образом, нам видится, что комплексный подход, способствующий решению проблем местного значения, возможен путем достижения гендерного баланса.

Конечно, это не значит, что достижение гендерного баланса в управлении послужит панацеей от всех имеющихся проблем. В конечном итоге, реформирование жилищно-коммунального хозяйства должно быть направлено на улучшение качества услуг, эффективности работы и управления предприятиями для создания благоприятного инвестиционного климата, что, в свою очередь, позволит изыскать дополнительные источники финансирования для проведения реформы жилищно-коммунального комплекса.

Именно представители муниципальной власти, теснее всего прикасающиеся с населением, способны предложить эффективные меры и решения, которые органично дополнят и приведут в жизнь стратегию развития, разработанную на федеральном уровне.

По итогам выборов депутатов в представительные органы местного самоуправления, прошедшие 10 сентября 2017 года в г. Москве, 50,8 % женщин получили депутатский мандат, что на 2,4 % больше по сравнению с 2012 годом. Такие данные вряд ли свидетельствуют о положительной динамике. Если провести более детальный анализ, то можно увидеть, что наибольший процент женщин представлен в

Южном административном округе – 59 %, наименьший – в Центральном административном округе, где представительство женщин составляет 36 % от общего процента депутатов. Однако общая тенденция к гендерному равенству сохраняется, так как в остальных округах процент остается примерно одинаковым.

Среди кандидатов, участвующих в последней муниципальной кампании, традиционно преобладали представители политических партий. Однако значительное число участвующих в выборах составляли независимые кандидаты, люди, которые приходили в политику на волне так называемых общественных движений «одного требования», – представители градозащитных, природоохранных организаций, обманутые дольщики жилья и т. д. Как результат, на выборах в сентябре 2017 года во многих районах независимые кандидаты и получили большинство голосов. А вот представители парламентской оппозиции потеряли ряд мандатов на местном уровне: КПРФ вместо прежних 212 мандатов получила лишь 44, «Справедливая Россия» – 10, а ЛДПР – только 4.

Отдельно заметим, что избирательные кампании в местные органы власти в Москве привлекли женщин, уже имеющих определенную известность в столице – это журналистки, интернет-блогеры, гражданские активисты. Так, от Единой России баллотировались замдиректора цирка на проспекте Вернадского Татьяна Запашная, актриса Ольга Кабо, директор Дарвиновского музея Анна Клюкина. Подавляющее большинство женщин-кандидатов (70 %) представляли бюджетную сферу – образование и здравоохранение.

Конечно, избирательный процесс требует наличия способностей и навыков, не связанных с государственным управлением или законодательством. Поэтому доминирующая причина низкой вовлеченности женщин в политическую активность, как нам видится, заключается в нехватке ресурсного потенциала, необходимого для участия на выборах разных уровней. Ресурсный потенциал женщин позволяет им принимать активное участие лишь на уровне местного самоуправления, которое, в свою очередь, не лишено ряда проблем. Однако именно органы местного самоуправления в настоящий момент обладают большим потенциалом для обретения необходимой устойчивости посредством регулирования гендерного неравенства. Важно понимать, что гендерный баланс – это, в первую очередь, показатель полной и представительной демократии, способной учитывать интересы как мужчин, так и женщин.

Библиографический список

1. Народное хозяйство СССР за 70 лет // Государственный комитет СССР по статистике. 1987.
2. Global Gender Gap report 2020. World Economic Forum (official web-site)// <https://www.weforum.org/reports/gender-gap-2020-report-100-years-pay-equality>
3. Козлова Н. Н. Реализация избирательных прав женщин в современной России: представительство женщин в парламентах субъектов федерации. 2017. URL: <http://sdwomen.ru/events/645-mezhdunarodnaia-konferenciia-revoliuciia-i-zhenskii-vopros-ideologicheskoe-nasledie,-politicheskie-transformacii-i-novye-sotsialnye-praktik.html>
4. Россияне называют главные проблемы своих регионов // Фонд «Общественное мнение» (ФОМ). 2015. URL: <http://fom.ru/posts/12405->
5. Барабанов А. С. Жилищно-коммунальное хозяйство регионов: проблемы финансирования и пути их решения // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2012. – № 5(23). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/problemu-finansirovaniya-zhilischno-kommunalnogo-hozyaystva-regionov-i-puti-ih-resheniya>
6. Архив автора. Эффективность городской системы управления в общественном мнении жителей г. Москвы. 2016. С. 16-23.

ПОЧЕМУ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ (ИИ) ИМЕЕТ «СКЛОННОСТЬ К ДИСКРИМИНАЦИИ» ЖЕНЩИН?

Склонность к дискриминации – это не упрек, а научный термин экономической теории дискриминации на рынке труда. Его разработал в середине XX века нобелевский лауреат Гэрри Беккер [1], который предположил, что часть работодателей имеет склонность к дискриминации (*taste for discrimination*), то есть предубеждение против найма на работу тех или иных групп работников (в случае гендерной дискриминации – женщин). На основании экономической модели дискриминации им было доказано, что результатом такого вида дискриминации является более низкий уровень заработной платы работников дискриминируемой группы (женщин), а разрыв в оплате труда мужчин и женщин будет тем больше, чем больше работодатель склонен к дискриминации по признаку пола. В монографии "Экономика дискриминации" ("The Economics of Discrimination") Беккер доказал, что склонность к дискриминации влечет экономические потери не только для дискриминируемых, но и для дискриминаторов, что приводит к *социальным и экономическим издержкам дискриминации для всего общества*.

Поскольку дискриминационная политика, как доказал Беккер, не только нарушает права отдельных категорий работников (в нашем случае женщин), но и дорого обходится экономике в целом, то в XXI веке, с развитием цифровых технологий появилась надежда лимитировать действие субъективного фактора в вопросах найма путем автоматизации функции подбора персонала (рекрутинга).

Наиболее перспективными в современной HR-сфере (HR – Human resources – человеческие ресурсы) признаны технологии, связанные с искусственным интеллектом (ИИ). Они могут улучшить процесс подбора персонала, анализируя большие объемы резюме и другого рода информации о работниках, самостоятельно отбирать и создавать списки кандидатов на занятие вакансий, в соответствии с требованиями рабочего места. Искусственный интеллект, на основе анализа и выявления закономерностей, может давать советы и рекомендации работникам HR-служб, экономя большое количество человеческого времени и ресурсов.

© Хоткина З. А., 2020

* Кандидат экономических наук, доцент, ведущий научный сотрудник Института социально-экономических проблем народонаселения РАН, г. Москва.

Наилучшим образом ИИ себя зарекомендовал как в случае массового, так и эксклюзивного подбора персонала (например, уникальных специалистов или работников для Арктических территорий). Это связано с тем, что с одной стороны, программное обеспечение (ПО) на основе ИИ может обрабатывать огромные массивы информации, а с другой – способно анализировать до 130 параметров кандидата на вакансию [2].

Однако надежды на то, что ИИ будут более объективны, чем люди в подборе персонала, и станут выбирать лучших кандидатов на вакансии только по деловым и профессиональным качествам, не оправдались. Практическое применение в рекрутинге некоторых программ на основе ИИ показало их предвзятость при отборе кандидатов и дискриминацию отдельных групп работников, прежде всего по гендерному и расовому признаку. То есть искусственный интеллект, также и как люди, оказался «склонным к дискриминации» женщин при подборе и расстановке кадров. Рассмотрим несколько наиболее нашумевших примеров, выявивших «склонность к дискриминации» у искусственного интеллекта, чтобы затем попытаться ответить на вопрос, почему это происходит.

В октябре 2018 года агентство Reuters сообщило, что «специалисты по машинному обучению Amazon обнаружили большую проблему: их новая рекрутинговая программа не любила женщин» [3]. Команда специалистов Amazon с 2014 года создавала компьютерные программы на основе ИИ, которые должны были анализировать резюме соискателей с целью автоматизации поиска лучших талантов и кадров для работы в компании. Экспериментальная программа найма должна была оценивать кандидатов, присваивая им от одной до пяти звезд – так же, как покупатели оценивают товары на Amazon. Как сказал агентству Reuters один из специалистов, знакомый с ситуацией: «Все хотели этот святой Грааль, чтобы это была система, которой можно дать 100 резюме и она «выплюнет» пять лучших, и мы найдем их». Однако в 2015 году компания осознала, что новая система, при оценке кандидатов на должности разработчиков программного обеспечения и другие технические должности выдает результаты, которые не являются гендерно-нейтральными. То есть программа ИИ дискриминировала женщин при отборе не на все должности, а только на инженерные и IT позиции. И хотя Amazon отредактировала программы, чтобы сделать их нейтральными к терминам «женщина», «женский» и другим, но это не было гарантией того, что машины не придумают другие дискриминационные способы сортировать кандидатов. Поэтому в 2017 году руководители компании были вынуждены распустить команду разработчиков, а глава Amazon отказался вдаваться в подробности и заявил, что «инструмент никогда не

использовался рекрутерами для оценки кандидатов» [3]. В действительности рекрутеры Amazon смотрели на рекомендации, генерируемые ИИ при поиске новых сотрудников, но никогда не полагались исключительно на эти рейтинги.

Как сообщил Reuters, эксперимент компании Amazon показал, какие ограничения есть у машинного обучения и использования ИИ. По мнению агентства, это должно послужить уроком для растущего списка крупных компаний, включая Hilton, Worldwide, HoldingsInc и Goldman Sachs Group, которые стремятся автоматизировать часть процесса найма персонала.

Другой «сюрприз» гендерной дискриминации преподнес в 2019 году программный продукт на основе ИИ, созданный для работы в банковской сфере. По сообщению Би-би-си (BBC), «Пользователи кредитных карт Apple заподозрили компанию и банк Goldman Sachs, выступающий партнером Apple Card, в дискриминации женщин. Департамент финансовых услуг Нью-Йорка начал расследование и запросил у банка информацию о работе алгоритмов, формирующих кредитные линии клиентов» [4].

Еще один пример дискриминационных практик ИИ, взят из области персонализации рекламы в интернете. Такая нацеленная (и навязчивая) реклама хорошо известна всем пользователям интернетом, поскольку в настоящее время широко распространена во всем мире. Данная система также основывается на алгоритмах искусственного интеллекта. Исследовательницы из Лондонской школы экономики эмпирически изучили вопрос о том, кому из пользователей Facebook и Google чаще показывают объявления о высокооплачиваемых вакансиях в области STEM (науки, техники, инженерии и математики). Результаты этого исследования были опубликованы в 2018 году в статье под заголовком: «Алгоритм предвзятости? Эмпирическое исследование явной дискриминации по признаку пола в рекламе вакансий STEM» [5]. В ней доказано, что хотя объявления были явно гендерно-нейтральным, но на практике эту рекламу женщины видели значительно реже, чем мужчины. Причина гендерной дискриминации заключалась в том, что данная система ИИ была обучена оптимизировать затраты на рекламу, поэтому она сама «сделала вывод», что эту рекламу выгоднее доставлять мужчинам, а не женщинам.

«В 2019 году против Facebook был подан иск, и в результате было установлено, что компания нарушает Закон о запрещении дискриминации при продаже и аренде жилья, так как позволила рекламодателям недвижимости таргетировать (выделять целевую аудиторию) пользователей по основным признакам дискриминации, включая расу, пол и возраст» [6].

Итак, приведенные выше примеры из разных областей применения ИИ показали, что искусственный интеллект, который наравне с роботом является одним из главных символов современной цифровой эры, на практике оказался «склонным к дискриминации», особенно гендерной. Почему? Прежде, чем я попытаюсь изложить свою точку зрения по данному вопросу, небольшая ремарка. Хотя все описанные примеры относятся к американским корпорациям и цифровым платформам, но можно предположить, что уж если Apple, Google и Facebook не смогли нейтрализовать проблемы, связанные с гендерной дискриминацией, то велика вероятность, что схожие программы ИИ, которые разрабатываются и применяются в России, имеют аналогичные, так сказать «слабые стороны». Однако в России, к сожалению, из-за отсутствия законодательства и институтов гендерного равенства, а потому и низкой «чувствительности» населения и специалистов к гендерной проблематике, этические вопросы внедрения ИИ практически не обсуждаются.

Один из ответов на вопрос откуда у искусственного интеллекта «склонность к дискриминации» по полу, дает понимание того, *как* и на каких данных происходит обучение ИИ. Вот как описывает основные свойства ИИ Джош Берсин, один из ведущих мировых специалистов в области управления талантами и персоналом: «ИИ – это широкий набор алгоритмов и инструментов машинного обучения, которые могут быстро получать данные, выявлять закономерности, оптимизировать процессы и прогнозировать тенденции» [7]. ИИ не пытается имитировать человеческое мышление, а решает четко сформулированную проблему с помощью методов обучения. Умение системы «обучаться», «выявлять закономерности», «прогнозировать», а также самостоятельно принимать решения и строить по ним деятельность – это как раз те отличительные черты ИИ, которые позволяют говорить об этом ПО как об «интеллекте». Однако важнейший вопрос состоит в том, *на каких данных* происходит обучение ИИ и какого рода информацию система анализирует, чтобы делать выводы и действовать? Несложно представить, что в современном, пока еще далеко от гендерного равенства обществе, большинство информации и данных социально-экономического характера несут на себе «печать» этого неравенства. Обучение современных ИИ происходит на этих отнюдь не гендерно-нейтральных данных. Поэтому не удивительно, что в какой бы сфере не применялись программы ИИ, как было показано выше, каждый раз возникают коллизии гендерного характера. «Основной риск заключается в том, что ИИ не может работать без «обучающих данных». Другими словами, алгоритмы используют опыт прошлого. Если текущая *практика управления отличается предвзятостью, дискриминацией или чрезмерной иерархичностью, то*

вы можете лишь усугубить ситуацию» [7]. Поэтому, безусловно, нельзя обвинять ИИ в «склонности к дискриминации» женщин – алгоритмы и формулы не могут быть сексистами, ими могут быть только люди и общество, в котором они живут. Гендерная предвзятость реального мира неизбежно формирует предвзятость алгоритмов.

Вторая, не менее важная, по нашему мнению, причина «склонности к дискриминации» женщин у программ ИИ связана с вопросом о том, *кто* их обучает. Системы ИИ могут работать быстрее и лучше людей, они имеют свойство обучаться, но они не могут иметь этических норм. Например, «Запущенный Microsoft чат-бот Тау выучился женоненавистническим репликам», а также начал сквернословить, поскольку перенял язык тех, кто его обучал [8]. В упомянутой выше статье о случае с ПО для Amazon, среди его причин указывается на о преобладании мужчин среди программистов, а также говорится о «маскулинном языке», на котором обучали ИИ, в результате чего «система Amazon сама научила себя тому, что мужчины-кандидаты предпочтительнее, и стала отбраковывать резюме, которые включали слово "женский» [3].

Для того, чтобы алгоритмы не были предвзятыми, а программы ИИ дискриминационными, женщинам необходимо принимать более активное участие в их разработке и обучении. Сегодня женщин-программистов критически мало во всем мире (в США 19 %, в России – 17 %), еще меньше их среди разработчиков программного обеспечения и мобильных приложений, где в 94–95 % случаях преобладают мужчины. За создание искусственного интеллекта тоже почти целиком отвечают мужчины. Женщины занимают в этой области меньше четверти рабочих мест [8]. И до тех пор, пока мы не приложим усилий, чтобы изменить эту статистику, роботы продолжат сквернословить, а искусственный интеллект иметь «склонность к дискриминации» женщин. Помочь в преодолении гендерного дисбаланса в IT-сфере должны общегосударственные и региональные программы по более широкому вовлечению девушек в систему профессионального STEM-образования.

Решение проблемы по преодолению «склонности к дискриминации», которая выявлена у сегодняшних систем ИИ – это не столько техническая, сколько социальная задача и для ее решения недостаточно совершенствования программного обеспечения, а необходимо также улучшить социальную атмосферу в обществе путем продвижении его к гендерному равенству. Поскольку информационные технологии ИИ – это всего лишь зеркало, которое поставила цифровая эпоха перед нашим обществом, чтобы мы увидели несовершенство и несправедливость существующих гендерных отношений и задумались над их ис-

правлением. И тогда процесс создания ИИ и работы алгоритмов будет отражать в равной мере потребности всего населения – как мужчин, так и женщин.

Библиографический список

1. *Becker G.S.* The Economics of Discrimination. Chicago: Chicago University Press, 1957.

2. Кейс. Искусственный интеллект в HR сокращает поиск специалистов в 25 раз. URL: <http://hr-media.ru/keys-iskusstvennyy-intellekt-v-hr-sokraschaet-vremya-poiska-spetsialistov-v-25-raz/>

3. Amazon scraps secret AI recruiting tool that showed bias against women. URL: <https://www.reuters.com/article/us-amazon-com-jobs-automation-insight/amazon-scraps-secret-ai-recruiting-tool-that-showed-bias-against-women-idUSKCN1MK08G>

4. Пользователи AppleCard заявили о дискриминации женщин при выдаче кредитов. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/news/2019/11/11/815973-apple>

5. *Lambrecht A., Tucker C.* Algorithmic Bias? An Empirical Study of Apparent Gender-Based Discrimination in the Display of STEM Career Ads. PublishedOnline: 10 Apr 2019. URL: <https://www.researchgate.net/publication>

6. *Миллер А., Хосанагар К.* Жертвы алгоритмов: что не так с интернет-маркетингом. URL: <https://hbr-russia.ru/innovatsii/trendy/820672>

7. *Берсин Д.* Искусственный интеллект в сфере управления персоналом: по-настоящему «убойное» приложение. Опубликовано 2019-02-05. URL: <https://hr-portal.ru/article/iskusstvennyy-intellekt-v-sfere-upravleniya-personalom-po-nastoyashchemu-uboynoe-prilozhenie>

8. Цифровой прорыв: как компании привлекают женщин в ИТ. URL.: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/373245-cifrovoy-proryv-kak-kompanii-privlekayut-zhenshchin-v-it>

ГЕНДЕРНЫЙ ФАКТОР В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ КОМАНДНОЙ РАБОТЕ

Команда, лидерство, командная работа в сфере управления компаниями относятся к наиболее используемым понятиям в профессиональной деятельности XXI века. Умение создавать команду рассматривается как важнейший навык современного руководителя, а без умения работать в команде сотрудник не сможет полноценно реализоваться в организации. Команды имеют разные характеристики и размеры, существует немало рекомендаций по созданию эффективных команд. Теории командного менеджмента представлены работами М. Р. Белбина [1], И. Адизеса [2], многочисленными трудами, посвященными лидерству и его гендерным аспектам [3], дополняют и расширяют изучение разнообразных свойств характера, уровней, гендерных ролей с целью добиться конкурентного преимущества и выявить скрытые возможности компании посредством командного взаимодействия.

В рамках предлагаемого исследования проанализированы научные статьи и публикации, посвященные гендерной тематике и командной работе, использовались опросы и доклады Международной организации труда, компаний Deloitte, Peterson Institute for International Economics и другие источники. Цель статьи – определить роль гендерного фактора в командной работе.

Наиболее общее определение управленческой команды – это команда представителей организации, включенных в процесс выработки стратегии и принятия решений по ее реализации [4, с. 17]. В XXI веке доля женщин в мировом бизнесе постоянно растет. В таких странах, как Латвия, Литва, Эстония, Китай, Грузия, Армения доля женщин среди руководителей бизнеса составляет 35–40 %. В российском бизнесе женщины занимают посты директоров по персоналу, финансовых директоров, директоров по маркетингу [5]. Важнейшей отличительной чертой управленческой команды, на наш взгляд, следует назвать взаимную коллективную ответственность за достижение цели.

© Смирнов Е. А., Рослякова М. В., 2020

* Доктор социологических наук, профессор, зав. кафедрой теории управления, директор Ивановского филиала РАНХиГС, г. Иваново.

** Кандидат исторических наук, доцент кафедры теории управления Ивановского филиала РАНХиГС, г. Иваново.

Считаем, что определяющим фактором эффективности команды является ее многообразие с точки зрения функциональной принадлежности, профессиональных навыков, социального опыта, стиля управления участников, что позволяет добиваться синергетического эффекта, отличающего команду. В этой связи гендер рассматривается как ключевая характеристика, которая обеспечивает «diversity» в организационной деятельности. Представители разных социокультурных групп обладают собственным взглядом на схожие ситуации, владеют особенными умениями и способностью подходить к решению проблемы с разных сторон. По данным исследования «Выгодно ли гендерное разнообразие?», которое было проведено институтом Петерсона [6], присутствие женщин на руководящих должностях в корпорациях повышает эффективность работы компаний, наблюдается положительная корреляция между долей женщин в корпоративном руководстве и прибыльностью фирмы. Кроме того, разнообразие позволяет более объективно отразить профиль потребителя. При этом присутствие единичных женщин-руководителей на верхнем уровне управления не оказывает заметного влияния на результаты деятельности компаний, поэтому важно создавать группы женщин-менеджеров.

Подробное исследование влияния гендерного разнообразия на бизнес было проведено Международной организацией труда. Опрос показал, что более 57 процентов респондентов во всем мире согласны с тем, что инициативы в области гендерного разнообразия улучшают результаты бизнеса [7]. Компании, которые наблюдали за соблюдением гендерного разнообразия в органах управления, добились повышения прибыли в размере от 5 до 20 процентов. У большинства из них ее рост составил от 10 до 15 процентов. Полученные результаты позволили директору Бюро МОТ по деятельности в интересах работодателей Д. Франс-Массен заявить, что «компаниям стоит рассматривать обеспечение гендерного баланса как одну из основополагающих задач, а не просто как вопрос кадровой политики» [7].

Обратим внимание, что работодатели нередко ищут на конкретные позиции претендента определенного пола. Служба исследований Head Hunter [8], указывает, что 88 % HR-менеджеров имели опыт подбора кандидата определенного пола, причем запросы в равной степени касаются мужчин и женщин. Среди основных причин, по которым проводился подобный поиск кандидата, называют природные особенности, личностные/профессиональные качества, специфику коллектива, специфику должностных обязанностей, прихоть заказчика. Так, к истинно мужским качествам рекрутеры относят физическую силу, выносливость, аналитический склад ума. К женским – усидчивость, кропотли-

вость, внимательность, аккуратность, исполнительность, бесконфликтность, гибкость, хитрость и привлекательную внешность. В данном случае воспроизводятся гендерные стереотипы [9, с. 75, 78–79], которые неприемлемы в сфере управления.

В последнее время большое внимание уделяется созданию гендерного разнообразия в командах топ-менеджеров. Среди причин – подтверждение экономической обоснованности разнообразия в совете директоров. Считается, что гендерный баланс в высшем руководящем звене, как и в составе рабочей силы в целом, налицо при процентном соотношении 40 на 60 в любую сторону [7]. Положительное влияние гендерного разнообразия начинает расти при наличии 30 процентов женщин на высших управленческих и руководящих должностях. По данным независимой исследовательской организации MSCI, для создания «критической массы» необходимы три или более женщин, что «повысит вероятность того, что женские голоса и идеи будут услышаны» и может привести к улучшению финансовых показателей [10]. В 2017 году в почти трети (31,5 %) крупных мировых компаний в советах директоров было не менее трех женщин. Советы, в которых не менее 30 % женщин, создают благоприятную среду для инновационных идей, основанных на гендерном разнообразии. Эти и другие преимущества гендерного разнообразия институциональные инвесторы начинают голосовать против советов «все мужчины» в американских компаниях [10].

Гендерное разнообразие высших руководящих должностей и советов директоров помогает большему количеству женщин занимать средние и старшие руководящие должности, уменьшает профессиональную сегрегацию по полу. Рассмотрим, какие мероприятия предпринимаются в некоторых странах по увеличению числа женщин, занимающих места в совете директоров.

В докладе «Женщины в зале заседаний» компании Deloitte [11] изучена ситуация с представленностью женщин на высшем уровне корпоративного управления. Общий вывод – женщины по-прежнему в основном недопредставлены в корпоративных советах по всему миру, несмотря на усилия по улучшению гендерного разнообразия. Прогресс в достижении гендерного разнообразия на различных уровнях лидерства недостаточен и отличается в зависимости от региона.

В Германии [11, с. 53] в 2015 году был принят Закон о равном участии женщин и мужчин на руководящих должностях в частном и государственном секторах. Требование иметь 30 процентов мест, занимаемых женщинами, касалось примерно 110 зарегистрированных на бирже компаний. Компания должна была назначать женщин, либо оставлять места вакантными. К 2016 году не было наблюдательных сове-

тов, состоящих только из мужчин, в 2010 году женщины занимали только 10 процентов мест.

Немецкий кодекс корпоративного управления содержит различные рекомендации по продвижению большего гендерного разнообразия в советах директоров:

- правления должны учитывать разнообразие, особенно представительство женщин, при заполнении управления роли;
- правления должны установить цели для увеличения числа женщин, представленных на двух уровнях ниже высшего руководства;
- наблюдательным советам следует устанавливать целевые показатели разнообразия, особенно представительства женщин, в правлении.

Эти рекомендации применяются на основе соответствия или объяснения; несоблюдение требований должно раскрываться на ежегодной основе. Законодательство 2015 года содержит 50-процентный целевой показатель для женщин на наблюдательные советы государственных предприятий с 2018 года.

В Германии проводился регулярный мониторинг развития доли женщин и мужчин на руководящих должностях [12], в органах частного сектора и на государственной службе в рамках реализации Закона о равном участии женщин и мужчин на руководящих должностях в частной и государственной жизни. Его цель – повысить осведомленность общественности об участии женщин и мужчин на руководящих должностях путем изучения эффективности закона и информирования общественности о целях бизнеса и федеральной администрации.

В Великобритании [11, с. 71] квоты для женщин в советах директоров отсутствуют, но существуют рекомендации, поддержанные правительством по обеспечению гендерного баланса в управлении. Повышенное внимание уделяется гендерному разнообразию среди групп инвесторов. Опрос, проведенный Hermes Investment Management, показал, что впервые большинство инвесторов считают, что гендерное разнообразие на уровне высшего руководства является важным или очень важным – 51 процент в 2016 году по сравнению с 25 процентами в 2015 году.

Активно дискутировался вопрос о гендерном разнообразии в Швейцарии [11, с. 70], следствием стало увеличение женщин на уровне совета директоров и руководителей высшего звена. Существует парламентское предложение о введении требования о раскрытии разнообразия на основе «соблюдай или объясняй» для крупных компаний. В предложении говорится, что если представительство обоих полов в совете директоров и руководстве не достигнет 30 процентов и 20 процентов, соответственно, в отчете о вознаграждении должны быть указаны причины и меры, которые компания предпримет для продвижения

недостаточно представленного пола. Швейцарский кодекс наилучшей практики корпоративного управления, переизданный в 2014 году, ввел конкретные предписания, направленные на увеличение представленности женщин в советах директоров швейцарских компаний.

Кодекс гласит, что как женщины, так и мужчины должны работать в совете директоров с целью достижения сбалансированного правления. Из более чем 200 директоров, которые в настоящее время заседают в советах SMI, 22 процента составляют женщины (2012 г. – 11 процентов). Тем не менее, значительных изменений в числе женщин-руководителей нет. Опираясь на недавние парламентские предложения по введению правил гендерных квот для перечисленных и более крупных компаний, число женщин в швейцарских залах заседаний должно увеличиться естественным образом, поскольку компании устанавливают целевые показатели разнообразия и разрабатывают программы для высокопроизводительных женщин-руководителей, призванные стимулировать женщин к прогрессу на рабочем месте.

В Швеции [11, с. 69] тема гендерного разнообразия зала заседаний обсуждается давно, первоначально надеялись, что гендерный баланс восстановится путем саморегулирования. Но в 2016 году правительство заявило, советы директоров компаний должны иметь как минимум 40-процентную представленность каждого пола. Шведский Кодекс корпоративного управления предусматривает, что зарегистрированные на бирже компании должны стремиться к достижению гендерного баланса в своих советах директоров. Совет по корпоративному управлению Швеции определил следующие цели:

- для всех компаний, зарегистрированных на бирже в Швеции: 40 процентов представителей каждого пола после ежегодных общих собраний 2020 года

- для более крупных компаний: как минимум 35-процентное представительство каждого пола после ежегодных общих собраний 2017 года

- для небольших компаний: как минимум 30-процентное представительство каждого пола после ежегодных общих собраний 2017 года.

Что касается России, то женщины представляют заметную долю команд топ-менеджмента в России. Как уже отмечалось, руководящие роли, выполняемые женщинами, как правило, сосредоточены на учетных и кадровых функциях, однако относительно мало женщины добиваются до должности генерального директора и финансового директора. Эта тенденция также отражена в относительно низких показателях членства в женщин в советах директоров. В 2018 году женщины участ-

вовали в советах директоров 60 российских компаний из ТОП100 против 57 в предыдущем году. В целом доля женщин в советах директоров не превышает 10 % [13, с. 3, 9]. Квоты и другие инициативы, касающиеся гендерного разнообразия, в российском бизнесе не обсуждаются [11, с. 66]. Отметим, что в 2018 году появился первый в России специализированный информационный ресурс о женщинах и для женщин в Советах директоров – womenonboards.ru.

Таким образом, научные исследования и практика зарубежных компаний показывают, что существует зависимость эффективности командной работы от гендерного фактора. Гендерно сбалансированная команда позволяет объединить участников с разнообразными знаниями, навыками, опытом, идеями и способностью подходить к решению проблемы с разных социокультурных позиций, что необходимо для стимулирования творческого потенциала участников и реализации синергетического эффекта. Потенциально управленческие команды, состоящие из мужчин и женщин, более производительны, способны охватить больше целевых групп потребителей и заинтересованных лиц. Мировой опыт показывает, что государственные органы и компании стимулируют гендерное разнообразие в управленческой и профессиональной деятельности, осознавая экономические и социальные преимущества, которое оно создает.

Полагаем, что в XXI веке данная проблема требует особого внимания со стороны государственных структур и российского бизнеса.

Библиографический список

1. Белбин М. Р. Команды менеджеров. Секреты успеха и причины неудач. М.: НИРРО, 2003. 315 с.
2. Адизес И. Идеальный руководитель: почему им нельзя стать и что из этого следует. 7-е изд. М.: Альпина Паблишерз, 2014. 262 с.
3. Сэндберг Ш. Не бойся действовать: Женщина, работа и воля к лидерству / пер. с англ. М., 2014; Gates Melinda/ The Moment of Lift. N. Y., 2019; Женщины в бизнесе и менеджменте: экономическое обоснование перемен. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_700953.pdf (дата обращения: 18.01.2020).
4. Долгов М. Геометрия команды, создающая энергию. М., 2019. 192 с.

5. Женщины в бизнесе: рекордные результаты. URL: <http://businessofrussia.com/july-2014/item/755> (дата обращения: 31.01.2020).
6. Is Gender Diversity Profitable? Evidence from a Global Survey / Peterson Institute for International Economics; M. Noland, T. Moran, B. Kotschwar. Working Paper 16-3. February 2016. URL: <https://www.piie.com/system/files/documents/wp16-3.pdf> (дата обращения: 18.01.2020).
7. Присутствие женщин на руководящих постах способствует эффективности бизнеса. URL: https://www.ilo.org/moscow/news/WCMS_704999/lang--ru/index.htm (дата обращения: 18.01.2020).
8. Гендерный фактор при приеме на работу. URL: [hh.ru. https://ivanovo.hh.ru/article/2152](https://ivanovo.hh.ru/article/2152) (дата обращения: 18.01.2020).
9. Клещина И. С. Иоффе Е. В. Нормы женского поведения: традиционная и современная модели // Женщина в российском обществе. 2019. № 3. С. 72–90.
10. Women on Corporate Boards: Quick Take Dec 21, 2018. URL: <https://www.catalyst.org/research/women-on-corporate-boards/> (дата обращения: 15.01.2020).
11. Women in the boardroom: A global perspective. URL: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/risk/articles/women-in-the-boardroom5th-edition.html> (дата обращения: 15.01.2020).
12. Share of Women and Men in Leadership Positions, Private and Private Sectors. URL: <https://www.opengovpartnership.org/members/germany/commitments/DE0012> (дата обращения: 15.01.2020).
13. Женщины в советах директоров ТОП100 российских публичных компаний 2019. URL: https://womenonboards.ru/infocenter/research/wobr_top100_2019 (дата обращения: 20.01.2020).

ЖЕНСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: УСТОЙЧИВОСТЬ ТРЕНДА В ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ

Введение

Исследование гендерных аспектов развития малого и среднего предпринимательства (МСП) в цифровом обществе, его восприятия, степени включённости граждан в процессы развития деловой активности чрезвычайно актуальны, как с точки зрения принятых стратегических документов – Национального проекта «Малое и среднее предпринимательства и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [1], Указа Президента от 7 мая 2018 года [2], так и глубочайших процессов в структурах занятости, борьбы с бедностью, социального неравенства, диверсификации экономики, разрыва в региональном развитии.

Весь XX век наполнен борьбой за усиление влияния женщин, утверждение принципа гендерного равноправия. В XXI веке как столетии глобального феминизма деловую активность женщин можно считать индикатором состояния гендера в целом, ведь «соблюдение баланса интересов полов как равноправных имеет огромный социальный ресурс для экономического прогрессивного развития России, определяет новый гендерный порядок» [3]. По данным мировых институтов развития, рост совокупного мирового валового продукта на 5,3 трлн долларов к 2025 году станет возможен, если экономическое участие женщин увеличится на 25 % за этот же период. Экономическая практика показывает, что женщины–предприниматели чаще реинвестируют в человеческий капитал (90 против 40 для мужчин) и активно создают новые рабочие места, чаще ведут семейный бизнес (32 компаний против 12 %, возглавляемых мужчинами) [4].

Отметим, что социология предпринимательства успешно разрабатывается и востребована. Колоссальный вклад в создание целостной теории предпринимательства внес Й. Шумпетер [5]. Одним из самых ярких российских исследователей является В. В. Радаев [6]. Свой вклад в исследование гендерных аспектов предпринимательства внесли О. В. Котоманова [7], А. Е. Чирикова [8], С. А. Давыдов [9], Ю. А. Семёнова [10], Г. Г. Силласте [11], М. Е. Баскакова [12]. Востребованность

© Милованова М. Ю., 2020

* кандидат исторических наук, доцент кафедры политической социологии и социальных технологий РГГУ, г. Москва.

в дальнейшей разработке продиктована самой сутью понимания категорий «предпринимательство», «предприниматель»:

- как трансформационный, творческий, новаторский вид социального поведения;
- как тип личности, обладающий своеобразными знаниями и опытом;
- как настоящая культурная форма.

Современная VUCA реальность, новая цифровая экономика и информатизация общества в целом предопределяют особенности и сферы влияния предпринимательской деятельности, новые возможности, определяют набор черт, необходимых предпринимателю, чтобы преуспеть в бизнесе и противодействовать неопределенности [13]. Условия ведения бизнеса являются базовым показателем для оценки устойчивости экономического роста и достижения технологического лидерства. Сегодняшняя позиция России в международном рейтинге по условиям ведения бизнеса «Doing Business» – 28 место из 190 стран мира [14].

В мае 2018 года вышел Указ Президента В. В. Путина, в котором обозначены, меры, направленные «на повышение уровня жизни граждан, создание комфортных условий для их проживания, а также условий и возможностей для самореализации и раскрытия таланта каждого человека». Поставлена задача увеличения в 2 раза численности занятых в сфере малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей до 25 млн человек, определён срок – до 2024 года [2]. Достижение нужного показателя вовлеченности в деловую активность требует человеческого ресурса и слаженных совместных действий государства с гражданским обществом.

Почему именно женщины рассматриваются как тот социальный ресурс, который потенциален для развития предпринимательства? Назовём лишь некоторые устойчивые тенденции:

- более 30 млн женщин России заняты в сфере экономики
- 58 женщин из 100 человек имеют высшее образование;
- феминизация бедности;
- среди безработных до 70 процентов – женщины;
- в группе риска одинокие женщины-пенсионеры, женщины предпенсионного возраста с достаточным опытом, но недостаточными компетенциями в условиях цифровизации и роботизации труда, неполные семьи с детьми, женщины-мигранты. По исследованию Mastercard [15], Россию относят к ряду стран, где преобладает «вынужденное предпринимательство».

По данным НАФИ, 25 млн россиян хотели бы заняться предпринимательством, но главным сдерживающим фактором, по мнению оп-

рошенных, является отсутствие знаний и компетенций, нужных для ведения предпринимательской деятельности [16].

О позитивных ожиданиях для будущего развития делового климата показательны и такие данные: в рейтинге профессий для своих детей родители выбирают профессию предпринимателя, бизнесмена: 17 % (мужчины) и 14 % женщин. Профессия предпринимателя, бизнесмена вышла на вторую позицию после врача, предпочтение которой отдают 17 % мужчин и 23 % женщин [17].

Результаты авторского исследования

Тема женского предпринимательства является трендом экономического развития, вызывает дискуссию в общественно-политическом дискурсе. Для иллюстрации приведём данные авторского качественного исследования «Меры поддержки малого и среднего предпринимательства». Нами были опрошены участники стратегической сессии-встречи «Женское предпринимательство как устойчивый тренд: преграды и меры поддержки», прошедшей 2 декабря 2019 года в Государственной Думе, а также включенные в он-лайн опрос женщины-предприниматели, имеющие опыт ведения бизнеса. Вся выборка экспертная, так как респонденты являются предпринимателями в настоящее время, либо имели опыт ведения бизнеса. В приведённой ниже таблице отражён возраст опрошенных. Опрос носил пилотный характер [18].

Таблица 1

Возраст экспертов

Варианты ответа	Чел.
46–55	24
38–45	14
33–37	7
56–65	6
25–32	2
66 и более	1
18–24	0

Эксперты представляют различные сферы занятости: юридические услуги, сфера образования, производство, государственная или

муниципальная служба, сфера услуг, информационный и коммуникационный бизнес, сельское хозяйство. География проживания экспертов – около половины опрошенных Москва (26 чел.), 7 – Московская область, далее из других регионов: Архангельская область – 3 чел.; Костромская область – 2 чел.; Кировская область – 1 чел.; Свердловская область – 3 чел.; Самарская область – 1 чел.; Ленинградская область – 1 чел.; Ростовская область – 1 чел.; Тамбовская область – 1 чел.; Республика Чувашия – 2 чел.; Республика Калмыкия – 2 чел.; Ярославская область – 1 чел.; Севастополь – 1 чел.

Осведомлённость о мерах поддержки малого и среднего предпринимательства в России в оценках наших экспертов выглядит следующим образом:

Таблица 2

**Осведомлённость о мерах поддержки МСП в России
(любое количество ответов)**

Варианты ответа	Чел.
Упрощенный налоговый режим	40
Упрощение бухгалтерского учета	23
Получение субсидий	23
Образовательная поддержка	19
Обеспечение финансовой поддержки со стороны банков	18
Аренда помещения на льготных условиях	15
Меры по развитию инфраструктуры малого и среднего бизнеса	13
Правовая поддержка при осуществлении госконтроля	13
Пользование услугами ресурсных центров по поддержке предпринимательства на уровне регионов, муниципалитетов	11
Экспортно-импортная поддержка предпринимательства	10
Правовая поддержка в случае конфликтной ситуации	9
Коммуникационная поддержка и помощь в продвижении	7
Инновационная поддержка малого женского предпринимательства	7

Институт государственных и муниципальных закупок как инструмент поддержки предпринимательства	6
Льготный порядок расчёта за приватизированное имущество	6

Среди основных барьеров при обращении за поддержкой при ведении бизнеса эксперты выделены:

Таблица 3

Основные барьеры при обращении за поддержкой

Варианты ответа	Чел.
Большое количество требуемых документов, необходимых для получения поддержки	30
Трудности в понимании процедур и порядка при получении поддержки	28
Отсутствие нужных связей, «своих» людей	22
Длительные сроки получения поддержки	21
Проблем нет, было бы желание	3
Алгоритм получения помощи	2
Трудно найти нужную информацию	2

Экспертам также было предложено оценить политику в отношении предпринимательства по шкале от 1 до 10 (1 минимальный балл, 10-максимальный балл).

Таблица 4

Политика в отношении предпринимательства

<i>Оценка</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>
<i>Количество ответов</i>	<i>7</i>	<i>6</i>	<i>13</i>	<i>6</i>	<i>14</i>	<i>4</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>0</i>	<i>0</i>

Видим, что политика в отношении мер поддержки со стороны органов власти оценивается большинством на среднем уровне и ниже среднего. При этом около половины респондентов считают, что органы власти «в чем-то помогают, а в чем-то мешают», одна треть, что «власть не предпринимает каких-либо действий, но их участие необходимо». Категорично высказались только 6 чел. – «органы власти только мешают своими действиями».

На вопрос различия специфики мер поддержки между Москвой и регионами половина респондентов ответила, что разница есть и лишь 8 экспертов не видят разницы. Специфику политики в отношении малого и среднего предпринимательства в сравнении Москвы и регионов определяют так: «в Москве лучшая осведомленность», «много различных программ», «большой объем финансирования», «в регионах надо иметь «своих» людей для получения поддержки» и «отсутствие информационной интеграции между регионами и столицей», «человеческие ресурсы», «доступность образования и переквалификации», «инспекции не мешают деятельности предпринимателя», «большой рынок сбыта и больше возможности для нетворкинга».

Отметим черты наличия укорененности precariousного труда. В ответе на вопрос «Принимали вы на работу человека на условиях неформальной занятости?», ответы распределились следующим образом:

Таблица 5

Использование неформальных форм занятости

Да	12
Да, но частично	16
Все зависит от пожеланий человека, которого я устраиваю на работу	14
Нет, категорически против	9
Другое	Аутсорсинг, работа с самозанятыми

Мнение экспертов по поводу того, в чем заключается мотивация мужчины и женщины к занятию предпринимательской деятельностью, выглядит таким образом:

Таблица 6

**Стимулы к предпринимательской деятельности у мужчин,
по мнению экспертов**

Варианты ответа	Чел.
Желание обеспечить семью	21
Желание быть себе хозяином, не работать на «дядю»	10
Желание реализовать свою предпринимательскую жилку и призвание	16
Нет выбора из-за отсутствия достойной занятости	6

Таблица 7

Стимулы к предпринимательской деятельности у женщин

Варианты ответа	Чел.
Желание обеспечить семью	24
Желание быть себе хозяином, не работать на «дядю»	17
Желание реализовать свою предпринимательскую жилку и призвание	26
Отсутствие достаточной опоры со стороны мужчины	24
Нет выбора из-за отсутствия достойной занятости	6

Около половины женщин отнесли к стимулу заниматься предпринимательством отсутствие достаточной опоры со стороны мужчины.

Успешность тренда «женское предпринимательство», на наш взгляд, будет определяться следующими ключевыми элементами и стимулами роста:

- Распространение налоговых каникул для одиноких молодых и многодетных матерей, занимающихся бизнесом в небольших городах.
- Разработка и реализация специальных образовательных программ для действующих и начинающих женщин-предпринимателей.
- Развитие и поддержка просветительских проектов, нетворкингов, сообществ, в том числе Клубов в области цифровой экономики.
- Разработка комплексной программы по развитию женского предпринимательства в России.
- Создание специализированных финансово-кредитных продуктов для женского предпринимательства.
- Закрепление понятия «женское предпринимательство» на законодательном уровне.
- Законодательное закрепление сбалансированного представительства мужчин и женщин в Советах директоров акционерных обществ.

- Изменение отношения социума к необходимости более активного участия женщин в экономике в предпринимательстве.
- Закрепление порядка экспертизы ФЗ на предмет гендерного равенства.
- Стимулирование создания и реализации корпоративных программ поддержки женского предпринимательства и занятости.
- Учёт роли общественных объединений по гендерному признаку и их мнения в продвижении темы «женское предпринимательство» [19].

Библиографический список

1. Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/nacionalnyy_proekt_po_gazvitiyu_malogo_i_srednego_biznesa (дата обращения: 01.02.2020).
2. Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 "О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года". URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71837200/> (дата обращения: 15.01.2020).
3. Милованова М. Ю. Женское предпринимательство: быть или не быть? // Гендерные отношения в современном мире: управление, экономика, социальная политика: материалы Междунар. науч. конф. Иваново, 2019. С. 156–161.
4. От форума к форуму // Сборник информационно-аналитических материалов для участников второго Евразийского женского форума. М., 2018. С. 23.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс. 1982.
6. Радаев В. В. Экономическая социология: курс лекций. М.: Аспект Пресс, 1997.
7. Котоманова О. В. Феминизация бедности как результат гендерного разделения труда // Вестник Бурятского государственного университета. 2012. № 1. С. 186.
8. Чирикова А. Е. Женщина во главе фирмы. М., 1998.
9. Давыдов С. А., Юдина А. А. Малое женское предпринимательство в свете концепций маргинальности // Гуманитарный аспект образовательного пространства. 2013. С. 29.
10. Семенова Ю. А. Специфика развития женского предпринимательства в России // Известия Саратовского университета. 2009. Т. 9. Сер. Социология. Политология. Вып. 3.

11. Силласте Г. Г. Гендерная социология и российская реальность. М., 2016.
12. Баскакова М. Е. Гендерная асимметрия малого бизнеса (на примере Москвы) // Мир новой экономики. 2019. № 3. С. 100–111.
13. Сизова Ю. С. Современный предприниматель в vUCA мире – преимущества и сложности // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 8. URL: <http://economyandbusiness.ru/8-2019-g> (дата обращения: 01.02.2020).
14. Доклад «Ведение бизнеса 2020». URL: <https://russian.doingbusiness.org/ru/reports/global-reports/doing-business-2020> (дата обращения: 19.01.2020).
15. НАФИ. Индекс женского предпринимательства (WBI), 5 волна. URL: <https://nafi.ru/en/projects/predprinimatelstvo/indeks-zhenskoj-predprinimatelskoj-aktivnosti-wbi-5-volna/> (дата обращения: 20.12.2019).
16. Mastercard Index of Women Entrepreneurs. URL: <https://newsroom.mastercard.com/ru/press-releases/рейтинг-mastercard-index-of-women-entrepreneurs-показал-в-каких-стран/> (дата обращения: 20.09.2019).
17. Рейтинг профессий и школьных предметов. Опрос Левада–Центра, 1602 респондента по репрезентативной выборке взрослого населения Российской Федерации, май 2018 г. URL: <https://www.levada.ru/2018/08/10/rejting-professij-i-shkolnyh-predmetov/> (дата обращения: 17.03.2019).
18. Авторское качественное исследование «Меры поддержки малого и среднего предпринимательства» // Архив автора.
19. С Т Е Н О Г Р А М М А стратегической сессии – встречи "Женское предпринимательство как устойчивый тренд: преграды развития и меры поддержки", Государственная Дума, Зал 304, 2 декабря 2019 года // Архив автора.

*Л. Н. Захарова**, *З. Х.-М. Саралиева***, *Чжу Лиучуан****

ЦЕННОСТНАЯ ГОТОВНОСТЬ ДЕВУШЕК–СТУДентОК ИНДУСТРИАЛЬНЫХ КОЛЛЕДЖЕЙ РОССИИ И КИТАЯ К РАБОТЕ В ОРГАНИЗАЦИОННЫХ УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Трудоустройство женщин, сохранение ими рабочих мест, особенно в высокотехнологичных индустриальных секторах экономики, дискриминация в оплате труда имеют исторические корни: представления о социальных ролях женщины в обществе, устойчивые гендерные стереотипы. Переход к индустрии 4.0 обостряет проблемы в связи с возникновением профессий и компетенций, традиционно соотносимых с мужской занятостью: большим вытеснением женщин, особенно в низкотехнологичные секторы экономики на малооплачиваемые рабочие места. Анализ гендерных стереотипов показывает, что они формируются еще в раннем возрасте на основе трансляции специфических гендерных установок в повседневной, в семейной жизни, образовательной деятельности, через средства массовой информации, рекламу, искусство. В соответствии с ними, женщины не годны для многих профессиональных ролей и должностных позиций, менее вовлечены в трудовой процесс, менее автономны, склонны к неформальным отношениям на работе и более эмоциональны, более консервативны и не поддерживают прогрессивные организационные изменения, технологические и управленческие инновации. И это при том, что исследования показывают, что при определенных организационных условиях женщины не меньше мужчин инновационны, мотивированы и лично вовлечены в трудовую деятельность [1].

© Захарова Л. Н., Саралиева З. Х.-М., Чжу Лиучуан, 2020

* Доктор психологических наук, профессор, зав. кафедрой психологии управления Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского, г. Нижний Новгород.

** Доктор исторических наук, профессор кафедры общей социологии и социальной работы Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского, г. Нижний Новгород.

*** Магистрант программы «Организационная психология» Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского, г. Нижний Новгород.

Немалый вклад в экономическое развитие страны вносит система среднего профессионального образования. Девушки, получающие образование в индустриальных колледжах, сделали свой непростой профессиональный выбор. Казалось бы, они не должны подпадать под характеристики гендерных стереотипов. Обращает на себя внимание, что основная часть характеристик гендерных стереотипов относится не к возможностям девушек и женщин освоить ту или иную профессию на уровне необходимых функциональных компетенций, а к их организационному поведению, что делает их нежелательными сотрудниками. Вместе с тем, если мотивационной и содержательной стороне подготовки студентов колледжей уделяется большое внимание, то проблема готовности к организационным условиям современного инновационного предприятия, как правило, остается в тени.

Социально-психологическим контекстом трудовой деятельности работников компании является ее организационная культура (ОК). Она может вызвать ценностный конфликт, если ценности нового работника находятся в противоречии с ценностями ОК, а может служить инструментом адаптации и развития [2]. Исследователи гендерно детерминированного организационного поведения отмечают необходимость создания таких культур, или экосистем, которые способствуют повышению производительности и качества труда, личностному и профессиональному развитию мужского и женского персонала и его психологическому благополучию, в том числе в условиях организационных изменений, связанных с внедрением инноваций [3].

Представляется, что одной из важных и актуальных задач системы образования, в том числе и среднего профессионального, является обеспечение организационной социализации в целях овладения студентами социальными ролями, характерными для ОК, в контексте которой, предполагается, будут работать выпускники.

Организационным фактором успешности для промышленных предприятий является рыночно-иерархическая модель ОК с выраженными инновационным компонентом. Рыночный компонент настраивает работников на достижение успеха в конкурентной среде, иерархический компонент обеспечивает точное соблюдение регламентов, инновационный компонент способствует принятию сотрудниками инноваций, обеспечивающих жизнеспособность и конкурентоспособность компаний. Работа в таком типе ОК и соответствие перечисленным требованиям традиционно ассоциируются с мужским типом поведения.

Более детальному осмыслению формирования готовности девушек, – студенток индустриальных колледжей к работе в условиях современного предприятия может способствовать сравнительный анализ

этого феномена в разных социально-экономических и культурных условиях. Одной из самых быстро развивающихся экономик современного мира является Китайская Народная Республика (КНР). Инновационность – главный вектор ее развития. Китайские компании используют многочисленные эффективные инструменты для повышения собственной инновационной активности [4].

К каким организационным условиям будущей трудовой деятельности готовы студенты колледжей России и Китая? Проведено исследование, *цель которого*: выявить общее и отличительное ценностных установок в отношении организационных условий места учебы и будущей трудовой деятельности девушек и юношей – студентов индустриальных колледжей России и Китая.

Методы: диагностики организационной культуры и ценностных организационно-культурных предпочтений (OCAI) К. Камерона и Р. Куинна. Применительно к задачам исследования метод использован с дополнением следующими вопросами: – На предприятии с какими организационными условиями Вы бы хотели работать? – Какие условия будут, скорее всего, на том предприятии, куда вы придете работать после окончания колледжа? – Предприятие с какими организационными условиями будет наиболее эффективно в современной экономике?

Для статистической обработки данных использованы непараметрические критерии Манна-Уитни и Вилкоксона.

Респонденты: студенты колледжей Нижнего Новгорода и Гуанси (типичные для своих стран города индустриального кластера). Из каждого города представлены по три колледжа по подготовке специалистов для высокотехнологичных промышленных предприятий и строительной индустрии. В качестве респондентов участвовали юноши (N = 50) и девушки (N = 120) примерно в равных пропорциях по странам.

Анализ результатов. Данные таблицы 1 показывают, что ОК колледжей (по оценкам студентов) существенно различается. Для российских колледжей, по оценкам юношей, доминирующим компонентом является клановый (34 %), а остальные компоненты представлены примерно в равном соотношении. Оценки девушек статистически значимо отличаются: им представляется, что ОК, скорее, иерархическая с выраженным деловым компонентом. Закономерно при таких показателях иерархичности низкими являются оценки инновационности, и явно не хватает ценности отношений. Это показывает, что у девушек уровень субъективного благополучия существенно ниже, чем у юношей.

Таблица 1

**Организационная культура в колледжах России и Китая,
организационно-культурные предпочтения юношей и девушек –
студентов колледжей**

Страна	Ген дер	Организационная культура колледжей											
		К			А			Р			И		
		Ф	П	W	Ф	П	W	Ф	П	W	Ф	П	W
Россия	Ю	34	37	T	23	24	-	21	21	-	22	18	*
	Д	25	34	*	19	21	-	27	23	*	29	23	*
	У	**	*		*	*		*	-		*	*	
Китай	Ю	27	27	-	22	23	-	26	25	-	26	25	-
	Д	27	28	-	22	23	-	24	23	-	27	26	-
	У	-	-		-	-		-	-		-	-	
У	Р-К Ю	*	**		-	-		*	*		*	*	
	Р-К Д	-	*		*	T		-	-		-	*	

В таблицах 1 и 2: К – клановый, А – адхократический, Р – рыночный (деловой), И – иерархический компоненты ОК; Ф – фактическая, П – предпочтительная выраженность компонента ОК; Ю – юноши, Д – девушки; статистическая значимость различий по критерию U – Манна-Уитни; W – Вилкоксона.

В китайских колледжах все компоненты ОК представлены сбалансированно, оценки девушек не отличаются от оценок юношей. На первый взгляд, отличия от российских не значительны. Однако, можно видеть, что клановый компонент представлен статистически значимо меньше. Он по своей выраженности не выделяется среди остальных. Это означает, что за счет него студенты-китайцы не могут существенно повлиять на деловую атмосферу, порядок, требовательность и контроль со стороны администрации и преподавательского корпуса. Следовательно, такой достаточно высокий, но не преобладающий, показатель ценности отношений служит тому, чтобы образовательный процесс осуществлялся в психологически приемлемых условиях межличностного и управленческого взаимодействия. Это предположение подтверждает

ется анализом желаний студентов относительно развития ОК колледжей. Они настроены поддержать ту сбалансированную ОК, которая сложилась. Если бы они были недовольны, то в их желаниях явно бы прослеживалось направление изменений. Как правило, они сосредоточены в направлении усиления кланового компонента. Здесь этого не наблюдается. По оценкам студентов, сложившаяся ОК обеспечивает тот уровень профессиональной подготовленности, которого они желали бы достичь.

А чего же хотят в своих колледжах российские студенты? Усиления кланового компонента ОК, особенно это относится к девушкам. Для тех и других желательно статистически значимо ослабить иерархический компонент ОК, причем сделать его существенно ниже, чем в колледжах Китая, что закономерно при достаточно сильной выраженности ценностей отношений снизит требовательность администрации и преподавателей к достижениям студентов. Девушки-студентки российских колледжей проявляют многие характеристики, относящиеся к гендерным стереотипам: усиление роли отношений, менее выраженные ценности инновационности, нежелание находиться в атмосфере внутренней конкуренции, характерной для деловой культуры, стремление уйти от необходимости выполнять регламенты. Последнее даже противоречит тем позитивным моментам, которые отмечаются в труде более взрослых женщин – большая тщательность и аккуратность выполнения заданий, чем у мужчин.

Но и ценности юношей, в сравнении с китайцами, несколько отстают по своему соответствию требованиям новой экономики. Для российских юношей значительно более характерны ценности отношений и менее – деловые и иерархические ценности.

Данные таблицы 2 позволяют увидеть, что российские студенты хотели бы работать в таких же клановых организационных условиях, какие сложились в их колледжах. Причем, желания российских девушек существенно более адекватные, чем у юношей: на рабочем месте они готовы иметь меньше заботы об отношениях, чем юноши, и гораздо сильнее следовать правилам. Таким образом, по желаниям, скорее юноши подпадают под женские гендерные стереотипы, чем девушки.

Китайские студенты желают получить рабочее место в условиях такой же ценностной сбалансированности, к какой они привыкли в колледже.

Но понимают ли студенты требования эффективной современной компании и какой им видится реальная компания, в которую они придут в качестве работников?

Таблица 2

**Представления студентов колледжей России и Китая
об организационных условиях современных предприятий**

Страна	Ген дер	Организационная культура предприятия															
		Желательная ОК				Представления о реальном и эффективном предприятии											
		К			А			Р			И						
		К	А	Р	И	Ре	Эф	У	Ре	Эф	У	Ре	Эф	У	Ре	Эф	У
Россия	Ю	36	23	23	18	32	32	-	22	23	-	23	26	*	24	19	**
	Д	33	23	20	24	31	23	**	22	22	-	22	28	**	26	28	Т
	У	*	-	*	*	-	**		-	-		--	-		-	**	
Китай	Ю	26	22	26	26	27	23	*	22	22	-	25	24	-	26	27	-
	Д	29	23	24	24	27	26	-	24	23	-	23	24	-	26	27	-
	У	*	-	-	-	-	*		-	-		-	-		-	-	
У	Р-К	**	-	*	*	-	-		-	-		-	*		*	**	
	Ю																
	РК	**	-	*	-	*	*		-	-		-	*		-	-	
	Д																

В таблице 2: Ре – представления об ОК предприятия – будущего места работы, Эф – представления об ОК эффективного современного предприятия.

Российские студенты полагают, что эффективная компания отличается на уровне организационных условий от той, в какую они реально придут, более высоким уровнем деловых отношений. Мнения юношей и девушек расходятся в отношении кланового и иерархического компонентов. Девушки опять более реалистичны: они ожидают от эффективной компании большей иерархичности и меньшей клановости, в чем они довольно близки с китайскими студентами. Юноши характеризуются ценностной готовностью полагаться на договоренности, обусловленными отношениями, а не на внедрение инноваций и соблюдение производственных регламентов.

Китайские студенты, не отказываясь от довольно высокого уровня присутствия ценности отношений в ОК эффективного предприятия и сохраняя ценностный баланс, значительную роль придают иерархичности в его ОК, что в этой ценностной сбалансированности, безусловно, позитивно.

Однако есть существенное отличие российских студентов, юношей и девушек, от китайских студентов. Китайские студенты надеются

начать работу именно на эффективном, а российские – на неэффективном предприятии.

Выводы

1. Девушки-студентки российских индустриальных колледжей чувствуют себя менее комфортно в организационной среде колледжей, чем юноши и чем студенты китайских колледжей, независимо от гендерной принадлежности, однако они значительно меньше проявляют ценности, характерные для женских гендерных стереотипов, чем юноши.

2. Необходимо разрабатывать и внедрять в систему среднего профессионального образования гендерно специфичные программы организационной социализации, направленной на формирование психологической готовности к организационным условиям инновационных предприятий.

Библиографический список

1. Саралиева З. Х., Захарова Л. Н. Женщины как персонал современного предприятия: ценностный аспект // Женщина в российском обществе. 2017. № 3. С. 45–57.

2. Brettel M., Chomik C., Flatten T. C. How Organizational Culture Influences Innovativeness, Proactiveness, and Risk-Taking: Fostering Entrepreneurial Orientation in SMEs // Small Business Management. 2015. Vol. 53. № 4. P. 868–885.

3. Коростылева Н. Н. Формирование гендерной экосистемы современной организации: тенденции и перспективы // Женщина в российском обществе. 2019. № 3. С. 27–39.

4. Завьялова Е., Алсуфьев А., Краковецкая И., Лицзюнь В., Ли Д. Развитие персонала в китайских инновационно-активных компаниях // Форсайт. 2018. Т. 12. № 3. С. 43–52.

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ИНЖЕНЕРНЫХ ПРОФЕССИЙ ДЛЯ ЖЕНЩИН

Бурное развитие гендерных проектов в науке, ИТ-технологиях и естественных науках, которые до недавнего времени считались непривлекательными для трудоустройства женщин, привело к тому, что многие современные STEM-направления оказываются востребованными у девушек на уровнях получения специального образования и трудоустройства.

Ежегодно публикуется значительное количество научных исследований по вопросу о женщинах в области инжиниринга и STEM. Так, например, на сайте организации Society for Women Engineers (Общество женщин-инженеров) в разделе «Исследования и тренды “Женщины в STEM”» указывается, что численность представительниц прекрасного пола увеличилась во многих профессиях, в которых ранее доминировали мужчины, включая: право, бизнес, медицину и другие области STEM. Однако с начала 2000-х годов число женщин в сфере инжиниринга, в том числе, машиностроения, не увеличилось. Среди исследований, результаты которых размещены на сайте Общества, можно найти такие данные по США: 32 % девушек покидает программы инженерного обучения в вузах и колледжах, не доучившись. Только 30 % женщин работает в инженерных специальностях спустя 20 лет после получения степени бакалавра-инженера. 30 % женщин, бросивших работу в инженерных отраслях, в качестве причины ухода из организации указывают неблагоприятный социально-психологический климат. Доля женщин в инженерных профессиях составляет всего 13 %, а уровень оплаты их труда в среднем на 10 % ниже по сравнению с мужчинами. Интересно, что, в то же время, девушек выпускается из профильных программ бакалавриата около 19,9 % [1]. То есть, очевидно, наличествует проблема дальнейшего продвижения в соответствующих отраслях хозяйствования.

© Кузнецова В. П., Апевалова З. В., Трофимова И. Б., 2020

* Доктор экономических наук, профессор кафедры отраслевой экономики и финансов РГПУ им. А.И. Герцена, г. Санкт-Петербург.

** Президент Российского отделения «Федерации женщин с университетским образованием», кандидат философских наук, доцент кафедры управления образованием и кадрового менеджмента РГПУ им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург.

*** Аспирантка кафедры экономической теории и экономического образования РГПУ им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург.

Опыт России значительно отличается от опыта стран, где вовлечение женщин в STEM началось в качестве целенаправленной деятельности в конце прошлого века. Так, по данным материалов сканированных источников, размещенных на сайте «Исторические материалы», доля женщин, занятых в машиностроении в СССР с 1932 по 1985 год возросла с 21 % до 45 %. К 1988 году количество женщин среди инженеров составляло 58 % [2].

Рассмотрим данные Российского статистического ежегодника за 1999 год. Данные приводятся по отраслям экономики, что не позволяет выделить вид деятельности, должность или профессию занятых в ней женщин. Однако можно выявить тенденцию к снижению доли женщин не только в таких отраслях экономики, как промышленность, строительство, транспорт, но и в экономике в целом (см. табл. 1) [3].

Таблица 1

Удельный вес женщин в численности занятых в экономике по отраслям (в процентах)

Показатели	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Всего в экономике	51	52	51	51	49	49	48	48	47	47	48
Промышленность	49	48	48	48	45	44	43	40	41	39	38
Сельское хозяйство	41	41	39	39	36	35	35	34	34	32	32
Строительство	29	28	27	26	25	25	25	23	24	24	24

Согласно Российскому статистическому ежегоднику за 2014 год [4], можно проследить преобладание мужчин в направлениях экономической деятельности, связанных с инжинирингом. Обращает на себя внимание факт отрицательной динамики показателя доли женщин по всем направлениям занятости, связанным с промышленностью и объектами трудовой деятельности инженеров. По всей видимости, наблюдаемые тенденции можно экстраполировать и на 2019–20 гг., так как принципиальных изменений в гарантиях, заработной плате и других условиях труда не наблюдается.

Отрицательная динамика числа женщин в инжиниринге компенсируется положительной динамикой показателей занятости в сервисной сфере (туризм, гостиничное дело, общественное питание, коммунальные услуги, образование и др.). То есть, фактически, все достижения

СССР в области продвижения интересов женщин в экономике в целом, и, в частности, в области приобретения профессии инженера с последующим гарантированным трудоустройством, продолжают разрушаться текущими условиями труда, рейтингом престижности, уровнем образования и низким уровнем мотивации женщин к труду в определенных областях хозяйствования.

Таблица 2

Доля женщин, занятых в экономике, по видам экономической деятельности (в процентах) [выдержка из табл., 4]

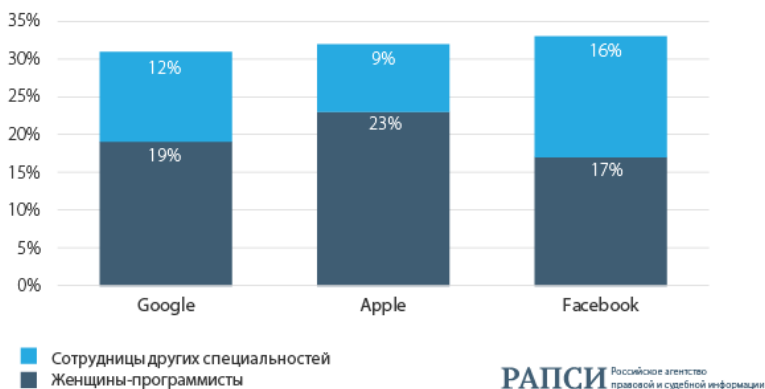
	2000	2005	2010	2011	2012	2013
Всего в экономике	48,4	49,4	49,1	49,1	49,0	48,9
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	39,6	39,1	35,8	36,9	36,8	38,4
Рыболовство, рыбоводство	17,9	16,3	14,0	13,0	11,5	13,7
Добыча полезных ископаемых	25,7	22,2	20,5	19,9	20,1	19,5
Обрабатывающие производства	42,8	43,3	41,0	40,5	39,9	39,8
Производство электроэнергии, газа и воды	29,6	30,4	28,6	27,7	28,4	27,9
Строительство	22,6	18,9	16,0	15,2	14,8	14,6

РАПСИ изучило статистику, касающуюся вопроса нарушения равенства женщин и мужчин в праве на работу в сферах информационных технологий и допуска к руководящим постам. Они подготовили инфографику по всему спектру проблемы, но намеренно не сделали выводов, отдав их на откуп читателям. Так, представляется интересным, что в ведущих ИТ-компаниях мира женщин меньше 35 % (рис.). Однако, видится позитивным тот факт, что большая часть женщин – программисты, а не обслуживающий персонал. Правда, в конечном итоге женщин инженеров-программистов в среднем меньше 20 % по отношению к общему числу инженеров компаний [5]. То есть число женщин не превышает $\frac{1}{5}$ всего инженерного состава в ведущих корпорациях.

Представляется показательным, что уже на уровне процессов, связанных с поиском вакансий, в частности, предоставления резюме на сайтах-агрегаторах баз данных вакансий от работодателей, наблюдаются те же негативные тенденции. Так, анализ резюме на портале hh.ru позволяет сделать вывод о том, что соискательниц инженерных вакансий меньше на 20 %–30 % по таким направлениям деятельности, как: SEO, электронная коммерция, системы автоматизированного проектирования. И более, чем в 4 раза меньше по другим направлениям, связанным с программированием, конструированием, Web-дизайном и др. Самый большой разрыв числа соискателей между женщинами и мужчи-

нами (более, чем в 10 раз) составляют вакансии системного администратора сетевых технологий, директора по ИТ [6].

Сотрудницы ИТ-компаний



Доля женщин в трудовых ресурсах ведущих ИТ-компаниях

Представленные данные подтверждаются и в материалах статистических данных Федеральной службы государственной статистики за 2018 год. Здесь представлены такие выводы: специалистов высшего и среднего уровней квалификации среди женщин преобладающее количество, однако в таких областях, как точные и естественные науки, техника, инжиниринг, ИТ-технологии – подавляющее большинство (более 70 %) – мужчины [7]. То есть STEM-области деятельности до сих пор – это “man’s world”. Подтверждение этому тезису находим и в большом количестве англоязычных источников [8, 9, 10, и др.].

Изучение причин рассмотренных данных заслуживает отдельного внимания и специальных аналитических приемов исследования. Однако, на поверхности наблюдаемых тенденций, подтвержденные статистикой данные снижения мотивации девушек оставаться в профессии по мере продолжения обучения на инженерных специальностях, жесткий график работы и “привязка” труда к рабочему месту на предприятии на многих инженерных специальностях, невозможность эффективно “совмещать работу и семью”, недостаточная мотивация ввиду существенных гендерных барьеров в области карьерного продвижения и ярко выраженный эффект “стеклянного потолка” в инженерных отраслях.

Многие общественные организации в разных странах занимаются созданием специальных программ для мотивации женщин к STEM-профессиям, в том числе, инженерным специальностям. Причин для рассмотрения общественных инструментов в качестве эффективных

достаточно много. На примере стран-лидеров по количеству таких организаций рассмотрим направления их деятельности:

1. Исследование статистики женщин в инженерных специальностях, причин негативных тенденций и углубленное изучение гендерного дисбаланса в соответствующих отраслях экономики. Упомянувшееся выше Общество женщин-инженеров (США) создано для того, чтобы проводить исследования о динамике количества женщин-инженеров в разных странах, проводить исследования, направленные на выявление причин гендерного разрыва. Представители общества полагают, что исследования, которые они проводят, могут использоваться для понимания причин гендерного неравенства в области техники и технологий, с тем, чтобы иметь возможность впоследствии устранить этот разрыв.

2. Создание института амбассадоров женщины в STEM. Как одно из направлений развития мотивации девочек еще со школы выбирать STEM-предметы и профессии для освоения институт амбассадоров за несколько лет после создания в США, перерос в международное общественное движение Women in STEM, амбассадорами которого предложили выступить и членам Межрегиональной общественной организации “Федерация женщин с университетским образованием” (Россия).

3. Проведение конференций и ивентов, в том числе, дистанционных, где обсуждают проблемы привлечения женщин в инженерные профессии. Например, Women in Engineering Forum, проводимый в Великобритании общественным порталом engineerjobs.co.uk и многочисленные мероприятия, проводимые международной НКО EngineerGirl. Следует отметить, что большинство зарубежных дистанционных участников первого Международного форума “Молодые женщины в образовании и науке”, который проводился Федерацией женщин с университетским образованием в 2018 году, говорили о проблемах женщин именно в STEM-науках.

4. Создание он-лайн Центров карьеры для женщин-инженеров. В настоящий момент таких центров создано пока немного, но некоторые функционируют эффективно. Например, careers.swe.org и сервисы LinkedIn, предоставляют возможности отсортированного поиска мест занятости по инженерным специальностям.

5. Web-инструменты формирования привлекательного для женщин образа инженерных профессий, в том числе, через использование имен известных женщин, которые смогли продвинуться в карьере и сделать значимые проекты, открытия, изобретения. Подобных проектов сегодня осуществляется очень много, в том числе такими значимыми медиа-агентствами, как Forbes.com, thefamouspeople.com, порталами stemjobs.com, workflowmax.com, iveyengineering.com, а также общественными организациями The American Society of Mechanical Engineers, FutureEngineers и др.

Полагаем, что данный список не является полным. Общественные инструменты, которые могут быть эффективно использованы для преодоления гендерного дисбаланса занятости в инженерных отраслях, до сих пор не нашли должного воплощения в России, однако могут пополняться и новыми цифровыми, и PR, и маркетинговыми инструментами. Важно работать с общественным мнением, которое в вопросах продвижения женщин в различных областях жизнедеятельности зачастую питается мифами и недостоверными сведениями. Представляется, что начать следует с полноценного исследования причин и следствий отрицательной динамики числа женщин в инжиниринге, что даст возможность создавать результативные общественные проекты по устранению как источников, так и последствий негативных тенденций.

Библиографический список

1. Society of Women Engineers Researches. URL: https://research.swe.org/wp-content/uploads/sites/2/2018/10/18-SWE-Research-Flyer_FINAL.pdf. (дата обращения: 01.02.2020).
2. Состав трудовых ресурсов по полу, возрасту и образованию. URL: http://istmat.info/files/uploads/22110/trud_v_rossii_1988_sostav_trudovyh_resursov.pdf (дата обращения: 04.02.2020).
3. Российский статистический ежегодник, 1999. URL: <http://istmat.info/files/uploads/45390/08trud.pdf>. (дата обращения: 04.02.2019).
4. Российский статистический ежегодник, 2014. URL: <http://istmat.info/node/46367> (дата обращения: 04.02.2020).
5. Неравенство мужчин и женщин в сфере труда. Инфографика. URL: http://rapsinews.ru/international_mm/20180123/281634589.html. (дата обращения: 01.02.2020).
6. Анализ резюме hh.ru: много графиков и немного сексизма и дискриминации. URL: <https://m.habr.com/ru/company/hh/blog/344724/>. (дата обращения: 05.02.2020).
7. Россия в цифрах. 2019: Крат. стат. сб. / Росстат. М., 2019. С. 91–92.
8. 4 charts that show tech is still a man's world. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2017/08/women-in-tech-gender-parity/> (дата обращения: 05.02.2020).
9. Women in Engineering Careers. Электронный ресурс. URL: <https://www.futureengineers.com/women-in-engineering-careers.html> (дата обращения: 05.02.2020).
10. How changing attitudes are closing the gender gap in engineering. URL: <https://www.theguardian.com/careers/2019/jun/26/how-changing-attitudes-are-closing-the-gender-gap-in-engineering> (дата обращения: 05.02.2020).

ПОЧЕМУ ДЕВОЧКИ НЕ ИДУТ В КРУЖКИ РОБОТОТЕХНИКИ: ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ И ВЫБОР РОДИТЕЛЕЙ

Поляризация карьерных траекторий по гендерному признаку продолжает оставаться одной из острых проблем устойчивого развития обществ. Статистика указывает на 24 % женщин, занятых в 2016 году в технических областях в Европе и в России [1]. Причины этого появляются значительно раньше: исследователи отмечают такое неравенство уже на этапе дошкольного и начального среднего образования. Примером данной гендерной асимметрии является неравная представленность мальчиков и девочек на курсах робототехники. Рынок дополнительного образования предлагает широкий спектр курсов робототехники по всей России – по состоянию на 2016 год их число достигло более 365 учреждений [2]. Несмотря на эту тенденцию, доля девочек в данном сегменте составляет лишь 10 % [3]. Предшкольный и младший школьный возраст – тот период, когда дети в большей степени готовы посещать дополнительные кружки, а родители активно содействуют этому. Это является одной из важных мер вовлечения девочек в техническое творчество и робототехнику и последующего обретения инженерно-технических знаний и умений. В связи с этим возникает потребность в том, чтобы родители имели четкое представление о том, какие профессиональные ниши будут наиболее востребованными в ближайшие десятилетия.

Наибольшую остроту проблема гендерной асимметрии приобрела в настоящее время при переходе к цифровому обществу, в котором роль технологий является одной из центральных. В условиях становления цифрового общества владение данными техническими навыками становится мета-компетенцией любого человека, а слой людей, обладающий необходимыми умениями, получает название когнитариата [4]. В данных условиях именно цифровое неравенство (разрыв между когнитариатом и остальным слоем населения) послужит основанием для социального неравенства в обществе [5].

Фокус исследования будет сосредоточен на имеющемся гендерном дисбалансе в родительском выборе дополнительного технического

© Савинская О. В., Мхитарян Т. А., 2020

* Кандидат социологических наук, доцент НИУ «Высшая школа экономики», г. Москва.

** НИУ «Высшая школа экономики», г. Москва.

образования в дошкольном и раннем школьном возрасте, поскольку на данные две возрастные категории приходится наибольшая популярность дополнительного образования в России, и на его ключевых факторах.

Теоретическая рамка. Несколько последних десятилетий исследователи фокусируются при изучении гендерной асимметрии в STEM на более поздних этапах социализации и взросления человека – школа, университет, рынок труда. Тем не менее, имеются некоторые исследования, раскрывающие важные концепты для объяснения гендерной асимметрии на более ранних этапах. Так, устанавливается, что родители воспринимают успехи и неудачи девочек и мальчиков в технических дисциплинах по-разному и отмечается, к каким последствиям может приводить данная гендерно не нейтральная атрибуция [6]. Также имеется несколько работ, рассматривающих, какие представления имеют родители о важности изучения детьми технологий в цифровую эпоху [7]. Совсем не изучено отношение родителей к дополнительному техническому образованию, связанному со сферой робототехники. Имеется несколько работ, раскрывающих гендерные стереотипы о математике в представлении родителей, однако эта тема проработана недостаточно [8]. Отдельное место в литературе уделяется изучению образовательных стратегий родителей в зависимости от их социального статуса [9].

Родители оказывают одно из самых сильных первичных воздействий на детей. Они способствуют формированию определенных установок у ребенка, особенно когда речь идет о детях младшего школьного и дошкольного возрастов [6]. Установки, приобретенные в раннем возрасте, впоследствии могут оказывать влияние на отношение ребенка к математике: уклонение от изучения, снижения интереса, отсутствие желания связывать будущее с данным предметом. В связи с этим очень важно уделить внимание гендерным убеждениям родителей на способности детей в технической сфере.

Образовавшиеся в области STEM стереотипы несут под собой угрозу для женщин, которые впоследствии транслируют гендерные убеждения своим дочерям. Это происходит в несколько этапов. Сначала «угроза стереотипов» снижает интерес матерей к техническим дисциплинам [10]. Это касается не только тех случаев, когда женщина испытала негативный опыт, связанный с освоением математики, но и случаев, когда было сформировано уже положительное отношение к математике. Далее связано с тем, что в условиях стереотипной угрозы женщины чаще всего становятся неспособными противостоять этим барьерам, вследствие чего стереотипы подрывают их стремление к STEM-сфере. Матери, усвоившие данную установку, впоследствии являются источ-

ником стереотипных угроз для своих детей, в особенности для девочек [10]. Более того, в данных условиях у матерей появляется «математическая тревога» [6], которая может проявляться не только в академических ситуациях, но и в повседневной жизни, например, при расчете цены на бензин. Приобретенная матерями математическая тревога впоследствии будет проявляться и в обращении с детьми, и в решении вопросов об образовательных траекториях мальчиков и девочек [6]. Отцы дочерей в меньшей степени подвержены стереотипному влиянию в отличие от матерей [11]. Так, было установлено, что отцы при оценке способностей дочерей в математике больше ориентируются на их фактическую успеваемость. Матери, напротив, даже в случае, когда их дочери имеют высокие математические способности, склонны исходить из своих гендерных предубеждений.

Методология исследования. В качестве метода сбора данных в мае 2019 года был применен массовый опрос родителей детей 5–10 лет в двух модальностях: онлайн и оффлайн. Было охвачено 1160 человек из малых городов Оренбургской области и Москвы. В выборку вошли 82 отца и 1078 матерей. Также выборка включила родителей мальчиков – 543 человека – и девочек – 562 человека. При разработке выборки было принято решение включить в нее родителей девочек и мальчиков предшкольного и младшего школьного возрастов.

Результаты исследования. В ходе опроса было установлено, что родители имеют разные представления о способностях мальчиков и девочек в технических дисциплинах. В таблице 1 представлены ответы родителей на проективный вопрос: «Как по Вашему мнению, если бы Ваш ребенок заинтересовался созданием радиоприемника, то справится ли он с этим заданием?» Частотная таблица иллюстрирует, что большинство родителей девочек и мальчиков считают, что их ребенок способен справиться с технической задачей, 56 % и 73 % соответственно. Несмотря на положительную тенденцию, стоит отметить, что родители девочек значительно хуже оценивают способности своих дочерей, 56 % против 73 %. Более того, вариант «мой ребенок точно не справится бы» был выбран среди 11 % родителей девочек, что практически вдвое больше, чем у родителей мальчиков (6 %). Таким образом, мы видим, что родители в целом способности мальчиков оценивают выше, чем способности девочек.

Далее, при помощи бинарной логистической регрессии были выявлены переменные, влияющие на выбор родителей, отдавать или не отдавать свою дочь на кружки по техническому творчеству. Так, родителям девочек (N = 562) был задан вопрос: «В какую из следующих об-

ластей дополнительного образования Вы хотели бы записать своего ребенка в следующем учебном году» и были предложены различные сферы на выбор. После чего было принято решение перекодировать номинальную переменную в дихотомическую, где 0 – не выбрана техническая сфера, а 1– выбрана техническая сфера. В результате в итоговую модель вошли 10 переменных. Построенная регрессионная модель показывает следующее (табл. 2):

Таблица 1

**Оценка способностей ребенка в создании радиоприемника
(ответы родителей мальчиков и девочек)**

Суждения	Сын		Дочь	
	Частота	%	Частота	%
Мой ребенок однозначно справился бы	78	17	49	11
Мой ребенок скорее справился бы	265	57	200	45
Мой ребенок скорее не справился бы	96	20	145	33
Мой ребенок точно не справился бы	28	6	48	11
Всего опрошено	467	100	442	100

– Вероятность отдать дочь в технические кружки (ТК) у родителей, чья профессиональная деятельность связана с технической сферой и интеллектуальным трудом, в 3,1 раза выше, чем у контрольной группы. Среди таких профессий встречались следующие: инженер, экономист, врач, научный сотрудник и другие.

– Вероятность записать ребенка в технические кружки увеличивается среди родителей, которые считают, что ребенку необходимо посещать занятия технического творчества с раннего детства, по сравнению с теми, кто считает, что в кружки надо записываться позднее. Такая же тенденция прослеживается и среди родителей, которые отмечают важность технических знаний для успешной профессиональной деятельности и научной сферы.

– Для родителей, не придерживающихся гендерных стереотипов – считающих, что способности женщин в технической сфере выше, чем у мужчин – вероятность отдать дочь в технические кружки в 3,9 раз выше, чем у контрольной группы.

Таблица 2

Переменные уравнения бинарной логистической регрессии

Предикторы	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Профессия	1,132	0,420	7,244	1	0,007	3,101
Возможность освоения технических навыков	-1,048	0,355	8,718	1	0,003	0,351
Необходимость посещения технических кружков	0,746	0,388	3,691	1	0,055	2,109
Необходимость ТК для профессиональных задач	0,718	0,360	3,969	1	0,046	2,050
Способности женщин в технической сфере	1,349	0,677	3,978	1	0,046	3,855
Помощь от значимых других	-,547	0,208	6,925	1	0,009	0,579
Важность робототехники в будущем	1,078	0,427	6,375	1	0,012	2,939
Интерес к тому, какие знания получает ребенок на занятиях	0,951	0,504	3,569	1	0,059	2,589
Интерес к тому, как проходят занятия ребенка	-1,434	0,507	7,989	1	0,005	0,238
Необходимость ТК для науки	0,737	0,366	4,063	1	0,044	2,090
Константа	-6,805	2,325	8,564	1	0,003	0,001

– Среди родителей, отметивших важность помощи от значимых других для успешного выполнения технического задания вероятность отдать дочь в технические кружки ниже, чем у контрольной группы. Вероятнее всего, родители, придерживающиеся данного мнения, считают, что ребенок не нуждается в дополнительных технических кружках, когда есть возможность получать помощь от членов семьи и преподавателя.

– Для родителей, которые интересуются, как проходят дополнительные занятия у ребенка, вероятность отдать дочь в технические кружки ниже, чем у контрольной группы. Можно предположить, что родители, сильно вовлеченные в дополнительное образование ребенка, в организацию деятельности кружков, находят определенные негативные стороны в кружках технического творчества. Но в то же время для родителей, которые интересуются, какие знания получает ребенок на технических занятиях, вероятность отдать ребенка в кружок выше, чем среди не интересующихся родителей.

Таким, образом, важно систематически развивать родительскую осведомленность о будущем технических профессий, важности обладания техническими компетенциями для каждого современного человека,

об имеющихся гендерных стереотипах, приводящих к излишней гендерной поляризации, вовлекать отцов в развитие девочек и поддержку их способностей в STEM-сфере.

Библиографический список

1. KellyServices: Женщины в технических профессиях. URL: kellyservices.com. (дата обращения: 23.12.2018).
2. Брызгалов Ю. Интервью с Николаем Паком. 2015. URL: http://robome.ru/ligarobotov_nikolaupak_interview/ (дата обращения: 23.12.2018).
3. Корягин А. Результаты исследования кружков робототехники в России. 2016. URL: <http://edurobots.ru/2016/09/rezultaty-issledovaniya-kruzhkov-robototekniki-v-rossii/> (дата обращения: 23.12.2018).
4. Bell D. The coming of post-industrial society: a venture in social forecasting / Reissue edition. 1976. P. 618.
5. Бондаренко С. Цифровое неравенство // Наука и жизнь. 2001. № 6. URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/6053/> (дата обращения: 23.12.2018).
6. Gunderson E., Ramirez G., Levine S., Beilock S. The Role of Parents and Teachers in the Development of Gender-Related Math Attitudes // Sex Roles. 2012. № 3. Vol. 66. P. 153–166.
7. Preradović M., Leljć G., Jlagud M. Investigating Parents' Attitudes towards Digital Technology Use in Early Childhood: A Case Study from Croatia // Informatics in Education. 2016. No 1, Vol. 15, 127–146.
8. Pritchard R. Investigating Parental Attitudes and Beliefs in Mathematics Education // Semantic Scholar. 2006. P. 478–486.
9. Шпаковская Л. Образовательные притязания родителей как механизм воспроизводства социальных неравенств // Журнал исследований социальной политики. 2015. № 2. С. 211–224.
10. Shapiro J., & Williams A. The Role of Stereotype Threats in Undermining Girls' and Women's Performance and Interest in STEM Fields // Sex Roles. 2012. № 3. Vol. 66. P 175–183.
11. Bhanot R., Jovanovic J. Do Parents' Academic Gender Stereotypes Influence Whether They Intrude on their Children's Homework? // Sex Roles. 2005. № 3. Vol. 52. P. 597–607.

*Н. В. Говорова**

ГЕНДЕРНЫЙ ДИСБАЛАНС НА РЫНКЕ ТРУДА ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

Европейский союз (Евросоюз, Союз, ЕС) за последние десятилетия добился определенного прогресса в области гендерного равенства – одной из основополагающих ценностей этой интеграционной группировки. При этом существенные различия возможностей на рынке труда сохраняются, женщин по-прежнему больше в низкооплачиваемых секторах/профессиях и значительно меньше – на руководящих должностях в крупном и высокодоходном бизнесе. В соответствии с Лиссабонским договором [1], Союз поддерживает и дополняет деятельность стран в области равенства мужчин и женщин в трудовой, социальной и общественной деятельности, обеспечивая применение принципа равенства заработной платы за одинаковый труд. Гендерная проблематика включена в основные проекты, стратегии и секторальную политику, а также в программы финансирования ЕС; ее продвижение – стратегическая задача Европейской комиссии (Комиссия, ЕК), усилия которой сосредоточены в пяти приоритетных областях: расширение участия женщин на рынке труда и обеспечение их экономической независимости; сокращение разрыва в заработной плате и пенсии, то есть борьба с бедностью среди женщин; поощрение равенства между женщинами и мужчинами в процессе принятия решений; борьба с насилием; обеспечение гендерного равенства и прав женщин во всем мире.

Активное продвижение гендерного равенства и соответствующего законодательства в ЕС последовало после Четвертой Всемирной конференции ООН по этой проблематике в 1995 г. (Пекин) с принятием Декларации и Платформы действий в 12 ключевых областях, включая экономику, образование, здравоохранение, участие в процессе принятия решений и др. В ноябре 2000 г. Комиссией была принята «Рамочная стратегия равенства женщин и мужчин на 2001–2005 гг.»; в марте 2006 г. «План действий по обеспечению равенства женщин и мужчин 2006–2010 гг.»; в конце 2006 г. учрежден Европейский институт гендерного равенства. В сентябре 2010 г. увидела свет «Стратегия по обеспечению равенства мужчин и женщин на 2010–2015 гг.»; в марте 2011 г. был принят «Европейский пакт по вопросам гендерного равенства на

© Говорова Н. В., 2020

* Кандидат экономических наук Института Европы РАН, г. Москва.

период 2011–2020 гг.», в котором обозначены цели общей гендерной политики ЕС (ликвидация разрыва в сфере занятости и социальной защиты, содействие балансу трудовых и семейных обязанностей, борьба с насилием в отношении женщин). В декабре 2015 г. Еврокомиссия опубликовала документ «Стратегическое взаимодействие по обеспечению гендерного равенства 2016–2019», определяющий рамки действий Союза в пяти вышеупомянутых областях. Европейская опора социальных прав, 2017 г. (англ. – European Pillar of Social Rights) – инициатива, нацеленная на построение более справедливой Европы и укрепление её социального измерения среди 20 принципов в направлении *1. Равные возможности и доступ к рынку труда* выделила гендерное равенство как ключевой элемент оптимизации систем социального обеспечения и функционирования рынка труда [2–8].

Равенство между мужчинами и женщинами в области образования, принятия экономических решений и политической власти, а также экономическая независимость женщин и равные возможности заработка имеют определяющее значение для будущего Европы. ЕС не может не добиваться осуществления этого важного права на равенство и не использовать огромный потенциал, заложенный в половине его населения. Гендерное неравенство является социально обусловленным явлением, и это приводит к медленному прогрессу и сохранению гендерного разрыва с течением времени. Гендерный разрыв в занятости – устойчивое явление на рынке труда стран ЕС, особенно низок уровень занятости среди женщин с низкой квалификацией, представительниц старшего поколения и инвалидов. На пространстве Евросоюза наиболее благополучная ситуация в этой сфере в Швеции, Финляндии и Эстонии, в то время как Италия, Мальта и Греция – среди аутсайдеров.

Повестка дня ООН на период до 2030 г. содержит порядка 80 гендерно значимых показателей, включая конкретную цель обеспечения гендерного равенства (ЦУР 5), характеризующуюся в Евросоюзе неоднозначным развитием отдельных показателей. С одной стороны, за последние несколько лет гендерный разрыв в занятости для недавних выпускников (в возрасте от 20 до 34 лет) и в оплате труда сократился. Значительно возросла доля женщин в национальных парламентах и на руководящих должностях крупнейших компаний. С другой стороны, прогресс в сокращении гендерных различий в общем уровне занятости (возрастная группа от 20 до 64 лет) застопорился. Кроме того, гораздо больше женщин, чем мужчин, все еще остаются экономически неактивными из-за обязанностей по хозяйству и уходу за членами семьи, и эта разница растет. В сфере образования, особенно высшего, равный доступ способствует повышению шансов на лучшую жизнь как мужчин, так и

женщин; женщины продолжают лидировать в получении высшего образования [9].

Равная оплата труда

Прошло более 60 лет с тех пор, как принцип равной оплаты труда был включен в европейские договоры, однако женщины по всей Европе до сих пор зарабатывают в среднем на 16 % меньше мужчин, имеют на 40 % ниже пенсионное обеспечение. В отсутствии соответствующего законодательства практически не виден прогресс в этом отношении. Устранить коренные причины этой проблемы помогут прозрачность в оплате труда в сочетании с другими решениями, такими, как равное распределение обязанностей по уходу за детьми (а также престарелыми и инвалидами) между женщинами и мужчинами, благодаря новой Директиве ЕС об отпусках для родителей и опекунов. Глава нового состава Еврокомиссии Урсула фон дер Ляйен заявила о принятии мер по введению обязательной прозрачности оплаты труда в первые сто дней своего мандата [10].

Факторы, лежащие в основе разрыва в оплате труда, многочисленны: женщины чаще работают неполный рабочий день, они сталкиваются с корпоративным «стеклянным потолком», работают в более низкооплачиваемых секторах и часто должны нести основную ответственность за заботу о своих семьях. Одним из способов устранения этих факторов является улучшение баланса между работой и жизнью работающих родителей (опекунов). Комиссия выдвинула соответствующее предложение в апреле 2017 г. [11], которое было принято Европейским парламентом и Советом в январе 2019 г. Разница в оплате также зависит от гендерных стереотипов и дискриминации.

На уровне ЕС в течение последних 5 лет были предприняты различные инициативы. В 2014 г. Комиссия приняла Рекомендацию об укреплении принципа равной оплаты труда мужчин и женщин посредством продвижения конкретных мер по обеспечению прозрачности оплаты, включая право на информацию, аудит оплаты труда, отчетность о включении вопросов оплаты труда в коллективные переговоры [12]. Отчет о выполнении Рекомендации за 2017 г. выявил недостаточную реализацию и эффективность принятых мер. В ноябре 2017 г. Комиссия запустила План действий ЕС по преодолению разрыва в оплате труда мужчин и женщин [13]. План действий использует целостный подход и направлен на устранение всех основных причин разрыва в оплате труда, в том числе путем повышения прозрачности. До настоящего времени выделено 14,2 млн евро на проекты, направленные на борьбу с гендерными стереотипами в сферах занятости, заработной платы и пенсий.

В 2018 г. Комиссия приступила к оценке мер по обеспечению равной оплаты и в настоящее время завершает оценку. Выводы Совета по занятости, социальной политике, здравоохранению и делам потребителей (англ. – Employment, Social Policy, Health and Consumer Affairs Council, EPSCO) от июня 2019 г. призывают Комиссию активно следить за текущей оценкой [14]. В период с января по апрель 2019 г. ЕК провела общественные консультации для сбора информации от широкого круга заинтересованных сторон о функционировании и применении законов ЕС о равной оплате труда и работает над оценкой принципа «равной оплаты».

Гендер и цифровая экономика

Гендерный дисбаланс также является проблемой для становления цифровой экономики: женщины составляют незначительную часть разработчиков программного обеспечения и патентообладателей на ИКТ. Это говорит о необходимости политического решения гендерных проблем в эпоху искусственного интеллекта (ИИ), обеспечения большего гендерного равенства при найме, обучении и продвижении по службе в высокотехнологичных отраслях. Гендерная дискриминация в сфере занятости устойчива к изменениям. Нидерланды, Мальта и Дания являются государствами-членами, добившимися наилучших результатов в этой области. Возможности для улучшения положения наиболее заметны в Словакии, Чешской Республике и Польше. Наука, техника, инженерия и математика (англ. – STEM) и образование, здравоохранение и социальное обеспечение (англ. – EHW) остаются в высшей степени сегрегированными областями без каких-либо изменений в последнее десятилетие. На уровне ЕС мужчины составляют более восьми из десяти работников, занятых в секторе STEM, в то время как женщины составляют почти три четверти работников в секторе EHW.

Сильная отраслевая и профессиональная сегрегация (доминирование мужчин на высокооплачиваемых рабочих местах) имеет важные последствия для экономики ЕС. По оценкам Европейского института по вопросам гендерного равенства (англ. – European Institute for Gender Equality, EIGE), привлечение большего числа женщин в секторы STEM приведет к экономическому росту, увеличению числа рабочих мест (до 1,2 млн к 2050 г.) и увеличению ВВП в долгосрочной перспективе (до 820 млрд евро к 2050 г.) Пока только 17 % из почти 8 млн человек, работающих в ЕС в сфере ИКТ, являются женщинами¹.

При наличии адресной поддержки и финансирования для расширения прав и возможностей женщин цифровизация может в значитель-

¹ См. подробнее: <https://eige.europa.eu/>

ной степени способствовать созданию инклюзивного, равноправного, справедливого и процветающего общества. Для этого государствам-членам ЕС и Еврокомиссии необходимо учитывать гендерную проблематику при разработке и осуществлении будущей политики и законодательства во всех областях деятельности.

Одной из самых болезненных социальных проблем европейского общества является с трудом поддающийся выравниванию гендерный разрыв в трудовой сфере, вследствие которого страны Евросоюза теряют ежегодно 370 млрд евро [15]. Уровень женской занятости в ЕС достиг исторически высокого уровня и больше женщин, чем когда-либо, занимают руководящие должности, однако многое еще предстоит сделать для обеспечения подлинного равенства между женщинами и мужчинами в Европе. Большинство показателей гендерного равенства находится в стагнации. Гендерные различия в занятости, отработанных часах и оплате труда сохраняются. В настоящее время женщины занимают лишь 6,3 % должностей генеральных директоров в крупнейших публичных компаниях ЕС.

Сильный гендерный разрыв в цифровых навыках и стереотипное мышление – факторы, мешающие женщинам в условиях информационной экономики делать карьеру в области ИКТ. Институтам ЕС и государствам-членам необходимо включать гендерную проблематику во все цифровые инициативы, особенно ориентированные на молодежь. Следует также сосредоточить усилия всех заинтересованных акторов (государство, бизнес, население) на борьбе со стереотипами, содействии обучению девочек и женщин ИТ-технологиям и поддержке женщин-предпринимателей в цифровом секторе.

Библиографический список

1. Consolidated version of the Treaty on the Functioning of European Union (TFEU). Official Journal of the European Union, Art. 8, 151, 153, 157. С 326. 26.10.2012.
2. А/CONF.177/20/Rev.1. Организация Объединенных Наций. Доклад четвертой Всемирной конференции по положению женщин. Пекин, 4–15 сентября 1995 года. ООН, Нью-Йорк, 1996.
3. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions – Towards a community framework strategy on gender equality (2001–2005). Brussels, 7.6.2000. COM (2000) 335 final.

4. A roadmap for equality between women and men 2006–2010. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. COM (2006) 92 final, 1 March 2006.
5. European Commission. Strategy for equality between women and men 2010–2015. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2011.
6. Council conclusions of 7 March 2011 on European Pact for Gender Equality (2011–2020). Official Journal of the European Union 25.5.2011. C. 155/10.
7. Strategic Engagement for Gender Equality 2016–2019. Brussels, 3.12.2015. SWD (2015) 278 final.
8. European Pillar of Social Rights. https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/social-summit-european-pillar-social-rights-booklet_en.pdf
9. Sustainable development in the European Union. Monitoring report on progress towards the SDGs in an EU context. 2019 edition. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019.
10. Women: EU notes «too slow» progress on equal pay day. Bulletin Quotidien Europe (BQE). № 12361. 1.11.19.
11. European commission. Brussels, 26.4.2017. Com (2017) 253 final 2017/0085(cod). Proposal for a Directive of the European parliament and of the council on work-life balance for parents and carers and repealing council directive 2010/18/EU {SWD (2017) 202 final}. {SWD(2017) 203 final}.
12. Commission recommendation of 7 march 2014 on strengthening the principle of equal pay between men and women through transparency (text with EEA relevance). (2014/124/EU). 8.3.2014. Official journal of the European Union. L 69/112.
13. Communication from the commission to the European parliament, the council and the European economic and social committee. EU action plan 2017–2019. Tackling the gender pay gap. European commission. Brussels, 20.11.2017 com (2017) 678 final.
14. Council of the European Union. Brussels, 13 June 2019 (OR. en) 10349/19. Closing the Gender Pay Gap: Key Policies and Measures. Council Conclusions. <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-10349-2019-INIT/en/pdf>
15. European Commission. Speech. Speaking points by Commissioner Thyssen on the European Pillar of Social Rights and accompanying initiatives. http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-17-1119_en.htm

К ВОПРОСУ О ГЕНДЕРНОМ ДИСБАЛАНСЕ В СФЕРАХ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ

Специфика современных общественных отношений демонстрирует актуальность цифровых навыков продвинутого уровня для успешного освоения профессий будущего, представленных в интеграции дисциплинарных областей:

науки и технологий – STS (science and technology studies);

исследований инноваций (innovation studies);

STEM (аббревиатура от Science – естественные науки, Technology – технологии, Engineering – инжиниринг, проектирование, дизайн, Mathematics – математика) – междисциплинарный и прикладной подход, соединяющий разрозненные естественно-научные знания в единое целое.

Для успешного развития в данных областях необходимо обладать следующими ключевыми компетенциями:

1) *техническими компетенциями (hardskills)*: создание новых бизнес-моделей (платформы, экосистемы, сети); анализ данных (datascience); интеграция с партнерами через открытый программный интерфейс (open API); цифровая безопасность на уровне дизайна системы (security by design); владение прорывными технологиями (искусственный интеллект, робототехника, 3D-видео, облачные сервисы, виртуальная и дополненная реальность, интернет вещей, блокчейн); е-менеджмент (эффективный менеджмент, организованный с помощью информационных технологий); владение современными менеджерскими практиками (Lean, Kanban, 6 Sigma, SCRUM, DevOps) и др.;

2) *креативные компетенции (softskills)*: дизайн-мышление (ориентация на пользователя при разработке продуктов и услуг); цифровая психология (поведенческая экономика с учетом анализа больших данных); эмоциональный интеллект; коммуникационные навыки [1].

Подобные дисциплинарные области позволяют изучить новые формы профессиональных траекторий специалистов будущего в постоянно меняющемся мире, который многими исследователями именуется как «VUCA»: volatility (нестабильность), uncertainty (неопределенность), complexity (сложность) и ambiguity (неоднозначность).

Уровень спроса на STEM-профессии с каждым годом растет, повышаются шансы на карьерный успех. А женщины, работающие в сфере технологий, остаются в меньшинстве. «Гендерный раскол 50:50» – это то, о чем можно мечтать и то, к чему стремятся организации, поддерживающие женщин во всем мире в научно-технических сферах (например, «European Women in Tech» или «Women in Tech» – организации, миссии которых помочь девочкам и женщинам реализовать себя в технологиях).

Согласно исследованию Booking.com (крупнейшая международная компания по онлайн-бронированию путешествий и лидер в области цифровых технологий), женщины, занятые в сфере технологий, считают, что попасть в индустрию сложно уже на этапе приема на работу. Гендерный дисбаланс в сфере технологий проявляется уже на этапе найма сотрудников и становится серьезным препятствием для женщин-профессионалов, которые хотят построить карьеру в технологическом секторе. Результаты исследования, проведенного в 2019 году, указывают на то, что проблемы, возникающие уже на этапе найма, отбивают у потенциальных сотрудниц желание откликнуться на вакансии в данной сфере, следовательно, многие технологические компании могут отталкивать квалифицированных женщин еще до того, как те попытаются устроиться к ним на работу [2].

Отметим тот факт, что Booking.com реализует премию «Technology Playmaker Awards», которая призвана отметить достижения женщин в сфере технологий и важность гендерного разнообразия в индустрии. Так, в 2019 году заявки были поданы из более чем 60 стран, а главной победительницей конкурса стала Линда Лиукас (создатель глобального движения RailsGirls, направленного на обучение программированию молодых девушек из более чем 300 городов по всему миру, автор и иллюстратор серии детских книг Hello Ruby, которая рассказывает о мире компьютерных наук и переведена на 27 языков. Победители премии 2020 года будут объявлены 26 марта на церемонии в Лондоне [3].

Обратимся к актуальной статистике сокращения гендерного разрыва и попыткам установления гендерного паритета в STEM-отраслях. Так, Румыния занимает второе место по темпам роста экономики в Европе, Болгария – пятое место. В данных странах – высокий процент женщин, занятых в STEM-профессиях. Греция демонстрирует высокий уровень гендерного неравенства в технологической сфере. Несмотря на то, что женщины-технологи в Нидерландах зарабатывают в среднем 42 819 фунтов стерлингов (на 5 889 фунтов больше, чем в Великобритании), число женщин-«выпускников» STEM невелико – всего 18,7 %.

Результаты показывают страны, которые больше всего могут предложить женщинам, стремящимся к прогрессу в области технологий, причем Португалия, Соединенные Штаты и Латвия были выделены

в качестве трех ведущих стран, которые предприняли позитивные шаги в направлении достижения гендерного равенства в области технологий с точки зрения более справедливой заработной платы. Тем не менее, доля женщин-технических работников по всем направлениям остается ниже 30 % [4].

29 % всех исследователей во всем мире – женщины, в России – 41 %. Почти 57 % студентов в России – женщины, а 46 % – изучают науку. Женщины все еще недостаточно представлены в российской науке, считают исследователи Московской Высшей школы экономики (ВШЭ). Например, в естественных науках в России преобладают преимущественно мужчины: 147 604 мужчины против 77 434 женщин. Но даже если девушки получают образование в сфере STEM, они гораздо реже остаются в ней, особенно в математике, физике и инженерии. Только каждая четвертая выпускница технических специальностей университетов устраивается работать по специальности [5].

Женщины, которые работают над прорывными технологиями («Womenintech»), меняющими мир вокруг нас, могут вдохновить других женщин искать возможности в области науки и технологий. Следует отметить:

Людмилу Антоновскую (Беларусь), директора международного холдинга «Полимастер», производителя приборов радиационного контроля;

Марину Росс (Россия), основательницу «Нанобарьера», компании, производящей защитный наноспрей для одежды и обуви Hydrow;

Инну Браверман (Украина/Израиль), основательницу и главу EcoWavePower, компании, добывающей энергию из волн;

Мануэлу Седвартайте (Литва), основательницу Socium Trade, блокчейн-платформы и др. [6].

Гендерный паритет, к которому стремятся многие успешные технологические компании, обусловлен не только желанием владельцев бизнеса соответствовать тренду на равенство полов. Руководители понимают, что увеличение числа работающих женщин положительно влияет на экономику стран. Гендерный паритет на рабочем месте уже не только этическая проблема, но и экономическая (McKinsey обнаружила, что 12 триллионов долларов США могут быть добавлены к мировому ВВП к 2025 году, продвигая равенство женщин) [7].

Стремление сделать технологический сектор доступным и открытым для женщин основывается на поиске возможностей представителями индустрии, власти и сферы образования для мотивации девушек и женщин заниматься техническими дисциплинами, а впоследствии и карьерой в этой области. Например, в 2020 году запущен проект

«STEM is FEM» с целью установления гендерного паритета в STEM-отраслях [8], реализуются различные форумы, программы, стажировки, встречи-поддержки, клубы, премии, которые повлияют на вовлечение женщин в технологии и привлекут в технологическую индустрию будущие поколения женщин-лидеров. Однако не стоит забывать про значимость корпоративной рекрутинговой культуры в ведущих технологических компаниях для привлечения в данную отрасль женщин-профессионалов.

Библиографический список

1. Грибанов Ю. И. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – сфера услуг) на тему «Цифровая трансформация социально-экономических систем на основе развития института сервисной интеграции». СПб., 2019. 40 с.

2. Согласно исследованию Booking.com, женщины, занятые в сфере технологий, считают, что попасть в индустрию сложно уже на этапе приема на работу. URL: <https://www.ttg-russia.ru/news/zhenshchiny-schitayut-cto-popast-v-sferu-tehnologiy-slozhno-uzhe-na-etape-priema-na-rabotu.html> (дата обращения: 15.01.2020).

3. Booking.com объявила финалистов TechnologyPlaymakerAwards 2019. URL: <http://prohotelia.com/2019/01/technology-playmaker-awards-finalists/> (дата обращения: 15.01.2020).

4. 2018 WomeninTechIndex. URL: <https://www.honeypot.io/women-in-tech-2018/eu/> (дата обращения: 15.01.2020).

5. Russia is encourgaing women in tech, but does the country need to do more? URL: <https://www.rbth.com/science-and-tech/329646-women-in-science-russia> (дата обращения: 15.01.2020).

6. Womenintech: девушки, которые зажигают звезды в науке и технологиях. URL: <https://vc.ru/future/49448-women-in-tech-devushki-kotorye-zazhigayut-zvezdy-v-nauke-i-tehnologiyah> (дата обращения: 15.01.2020).

7. Равноправие в экономике: благодаря женщинам глобальный ВВП может быть увеличен на 8 % к 2025 году. URL: <https://habr.com/ru/post/294856/> (дата обращения: 15.01.2020).

8. STEM is FEM запущен с целью установления гендерного паритета. URL: <https://tribun.com.ua/65574> (дата обращения: 30.01.2020).

КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ STEM ПРОФЕССИЙ: ШКОЛЬНИКИ О ПЕРСПЕКТИВАХ ЗАНЯТОСТИ В ПРОФЕССИЯХ ТЕХНИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ТРУДА

Введение

Профессия инженера и образование по техническим специальностям, серьезно просевшие в рейтингах популярности среди молодежи в постперестроечные годы, постепенно восстанавливают свои позиции. Авторы исследования задавались основными вопросами: насколько компетенции в сфере STEM воспринимаются школьниками как значимые для занятости в будущей трудовой биографии? Насколько профильное обучение в школе по STEM-направлениям (математике, программированию, предметам естественно научного цикла) вписано в процессы профориентации школьников в аспектах развития общего интереса к точным наукам, формирование интереса и готовности выбирать для себя STEM профессии, возможности личной успешности в них? Насколько отличаются представления о STEM образовании и занятости у девушек и юношей?

Объектом исследования являлись учащиеся школ г. Москвы, региона с высокой активностью в сфере STEM профориентации. В опросе приняли участие 305 школьников (185 учащихся 8–9 классов и 120 учащихся 10–11 классов, 143 девушки и 162 юноши).

Интерес школьников к теме STEM: школа и внешкольные активности

Данные позволяют отметить заинтересованность старшеклассников в STEM-компетенциях, школьных предметах по естественным наукам, технологиям, технике и математике. Более выраженный интерес к естественным наукам, математике и технике проявили юноши. Также школьники отметили, что их интерес не ограничивается школьными предметами данной направленности, а распространяется на внешкольные образовательные активности, особенно среди юношей. Юноши

© Колесникова Е. М., Куденко И., 2020

* Кандидат социологических наук, ст. науч. сотр. сектора социологии профессий и профессиональных групп ИС ФНИСЦ РАН, г. Москва

** Кандидат географических наук, советник Британской Международной образовательной благотворительной организации.

чаще оценивают школьные предметы этого направления как любимые, не требующие особенных усилий для изучения, имеющие практическую пользу в повседневной жизни.

Внешним фоном подобного интереса выступает уверенность не только в востребованности STEM-профессий в будущем, но и знаний в сфере точных наук, вне непосредственной привязки к профессии. Особенную уверенность в значимости точных наук для их личной биографии, в важности успехов в математике и естественных науках для их будущего образования, карьеры выразили юноши.

Интерес школьников к STEM профессиям как выбору для будущей занятости

Несмотря на единодушие в признании высокой значимости STEM-профессий, далеко не все считают приемлемым данный выбор для себя, особенно девушки. Юноши продемонстрировали большой интерес к информации о профессиях, связанных с промышленностью, естественными науками и техникой. Они чаще согласны с тем, что у них есть личные качества и навыки, необходимые для карьеры в промышленности, естественных науках и технике. Важно отметить, что учащиеся скорее единодушны во мнении о школе как пространстве, которое недостаточно стимулируют выбор карьеры STEM-профиля.

Представления учащихся о перспективах занятости в профессиях технического направления интеллектуального труда

Данные демонстрируют практически непрерывный разрыв между мнениями юношей и девушек в отношении интереса к вопросам, школьным предметам и карьере STEM тематики. Привлечение женщин в STEM сегмент образования и занятости определяется не только важностью обеспечения гендерного равенства и доступа женщин к высоко статусным профессиям, но и возрастающими потребностями современных экономик в специалистах для поддержания и развития высокотехнологичных отраслей.

Длительное время отличительной особенностью занятости женщин в СССР был неквалифицированный или малоквалифицированный труд, но уже к 70-м годам XX века женщины все больше были включены в высшее образование. Статистический сборник 1990 года констатировал, что среди специалистов с высшим и средним специальным образованием свыше 61 % составляли женщины, в числе инженеров их удельный вес составлял 60 %. Нельзя утверждать, что даже в этот период «мужская» профессия инженера существенно трансформировала корпоративную культуру с позиций гендерного равенства, но нет оснований и нивелировать значение факта отличий положения советских

женщин-инженеров в профессии по сравнению со своими коллегами в развитых странах Европы и Америки. В постсоветский период ситуация изменилась, мы столкнулись с проблемой недостаточной представленности женщин в инженерных профессиях, за исключением определенных феминизированных ниш. Эта столь активно и давно обсуждаемая тенденция, практически не имеющая существенных подвижек, остается актуальной, несмотря на постепенный и неуклонный рост включенности девушек в инженерное образование.

Результаты нашего исследования показывают, что, несмотря на значительную представленность девушек в предпрофессиональных STEM классах и потенциальное сокращение гендерных расхождений во мнениях в специализированном окружении STEM классов, мнения и позиции юношей и девушек остаются показательно отличающимися. Даже в предпрофессиональных классах девушки получают меньше информации о профессиях, чем им хотелось бы, а к ученицам классов других профилей она приходит слишком поздно. Потребность в привлечении женщин в STEM-профессии есть (по разным причинам, от вопросов преодоления социального неравенства и пополнения рынка рабочей силы до адаптации современных технологий к запросам разных групп потребителей) и, возможно, ее удовлетворение требует специальных методов преподавания и мотивации еще в школе в возрасте до 14 лет. Например, преподавание точных наук могло бы быть изменено не только с позиций более выраженной практической пользы, но и экологической и социальной ответственности, так как в целом для идентичности женщин-инженеров важными являются вопросы социальной ответственности. Показательно, что именно девушки особенно проявили внимание к проблемам в описании профессий, занятых в современной промышленности /производственном секторе, а недооценка глубины гендерных стереотипов в аспекте профессиональных культур, часто приводит к неадекватности и, как результат, неэффективности мер по привлечению женщин в профессию инженера. Другим возможным ресурсом могло бы стать увеличение усилий по участию девочек в проектной STEM-деятельности в возрасте до 14 лет.

ГЕНДЕРНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ С ПОЗИЦИЙ МЕДИАКРИТИКИ

Гендерное образование – это инструмент формирования способностей к интеллектуальным и социальным новациям, ориентированным на создание объективной картины мира мужчин и женщин, а также воспитание адекватной оценки различий между полами и понимания их равенства, несмотря на различия.

Следует заметить, что гендерное образование в настоящий момент выступает образовательной нормой социогуманитарного знания во многих странах. Однако в России реализация гендерного подхода в системе образования осуществляется благодаря во многом инициативе преподавателей-энтузиастов, а не на основе систематического введения соответствующих нормативов в государственные образовательные стандарты. Основными истоками «гендерной слепоты» отечественного образовательного процесса выступают: недостаточная осознанность гендерных проблем государством и гражданами, а, следовательно, и большинством ученых в академическом сообществе. Кроме того, среди ученых препятствием развитию гендерного образования выступает дефицит регулярного диалога по разным интеллектуальным позициям, в связи с чем, гендерное измерение социальных проблем остается на периферии анализа модернизации российского общества.

Рассматривая гендерное образование посредством такого социального канала, как медиакритика, стоит заметить, что само понятие «медиакритика» в современном российском медиапространстве – направление еще недостаточно освоенное и принятое как журналистским сообществом, так и широкой аудиторией. Тем не менее, потенциал медиакритики огромен.

Медиакритика – это довольно быстро развивающаяся область современной журналистики, осуществляющая критическое познание и оценку социально значимых, актуальных культурно-творческих, профессионально-этических, правовых, экономических и технологических аспектов информационного производства в средствах массовой информации с акцентом на творческую сторону создания медийного содержания [1; 23].

Какова медиакритика гендерного образования в России?

Поскольку гендерная проблематика в силу наличия гендерных стереотипов и традиционного патриархатного мышления в России представлена недостаточно полно, популяризатором гендерного образования в основном становятся ученые-гендерологи, педагоги-новаторы и представители феминистического сообщества.

Однако и среди журналистов есть исключения. Отличительной чертой темы гендерного образования становится дискуссия о его плюсах и минусах.

Так в программе «Угол зрения. У микрофона Александра Хворостова» на радио «Соль», состоялась дискуссия о вопросах гендерного образования. Журналист пригласила экспертов Елену Евглевскую – директора образовательной организации Муниципальное автономное образовательное учреждение «Лицей № 6 города Благовещенска», Анфису Калистратову – детского и подросткового психолога, а также Любовь Яр-о – психолога, консультанта центра «Целый мир».

На передаче обсуждалась точка зрения А. Калистратовой и Е. Евглевско за раздельное обучение мальчиков и девочек в школе. Приводился аргумент, что на 40 % улучшились результаты учебы школьников в раздельных классах, а также мнение Л. Яр-о, которая говорила о нецелесообразности такого разделения в учебе. Ее аргумент: личность не может иметь только женские качества или только мужские. Любой человек может выполнять и мужскую функцию, и женскую функцию. По ее мнению, с этой точки зрения разделение по гендерному признаку школы и классов – это не совсем правильно [2].

Интересен отклик на данную программу психолога Ю. И. Лезовой. Она только подогревает дискуссию вопросом: «Какие цели перед собой ставит гендерное образование? Привить определенные качества полам, традиционно считающиеся полярными? Скажем: мальчикам – решительность, а девочкам – уступчивость? Каковы отдаленные цели такого образования: формирование определенной культуры общества, социальный эксперимент или облегчение процесса обучения для учителей?» [3].

Помимо дискуссии о нужности или нет гендерного образования, журналисты затрагивают еще одну проблематику – гендерно-ориентированное журналистское образование. Так, белорусские журналистки И. Сидораская и А. Раду выпустили учебное пособие «Гендер и СМИ», где пропагандируют тему гендерной чувствительности журналиста, которую нужно развивать посредством обучения. Они считают, что знания по гендерной тематике – необходимая часть базовых знаний, бэкграунда современного журналиста. Четкое и системное представле-

ние о том, что такое «гендер», чем данное понятие отличается от термина «пол», что такое «гендерное равенство», «гендерное разделение труда», «позитивная дискриминация», позволит журналистам осознать актуальность данной тематики и внести ее в повестку дня своих массмедиа. Пока журналисты не видят какой-либо социальной проблемы, они о ней и не говорят, т. е. не поднимают ее в своих материалах. Знание журналистов о проблеме – первый шаг к ее актуализации, ведь то, о чем сообщают нам СМИ, и является общественно значимым [4; 4].

К сожалению, как показывает анализ современных российских СМИ, в них доминируют гендерные стереотипы, связанные как с образом женщины, так и с образом мужчины. Женщина в СМИ – это либо сексуальный объект, либо счастливая домохозяйка – подруга мужчины, она ассоциируется с сексуальностью, покорностью, стремлением к заботе о муже, чрезмерным вниманием к своей внешности, полным отсутствием амбиций и интереса к общественной деятельности. Современный мужчина предстает в образе удачливого бизнесмена, супермена, для которого проявление слабости и забота о своем здоровье – несвойственны. Таковы современные образы фемининности и маскулинности, преобладающие в том числе и в гендерно ориентированных изданиях, в избытке появившихся на медиарынке в последние годы.

СМИ играет значительную роль в реанимации устаревшего гендерного порядка, транслируя представления о традиционных гендерных моделях, в частности, патриархальной модели участия женщины в общественной жизни, гендерного разделения домашнего труда. А такой патрархатный подход только способствует нарастанию противоречий в отношениях современных мужчин и женщин.

Традиционный подход СМИ к гендерной проблематике не способствует развитию темы гендерного образования и показа его в должном объективном свете.

Только специализированные СМИ, научные журналы и газеты, которых не так много в России, способны на объективную информацию по поводу гендерного образования.

Так, газета «Педагогическое образование» пишет о необходимости научного осмысления данного феномена, о связи гендерного обучения со становлением гендерной идентичности. Педагоги считают, что при подготовке и проведении образовательных и воспитательных процессов, мероприятий необходимо учитывать особенности психического и физиологического развития мальчиков и девочек, независимо от того, по какой программе или в каком классе работает учитель. В газете приводится таблица проектирования уроков для мальчиков и девочек, описание их различий [5].

Актуальность гендерного подхода в системе образования налицо.

Педагоги пишут, что сейчас формируется новая психосоциальная модель личности женщины, содержащая ее искаженный образ: у современных девушек проявляется тенденция к ориентации андрогинного и маскулинного типов, а у юношей – феминного. В настоящее время наблюдается недостаточная сформированность специальных компетенций семейного функционирования у молодежи, особенно у девушек. В нашей стране более 55 % неполных семей, в которых воспитание носит моногендерный характер. Все это нужно учитывать в образовании мужчин и женщин, начиная с раннего возраста [5].

Итак, гендерно-ориентированный подход в образовании не является на сегодняшний день повесткой СМИ. Вопросы, связанные с гендерной проблематикой, в основном касаются ретрансляции гендерных стереотипов, традиционных образов и ролей мужчин и женщин в обществе. Только в научном дискурсе о гендерном образовании сейчас можно найти доказательные, системные оценки данного феномена.

Библиографический список

1. Короченский А. П. Регулятивная роль медиакритики // Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт. Проблемы. Перспективы становления в России. 3-е изд., стереотип. М.: Галерея, 2004. С. 23–31.
2. Радио «Соль». Программа «Угол зрения. У микрофона Александра Хворостова». URL: <https://salt.zone/radio/3568>
3. Комментарии на программу «Угол зрения. У микрофона Александра Хворостова». URL: <https://salt.zone/post/3901>
4. Сидорская И., Радуга А. Гендер и СМИ. Учебное пособие для журналистов. Минск. 92 с.
5. Педагогическое обозрение. 2013. № 1-2 (1310132). URL: <http://gcro.nios.ru/system/files/2015/09/184/po-131-132.pdf>

*С. В. Смаль**

ВОЕННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ: К ВОПРОСУ О ГЕНДЕРНОМ РАВЕНСТВЕ

В 2017 году в Российской Федерации была принята Национальная стратегия действия в интересах женщин, в которой провозглашалось, что «научный и интеллектуальный потенциал женщин используется не в полной мере. В результате женщины недостаточно интегрируются в рынок труда, связанный с новым технологическим укладом, и не всегда могут участвовать в инновационном развитии страны, что ведет к сохранению разницы в доходах женщин и мужчин» [1]. Новая государственная политика в сфере образования призвана кардинальным образом поменять сложившуюся ситуацию, в том числе при помощи военной службы. Армия в целом и вооруженные силы в частности представляют собой особый, «силовой социальный институт, позволяющий удерживать не только политическую, но и символическую власть» [2, 4], институт, безусловно, маскулинный на протяжении многих веков, и сейчас претерпевающий серьезные изменения, что, безусловно, требует дополнительного исследования.

Проблемам женского военно-технического образования посвящено незначительное количество научных работ и статей, в которых либо рассматриваются общие вопросы исторически-ретроспективного характера [3], либо уже более осязаемые и узкие моменты, связанные с измерением социологического портрета женщин-военнослужащих [4].

Особенностям гендерного подхода к реализации образовательного процесса в военных вузах России [5; 6] уделяется крайне мало внимания, в то время как этот аспект может быть рассмотрен подробнее не только теоретически, но и с практической точки зрения.

В постановлении правительства Российской Федерации «Об утверждении положения о воинском учете» от 27 ноября 2006 г. № 719 содержится довольно внушительный «перечень военно-учетных специальностей, а также профессий, специальностей, при наличии которых граждане женского пола получают военно-учетные специальности и подлежат постановке на воинский учет» [7]. Выделим среди них те, по которым осуществляется обучение в Санкт-Петербурге.

© Смаль С. В., 2020

* Кандидат политических наук, доцент кафедры политологии РГПУ им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург.

Итак, военные специальности можно получить в Военном Институте военного учебно-научного центра Военно-Морского Флота «Военно-Морская Академия» и в Военной Академии Связи по специальности 09.05.01 «Применение и эксплуатация автоматизированных систем специального назначения», в Военно-медицинской академии по специальности «31.05.01 Лечебное дело», причем образование тут можно получить как среднее профессиональное, так и высшее по этой же специальности. Полный перечень вузов, осуществляющих военное образование как для девушек, так и для юношей, насчитывает на 2020 год 10 наименований, для полного доступа на сайте высшего образования Минобороны России специально создана страница «Абитуриентам-девушкам» [8], где можно кратко ознакомиться с предлагаемыми специальностями и перейти непосредственно на сайт каждого такого вуза.

Что касается аспекта гендерного неравенства в военном образовании в Санкт-Петербурге, да и в России в целом, то ситуация может быть охарактеризована качественно и количественно.

Прежде всего, отметим, что общее количество военных вузов, например, в Санкт-Петербурге, открытых к поступлению в 2020 году, составляет 12 [9], и из них 2 вуза принимают также и девушек, что составляет почти 17 %, это довольно высокий процент, однако в сравнении с общероссийскими показателями ситуация будет совсем иной. Всего в 2020 году в России насчитывается 28 военных вузов [10], а тех, в которых могут обучаться девушки, по-прежнему 10 или 36 %. Казалось бы, значительный успех, однако оговоримся, что перечень специальностей для девушек значительно скромнее, и в этом отношении гендерное превосходство на стороне мужского военного образования: юноши выигрывают со счетом 55 – это общее количество учебных направлений, реализуемых в военных вузах России, против 11 [12], по которым происходит обучение девушек, что составляет 20 % от всех программ. Эти показатели было бы корректно сравнить с перечнем гражданских вузов, однако тут мы отталкиваемся от других реалий: девушки преобладают в гуманитарных направлениях, юноши – в технических, но нигде нет четких указаний «ограничить прием лиц по половому признаку». Скорее, есть некая область женского образования, например, филология и педагогика, где изредка встречаются и обучаются также и юноши, аналогичная ситуация и в техническом образовании: тут уже редкими гостями будут девушки, но они также, хоть и в незначительных количествах, обучаются и по техническим направлениям. В военном образовании есть строгое ограничение по перечням специальностей.

Какова же ситуация при приеме и обучении девушек-военных? Как известно, при поступлении в военные вузы проводится профессио-

нальный отбор кандидатов для зачисления. Рассмотрим этот процесс на примере Военной Академии Связи. Требования для кандидатов-юношей и для кандидатов-девушек отличаются только в физической подготовке, которую тоже проверяют у будущих курсантов: юношам нужно продемонстрировать подтягивание на перекладине, бег на 100 метров и бег на 3 километра, для девушек предусмотрены наклоны туловища из положения лежа, совершаемые в 1 минуту, бег на 100 метров и бег на 1 километр. Другие требования к кандидатам общие и включают медицинское освидетельствование, психологическое и психофизиологическое обследование и оценку уровня общеобразовательной подготовленности по результатам единого государственного экзамена [12].

Таким образом, качественно сравнивать курсантов-юношей и курсантов-девушек достаточно сложно: девушки будут демонстрировать лучшие успехи в учебе, как правило, за счет «левого полушарного способа» [5, 48] восприятия информации, а также лучшего уровня подготовки и баллов ЕГЭ, но и конкурс для них получается гораздо более серьезный именно на знаниевый компонент. Это связано с тем, что общее количество будущих курсантов-девушек ограничено одной группой, как правило, в 25 человек, а общий набор может составлять, в зависимости от распоряжений Министерства обороны, и до 1000 человек в год.

В дальнейшем образование строится без учета гендерной специфики, однако на практике гендерное равенство в военном образовании реализовать нелегко. Девушкам нужно также, как и юношам, проходить практику, потом отслужить предусмотренные будущим контрактом 5 лет. Если желания заключать контракт нет, то, согласно статье 35 Федерального Закона «О воинской обязанности и военной службе», нужно будет возместить «средства федерального бюджета, затраченные на военную или специальную подготовку» [13].

После окончания военного вуза, женщины обычно «заполняют вакансии, которые по тем или иным причинам игнорируются мужчинами» [4, 128], работают при штабах, занимают, как их принято называть, «кабинетные должности», и количество женщин-военных неуклонно, хотя и небыстро, увеличивается. Так, на данный момент, в Вооруженных силах России служат «около 44,5 тысячи женщин, в учебных заведениях Минобороны учатся более 1,3 тысячи девушек-курсантов, на гражданских должностях в оборонном ведомстве работают порядка 315 тысяч женщин» [14]. Если сравнивать с общим количеством военнослужащих-мужчин, проходящих службу по контракту – а их почти 798 тысяч [15], то ситуация такова: женщин будет всего около 5,5 %. Насколько этот показатель можно считать значительным? Насколько он отражает и затраты государства, и новый вектор в образовательной и

гендерной политике? Это, безусловно, вопрос для нового, самостоятельного исследования.

Подводя некий итог нашему краткому обзору вопросов, связанных с реализацией военно-технического образования в Санкт-Петербурге, постулируем, что необходимо разработать специальную «систему мер (материальных, правовых, организационных, медицинских, информационных, воспитательных, психологических)» [4, 133], которая позволила бы точно измерить гендерные различия, существующие в системе военного образования, и полностью реализовать на практике это новое, очень важное направление, призванное обеспечить целостность нашего государства в условиях его социальной и технологической трансформации.

Библиографический список

1. Национальная стратегия действий в интересах женщин на 2017-2022 годы. URL: <http://static.government.ru/media/filesnjlkIvH7WCvOIYRmcucV4jdNihEmTOUe.pdf>, свободный (дата обращения: 31.01.2020).
2. Суркова И. Ю. Стратегии интеграции женщин в Вооруженные силы: гендерное табу против военной тактики // Женщина в российском обществе. 2012. № 4. С. 3–14.
3. Ретроспективный обзор психологической науки и ее отечественной военной компоненты / авторы-составители Пашкин С. Б., Минко Н. И. СПб.: ВИ(ИТ) ВАМТО, 2013. 95 с.
4. Смирнов А. И. Женщина на службе в Российской Армии // Социологические исследования. 2000. № 11. С. 128–133.
5. Медведева М. А. особенности гендерного подхода к реализации образовательного процесса в военных вузах России // Международный Журнал Гуманитарных и Естественных Наук. 2019. № 5-2. С. 46–48. URL: <https://doi.org/10.24411/2500-1000-2019-10911>, свободный (дата обращения: 31.01.2020).
6. Емельяненко А. А., Петровская М. В. Проблемы гендерного подхода к организации образовательного процесса в военных вузах // Фундаментальные исследования. 2012. № 11-3. С. 581–585. URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=30577>, (дата обращения: 31.01.2020).
7. Постановление правительства Российской Федерации «Об утверждении положения о воинском учете» от 27 ноября 2006 года № 719. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64215/ (дата обращения: 31.01.2020).

8. Министерство обороны Российской Федерации / Абитуриентам-девушкам. URL: <https://vuz.mil.ru/abiturientam-devushkam> (дата обращения: 31.01.2020).

9. Военные вузы Санкт-Петербурга 2020. URL: <https://spb.vuzlist.com/voennye-vuzy-sankt-peterburg> (дата обращения: 31.01.2020).

10. Министерство обороны Российской Федерации / Военные вузы. URL: <https://vuz.mil.ru/Vysshie-uchebnye-zavedeniya> (дата обращения: 31.01.2020).

11. Министерство обороны Российской Федерации / Специальности. URL: <https://vuz.mil.ru/Perechen-specialnostei> (дата обращения: 31.01.2020).

12. Военная Академия Связи / Профотбор. URL: <http://vas.mil.ru/Postupayuschim/Profotbor> (дата обращения: 31.01.2020).

13. Федеральный закон «О воинской обязанности и военной службе» от 28 марта 1998 года № 53-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_18260/ (дата обращения: 31.01.2020).

14. Женщины в Вооруженных силах России: очаровательная армия. URL: <https://ria.ru/20180308/1515997849.html> (дата обращения: 31.01.2020).

15. Численность армии России на 2019 год. URL: <http://contract-army.ru/info/chislennost-armii-rossii/> (дата обращения: 31.01.2020).

СТЕМ: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТРАЕКТОРИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ (ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ)

Данное исследование поднимает проблему вовлечения женщин в наукоемкие и технологические профессии с целью продвижения идеи о равноправном участии женщин и мужчин в инновационном развитии страны в условиях цифровой экономики.

На прошедшем в 2019 г. Всемирном мобильном конгрессе (MWC), крупнейшей ежегодной технологической выставке, которую посещают исключительно специалисты по специальной аккредитации, из 110 тыс. участников было всего 24 % женщин. В рамках MWC общественно-деловая инициатива Women4Tech провела серию сессий с участием топ-менеджеров IT- и телеком-компаний, где гостям задавался простой вопрос – как по десятибалльной шкале (10 – отлично, 1 – очень плохо) вы оцениваете ситуацию с гендерным равноправием в IT-индустрии. По последним данным, в тех областях бизнеса, который обозначается термином Tech, сейчас работает 24 % женщин. То есть женщины в индустрии высоких технологий находятся в положении «меньшинства» со всеми вытекающими отсюда последствиями [1].



Рис. 1. Доли женщин и мужчин, участников Всемирного мобильного конгресса 2018 г.

© Владыкина Л. Б., Никулин В. М., 2020

* Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента Челябинского филиала РАНГХиГС, г. Челябинск.

** Магистр Челябинского филиала РАНГХиГС, г. Челябинск.

Мы живем в динамичное время, когда идеи Национальных проектов, для которых актуальны технологические инициативы стратегического развития России, побуждают к действию компетентных специалистов всех уровней и ставят амбициозные задачи перед молодым поколением. Становится очевидным, что их воплощение требует подготовки нового поколения квалифицированных специалистов, способных ответить на технологические вызовы и стать ядром человеческого капитала страны.

Многие российские ученые, занимающиеся гендерными исследованиями в этом аспекте, обращают внимание на более низкие качественные характеристики человеческого капитала женщин, сложившуюся гендерную асимметрию в STEM-сфере, основанной на компьютерных технологиях, естественных, математических, инженерных и технологических науках.

Исследование PISA также показывает различия в самооценке между мальчиками и девочками. Так, в рамках проекта «Азбука гендерного равенства в области образования» (OECD 2015) были сформулированы проективные ситуации, позволившие проанализировать самооценку школьником своих способностей в математике. Гендерные различия в самоуверенности и самоосознании своих способностей особенно велики при рассмотрении навыков решения прикладных математических задач гендерностереотипного содержания.

Было выявлено, что 67 % мальчиков в противовес 44 % девочкам убеждены, что они чувствуют себя уверенно в расчете бензина, расходуемого автомобилем. Только 75 % девочек (по сравнению с 84 % мальчиков) сообщили, что чувствуют себя уверенно или очень уверенно в расчете стоимости телевизора после 30 % скидки (OECD 2015). Неуверенность девочек в собственных профессиональных силах приводит в дальнейшем к гендерному дисбалансу в освоении технологических профессий в высшей школе [2].

Вместе с тем, исследования показывают, что современная система профессионального образования и занятости в России, носит полоролевой характер, здесь на всех уровнях сохраняется гендерная сегрегация: девушки сосредоточены на гуманитарных и социальных, а юноши – на технических специальностях. Среди студентов отрасли «энергетика» девушек всего 16 %, электронная техника – 22 %, информационная безопасность – 18 %, вычислительная техника – 26 %. Среди специалистов в сфере ИКТ доля женщин составляет всего 19 %, в том числе среди специалистов высшего уровня квалификации – 18 %, среднего уровня – 21 %. Самой мужской профессией является программист (доля женщин – 17 %). Гендерный разрыв для специалистов ИКТ в среднем является 4-кратным, разрыв в заработной плате составляет 1,6 раза в пользу мужчин [3].

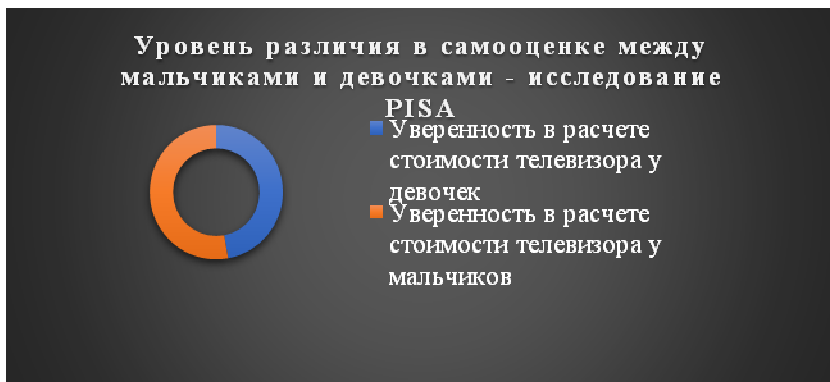
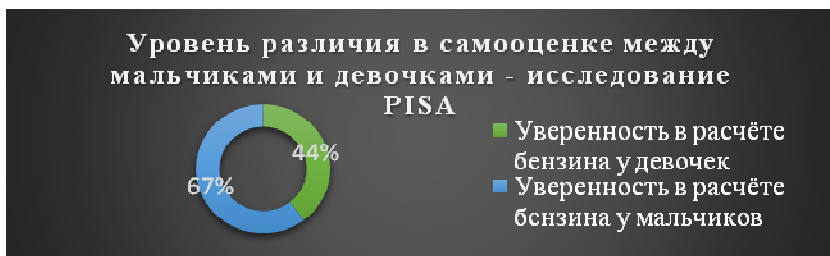


Рис. 2. Диаграммы исследования PISA в рамках проекта «Азбука гендерного равенства в области образования»

В современном мире, в условиях протекания явления глобализации, усиливающим эффектом является процесс цифровизации, то есть «оцифровка», переход процессов из реального мира в виртуальный. В современном социуме всё большее значение придаётся решению тех или иных ситуаций посредством решения кейсов. Данный механизм перешёл во все сферы жизни общества из бизнес среды. В нашей жизни главным приоритетным направлением стало решение задачи, и мало-важным фактором становится гендерный аспект.

Например, Йоки Мацуока в молодости занималась профессиональным теннисом в Японии, однако после полученной травмы, перелома лодыжки, она проявила интерес к робототехнике. В итоге, чувствуя свою несамореализованность и нехватку знаний, она решила изучать дополнительно нейробиологию.

Йоки продолжала работу, приобретая все новые познания, а результатом стало появление совершенно нового направления в науке. Она назвала его нейроробототехникой – создание роботов, наделенных подобием нервной системы человека, которая принципиально изменит и на-

много облегчит управление ими. Разработки в этой области стали огромным научным успехом Йоки, позволили ей занять лидирующую позицию и реализовать все свои жизненные интересы и наклонности [4].

В итоге в современном мире имеется запрос не на понимание классических представлений специалиста в определенной области, а на осознание того, что необходим человек, у которого профессиональный мир представляет собой экосистему из смежных областей, которые необходимы для профессионала в той или иной области с множествами компетенций.

Так, в условиях цифровизации экономики государству требуются специалисты, у которых развито системное мышление, обладающие смежными областями знаний, особо актуальной является среда STEM-профессий, которая является фундаментом перехода общества в цифровую эпоху.

В России также имеется яркий пример того, что применение смежных знаний и навыков может удовлетворить спрос общества. Так, выпускница ГУ ВШЭ Ольга Левицкая в свои 24 года собрала команду из 30 исследователей, выиграв грант в размере 4 миллиона рублей, и готовится вывести свою разработку – нейроинтерфейс для медицины и виртуальной реальности [5].

Если проследить всю динамику, то можем увидеть, что тенденция идёт плавно в положительную сторону. Причиной данного явления может быть, во-первых, запрос современного рынка на специалиста (запрос на профессиональные траектории), у которого имеется комплекс знаний из смежных областей, независимо от пола. Во-вторых, идёт смена поколения и, соответственно, наблюдается трансформация предназначения женщин, т. е. все больше женщин - специалистов сосредотачивается в STEM нише. На наш взгляд, это ведет к росту и развитию экономики, а также смягчению гендерной асимметрии на рынке труда.

Библиографический список

1. URL: https://www.gazeta.ru/tech/2019/03/07/12229387/women_it.shtml
2. OECD. The ABC of Gender Equality in Education: Aptitude, Behaviour, Confidence, PISA, OECD Publishing (2015). URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264229945-en>. Проверено 25.11.2016.
3. Хасбулатова О. А. Гендерные аспекты развития STEM-образования в России // Женщина в российском обществе. 2016. № 3. С. 3–15.
4. Роберт Грин. Мастер Игры. 2017. С. 37–46.
5. URL: <https://www.rbc.ru/magazine/2017/05/58f6270b9a79472027983cc8>

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЖЕНСКОГО БИЗНЕСА

Введение. Женский бизнес и предпринимательство¹ неоднократно выступали объектом научных исследований. Авторы решали методологические проблемы [1], оценивали роль женского бизнеса в развитии национальной экономики [2, 3], анализировали мотивацию женщин к занятию бизнесом [4, 5], сценарии вхождения женщин в бизнес [6], особенности мужского и женского стилей управления [7], объективные и субъективные факторы развития женского бизнеса и предпринимательства в России [8], а также барьеры, имеющиеся на пути этого развития [9]. В последнее время появились работы, исследующие перспективы женского бизнеса в цифровой экономике [10, 11], а также взаимосвязь форм женской занятости и развития STEM-отраслей [12]. Однако вопрос о последствиях цифровизации экономики для женской занятости в целом и женского бизнеса, в частности, остается пока недостаточно изученным.

Цифровая экономика – «это хозяйственная деятельность, ключевым фактором производства в которой являются данные в цифровой форме ... С использованием цифровых технологий изменяются повседневная жизнь человека, производственные отношения, структура экономики и образование ... данные становятся новым активом, причем, главным образом, за счет их альтернативной ценности, то есть по мере применения данных *в новых целях и их использования для реализации новых идей*»² (курсив наш. – М. К., А. М.).

© Кашина М. А., Москвина А. Ю., 2020

* Доктор политических наук, доцент кафедры связей с общественностью и социальных технологий Северо-западного института управления (филиал РАНХиГС), г. Санкт-Петербург.

** Центр социального предпринимательства и социальных инноваций НИУ ВШЭ, г. Москва.

¹ В данной статье термины «бизнес» и «предпринимательство» используются как синонимы, потому что женский бизнес в основном малый, что делает его сходным с предпринимательством и самозанятостью.

² Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р // Собрание законодательства Российской Федерации от 7 августа 2017 г. № 32 ст. 5138.

То, что последствия цифровизации экономики амбивалентны для занятости женщин, в особых доказательствах не нуждается. С одной стороны, внедрение информационных технологий сокращает сектора типично женской занятости. Например, появление сайта «Государственные услуги» приведет в ближайшее время к сокращению численности чиновников категории «обеспечивающие специалисты», исполняющих организационные, информационные и документационные функции. 84 % этих должностей гражданской службы, как свидетельствует статистика³, замещают женщины. Переход к компьютерным технологиям и автоматизация процедур отбора кадров и кадрового делопроизводства сократит потребность в рядовых специалистах кадровых служб, большинство из которых – женщины. Развитие дистанционного и электронного обучения может привести к сокращению потребности в кадрах в сфере образования (особенно высшего), которое тоже выступает в России феминизированной отраслью народного хозяйства. И т. д., и т. п. с другой стороны, цифровизация расширяет возможности женской занятости за счет появления новых профессий и формирования новых типов рабочих мест, удобных именно женщинам. Речь идет об удаленной/дистанционной занятости и фрилансе.

В целом цифровизацию и использование информационных технологий во всех сферах жизни общества можно считать фактором сокращения гендерного неравенства и гендерной сегрегации на рынке труда, поскольку в самом Интернете гендерное неравенство выражено гораздо меньше, чем в реальном обществе, и развитие у населения коммуникационных компетенций служит одним из способов его сокращения [13]. Однако станет ли цифровизация фактором развития женского бизнеса – вопрос, требующий специального исследования. Прежде всего необходимо понять, будет она усиливать или ослаблять барьеры на пути развития женского бизнеса, которые, как уже отмечалось, в отечественной литературе достаточно хорошо изучены. Исходя из этого, теоретический пробел, который призвано заполнить данное исследование, может быть сформулирован следующим образом: характер влияния цифровой экономики и внедрения информационных технологий на барьеры, существующие на пути развития женского бизнеса в России.

Методология. Методологическую рамку исследования составила концепция маргинальности женского бизнеса. Авторы согласны с С. Давыдовым и А. Юдиной [14], полагающими, что статус женщины-предпринимателя/женщины-бизнесмена/деловой женщины является в

³ Женщины и мужчины России. 2018: стат. сб. М.: Росстат, 2018. URL: https://gks.ru/bgd/regl/b18_50/Main.htm (дата обращения: 22.01.2020).

российском обществе маргинальным. Проявлениями этого выступают: ролевая несогласованность (ярко выраженный ролевой конфликт семья-работа), неполная включенность в социальную структуру (уже не работник по найму, но еще не самодостаточный владелец/собственник крупного (среднего) бизнеса); амбивалентность ролевого поведения (участие в деловых коммуникациях с мужчинами на равных, но при этом использование гендерно маркированных технологий «слабой женщины»). Источником этой маргинальности выступает мужская природа бизнеса как такового. Феномен «выхода женщин за границы своего пола» или «добровольного согласия с господством», вытекающие из концепции мужского господства П. Бурдьё, был проанализирован применительно к женщинам-политикам. Он заключается в том, что «для сохранения себя в поле политики женщины выстраивают свой имидж не в соответствии со своей гендерной принадлежностью, а исходя из атрибутов доминирующей маскулинности [15, с. 7]. Точно также, входя в мир бизнеса, женщины ведут себя так, как ожидают от них мужчины-партнеры, выступая скорее в роли матери, заботящейся о детях-подчиненных, чем расчетливого и прагматичного хозяина. Например, женщины допускают эмоции в производственных ситуациях, используют метод пряника, опираются на неформальные отношения, используют коллегиальное обсуждение и т. п. [7, с. 87]. Другими словами, они пытаются остаться женщинами в мужском мире бизнеса. Это и есть маргинальность, с точки зрения теории референтной группы Р. Мертона, когда человек стремится принадлежать к референтной группе, которая не склонна его принимать. Другое название этого феномена – руководство/власть как «мужской клуб», членства в котором женщинам добиться весьма трудно.

Обобщая, можно сказать, что в качестве основных теоретических линз данного исследования выступают: теория референтной группы Р. Мертона, теория маргинальной личности Р. Парка, теория добровольного согласия с мужским господством П. Бурдьё. Все они позволяют увидеть барьеры на пути развития женского бизнеса, которые создаются не экономикой, а социальными отношениями. Цифровизация экономики как таковая ведет к изменению социальных отношений в направлении утраты ими гендерного измерения, поскольку она разворачивается вне контекста традиционного гендерного порядка и традиционных гендерных ролей. Для создания и использования Bigdata более значимым, чем пол работника, является его квалификация. Тем не менее процесс утраты гендерных признаков не происходит автоматически, возможно обратное влияние социальных отношений на экономические. В этом случае гендерные стереотипы, традиционалистские гендерные нормы и установки (подробнее см.: [16]) становятся барьером на пути

успешной цифровизации экономики, поскольку будут ограничивать формирование и использование человеческого капитала женщин.

Методы и результаты. Исследование было выполнено на базе вторичного анализа источников и обобщения опыта работы с женщинами-предпринимательницами в качестве бизнес-тренера одной из авторов статьи. В силу этого дизайн исследования носит качественный характер. Сначала будет проанализировано влияние цифровизации на барьеры в развитии женского бизнеса, затем рассмотрен кейс женщины-предпринимательницы, построившей свой бизнес, используя социальные сети.

М. Высоцкая и А. Чалова, вслед за Н. Стрекаловой, выделяют следующие специфические барьеры, препятствующие развитию исключительно женского предпринимательства:

- «– отсутствие у женщин необходимого опыта работы в бизнесе;
- проблема получения средств для организации собственного дела и обеспечения его функционирования, неравный доступ к кредитным и финансовым ресурсам;
- нехватка времени для занятий бизнесом, так как женщина-предприниматель вынуждена совмещать руководство своим предприятием с функциями воспитания детей и ведения домашнего хозяйства;
- сложившиеся в обществе гендерные стереотипы, препятствующие участию женщины в бизнесе наравне с мужчинами на уровне восприятия ее как бизнес-партнера;
- низкий статус женщин в обществе, политике и культуре и связанные с этим ограниченные возможности» [9, с. 39].

Обсудим эти барьеры более подробно, опираясь на практический опыт женского предпринимательства. Барьер «Отсутствие у женщин необходимого опыта работы в бизнесе» в качестве чисто женского весьма спорен. У мужчин, которые приходят в бизнес, тоже изначально такого опыта нет. Однако, если учесть, что существуют разные сценарии вовлечения женщин в бизнес [6], то в чем-то этот тезис оправдан. В России этот сценарий преимущественно «вынужденный», потому что основной причиной стать предпринимательницей является необходимость прокормить семью, а не стремление к получению прибыли. Российские бизнес-вумен, зачастую, – это женщины в разводе или вдовы, а не наследницы семейного бизнеса. В Европе, где бизнес передается по наследству, женщина с детства может видеть и впитывать образцы поведения родителей в бизнесе, она готовится перенять семейное дело. В России этот сценарий редкость. Однако, данная ситуация характерна и для мальчиков, потому что только сейчас выросло поколение детей первых бизнесменов и предпринимателей 1990-х годов. Цифровизация способна ослабить этот барьер, потому что дает возможность любому желающему получить онлайн, зачастую, бесплатно, информацию о том, как

начать дело, а также знания об основах бизнес-планирования, маркетинга, технологий продаж и др. Существование онлайн-курсов, бесплатных и платных, облегчает доступ в предпринимательство всем без исключения и одновременно создает новую рыночную нишу, где женщины очень успешны – так называемый «инфо-бизнес» – бизнес, построенный на продажах онлайн курсов и консалтинга во всех сферах жизни.

Следующий барьер «Получение средств для организации собственного дела..., неравный доступ к кредитным и финансовым ресурсам» требует аргументированного подтверждения эмпирическими данными о том, что женщинам-предпринимательницам чаще отказывают в кредитах, чем мужчинам. Банки, напротив, предпочитают иметь дело с женщинами, потому что они более ответственные и дисциплинированы в отношении кредитов. Скорее, речь должна идти о том, что женщины более осторожны в использовании заемных средств, их проекты менее масштабны, чем мужские. Цифровизация может ослабить данный барьер, поскольку появляются мобильные приложения, помогающие учитывать собственные расходы, дающие базовые знания об инвестировании, предлагающие информацию о различных кредитных продуктах. Информационные технологии предоставляют возможность обсудить плюсы и минусы каждого из таких продуктов на тематических форумах, чатах и в социальных сетях, получив тем самым бесплатную консультацию и советы экспертов.

«Нехватка времени для занятий бизнесом из-за необходимости совмещать бизнес и семейные обязанности, воспитание детей», представляется действительно важным барьером. Цифровизация помогает его преодолевать, создавая возможности удаленной работы, фриланса, онлайн-бизнеса. Так делают бухгалтеря, коучи, психологи, педагоги, и представители многих других профессий.

Барьер, связанный с «гендерными стереотипами, препятствующими участию женщин в бизнесе наравне с мужчинами на уровне восприятия ее как бизнес-партнера» представляется самым серьезным и чисто женским. Проблема в том, что немалую лепту в поддержание это барьера вносят сами женщины, и даже молодые, которые уже родились в пост-советскую эпоху рыночной экономики. Они транслируют эти стереотипы, даже продвигая современные инновационные идеи. В качестве примера приведем статью О. Филатовой «Доброе дело. Почему в социальном бизнесе больше женщин» [17]. В ней автор приводит данные о преобладании женщин в социальном предпринимательстве, как в США, так и в России, а также о том, что люди не готовы жертвовать на социальный проект, если речь заходит о его коммерциализации (а социальное предпринимательство и есть решение социальной проблемы на основе бизнес-модели). О. Филатова объясняет это тем, что «в коллек-

тивное сознание внедрен двойной стандарт: если женщина говорит, что собирается изменить мир, организация, которую она открывает, обязана быть некоммерческой. Люди не предполагают то же самое для мужчины, то есть женщины изначально оказываются в особом положении. Общество ожидает от них заботы, а не агрессии и разрушения – качества, всегда так или иначе присущих успешным предпринимателям».

Другими словами, автор признает существование двойных стандартов в бизнесе. Однако, давая практические рекомендации, О. Филатова, молодая женщина-бизнесмен, пишет совсем о другом: «...Женщине свойственно искать покровителей (курсив наш. – М. К., А. М.), и все же в бизнесе лучше действовать самостоятельно – возможно, вы набьете много шишек, в какой-то момент останетесь в минусе, зато приобретете бесценный опыт» [17]. Поиски покровителя-мужчины, с точки зрения автора статьи, выступают нормой для женщин. Перед нами пример того, как цифровизация усиливает гендерные стереотипы, распространяя по Сети идеи о том, что женщина слаба и ей нужно мужское покровительство. Тем самым маргинальность женщин-предпринимательниц только усиливается, подчеркивается, что, занимаясь бизнесом, она идет против своей природы.

Последний барьер «низкий статус женщин в обществе, политике и культуре и связанные с этим ограниченные возможности» представляется слишком общим. Он, скорее, первопричина всех выше перечисленных барьеров на пути развития женского бизнеса.

Теперь рассмотрим пример того, как цифровизация на практике помогает снимать барьеры для развития женского предпринимательства. Вера Загребина, основательница проекта «Офис Мам», Санкт-Петербург (<http://officemam.ru/>), находясь во втором декретном отпуске подряд, поняла, что во-первых, «засиделась дома» и хочется иметь самореализацию и подработку вне дома, но без ущерба для детей и, во-вторых, что скорее всего, уже не вернется на прежнюю работу, т. к. прошло много времени, сфера быстро развивается, а интересы тоже меняются. Объединив через социальные сети единомышленниц, которых оказалось много, Вера стала приглашать специалистов для профориентации молодых мам, пробовать разные направления – биржа труда для молодых мам, коворкинг и другие. Вот что пишет сама Вера у себя в соцсетях: «Я автор социально-предпринимательского проекта ОФИСМАМ. Идея – помогать мамам возвращаться на работу с помощью мероприятий и организации коворкингов с детской комнатой появилась и начала развиваться в 2016 году. Тогда же – и название проекта. Сейчас общественные организации, благотворительные фонды, предприниматели и сами активные мамочки развивают это направление. По моему, это здорово! Всё меняется к лучшему. Шесть лет назад, во время

моего декрета, это казалось глупостью какой-то 😎»⁴. В коворкингах мамы занимаются фрилансом или удаленной работой. Работая онлайн, они могут совмещать зарабатывание денег и уход за ребенком, который под присмотром няни находится рядом, в коворкинге.

Сегодня, «Офис Мам» предлагает услуги:

- программа сопровождения (помощь к открытию и развиваем сообщества в новых пространствах),
- подбор офиса с игровой комнатой,
- организация детской зоны на мероприятиях,
- подбор няни,
- Коворкинг «Офис Мам» в Кудрово (быстрорастущий густонаселенный район на окраине Санкт-Петербурга): сдача в аренду кабинетов, зала и рабочих мест⁵.

Этот пример нельзя считать в полной мере цифровым проектом женского предпринимательства, однако без использования информационных технологий и социальных сетей он был бы невозможен. Одним из важных факторов его успешности является то, что в нем решалась чисто женская проблема – совмещения семьи и работы, т. е. давление общественного мнения на женщин, его реализующих, было не так сильно, и в конкуренцию с мужскими бизнесами он не вступал. Хотя следует отметить, конкуренция с аналогичными женскими проектами весьма высока и продолжает усиливаться.

Выводы и рекомендации. Проведенный выше обзор практик использования возможностей цифровизации в женском бизнесе позволяет сделать следующие выводы:

1. Цифровизация экономики создает новые виды женской занятости и бизнеса в сфере онлайн. Это дает женщинам возможности заработка, решает их конфликт «семья – работа/карьера», поскольку позволяет регулировать свой график и режим работы, дает возможность находиться вместе с ребенком/детьми и др.

2. Многие женщины пользуются работой онлайн не просто для получения заработной платы как наемные работники, но и для фриланса, который часто перерастает в предпринимательство, свое дело. Многие услуги в сфере психологии, коучинга, образовательные курсы оказываются онлайн. Есть проекты женщин, которые учат женщин тому, как вести бизнес, как совмещать свои гендерные роли с ролями в бизне-

⁴ https://vk.com/zagreбина_vera?w=wall412080315_839%2Fall (дата обращения: 26.01.2020).

⁵ https://vk.com/zagreбина_vera?w=wall412080315_822%2Fall (дата обращения: 26.01.2020).

се (например, проект «Бизнес-ведьмы», идущий под лозунгом «Сочетаются ли карьера и женственность?» <http://businesswitches.ru/>) [18].

3. Гендерные стереотипы – главный барьер для развития женского предпринимательства. Именно они маргинализируют женский бизнес, создавая женщинам множество проблем, в том числе психологических.

4. Чтобы цифровизация стала фактором развития женского бизнеса, необходимо реализовать следующие меры:

– Продвижение и пропаганда, в том числе в социальных сетях, успешных примеров женского предпринимательства, основанного на принципах солидарности, на устойчивой бизнес-модели.

– Мотивирование девочек, девушек и женщин к использованию возможностей электронного/дистанционного/он-лайн обучения для формирования у них необходимых компетенций в области бизнеса и предпринимательства.

– Поддержка государством новых форм женского предпринимательства, использующего информационные технологии, в том числе путем проведения конкурсов проектов, выдачи субсидий, развития стартапов женщин-цифровых предпринимательниц и т. п.

Интересным направлением дальнейших исследований темы женского бизнеса может стать анализ деятельности женщин-цифровых предпринимательниц с целью выделить факторы успеха и описать их лучшие практики для дальнейшего масштабирования. Хорошо известно, что вторая в России женщина-долларовый миллиардер Татьяна Бакальчук заработала свое состояние на интернет-торговле.

Библиографический список

1. Орлова А. В. Методологические проблемы исследований женского предпринимательства // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сборник трудов XI Международной научно-практической конференции. 2017. С. 312–313.

2. Барсукова С. Ю. И снова о женском предпринимательстве // Социологические исследования. 2008. № 5 (289). С. 148–153.

3. Милованова М. Ю. Женское предпринимательство: быть или не быть? // Гендерные отношения в современном мире: управление, экономика, социальная политика : материалы международной научной конференции. 2019. С. 156–161.

4. Бабаева Л. В., Чирикова А. Е. Женщины в бизнесе // Человек и труд. 1995. № 12. С. 89–93.

5. Райманова З. И. Развитие женского предпринимательства в современной России // Научная интеграция в современном мире: сборник статей международной научно-практической конференции. 2017. С. 23–25.

6. Воронкова А. И. Метаописание женских сценариев вовлечения в бизнес // Вестник института социологии. 2019. Т. 10. № 4. С. 231–248.
7. Федорчукова С. Г. Особенности мужского и женского управления // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2012. № 2 (22). С. 85–88.
8. Уткина Н. Ю. Объективные и субъективные факторы развития женского предпринимательства в России // Женщина в российском обществе. 2017. № 1 (82). С. 17–28.
9. Высоцкая М. И., Чалова А. И. Специфика развития женского предпринимательства в современной России // Российский академический журнал. 2013. Т. 25. № 3 (25). С. 37–39.
10. Коробова О. О. Цифровая экономика: перспективы создания новых моделей женского предпринимательства // Гендерное измерение цифровой экономики: от стратегии к действию (2018–2030): материалы Всероссийской конференции с международным участием. 2018. С. 64–68.
11. Семенова Ю. А. Деловые стратегии и новые модели женского предпринимательства в условиях цифровой экономики // Дискурс. 2018. № 5. С. 114–120.
12. Ананченкова П. И. Stem-фриланс: новые возможности женской самозанятости // Гендерное измерение цифровой экономики: от стратегии к действию (2018–2030): материалы всероссийской конференции с международным участием. 2018. С. 131–134.
13. Василенко Л. А., Миронова Н. И. Социальная несправедливость: методология социологического измерения и интерпретации // Государственная служба. 2012. № 1 (75). С. 47–53.
14. Давыдов С. А., Юдина А. А. Малое женское предпринимательство в свете концепций маргинальности // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2011. № 4 (10). С. 29–37.
15. Айвазова С. Г. Гендерный дискурс в поле консервативной политики // Женщина в российском обществе. 2017. № 4. С. 3–13.
16. Клецина И. С., Иоффе Е. В. Гендерные нормы как социально-психологический феномен: монография. М.: Проспект, 2017. 171 с.
17. Филатова О. Доброе дело. Почему в социальном бизнесе больше женщин. URL: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/376597-dobroe-delo-pochemu-v-socialnom-biznese-bolshe-zhenshchin> (дата обращения: 27.01.2020).
18. Курс «Бизнес-ведьмы». URL: <http://businesswitches.ru/> (дата обращения: 27.01.2020).

К ВОПРОСУ О ПРОДВИЖЕНИИ ЖЕНСКОГО ЛИДЕРСТВА

В современном мире все большее количество женщин стремится к самореализации, построению карьеры, открытию собственного бизнеса, занятию лидирующих постов в крупных и средних компаниях, к управлению в государственных органах. Соответствующее образование, постоянное совершенствование компетентностных навыков, развитие лидерские качества, накопление опыта работы в руководящей должности, участие в конференциях и круглых столах с целью обсуждения общественно значимых проблем – все это позволяет женщинам продвигаться по карьерной лестнице не только в рамках организации, в которой она в настоящий момент работает, но и выходить на новый главенствующий уровень, переходить на новую ступень социального развития.

Сегодня вопрос продвижения женского лидерства актуален в любой точке мира [1]. Данная проблема имеет первостепенное значение и для России. В настоящее время экономическая активность у женщин в России недостаточно высокая – 56,6 %; у мужчин же она составляет 71 %. По мнению главы Минэкономразвития М. Орешкина, повышение экономической активности женщин позволит нарастить ВВП России [2]. О важности продвижения женского лидерства говорят и современные тенденции развития как российской, так и зарубежной практики менеджмента, а именно статистика по эффективности управления не моногендерных команд компаниями и организациями. Анализ статистики по 2000 организациям показал, что прибыльность компаний с разноплановым составом директоров выше на 10–15 %, т. е. не моногендерные команды управленцев, которые включают мужчин и женщин, управляют эффективнее, чем сугубо мужские коллективы [2]. О важности продвижения женского лидерства констатирует Т. Дьяконова, победитель конкурса «Лидеры России» 2017–2018 гг.: «Женщина в бизнесе, государственной политике – это очень важное явление» [3]. При проектном управлении, которое широко внедряется в государственное и муниципальное управление, а также является перспективным в развитии коммерческого бизнеса, также сейчас ценятся немоногендерные команды.

© Рычихина Н. С., 2020

* Кандидат экономических наук, доцент кафедры социологии и управления персоналом ИвГУ, г. Иваново.

В подобных условиях вопросы продвижения женского лидерства, инициирование их на открытие и развитие собственного бизнеса, вовлечение в государственное и муниципальное управление, в экономическую и социальную политику являются особо актуальными.

Министерство экономического развития разрабатывает механизмы, способствующие вовлечению женщин в экономическую и социальную политику. В частности, с 2017 года проводится конкурс управленцев «Лидеры России», позволяющий участвующим в нем женщинам пройти комплексную оценку своих лидерских и профессиональных компетенций; получить год консультаций от ведущего государственного руководителя или менеджера крупнейшей компании; установить новые связи с самыми перспективными управленцами России; получить грант и повысить свою квалификацию; стать участником развития кадрового резерва страны. Активно внедряются региональные проекты, позволяющие выявить управленцев-лидеров, равнодушных к судьбе своего региона и позволяющие инициативным женщинам со стратегическим мышлением реализовать себя в профессии. В настоящее время также реализуется национальная программа по развитию малого и среднего предпринимательства, в рамках которой иницируются ряд проектов ("Улучшение условий ведения предпринимательской деятельности", "Расширение доступа субъектов МСП к финансовым ресурсам, в том числе к льготному финансированию", "Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства", "Создание системы поддержки фермеров и развитие сельской кооперации"), дающих возможность женщинам, желающим заниматься малым и средним бизнесом, воплотить свои планы в жизнь.

Остановимся на основных качествах, которыми должна обладать женщина-лидер, рассмотрим государственные программы и проекты, которые позволяют ей реализовать себя и выявим возможности, которые получают женщины, участвуя в данных проектах и конкурсах.

Женщина, которая хочет занимать лидирующие позиции в обществе, должна обладать следующими основными качествами: нацеленность на результат, стратегическое мышление, умение работать в команде, инновационность, социальная ответственность, готовность взять на себя ответственность за коллектив, предпочтение общего результата личному, стремление развиваться, умение и готовность вдохновлять, умение организовать и обучать других, стрессоустойчивость. В настоящее время активно реализуются конкурсы и проекты, позволяющие женщинам развить лидерские качества, сформировать определенный потенциал для карьерного роста. С 2017 года в России стартовал конкурс «Лидеры России». Это конкурс для управленцев нового поколения,

участие в котором позволяет женщинам из любого региона попасть в сообщество лидеров, которые определяют курс развития России. Женщины, могут подать заявку на общий конкурс, так и в специальный конкурс по отраслям. Особые требования для участия в конкурсе выдвигаются только к опыту управленческой деятельности: для участников до 35 лет требуется два года управленческого опыта; для участников старше 35 лет – не менее пяти лет [3]. В процессе дистанционного отбора конкурса оцениваются интеллектуальный и управленческий потенциал участников. В полуфинале конкурсанты знакомятся с мировыми трендами управления, участвуют в бизнес-кейсах. Финал конкурса позволит выявить лучших из лучших управленцев. Участие в конкурсе дает женщинам, обладающим управленческими компетенциями, а также высоким уровнем лидерских качеств, перейти на новый этап карьерного роста, войти в резерв управленческих кадров России, перейти на новую ступень социального развития.

По данным вице-премьера РФ Т. Голиковой, «в настоящее время женщины составляют больше четверти (26 %) участников конкурса управленцев "Лидеры России"» [3]. Рассмотрим тенденции прохождения женщинами основных этапов конкурса "Лидеры России".

1) Анализ участия женщин в полуфинале конкурса. Среди участников, приглашенных в полуфиналы третьего сезона конкурса (2020 год), женщины составляют 19 %. Для сравнения, во втором сезоне конкурса в полуфиналы вышли 14,3 % женщин, в первом сезоне – 14,8 % [3]. Наиболее полно динамика женщин-участниц, вышедших в полуфинал по сезонам конкурса "Лидеры России", представлена на рис. 1. Как мы видим из графика, третий сезон самый активный по женщинам-участницам.

2) Анализ динамики женщин, вышедших в финал конкурса "Лидеры России". Доля женщин-финалистов конкурса Лидеры России» за 2018 и 2019 годы, в процентах от общего количества вышедших в финал участников представлена на рис. 2. Как видим, в 2017–2018 гг. финалистами конкурса «Лидеры России» стало 300 участников, из них 47 лидер-женщины (15,67 %). В 2018–2019 гг. из 300 финалистов – 38 участников – это женщины (12,67 %).

3) Анализ динамики женщин-победителей конкурса. В 2017–2018 годах в победители конкурса вышли 103 лидера, из которых 11 женщин (10,7 %). В 2018–2019 годах победителями конкурса стали 104 финалиста, из них 13 женщин (12,5 %). На рисунке 3 более наглядно представлен рост женщин-победителей конкурса в 2019 году по сравнению с 2018 годом.

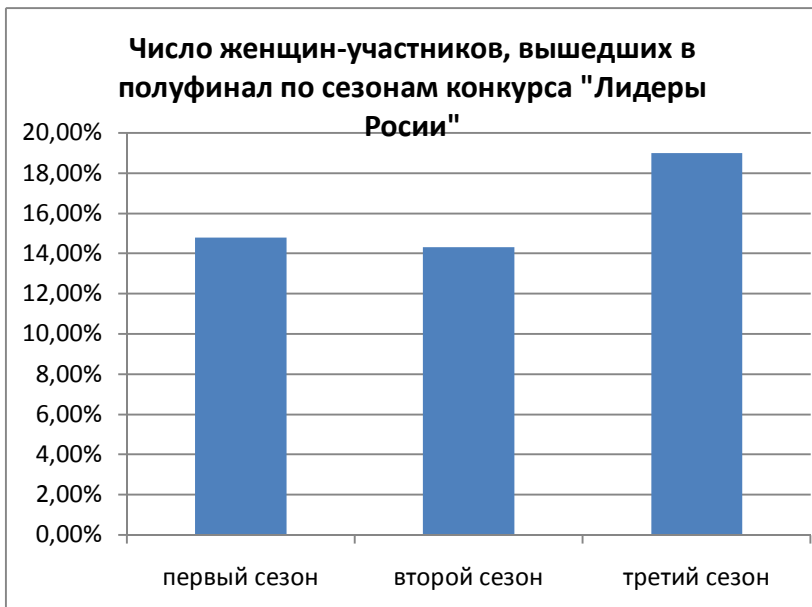


Рис. 1. Число женщин-участников, вышедших в полуфинал по сезонам конкурса "Лидеры России", % от общего количества участников

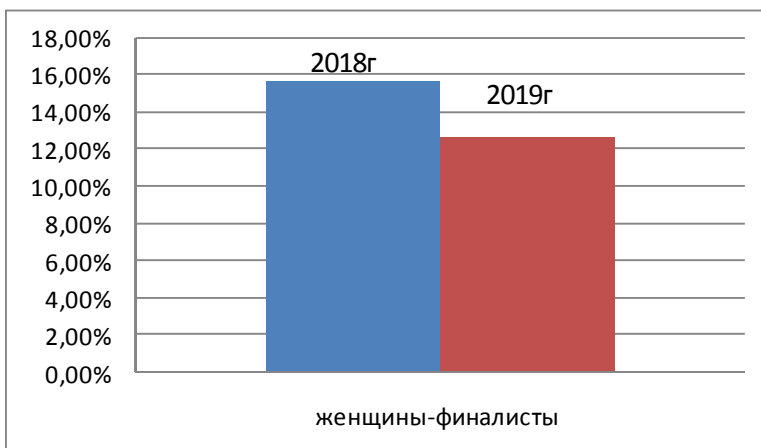


Рис. 2 Доля женщин-финалисток конкурса «Лидеры России» за 2018 и 2019 гг., в процентах от общего количества вышедших в финал участников

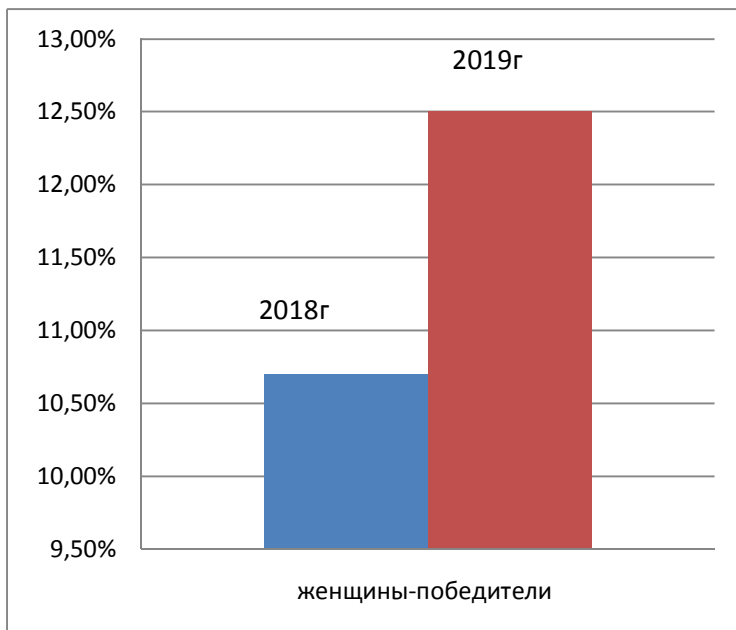


Рис. 3. Динамика женщин-победителей конкурса «Лидеры России» за 2018 и 2019 годы, % от общего количества победителей

Исследование показало, что в 2017–2018 годах почти каждая четвертая женщина, прошедшая все этапы конкурса и вышедшая в финал, победила в конкурсе. В 2018–2019 годах почти каждая третья женщина, прошедшая все этапы конкурса и вышедшая в финал, победила.

Конкурс «Лидеры России» дает возможность женщинам реализовать себя из любого региона России. Например, в 2017–2018 гг. в финал конкурса вышли женщины-руководители из Челябинска, Казани, Перми, Новосибирска, Омска, Екатеринбурга, Санкт-Петербурга, Москвы и Московской области. Очень широкая география финалисток и в 2018–2019 гг.: две женщины из Санкт-Петербурга, пять победительниц – из Москвы и Московской области, две женщины из Красноярского края, также победили женщины-руководители из Омска, Севастополя, Невинномыска, Екатеринбурга. Часть женщин, вышедших в финал, имеют опыт управленческой деятельности на государственной службе в Департаменте предпринимательства и инновационного развития города Москвы, в Правительстве Севастополя, Министерстве энергетики Российской Федерации и др.; другая часть – в коммерческих организациях: ООО

«РН-Аэро», АО ЮниКредит Банк, ООО «АЙСИТЕК», ОАО «РЖД», ПАО «Красноярскэнергосбыт», ПАО «ГМК «Норильский никель».

Участие в конкурсе имеет весомые результаты: за два года назначения на высокие позиции получили более 150 участников конкурса, в том числе два человека стали губернаторами, пятеро – заместителями федеральных министров. В 2018 году победительница из Татарстана А. Лебедева получила образовательный грант в размере 1 млн рублей и возможность получать консультации Президента РТ Р. Минниханова. В ее карьере после участия в конкурсе произошел значительный скачок: сейчас она работает в Москве управляющим директором ВЭБ. РФ и отвечает за реализацию проектов социального воздействия.

Подобные конкурсы, но на региональном уровне, также реализуются в отдельных областях. Так, например, в Ивановской области проходит конкурс «Лидеры Ивановской области» [4], который направлен на поиск талантливых управленцев, менеджеров, перспективных специалистов в различных отраслях. Женщины, заявившие о себе, прошедшие отборочные испытания и победившие в конкурсе «Лидеры Ивановской области», смогут получить работу в органах власти, системе поддержки бизнеса и т. д.

Подобные конкурсы и программы по продвижению женского лидерства раскрывают потенциал женщин для карьерного роста, позволяют повысить уровень женской активности в России и вывести страну на новый уровень экономического и социального развития.

Библиографический список

1. Женщины-управленцы в построении успешных бизнес-моделей. Ключевые выводы // Петербургский международный экономический форум-2019. URL: <https://roscongress.org/sessions/spief-2019-zhenshchiny-upravlyentsy-v-postroenii-uspeshnykh-biznes-modeley/discussion/> (дата обращения: 06.01.2020).
2. Орешкин заявил, что повышение экономической активности женщин позволит РФ нарастить ВВП. URL: <https://tass.ru/ekonomika/5589526> (дата обращения: 06.01.2020).
3. Официальный сайт «Лидеры России». URL: <https://xn--d1achanypala0j.xn--p1ai/> (дата обращения: 06.01.2020).
4. Официальный сайт Правительства Ивановской области. // Электронный ресурс URL: <http://www.ivanovoobl.ru/?type=news&id=19022> (дата обращения 06.01.2020).

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ СТАРШЕКЛАСНИКОВ: ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ

Важным условием успешного цифрового развития российского общества является использование трудового и творческого потенциала как мужчин, так и женщин. Однако в нашей стране сегодня отмечается недооценка человеческого капитала женщин (более низкая оплата труда и проблемы карьерного роста), широко распространены устаревшие гендерные стереотипы о роли женщин и мужчин в семье и обществе, что создает барьеры для успешной технологической модернизации России [1].

Основы для формирования существенных различий в профессиональных траекториях женщин и мужчин закладываются в средней школе [2]. Поэтому при изучении профессионального самоопределения школьников, т. е. мотивированного выбора профессии и профессиональной карьеры, в современных условиях необходимо исходить из гендерного подхода. С позиций данного подхода, «профессиональная подготовка и продвижение женщин по карьерной лестнице должны осуществляться без дискриминации по признаку пола, на основе предоставления юношам и девушкам равных прав и равных возможностей для их реализации на всех профессиональных поприщах», и прежде всего в сфере STEM-образования и STEM-профессий, основанных на компьютерных технологиях, естественных, математических, инженерных и технологических науках, в качестве карьеры [3].

В апреле – мае 2019 г. было проведено социологическое исследование методом анкетирования среди старшеклассников г. Иваново. Объектом исследования были ученики 11-х классов школ № 1, № 66, гимназии № 23, лицея № 33 г. Иваново. Цель исследования состояла в изучении их профессионального самоопределения.

Выборка исследования – гнездовая случайная. Всего было опрошено 250 чел., из них 56 % девушек и 44 % юношей. Во всех учебных заведениях, кроме 66-й школы, количество девушек, обучающихся в 11-м классе, несколько больше.

Было выявлено, что девушки составляют большинство в социально-гуманитарных, а также в биолого-химическом и математико-

экономическом классах, юноши – в физико-математических, инженерно-техническом классе и классе без профиля. В целом существенной гендерной асимметрии в выборе STEM ориентированных профилей не было обнаружено.

Практически все одиннадцатиклассники планируют поступать в вузы. В основном они указывали вузы г. Иваново (74,1 %), но также называли вузы Москвы, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода, Ярославля. Десятка наиболее популярных вузов выглядит следующим образом: ИвГУ (23,4 %), ИГЭУ (20,6 %), ИГХТУ (8,9 %), ИвГМА (7,3 %) Ивановский филиал РАНХиГС (5,6 %), СПбГУ (5,2 %), МГУ им. М. В. Ломоносова (4,4 %), МЭИ (3,6 %), ИвГПУ (3,2 %), ИПСА ГПС МЧС России (2,4 %).

Следует отметить, что значительное большинство родителей участников опроса имеют одно или несколько высших образований: среди матерей 82 %, среди отцов 72,5 %.

Почти все школьники, принявшие участие в опросе, определились с выбором профессии. Наиболее популярные профессии среди ивановских старшеклассников – программист (12,8 %), инженер-энергетик (7,2 %), врач (6,8 %), менеджер (6 %), педагог (5,6 %), переводчик (5,2 %), юрист (4,8 %), экономист (4,4 %), маркетолог (4,4 %), ученый, исследователь (3,6 %), работник правоохранительных органов (3,6 %). Меньше всего различий в ответах юношей и девушек касается профессий маркетолога и менеджера. Наибольшая разница в ответах отмечается по профессиям программиста, инженера-энергетика, педагога и переводчика. Если первые две преимущественно указывали юноши, то следующие две – исключительно девушки (см. табл. 1). Также было обнаружено, что не все девушки, обучающиеся в физико-математических и инженерно-техническом классах выбирают профессии, соответствующие их профилю. В них есть девушки, которые ориентированы на профессии социально-гуманитарной направленности.

Данные таблицы показывают, что в мотивации девушек преобладает выбор профессии в соответствии с личностными качествами, возможностями самореализации, карьерного роста, постоянного повышения квалификации, а также с желанием посмотреть мир. У юношей более важными мотивами, чем у девушек, являются: высокий уровень оплаты труда, престижность профессии, гибкий график работы, возможность работать дистанционно.

В ходе исследования профессиональный выбор девушек и юношей был соотнесен с их оценками престижности профессий. В таблице 3 приведены данные по десяти профессиям, наиболее высоко оцененных одиннадцатиклассниками.

Таблица 1

Профессиональный выбор юношей и девушек, % (n = 250)

Выбранная профессия	Девушки	Юноши
Программист	6,5	20,7
Инженер-энергетик	3,2	15,1
Врач	11,7	7,8
Менеджер	4,8	6,3
Педагог	10,1	0
Переводчик	9,4	0
Юрист	3,9	7,2
Экономист	6,5	1,8
Маркетолог	4,3	4,5
Ученый, исследователь	4,3	2,7
Работник правоохранительных органов	1,4	6,3

У девушек и юношей были выявлены различия в мотивации выбранной профессии.

Таблица 2

Мотивы выбора профессии девушек и юношей, % (n = 250)*

Мотивы выбора профессии	Девушки	Юноши
Возможность самореализации	45,9	51,8
Высокий уровень оплаты труда	36	48,6
Востребованность на рынке труда	41	39,8
Соответствие личностным качествам	46,4	33,3
Престижность профессии	22,5	30,9
Возможность карьерного роста	27,4	19,8
Возможность посмотреть мир	28,1	16,2
Гибкий график работы	14,4	24,3
Возможность постоянного повышения квалификации	21,4	12,9
Возможность работать дистанционно	1,4	10,8
Социальный пакет	2,8	0

*Множественный вопрос

Таблица 3

**Рейтинг престижных профессии в оценках девушек и юношей,
% (n = 250)***

Место в рейтинге	Профессии	Девушки	Юноши	Все участники опроса
1	IT специалист	36,7	38,7	37,6
2	Врач	28,1	13,5	28,4
3	Юрист, нотариус, адвокат	19,4	18,9	21,6
4	Экономист, финансист, банкир	23	14,4	19,2
5	Госслужащий	19,4	17,1	18,4
6	Предприниматель	12,9	15,3	14
7	Инженер	12,9	12,6	13,2
8	Блогер	10,1	17,1	12,8
9	Переводчик	14,4	7,2	11,2
10	Педагог	15,8	2,7	10

**Множественный вопрос*

Обращает внимание тот факт, что в оценках IT специалистов и инженеров девушки и юноши практически солидарны, но в их выборе в качестве профессиональных траекторий, как уже указывалось, их мнения значительно расходятся. В целом следует отметить, что ответы на открытые вопросы о выбранной будущей профессии и о наиболее престижных профессиях показали некоторое несоответствие данных позиций как у юношей, так и у девушек. Однако выбор престижных технологичных, высоко оплачиваемых профессий чаще осуществляют юноши.

Российские ученые, занимающиеся гендерными исследованиями, указывают на то, что в системе российского образования по-прежнему существует традиция деления профессий на «мужские» и «женские» с различием в уровне оплаты труда в пользу «мужских» профессий [4]. Это является следствием полоролевого подхода к социализации молодёжи, в соответствии с которым формирование ребенка происходит путем усвоения типичных характеристик своего пола (гендерных стереотипов): для мальчиков – технические профессии, карьера, успех; для девочек – гуманитарные профессии, домашнее хозяйство, забота о членах семьи и их обслуживание [3].

Данные, полученные в ходе опроса ивановских старшеклассников, выявил и следующую тенденцию: несмотря на то, что девушки в большей степени, чем юноши, показали стремление к карьерному росту и постоянному профессиональному обучению, они менее оптимистичны в отношении возможной безработицы, то есть более чувствительно ощущают свою уязвимость на рынке труда.

Таблица 4

**Отношение девушек и юношей к возможной безработице,
% (n = 250)**

Отношение к возможной безработице	Девушки	Юноши
Да, вполне реально	25,3	17,1
Да, но вероятность этого мала	27,6	23,4
Скорее нет	25,2	31,5
Нет, это практически невозможно	18,7	26,2
Не знаю	3,2	1,8
Итого	100	100

Таким образом, проведенный социологический опрос подтверждает необходимость замены полоролевого подхода в профессиональной социализации школьников гендерным, т. к. это будет способствовать более успешному развитию цифровой экономики и технологической модернизации российского общества.

Библиографический список

1. Хоткина З. А. На пути к цифровому гендерному равенству // Женщина в российском обществе. 2018. № 3. С. 5–14.
2. Савинская О. Б., Мхитарян Т. А. Технические дисциплины (STEM) как девичий профессиональный выбор: достижения, самооценка и скрытый учебный план // Женщина в российском обществе. 2018. № 3. С. 34–48.
3. Савостина Е. А., Смирнова И. Н., Хасбулатова О. А. STEM: профессиональные траектории молодежи (Гендерный аспект) // Женщина в российском обществе. 2017. № 3. С. 33–44.
4. Хасбулатова О. А. Гендерные аспекты развития STEM-образования в России // Женщина в российском обществе. 2016. № 3. С. 3–15.

*К. И. Булкина**, *Е. П. Иванова***, *Т. С. Эмануэль****

ПРИМЕНЕНИЕ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКИХ ПЕДАГОГОВ

Разделение профессий на «мужские» и «женские» имеет в России исторические корни, однако в современной России тенденции не изменились. В системе высшего образования сохраняется гендерное неравенство: девушки сосредоточены на гуманитарных и социальных специальностях, а молодые люди – на технических. Юноши, по статистике, отдают предпочтение металлургии, авиационному делу, программированию, энергетике (от 78 % до 86 % абитуриентов лица мужского пола). Девушки отдают предпочтение гуманитарным специальностям: экономика, здравоохранение, образование [1]. Несмотря на то, что большинство педагогов – женщины, из-за устоявшихся стереотипов: декрет, больничные листы по уходу за ребёнком, эмоциональная нестабильность и др., при возможности повышения предпочтение чаще отдаётся педагогам-мужчинам. В России, по данным Центра социологических исследований МГУ им. М. В. Ломоносова, доля женщин среди учителей составляет около 81%, в то время как среди директоров школ 45 %. Кроме того, педагоги-мужчины чаще становятся победителями конкурсов: так, например, в главном профессиональном конкурсе страны – «Учитель года» – за период с 1990 по 2018 было названо 32 абсолютных победителя, из них 81,3 % (26 чел.) – мужчины и лишь 18,7 % (6 чел.) – женщины.

Современный мир диктует новые требования к самому педагогу как профессионалу и личности, а также к его педагогической деятельности. Одним из наиболее актуальных трендов является цифровизация образовательного процесса. Цифровая культура педагога складывается

© Булкина К. И., Иванова Е. П., Эмануэль Т. С., 2020

* Ассистент кафедры управления образованием и кадрового менеджмента РГПУ им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург.

** Магистрантка кафедры управления образованием и кадрового менеджмента РГПУ им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург.

*** Кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления образованием и кадрового менеджмента РГПУ им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург.

из трех компонентов: когнитивный (знание того, какие технологии существуют, как их можно интегрировать в образовательный процесс), конативные (ценностное отношение к применению цифровых технологий, понимание значимости данного процесса), а также деятельностный – реальное использование цифровизации в учебном процессе.

Согласно методике Евросоюза, цифровая компетенция педагога соотносится с шестью уровнями опыта, а именно: новичок (не обладает должным уровнем навыков использования цифровых технологий в образовательном процессе), исследователь (понимает высокий уровень потенциала цифровых технологий и иногда их использует), интегратор (в своей практике применяет цифровые технологии в качестве эксперимента), эксперт (уверенно использует ряд цифровых технологий в педагогической деятельности: регулярно подбирает новые, совершенствуется в данном вопросе), лидер (сформировал комплекс цифровых технологий для каждой образовательной ситуации и готов поделиться своими знаниями), новатор (ставит под сомнение нынешнюю практику преподавания, стремится улучшить образовательный процесс, экспериментирует и работает с высоко инновационными и сложными цифровыми технологиями, является проводником в мир инноваций). По результатам проведённых исследований среди учителей школ получены следующие результаты: интеграторы составили 37 % всех опрошенных, эксперты – 31 %, исследователи – 16 %, лидеры – 13 % новаторы – 1 %, новички – 2 %. Среди преподавателей вузов: интеграторы – 38 %, эксперты – 25 %, исследователи – 22 %, лидеры – 11 %, новаторы – 1 %, новички – 3 % [2].

Для уточнения цифрового потенциала педагогов нами было проведено исследование среди 90 педагогов Санкт-Петербурга, нацеленное на выявление частоты и степени применения педагогами мобильных приложений, а также выявление причин неиспользования всех форматов цифровизации. Установлено, что 88,9 % педагогов знают 3 и более приложений, использовать которые можно в образовательном процессе, однако применяют приложения лишь 7,8 % опрошенных. При этом каждый пятый педагог-мужчина применяет цифровые технологии: приложения или порталы, в то время как среди педагогов-женщин данная цифра приближается к 1 из 20.

Для подтверждения результатов нами также были опрошены обучающиеся данных образовательных учреждений. По их мнению, зачастую педагоги сводят информационные технологии к демонстрации презентации, видео и т. д. (рис.).

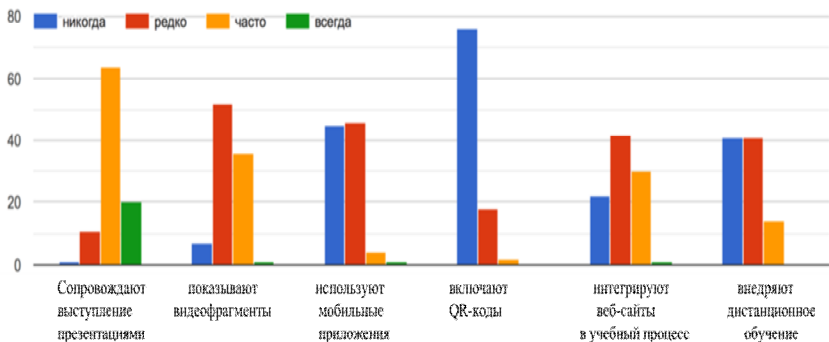


Рис. Цифровизация обучения в учреждениях респондентов

К основным причинам неиспользования мобильных приложений педагоги относят отсутствие знаний и навыков их применения, при этом отмечают высокий уровень заинтересованности в ликвидации данного дефицита. Изучение содержания мобильных приложений, используемых для обучения, позволило классифицировать по учебным задачам и этапам урока:

Приложения, используемые на этапе рефлексии:

- Приложение «Wooclap» помогает получать обратную связь от учеников и выводить на экран их ключевые слова-впечатления от проведённого занятия, позволяя провести как деятельностьную, так и эмоциональную рефлексия.

- «Mentimeter» – еще один онлайн ресурс для создания интерактивных опросов, голосования в режиме реального времени, позволяющий получать моментальную наглядную обратную связь от аудитории.

На этапе обобщения информации педагог может использовать следующие приложения:

- Приложение «Whiteboard» представляет собой виртуальную доску, использовать которую можно для наглядного изложения материала и объяснений в большом, видимом формате, пригодном для совместного использования. Такие доски отлично подойдут, если ученикам или коллегам-педагогам необходимо одно и то же рабочее пространство, но при этом они не могут находиться рядом.

- Приложение «Padlet» также позволяет наглядно обобщить материал, представив его в виде «стены» с множеством функций: просмотром видео, прикреплением аудиофайлов, географических карт и т. д.

Для повышения эффективности проведения контрольных процедур педагогу понадобятся следующие приложения:

- «ZipGrade» – приложение для быстрой обработки тестовых заданий. Педагог создает тест и в специальной болванке отмечает верные варианты ответов, после чего выдает ученикам распечатанные бланки для ответов и сам тест. Заполненные бланки педагог «сканирует» с помощью приложения, благодаря чему происходит автоматическая обработка каждого бланка. Приложение позволяет значительно сэкономить время на обработку теста и ликвидирует необходимость сверки каждого ответа с образцом.

- Комплекс «Plickers» позволяет оперативно обрабатывать ответы обучающихся на вопросы педагога. Основу составляют мобильное приложение, сайт и распечатанные карточки с аналогами QR-кодов (англ. *Quick Response Code* – двухмерных штрих код, который позволяет в небольшом квадрате закодировать большой объем информации; позволяет зашифровывать ссылки на сайты, видео-ролики др.) [3], расположенных на них. Все обучающиеся получают по одной карточке, на каждой стороне которой написан свой вариант ответа (A, B, C, D) с соответствующим QR-кодом. Учитель задаёт вопрос, ребёнок выбирает правильный вариант ответа и поднимает карточку соответствующей стороной вверх. Учитель с помощью мобильного приложения сканирует ответы детей в режиме реального времени (для считывания используется технология дополненной реальности) и формирует общую и персональную картину усвоения материала. Результаты сохраняются в базу данных и доступны как напрямую в мобильном приложении, так и на сайте для мгновенного или отложенного анализа. Следует отметить, что данное приложение удобно тем, что не требует наличия смартфонов у учеников.

Можно выделить следующие приложения, применяемые для проведения квизов (викторин):

- Приложение Quizizz позволяет проводить викторины и может использоваться как в классе, так и дома. При регистрации в приложении можно выбрать режим пользователя: студент или преподаватель. При помощи данного приложения педагог может создать свою викторину или выбрать из имеющихся, которые распределены по категориям, а именно: математика, английский язык, география, биология, информатика, биология, литература, знание правил русского языка. На каждый вопрос отводится 20 секунд, при правильном ответе появляются ободрающие картинки и начисляются бонусы, в том числе: замедление времени, возможность исправить неверный ответ или пропуск вопроса,

кроме того, ведется рейтинг игроков. Любую викторину можно поставить на паузу или выйти из неё, чтобы закончить в другое время. После окончания викторины становится доступной статистика прохождения: количество правильных ответов, время прохождения, общий рейтинг. Если педагог самостоятельно разрабатывает свой увлекательный квиз, ему достаточно просто выслать ученикам код, с помощью которого они найдут в приложении нужную викторину.

- С помощью приложения «Kahoot» можно создать тест, опрос, учебную игру или устроить марафон знаний. Приложение работает как в настольной версии, так и на смартфонах. Приложение предполагает два типа пользователей: педагог и студент. При этом преподаватель может выбрать формат работы: тестирование или соц. опрос, после чего разработать свой опросник или подобрать готовый: опросы разделены по тематикам: спорт, определение известной личности по фото и т. п. За правильные ответы начисляются очки. Рейтинг опросников и общая информация о каждом готовом тесте позволяет выбрать оптимальный опрос и пригласить к участию других игроков.

- «Triventy» – еще один бесплатный портал, представляющий собой конструктор игр и викторин и являющийся аналогом вышеупомянутых приложений «kahoot» и «quizzz». Сайт не имеет специального разработанного мобильного приложения, но его мобильная версия хорошо адаптирована для совместной работы на занятии в режиме он-лайн. Принимая во внимание, что смартфоны обучающихся современного поколения часто перегружены большим объемом информации и у обучающихся нет "места" для скачивания "очередного" мобильного приложения, данная особенность может выступить несомненным преимуществом. Педагог может организовать викторину в личном кабинете, создав индивидуальный код для викторины или теста, после чего выслать обучающимся ссылку, по которой можно присоединиться. При желании педагог может дополнить тесты подсказками, наводящими вопросами, прикреплять изображения или фотографии. Очки начисляются за правильные ответы, а дополнительные баллы за скорость. Одним из недостатков можно назвать невозможность сохранить результаты тестирования в личном кабинете, а также отсутствие перехода к следующему вопросу, пока все не ответили на предыдущий.

- «Learning Apps» – портал, который позволяет выбрать из множества предложенных вариантов мультимедийные задания для своего занятия. Все викторины разделены по категориям: английский язык, астрономия, биология, география, искусство, история, информатика и ИКТ, философия, ОБЖ, политика, профессиональное обучение, русский

язык, русский язык как иностранный, химия, человек и окружающая среда, экономика, математика, спорт, физика. Также можно выбрать степень образования: начальная школа, средняя школа, старшие классы, профессиональное обучение и повышение квалификации. Когда викторина выбрана, то появляется само задание, а также ряд следующих функций: создать подобное приложение или копию, создать пустое приложение по шаблону, показать другие приложения на основе данного шаблона.

- Мобильное приложение «TED Conferences» (аббревиатура от англ. TED – technology, entertainment, design – технологии, развлечения, дизайн) представляет собой картотеку видеороликов – интересных лекций в кратком формате. Тематики материалов разнообразны: наука, искусство, дизайн, политика, культура, бизнес, глобальные проблемы, технологии и развлечения. Все выступления носят вдохновляющий и необычный характер, имеют миллионы просмотров по всему миру. В своих выступлениях спикеры ставят вопросы, которые находят продолжение в обсуждениях обучающихся. В приложении собраны видеоролики с субтитрами на русском языке (есть возможность скачать файл при необходимости); также можно добавить закладки для дальнейшей работы.

- Наряду с приложениями следует отметить глобальную интернет-платформу Google Arts & Culture, которая объединяет сотни музеев, культурных учреждений и архивов нашей планеты и представляет собой масштабный онлайн-гид по искусству и культуре всего мира. Этот проект позволяет каждому жителю планеты при наличии интернета совершить виртуальное путешествие в разные эпохи и познакомиться с разнообразными достижениями всех времен и народов.

Также существуют мобильные приложения с дополненной реальностью, использовать которые можно как во время занятий, так и для проведения тематических образовательных квестов:

- «HPReveal» предоставляет возможность создания дополненной реальности, которая сочетает в себе объекты окружающего мира и некоторые виртуальные элементы. Работа с приложением строится следующим образом: ребенок наводит мобильный телефон на картинку в учебнике, к которой педагог заранее загрузил видео, и иллюстрация «оживает». Например, на уроке иностранного языка с помощью данного приложения можно провести аудирование: ученики получают текст с пропусками слов и иллюстрацией к нему, при наведении на которую в дополненной реальности открывается видео с песней, слушая которое необходимо вставить воспринятые на слух слова. Приложение позволя-

ет сделать учебу более увлекательной и расширить кругозор ребенка, при этом выполняя образовательную программу предмета.

- Приложение «WallaMe» позволяет пользователям дополнять реальность, создавая иллюстрации, сообщения и размещая их в цифровом виде на окружающих поверхностях. Пользователи могут фотографировать поверхность вокруг них и добавлять на них надписи, фотографии, рисунки. После того, как сообщение (называемое «стена») будет создано, оно будет геолокализованным (компьютер точно определит место нахождения сообщения) и останется видимым, если любой человек, проходящий мимо, просканирует стену своим смартфоном и приложением «WallaMe». Дополненная реальность также может быть сделана частной, тогда сообщение становится видимым только для конкретных людей, которым открыт доступ для просмотра. С помощью данного приложения педагог, например, может подталкивать детей к формулировке темы урока / внедрять элементы квеста и т. д. Кроме того, для создания собственных квестов можно использовать приложение «Surprise Me».

Следующая группа приложений актуальна как для педагога при преподнесении нового материала, так и для выполнения домашнего задания и непосредственной проверки полученных знаний:

- «Microsoft Sway» – современная альтернатива традиционным способам создания презентаций, проектов, сайтов, портфолио: PowerPoint, Google Презентации и Сайты, которые в той или иной степени представляют материал динамично, интерактивно, с нелинейной структурой.

- Wunderlist – карманный менеджер для управления задачами, создания списков дел и организации профессиональной и личной жизни.

- Microsoft To Do – веб-сервис и приложения для iOS, Android и Windows 10, которые помогут людям лучше организовать свою жизнь и получать максимум от каждого дня.

Помимо мобильных приложений одним из инструментов современного педагога может стать активное использование, так называемого, «облачного хранилища» (англ. cloud storage). Преимуществом электронного облачного хранилища является то, что и педагог, и студенты в режиме он-лайн имеют доступ к одним и тем же файлам и папкам, которые они могут совместно создавать, редактировать, обсуждать. Самые известные облачные хранилища – Dropbox, Googleдиск, Облако Mail.ru, Яндекс. Диск. Все эти сайты имеют бесплатный доступ; разработчики

также предлагают адаптированные приложения для операционных систем iOS и Android.

Таким образом, можно сделать вывод, что российские педагоги демонстрируют средний уровень владения информационно-коммуникативными технологиями в профессиональной деятельности: они более опытни в вопросах обмена информации с коллегами за счёт цифровых технологий, в повышении собственной квалификации путем онлайн-обучения, но недостаточно применяют информационные технологии в образовательном процессе. Органам управления образованием важно предпринимать системные усилия для популяризации мультимедийных технологий (в частности, мобильных приложений) и обучать педагогов их использованию в практике образовательного процесса.

Библиографический список

1. Хасбулатова О. А. Гендерные аспекты развития STEM-образования в России // Женщина в российском обществе. 2016. № 3. (80). С. 3–15.

2. Аймалетдинов Т. А., Баймуратова Л. Р., Зайцева О. А., Имаева Г. Р., Спиридонова Л. В. Цифровая грамотность российских педагогов. Готовность к использованию цифровых технологий в учебном процессе / Аналитический центр НАФИ. М.: Издательство НАФИ, 2019. 88 с.

3. Апевалова З. В., Булкина К. И., Семёнова А. А. Использование комплекса мобильных приложений в области STEM-образования для развития технологической компетентности девочек // Гендерное измерение цифровой экономики: от стратегии к действию (2018–2030): материалы Всероссийской конференции с международным участием. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2018. С. 112–119.

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В «АТЛАСЕ НОВЫХ ПРОФЕССИЙ»

В настоящее время одним из актуальных глобальных трендов, который выделяют ученые различных направлений, является распространение технологий в уже существующих сферах профессиональной деятельности человека, а также разработка и внедрение совершенно новых технологий. В данной ситуации возрастает важность подготовки квалифицированных кадров – «профессионалов будущего», которые смогут использовать новейшие технологии для реализации профессионального потенциала, а также повышения уровня своей конкурентоспособности.

Ученые отмечают, что помимо профессиональных компетенций сегодня важно развивать в молодых специалистах надпрофессиональные навыки [1]: концентрация и управление вниманием, эмоциональная грамотность, цифровая грамотность, творчество, креативность, экологическое мышление, кросскультурность, способность к обучению и самообучению.

В этих условиях большое значение приобретают вопросы профессионального самоопределения молодых людей, выбор образовательных и профессиональных траекторий, уровень подготовки и сформированности навыков и компетенций.

Научная группа Московской школы управления «Сколково» и Агентства стратегических инициатив провели масштабное исследование «Форсайт Компетенций 2030», в котором приняли участие более 2500 экспертов из разных стран, представляющие разные профессиональные сферы [2]. В ходе работы в 25 профессиональных сферах были выявлены 186 «профессий будущего» – новые направления, специалисты которых в скором времени будут актуальны и востребованы на рынке труда в условиях технологического переворота. Выделены такие профессии, как архитектор живых систем, биоэтик, агрокибернетик, оператор автоматизированных транспортных систем, разработчик интеллектуальных систем управления, космобиолог и др. Кроме того, были выделены 57 направлений, которые в будущем либо перестанут существовать, либо сильно изменятся под воздействием новых технологических решений: бухгалтер, кассир, экскурсовод, логист, вахтер, курьер, официант и др. Результаты исследования были представлены в книге «Атлас новых профессий». В 2019 году было выпущено издание «3.0» [3], в котором

© Агафонова П. В., 2020

* Магистрантка кафедры социологии и управления персоналом ИВГУ, г. Иваново.

перечень «профессий будущего» увеличен до 342, что говорит о стремительных изменениях в сферах труда и экономики.

Сами авторы подчеркивают, что «Атлас» можно использовать как пособие для всех, кто еще не определился с выбором профессии или учебным заведением. В книге по каждой отрасли содержится описание новых профессиональных направлений, а также перечень учебных заведений, где готовят «специалистов будущего».

Будущее зависит не только от технологической модернизации новых профессий, но и от возможности профессиональной самореализации как для мужчин, так и для женщин. В настоящее время известен феномен «стеклянного потолка» в гендерном разделении профессий. Термин был введен в 1980-х гг. и обозначает скрытые факторы, которые мешают продвигаться по служебной лестнице [4]. Данный термин применим в сфере труда. Несмотря на то, что женщины и мужчины имеют равное право на труд, а закон ограничивает выбор профессии для женщины лишь в некоторых случаях, в повседневной жизни девушки часто сталкиваются с предрассудками и гендерными стереотипами. Поэтому ученые отмечают различие в процентном соотношении в сфере управления, рабочих профессиях, науке и др.

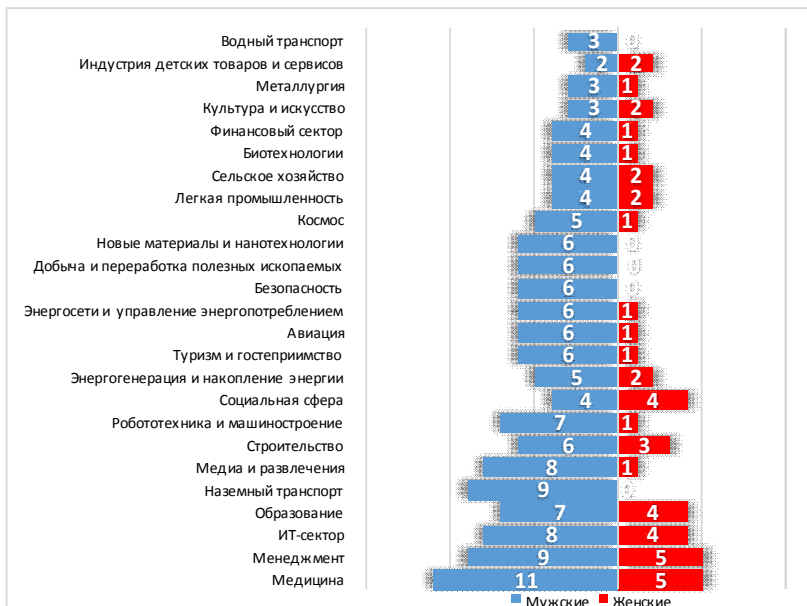
Поскольку проблемы изменения структуры рынка труда и возможности равного доступа к высокотехнологическим профессиям как для мужчин, так и для женщин, актуальны, автором была проведена гендерная экспертиза «Атласа новых профессий». Следует отметить, что в книге все представленные «профессии будущего» обозначены графическими изображениями (иконками). Для каждой профессии выбрана иконка с изображением мужчины или женщины. Экспертиза проводилась на основе анализа процентного соотношения графических иконок внутри каждой отрасли, а также по всем профессиям в целом.

Анализ показал, что равное гендерное распределение профессий отмечается в профессиях индустрии детских товаров и сервисов, социальной сферы. Приблизительно равное соотношение наблюдается в отрасли культуры и искусства (60 % – мужские иконки, 40 % – женские) [3]. Противоположная ситуация наблюдается в транспортной, авиационной, космической сферах, а также в отраслях медиа, робототехники, туризма, энергосетей, безопасности, добычи полезных ископаемых, биотехнологий и финансов (среднее соотношение «мужских» и «женских» образов в отраслях: 90 % – 10 %). Отраслей, где «женские» иконки преобладали, нет. Пирамида гендерных диспропорций в отраслях «Атласа» приведена на рисунке 1. Цифрой обозначено количество профессий в отрасли.

Условно представленные показатели можно разделить на три группы:

1. Отрасли с высоким процентом гендерных диспропорций (где процентный гендерный разрыв составляет более 60 %) – это профессио-

нальные направления, которые сегодня считаются преимущественно «мужскими», напрямую связаны с разработкой и практическим внедрением новейших технологий. В отраслях наземного транспорта, безопасности, добычи и переработки полезных ископаемых и нанотехнологий иконок с изображениями женщин нет.



Гендерные диспропорции в отраслях «Атласа профессий»

2. Отрасли со средним процентным разрывом (с разрывом от 25 % до 59 %) – отрасли, где женщины могут принимать активное участие. Чаще всего, их роль сводится к функции аналитика, консультанта, модератора, т. е. роли, которые напрямую связаны со взаимодействием с другими людьми, а не с работой за компьютером или на производстве.

3. Отрасли с низким процентным разрывом (до 24 %) или равными показателями. Это направления, связанные с современной социальной сферой – забота о детях, творчество, взаимодействие с различными категориями населения.

Проанализировав группы отраслей, можно сделать вывод, что гендерный дисбаланс минимален в отраслях социального сектора. В остальных феномен «стеклянный потолок» в сфере профессиональной самореализации женщин носит ярко выраженный характер.

Отдельное внимание при анализе «Атласа» стоит обратить на родовые признаки названий профессий. «Женских» профилей в данном перечне нет, что еще раз актуализирует проблему гендерного дисбаланса.

В «Атласе» каждой профессии будущего соответствует набор надпрофессиональных навыков и умений [3], которые, согласно результатам исследований авторов, необходимо развивать у выпускников учебных организаций уже сегодня, чтобы они стали конкурентоспособными завтра (табл. 1).

Таблица 1

Гендерные диспропорции в распределении надпрофессиональных навыков и умений

Навыки и умения	Мужчины	Женщины
Системное мышление	116 (76 %)	36 (24 %)
Бережливое производство	44 (90 %)	5 (10 %)
Работа в условиях неопределенности	24 (89 %)	3 (11 %)
Программирование / робототехника / искусственный интеллект	95 (85 %)	18 (16 %)
Экологическое мышление	48 (81 %)	11 (19 %)
Управление проектами	89 (79 %)	23 (21 %)
Межотраслевая коммуникация	76 (78 %)	21 (22 %)
Мультиязычность и мультикультурность	67 (73 %)	25 (27 %)
Работа с людьми	51 (65 %)	28 (35 %)
Клиентоориентированность	60 (63 %)	34 (37 %)
Навыки художественного творчества	17 (57 %)	13 (43 %)

Необходимым навыком практически для всех «профессий будущего» является системное мышление. Структуры общественных систем становятся все более сложными, поэтому профессионалу будущего необходимо подходить ко всем вопросам системно, используя знания сразу из нескольких областей. Если рассматривать профиль иконок профессий в данном направлении, то для «женских» профессий необходимыми над профессиональными навыками обозначены клиентоориентированность, работа с людьми, мультиязычность и управление проектами, а для мужчин – программирование, управление проектами и межотраслевая коммуникация.

В развитии каждой профессиональной области авторы «Атласа» отметили тренды [2] – социальные и технологические процессы, влияющие на изменение окружающего мира. Исследование подтвердило гендерную асимметрию и в этом направлении (табл. 2).

Таблица 2

Тренды, определяющие специфику «профессий будущего»

Тренды	Мужчины	Женщины
Автоматизация	51 (89 %)	5 (11 %)
Рост сложности систем управления	37 (86 %)	6 (14 %)
Рост требований к экологичности	18 (78 %)	5 (22 %)
Глобализация	35 (76 %)	11 (24 %)
Рост конкуренции	51 (63 %)	30 (37 %)

В таблице 2 видно, что определяющими будущее «мужских» профессий являются тенденции автоматизации, роста конкуренции и роста сложности систем управления, в то время как на «женские» профессии влияние оказывают рост конкуренции и глобализация. Можно предположить, что рост конкуренции связан с активным включением как мужчин, так и женщин в определенные профессиональные сферы, связанные с медициной, туризмом, менеджментом и ИТ-сферой.

Таким образом, исследование, основанное на анализе «Атласа новых профессий», показало, что разработчики «Атласа» – специалисты АСИ, предполагают и в будущем рынке труда сохранять гендерную сегрегацию во всех профессиональных сферах, что впоследствии отрицательно скажется на качестве человеческого капитала женщин в целом. Вместе с тем, для качественного развития экономической сферы будущего важно, чтобы женщины наравне с мужчинами смогли развивать свой потенциал, навыки и профессиональные стремления.

Библиографический список

1. Навыки будущего. URL: https://futuref.org/futureskills_ru (дата обращения: 25.01.2019).
2. Атлас новых профессий. URL: <http://atlas100.ru/catalog/> (дата обращения: 25.01.2019).
3. Атлас новых профессий 2.0 / П. О. Лукша, Е. Б. Лукша, Д. Н. Песков и др. М., 2015. 288 с.
4. Суховеева Я. А., Березина Е. С. Проблема конкурентоспособности женщин-руководителей в современной России // Профессиональная ориентация. 2019. № 1. С. 92–96.

ГЕНДЕРНАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ В СФЕРЕ ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ КАК ОДИН ИЗ СОЦИАЛЬНЫХ РИСКОВ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: ПРИМЕР КРЕМНИЕВОЙ ДОЛИНЫ

Кремниевая долина в США – мировой центр цифровой экономики, где сосредоточены крупнейшие корпорации-разработчики программного обеспечения, информационных технологий, куда стремятся попасть лучшие программисты и компьютерные инженеры со всего мира. Современные компании Кремниевой долины и организованное пространство вокруг них – некий прообраз того, как будут выглядеть страны с развитой цифровой экономикой в недалеком будущем. Кроме создания новейших технологий это место задает мировые тренды в стиле жизни, образе мышления, в управлении ресурсами и использовании человеческого капитала. В связи с этим представляется интересным узнать, каким образом здесь конструируются гендерные отношения, и достигнут ли гендерный баланс в трудовой сфере. В результате станет возможным спрогнозировать, как будут формироваться гендерные отношения в высокотехнологических отраслях в процессе развития цифровой экономики в России.

Как правило, всемирно известные компании Кремниевой долины и современные высокотехнологические разработки связаны с именами мужчин – Марк Цукерберг (Facebook), Ларри Пейдж, Сергей Брин (Google), Билл Гейтс (Microsoft), Тим Кук (Apple), Джефф Безос (Amazon), Илон Маск (SpaceX). Какое же место в этом центре инноваций занимают женщины?

В 2017 году американским Центром журналистских расследований был направлен запрос в 211 технологических компаний Кремниевой долины для получения отчета по демографическим показателям рабочей силы, который предоставляют правительству все крупные компании США, численность работников которых превышает 100 человек. Согласно полученным данным, доля женщин среди работников этих компаний составляет в среднем 25 %. Гендерный баланс достигнут только в одной биотехнологической фирме «23andMe», исполнительным директором которой является женщина. В 22 компаниях процентное соотношение мужчин и женщин примерно 60 % и 40 %, во всех остальных компаниях доля мужчин значительно выше. При этом, согласно отчетам, женщины преимущественно занимают должности бухгалтеров,

© Задворнова Ю. С., 2020

* Кандидат социологических наук, Слушатель Калифорнийского университета, Сакраменто, Калифорния, США.

специалистов по кадрам и управлению персоналом, юристов. Мужчинам принадлежат высокооплачиваемые позиции программистов, разработчиков, менеджеров. В Google лишь 19 % программистов женщины, притом, что в целом в компании работают 31 % женщин. Похожая ситуация в Apple (23 % женщин-программистов против 32 % всех работающих женщин) и в Facebook (17 % против 33 %) [1].

По данным отчетов, доля женщин на управленческих должностях составляет в среднем 15–20 %. Так, например, в компании LinkedIn доля женщин-руководителей 31 %, в Facebook женщины-менеджеры составляют 26 %, в Apple – 18 %, тогда как в компании Viewтолько 8 % женщин на руководящих позициях, в Nvidia – 11 %, в Intel – 13 % [1].

По данным исследования колледжа Babson, только в 2,7 % из 7 тысяч компаний-получателей венчурного капитала должность CEO занимает женщина [3].

Агентство Carta проанализировало данные о доходах 6 тысяч компаний, 18 тысяч работников и 15 тысяч учредителей компаний и выявило, что мужчины владеют 91 % акций компаний в составе опциона (акции, выпускаемые компаниями для работников и выдающиеся в качестве материального поощрения). Кроме того, Carta подсчитала, что на каждый доллар, заработанный мужчиной-учредителем компании, приходится 39 центов, заработанных женщиной-учредительницей [2].

Несмотря на то, что на технических факультетах в университетах обучается примерно равное количество девушек и юношей, уходят из профессии в два раза больше женщин, чем мужчин. Женщины получают образование и научные степени в STEM, устраиваются по профессии, но в скором времени встречаются с недружественной корпоративной политикой и покидают отрасль [6].

По данным социологического опроса «Слон в долине», в котором приняли участие 220 женщин, работающих в компаниях Кремниевой долины, в процессе работы они сталкивались с сексуальным харрасментом, психологическим насилием, пренебрежительным отношением коллег-мужчин, отсутствием поддержки. Более 60 % женщин признались, что подвергались сексуальным домогательствам на работе, две трети из них – домогательствам от своих начальников. 90 % женщин стали жертвами или наблюдали за сексистским поведением в компаниях Кремниевой долины, 87 % столкнулись с унижительным отношением со стороны сотрудников мужчин, 47 % выполняли задания более низкой квалификации, чем их коллеги мужчины на аналогичных должностях [4].

Американская журналистка Эмили Чанг провела расследование, в ходе которого опросила работников и руководителей компаний Кремниевой долины и по итогам написала ставшую бестселлером книгу «Бротопия». Э. Чанг пришла к выводу, что корпоративный мир Крем-

ниевой долины представляет собой своеобразное братство, живущее по патриархальным законам. Интервьюируемые признавались, что зачастую собеседования об инвестировании проектов, рабочие совещания проводятся в стриптиз-барах или отелях, где женщины чувствуют себя некомфортно и небезопасно. При этом женщины вынуждены либо следовать насаждаемым правилам этой мужской игры, либо смириться, что никогда не смогут преуспеть в профессиональном продвижении и финансировании своих проектов [3].

Гендерная дискриминация в оплате труда и карьерном продвижении, сексуальный харрасмент приводят к уходу женщин из профессии, делают отрасли цифровой экономики менее привлекательными. Однако эти новые проблемы цифрового гендерного разрыва уходят корнями в глубинные проблемы гендерного неравенства, основанные на гендерных стереотипах и сексизме, с которыми общество борется на протяжении длительного времени. Печально осознавать, что в Кремниевой долине-месте, где сконцентрированы самые прогрессивные умы, продолжают процветать пережитки патриархальной культуры.

Так, например, в 2017 году компания Google уволила инженера Джеймса Дамора из-за многочисленных жалоб сотрудниц на его скандальный доклад, где он утверждал, что «профессиональные возможности мужчин и женщин частично различаются из-за биологических причин». И это проявление сексизма не единичный случай. В процессе набирающего обороты в США движения MeToo вслед за Голливудом в Кремниевой долине участились случаи подачи женщинами судебных исков против корпораций с обвинениями в гендерной дискриминации и харрасменте [7].

Ситуация в Кремниевой долине вызывает обеспокоенность, поскольку именно такой мир ждет женщин в эпоху цифровой экономики, если не начать принимать соответствующие меры. Исключение женщин из сферы, занимающейся разработками современных технологий и искусственного интеллекта, повлечет за собой их проигрыш в конкуренции за социальные и материальные блага, что, в свою очередь, усилит гендерную дискриминацию и социальное расслоение в обществе.

России, только вступающей на путь развития цифровой экономики, важно проанализировать зарубежный опыт, чтобы эффективно преодолеть негативные издержки технологической революции, в первую очередь, создавая механизмы по ликвидации гендерных барьеров и эффективно использованию человеческого капитала женщин.

При проведении кадровой политики в российском аналоге Кремниевой долины «Сколково», а также при создании новых высокотехнологических компаний в STEM секторе, считаю важным разработать программу по недопущению гендерной дискриминации, предусматривающую следующие направления:

- квотированные места для женщин при наборе персонала в отрасли цифровой экономики;
- прозрачные механизмы начисления равной заработной платы для мужчин и женщин на аналогичных должностях, а также равные критерии для продвижения по карьерной лестнице;
- борьбу с гендерными стереотипами и проявлениями сексизма на рабочих местах (просветительские лекции, семинары для сотрудников; курсы гендерного образования для руководителей).

Кроме того, сокращение цифрового гендерного разрыва требует масштабных структурных изменений в системе образования, экономической и социальной политике.

Цифровые технологии могут открыть женщинам доступ к профессиональной мобильности и карьерным достижениям, улучшить их благосостояние. Но для этого нужно сделать отрасли цифровой экономики привлекательными и перспективными, чтобы, выбирая STEM специальности, женщины знали, что смогут успешно реализоваться в профессии, не чувствуя проявлений гендерной дискриминации и сексизма.

Как отмечает соосновательница Фонда Гейтсов и филантроп Мелинда Гейтс: «Чтобы дать женщинам возможность подняться, порой достаточно лишь ликвидировать препятствующие им барьеры», и с этим утверждением нельзя не согласиться [5].

Женщины составляют половину мирового человеческого капитала, поэтому расширение прав и возможностей женщин, использование их талантов и лидерства – залог успешного развития цифровой экономики.

Библиографический список

1. A Data-Backed Look Into Silicon Valley’s Gender Equality Problem. URL: <https://observer.com/2017/11/> (дата обращения: 07.01.2020).
2. A new report highlights Silicon Valley’s stunning gender equity gap. URL: <https://www.cnbc.com/2018/09/19/> (дата обращения: 09.01.2020).
3. Chang Emily. Brotopia: Breaking up the boy’s club of Silicon Valley. Portfolio. 2019. 336 p.
4. Elephant in the Valley URL: <https://www.elephantinthevalley.com> (дата обращения: 10.01.2020).
5. Gates Melinda. The moment of lift: how empowering women changes the world. Flatiron Books. 2019. 273 p.
6. Ornes S. The STEM gender gap: Can science and tech attract more women? CQ Researcher. Volume 28. Issue 31. September 2018. URL: <https://library.cqpress.com>. (дата обращения: 24.11.2018).
7. Sheelah Kolhatkar. The Tech industry’s gender discrimination problem. N. Y. 2017. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2017/11/20/the-tech-industrys-gender-discrimination-problem>. (дата обращения: 15.01.2020).

ЖЕНСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ГЕНДЕРНЫЙ ЦИФРОВОЙ РАЗРЫВ

Введение. Технологические достижения в области цифровых технологий преобразуют сферу труда, и все большее число фирм применяют информационные технологии в основном производстве, маркетинге, а также во вспомогательных процессах. Это преобразование создало прорывные технологии и предоставило новые возможности в цифровой экономике [1, 2], а также изменило требования к квалификации [3–5]. Цифровизация требует наличия новых компетенций и формирует новые профессии [6], позволяющие иметь гибкий график и работать удаленно. На рынке труда появляется новая «ниша», которую могут занять женщины.

Представление о женщинах, работающих гибко (часто в домашних условиях), не ново. Женщины веками занимались сдельной работой. В прошлом – бедные и работающие женщины брали на себя сдельную работу, сейчас – предпринимательство рассматривается как решение проблем трудоустройства для женщин любого происхождения. Цифровое предпринимательство, в частности, во многих странах получает широкую государственную поддержку.

Для того, чтобы воспользоваться возможностями цифровизации, предприниматели во всем мире, включая женщин-предпринимателей в Европе, должны обладать адекватными навыками в области информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Вместе с тем, исследования Европейской комиссии (2018) показали, что процент европейцев с образованием в сфере ИКТ снижается, в основном, среди женщин. Иными словами, разрыв между участием мужчин и женщин в цифровом секторе в сфере образования, карьеры и предпринимательства увеличивается. Согласно материалам исследования, гендерный цифровой раз-

© Масюк Н. Н., Темнова Н. К., Маркова Е. К., Птицына Н. А., 2020

* Доктор экономических наук, профессор Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток.

** Доктор экономических наук, профессор РГПУ им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург.

*** Кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии ИВГУ, г. Иваново.

**** Кандидат педагогических наук, доцент кафедры психологии ИВГУ, г. Иваново.

рыв является результатом стойких убеждений о гендерных различиях в технических возможностях [7].

Результаты и дискуссия. Научные работы в области цифрового гендерного разрыва и цифрового разрыва в навыках появились сравнительно недавно [8–12]. Исследования гендерных различий в предпринимательстве носят, в основном, эмпирический характер. Выявлены особенности женского предпринимательства (например, гендерная сегментация), отличающие его от мужского предпринимательства. Женщины, как правило, сосредоточены в микро- и малых предприятиях, а также в сфере базовых услуг и других секторах с низкой добавленной стоимостью. Мужчины работают в более крупных фирмах, а также заняты в производственной и других видах деятельности, которые, как правило, создают более высокую добавленную стоимость. Эти дисбалансы влияют на уровень материального дохода женщин, психологическую безопасность, социальную защищенность [13].

В эмпирических исследованиях отмечается, что женщины с низким уровнем дохода чаще трудятся в неформальном секторе, либо заняты деятельностью в домашних хозяйствах. В странах с более высокими доходами женщины могут не работать [14–15]. Например, Чен М. А. (2001) доказывает, что женщины-предприниматели чаще работают в неформальном секторе [16]. Исследование Европейской комиссии и ОЭСР (2015) выявило отрицательную корреляцию между формальными и неформальными начальными показателями в странах ЕС. Это обстоятельство может указывать на эффект замещения в выборе предпринимателя: регистрировать или не регистрировать их фирмы. Одним из факторов, который предприниматели учитывают при принятии решения о регистрации, является доступ к кредиту. Кредитные ограничения являются барьером как для мужчин, так и для женщин-предпринимателей. Но в большей мере это касается женщин, поскольку они владеют меньшим количеством активов, которые могут быть использованы в качестве обеспечения. В свою очередь, кредитные ограничения в большей степени влияют на деятельность мелких предприятий, снижая их производительность и усиливая неформальность. В соответствии с институциональным подходом к неформальности, факты свидетельствуют о том, что в европейских странах с высоким гендерным уклоном женщины-предприниматели более склонны отказываться от процесса подачи заявки на кредит [17].

Ряд авторов, обращая внимание на цифровое гендерное неравенство [18] показывают, что женщины используют ИКТ меньше, чем мужчины. Они имеют менее развитые навыки, ограниченный доступ, чаще руководствуются социальными целями, чем мужчины. Кроме

того, у женщин-предпринимателей – меньше времени для ведения своего бизнеса (в том числе для приобретения и совершенствования навыков в области ИКТ) из-за занятости домашним трудом [19].

В настоящее время недостаточно научных данных о численности женщин, занимающихся предпринимательской деятельностью в Интернете. Большинство исследований в области цифрового предпринимательства проводятся в высокотехнологичных и быстрорастущих компаниях, где женщины составляют в среднем лишь 10 процентов учредителей во всем мире. Слаборазвитые, феминизированные секторы, в которых доминируют женщины (например, ремесленные онлайн-бизнесы), также недостаточно представлены в научной литературе. В большинстве исследований женского предпринимательства женщины характеризуются как менее амбициозные и способные, по сравнению с мужчинами, хотя это явно не соответствует действительности.

Рассмотрим психологические особенности и мотивационную структуру женского предпринимательства, которые являются факторами, порождающими цифровой гендерный разрыв.

Освоение информационных технологий расширяет личные ресурсы женщин-предпринимателей (повышается профессиональная и социальная мобильность, формируется коммуникативная компетентность, появляется возможность получения дополнительного заработка). Женщины-предприниматели, владеющие компьютерной грамотностью, активно пользуются информационными ресурсами как в профессиональной деятельности, так и в повседневной жизни, успешнее реализуют личный потенциал (как на физическом, так и на психологическом уровнях).

Одним из демотивирующих факторов освоения цифровых технологий выступает интенсивная рабочая нагрузка женщины-предпринимателя, которая истощает физические и психоэмоциональные ресурсы, ослабляя мотивацию профессионального развития. Эти наблюдения соотносятся с данными, полученными в ходе эмпирических исследований, проведенных на базе государственной социальной службы. Кроме того, в провинции женщины вынуждены в досуговое время искать дополнительные источники укрепления семейного бюджета (например, заниматься обработкой садово-огородных участков, выращивать сельскохозяйственную продукцию) [20]. Другой демотивирующий фактор – отсутствие комплексной системы подготовки и переподготовки женщин-предпринимателей в сфере освоения цифровых технологий.

Скорость продвижения женщин в области цифрового предпринимательства во многом определяется особенностями ценностно-мотивационной структуры личности (ценность семьи, здоровье близких, долг и ответственность).

Заключение. Цифровые технологии открывают новые возможности и помогают расширять возможности женщин. Интернет, цифровые платформы, мобильные телефоны и цифровые финансовые услуги предоставляют всем возможность «перепрыгнуть» и могут помочь преодолеть разрыв, предоставив женщинам возможность получать (дополнительный) доход, увеличивать возможности трудоустройства, и получить доступ к знаниям и общей информации. Это приносит пользу женщинам и их семьям, тем самым улучшая психологический климат в семьях.

Вот почему цифровое предпринимательство актуально для женщин и его успешное внедрение может быть полезно для всех сфер инновационной экономики.

Библиографический список

1. Цифровая экономика: проблемы и последствия современных технологий: Коллективная монография / Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Среднерусский институт управления. Орел, 2019.

2. Масюк Н. Н., Васюкова Л. К., Ищенко А. Е., Диденко П. С. Нейронные сети как прорывная цифровая технология в инновационном бизнесе // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2019. Т. 8, № 4 (29). С. 279–283.

3. OECD and European Commission (2017), *Missing Entrepreneurs: Policies for Inclusive Entrepreneurship*, OECD: Paris.

4. McKinsey Global Institute (2016), *Digital Europe: Pushing the Frontiers, Capturing the Benefits*, McKinsey & Company.

5. Kollmann T., Hensellek S. and Kensbock J. (2016), *European Start-Up Monitor 2016*.

6. Масюк Н. Н., Панькова О. С. Рынок труда и ключевые компетенции цифровой экономики // Цифровой регион: опыт, компетенции, проекты: сборник статей Международной научно-практической конференции (г. Брянск, 19 ноября 2019 г.) [Электронный ресурс]. Брянск: Брян. гос. инженерно-технол. ун-т. 2019. С. 467–471.

7. European Commission (2018), *Women in the Digital Age*, EC: Brussels.

8. Hargittai E. and Shafer S. (2006), 'Differences in actual and perceived online skills: The role of gender', *Southwestern Social Science Quarterly*, Vol. 87 (2): 432–448.

9. Helsper E. J. (2010), 'Gendered internet use across generations and life stages', *Communication Research*, Vol. 37 (3): 352–374.

10. Martínez-Cantos J. L. (2016), 'Digital skills and gender gaps in Europe', in Building Digital Skill Space in Europe, 12th International Conference on Internet, Law and Politics (Barcelona).
11. Martínez-Cantos J. L. (2017), 'Digital skills gaps: A pending subject for gender digital inclusion in the European Union', *European Journal of Communication*, Vol. 32 (5), 419–438.
12. Guzman J. and Kacperczyk A. (2019), 'Gender Gap in Entrepreneurship', *Research Policy*, 48, forthcoming.
13. International Organization of Employers (2008), *Women Entrepreneurs*, <http://www.ioeemp.org/en/policy-areas/employment/women-entrepreneurship/index.html>
14. World Bank (2012), *World Development Report 2012: Gender Equality and Development*, World Bank: Washington DC.
15. Snyder K. A. (2005), 'Gender Segregation in the Hidden Labor Force: Looking at the Relationship between Formal and Informal Economies', in *Gender Realities: Global and Local*, M. T. Segal and V. Demos (eds.), Emerald Insight, *Advances in Gender Research*.
16. Chen M. A. (2001), 'Women and informality: A global picture, the global movement', *SAIS Review*, Vol. 21 (1), 71–82.
17. European Central Bank (2015), 'Gender bias and credit access', *ECB Working Paper No. 1822*.
18. UNCTAD (2014a), *Empowering women entrepreneurs through technology*, UNCTAD: Geneva.
19. UNCTAD (2014b), *Measuring ICT and gender: An assessment*, UNCTAD: Geneva.
20. Птицына Н. А., Маркова Е. К. Женщина на городской социальной службе: особенности статуса и профессионального развития в условиях цифровой экономики // Горожанки и горожане в политических, экономических и культурных процессах российской урбанизации XIV–XXI веков: материалы Одиннадцатой международной научной конференции РАИЖИ и ИЭА РАН, 4–7 октября 2018 г., Нижний Новгород: в 2 т. / отв. редакторы Н. А. Пушкарева, Н. А. Гронская, Н. К. Радина. М.: ИЭА РАН, 2018. Т. 2. С. 23–25.

ЕСТЬ ЛИ У ПРОФЕССИЙ БУДУЩЕГО ПОЛ?

В современном обществе, которое стремительно развивается, необходимы новые знания, умения, компетенции. Сегодняшние школьники – это профессионалы будущего, которым предстоит решать нестандартные профессиональные задачи, иметь навыки, которых нет у современных работников. Поэтому очень важно, чтобы современные школьники имели представление о том, какие существуют профессии, какие будут востребованы в будущем, какие умения, навыки, качества необходимы для выполнения той или иной профессиональной деятельности.

Достаточно большой пласт представлений о своём будущем закладывается у ребенка в детском и подростковом возрасте. Это касается и представлений о будущей профессиональной деятельности. Самые первые каналы, по которым, поступает данная информация к ребенку – это детские книги, а затем и учебники. Данные источники транслируют стереотипное представление о том, какие профессии приняты в обществе для женщин и какие для мужчин [1, 2].

Следует учитывать и тот факт, что современные дети и подростки много информации черпают из различной видеопродукции (мультфильмов, фильмов), потому, что она более проста для восприятия, нежели печатная, более яркая, интересная. Образы, представленные в мультфильмах и фильмах, ребенок может примерять на себя, строить планы, используя данные образы. Современная видеопродукция содержит в себе и профессиональные образы, которые могут заинтересовать ребенка, помогут сформировать свои профессиональные предпочтения.

Одним из самых масштабных интернет-проектов, посвященных знакомству детей с профессиями, является федеральный образовательный проект «Навигатум» (продюсер А. Ю. Смирнов). Проект предусматривает три блока для детской и подростковой аудитории.

1. Малышам и дошкольникам «Навигатум: в мире профессий»;
2. Школьникам начальных и средних классов «Навигатум: калейдоскоп профессий»;
3. Старшеклассникам: видеофильмы о профессиях и выборе своего образовательного и жизненного пути».

«Продукция "НАВИГАТУМ" с успехом используется Министерством труда, Центрами занятости населения, школами, вузами, техни-

кумами и колледжами, детскими садами, учреждениями дополнительного образования, профориентационными центрами и частными консультантами», отмечают создатели проекта [3]. «Мы получили многочисленные подтверждения эффективности использования материалов "НАВИГАТУМ", их удобства в работе, а самое главное – достижение реальных результатов в профориентации. За последние годы более пяти миллионов школьников в стране получили знания о профессиях с проектом "Навигатум"».

В данном проекте представлены направления развития для различных профессий. Очень наглядно и понятно представлены профессии, описаны необходимые навыки для них. В проекте учтены особенности детской аудитории, он составлен на понятном, простом языке с использованием элементов молодежного жаргона. Стоимость проекта доступна. В поисковой строке он находится первым. Все это свидетельствует о том, что он пользуется популярностью у педагогов, родителей и детей. Дети могут с помощью него начать свое профессиональное самоопределение.

Целью исследования стало выявление наличия/отсутствия в представленном проекте стереотипных представлений о соответствии профессий тому или иному полу.

Анализ данного проекта построен в соответствии с теми блоками, которые выделяет разработчик. Для исследования проекта нами был выбран метод неформализованного контент-анализа.

Первый блок «Малышам и дошкольникам «Навигатум: в мире профессий»». В этом и следующем блоке главными героями являются братья Дотошкины. Старший брат, который учится в институте и подрабатывает доставщиком пиццы, показывает младшему брату Димке разные профессии.

В первой серии данного блока («Все профессии важны») представлены 27 профессий: машинист, пилот, водитель, врач, полицейский, пожарный, военный, кочегар, нефтяник, шахтер, геолог, металлург, токарь, космонавт, метеоролог, архитектор, дизайнер, строитель, грузчик, автомеханик, сантехник, продавец, повар, таксист, актриса, парикмахер, охранник, композитор, режиссер, оператор. При назывании профессии в мультфильме появляется изображение того или иного профессионала. Только одну из названных профессий представляет женщина. Это актриса. Причем она представлена в очень комичном контексте: сначала она опаздывает, а потом спрашивает режиссера. Таким образом, в блоке для детей младшего возраста практически все профессии представлены, как принадлежащие мужчинам. Причем одна из серий данного блока («Почему мама и папа ходят на работу?»), посвящена объяснению того, почему оба родителя работают. Возникает вопрос, куда же должна пойти работать мама при данном распределении профессий по полу? Таким

образом, содержание данного блока можно охарактеризовать как профессиональную гендерную дискриминацию.

Второй блок проекта предназначен для учеников начальных и средних классов «Навигатум: калейдоскоп профессий». Здесь представлено 58 профессий: коллектор, копирайтер, дизайнер, дипломат, диспетчер, мэр и губернатор, инженер, журналист, кинолог, мерчандайзер, метеоролог, модель, налоговый инспектор, нанотехнолог, полицейский, нотариус, пенсионер, писатель, пожарный, пиар-менеджер, президент и вице-президент, продюсер, сценарист, стартапер, судья, таможенник, товаровед, педагог, ученый, военный, блогер, брокер, консультант по здоровой старости, игромастер, IT-проповедник, проектировщик детских роботов, управленец детским садом, специалист центра занятости, архитектор, менеджер, логист, тренер, ветеринар, автослессарь, электромонтёр, электрогазосварщик, строитель, закройщик, повар, сисадмин и программист, сити-фермер, сантехник, металлург, вальцовщик, детский стоматолог, машинист крана, сварщик труб, резчик труб.

В данном блоке 14 из 58 профессий представлены женскими образами. Женскими образами представлены следующие профессии: копирайтер, модель, дизайнер, журналист, пенсионер (авторы проекта презентуют данный статус как профессию), пиар-менеджер, продюсер, товаровед, педагог, консультант по здоровой старости, закройщик, сити-фермер, машинист крана, детский стоматолог. Из представленных данных видно, что все STEM-профессии, которые будут востребованы в будущем, закреплены разработчиками за мужчинами.

В ряде сюжетов женщины представлены в своей деятельности как несостоявшиеся профессионалы. Например, Таня из серии «Сити-фермер» ещё студентка и высаживает растения на крыше, создавая свой дипломный проект. Свой разговор с братьями Дотошкиными она начинает с просьбы: «Помогите слабой женщине что-нибудь наверх поднять!». В конце серии один из братьев с насмешкой называет её «бизнес-woman».

В серии, где братья Дотошкины знакомят зрителей с профессией повара, Дима восклицает: «Повар – это для девчонок!», на что мужчина повар говорит: «Кулинария – это самая мужская профессия! В любом ресторане шеф-повар – мужчина. Все великие кулинары – мужчины!». Подобную информацию можно оценить не иначе как дискриминацию в отношении женщин.

Блок материалов, предназначенный для старшекласников, имеет название: «Старшекласникам: видеофильмы о профессиях и выборе своего образовательного и жизненного пути». Одна из частей данного блока «Кем быть?» построена в виде диалога с девушкой Аней, которая хочет узнать о профессиях. Здесь очень много информации о профессии будущего, о возможностях науки будущего. Однако, большинство

профессий будущего принадлежат мужчинам: оператор кросс-логистики, врач-хирург, сетевой врач, пластический хирург, специалист по программированию медицинских роботов, программист, специалист по робототехнике, тьютор в социальной сфере и др. Женскими в данном блоке представлены профессии юзабилити-дизайнера, менеджера образовательных проектов, интернет-продавца, социального работника. Причем, когда Ане представляют профессии интернет-продавца и социального работника, то её внимание обращают на то, что при занятии данной деятельностью у женщины остаётся свободное время для выполнения домашних обязанностей.

В данном блоке представлены два видеоматериала, которые презентуют женщин, как состоявшихся профессионалов: «27 профессий будущего и у кого будущего нет», «Тяжело сейчас – легко потом». В первом сюжете женщина аналитик рассказывает о профессиях будущего, а во втором (мультифильм) представлена женщина, занимающая пост директора телекомпании. Причем в начале мультифильма братья Дотошкины сомневаются в её компетенции, но когда она показывает очень высокий уровень профессионализма, прислушиваются к ней. Это единственный пример из всего проекта, когда женщина занята в сфере управления.

Осуществленный анализ показывает, что, проект транслирует «жесткие» гендерные стереотипы в профессиональной сфере и способствует гендерной сегрегации в сфере труда.

Полагаем, что создателям проектов, которые предназначены для детской и подростковой аудитории, а также Министерству просвещения РФ необходимо проводить гендерную экспертизу предоставляемого контента, так как транслируемые образы дети и подростки будут принимать за норму и в дальнейшем транслировать в профессиональных практиках.

Библиографический список

1. Ловцова Е., Столярова К., Смирнова И. Н. Образ профессий в детской дошкольной литературе: гендерный аспект / Гендерное измерение цифровой экономики: от стратегии к действию (2018–2030): материалы Всерос. конф. с междунар. участием, 20–21 апреля 2018 г., ИвГУ, г. Иваново. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2018. С. 159–163.
2. Смирнова А. В. Учимся жить в обществе : Гендерный анализ школьных учебников. М. : Олита, 2005.
3. Навигатум. Образовательный и научно-исследовательский проект. URL: https://navigatum.ru/about_project.htm (дата обращения: 26.01.2020).

ПОИСК РАБОТЫ В СФЕРЕ IT: ИССЛЕДОВАНИЕ РЕЗЮМЕ

В условиях постиндустриального общества изменения в сфере технологий неразрывно влекут за собой перемены в различных сферах общества. Цифровизация экономики, доступность мобильного интернета, рост интернет-аудитории создают новые условия функционирования рынка труда, обуславливая появление новых профессий. Согласно исследованию крупнейшего российского портала по поиску работы HeadHunter, в список перспективных профессий и профессий будущего входят урбанисты, архитекторы виртуальной реальности, операторы дронов, специалисты по кибербезопасности. В списке востребованных профессий оказались архитекторы информационных систем, бизнес-аналитики, разработчики мобильных приложений, инженеры различного профиля, аналитики, программеры, проектировщики компьютерных игр, специалисты Big data, тестировщики [1].

Согласно данным федеральной службы государственной статистики, средняя заработная плата работников сферы IT в 2018 году составляла 60 000 рублей [2]. Это выше медианной заработной платы (35 000 рублей) [3], то есть, занятость в этой сфере привлекательна для представителей любой возрастной группы. В октябре-ноябре 2018 г. автором реализовано исследование «Электронное резюме как элемент профессионального карьерного поля». На крупнейшем портале по поиску работы HeadHunter.ru были собраны резюме молодежи (18–25 лет), ищущей работу в Нижнем Новгороде, выборка сплошная (N = 1021). Среди соискателей 49,5 % мужчин, 50,5 % женщин.

Согласно информации Федеральной службы труда и занятости, помимо разработчиков программного обеспечения в группу специалистов в сфере IT входят администратор баз данных, менеджеры по информационным технологиям, по продажам информационно-коммуникационных систем, системный администратор, специалист по большим данным, специалист по веб-дизайну (разработчик Web и мультимедийных приложений), специалист по интернет-маркетингу, специалист по тестированию в области информационных технологий) [4].

© Шинкаренко Е. А., 2020

* Кандидат социологических наук, доцент кафедры общей социологии и социальной работы Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского, г. Нижний Новгород.

В рамках нашего анализа к группе были добавлены операторы ЭВМ, поскольку для этой работы, с одной стороны, требуется минимальный уровень компьютерной грамотности, с другой, должность подходит молодежи, поскольку не требует опыта.

На момент исследования 103 человека из общего массива искали работу, связанную со сферой ИТ. Из них 65 % мужчин и 35 % женщин. Ввиду того, что выделенные группы немногочисленны, мы не можем говорить о статистических тенденциях, но обозначим основные сюжеты в поиске работы молодежью в сфере ИТ.

Желаемая позиция в сфере ИТ, %*

Профессия	%
Программисты	42
Оператор ПК	19
SMM	16
Дизайн	10
Специалист службы поддержки	9
Веб аналитик	3
Специалист в области ИТ	2

*Процент вычислен от числа тех, кто в качестве желаемой должности указал одну из должностей ИТсферы (N = 103).

Как видно из таблицы, наиболее популярная позиция в сфере ИТ – программист (42 % резюме), гораздо менее популярны должности оператора ПК (19 %), специалиста по продвижению (SMM – 16 %). Небольшое число молодых людей среди всех ищущих работу в Нижнем Новгороде хотели бы работать в сфере ИТ дизайнера (веб-дизайн, HTML-верстка, 3D моделирование). Среди претендентов на должности в службе технической поддержки и веб аналитики только мужские резюме. Всего 2 % молодежи в качестве желаемой позиции указали достаточно широкую формулировку «Специалист в сфере ИТ», то есть, им интересна эта сфера, но они пока не могут точно сформулировать, кем именно они хотели бы работать.

Рассмотрим каждую условную группу. Должность *программиста-разработчика* выступает одной из наиболее востребованных и хорошо оплачиваемых на рынке труда. Согласно данным федеральной службы государственной статистики о ситуации на рынке труда, среднемесячная начисленная заработная плата разработчиков компьютерного программного обеспечения в I полугодии 2018 г. составляла

98 190 рублей. Это одни из самых высоких показателей в России наряду с добычей нефти и газа, а также производством табачных изделий. В зарплатах разработчиков в 2018 г наблюдались самые высокие темпы роста среднемесячной начисленной заработной платы. В первом полугодии 2018 г. по отношению к первому полугодью 2017 г. рост зарплат разработчиков составил 33,5 % (24 558 р.) [3].

Согласно исследованию портала HeadHunter «Диалоги о рынке труда и технологиях. Перспективы женщин в IT», среди всех резюме разработчиков только 20 % женщин [5]. Согласно нашим данным, среди претендентов на должность программиста преобладают мужчины (85 %), женских резюме в этой группе всего 15 %. Здесь можно найти резюме выпускниц как вузов, так и ссузов. На таком массиве говорить о тенденциях некорректно, но, как показали результаты мониторинга трудоустройства выпускников РАНХиГС, среди молодежи, занятой в области информационных технологий, высока доля (56 %) тех, кто считает высшее образование не обязательным для перспективной работы [6].

Интересен профиль образования претенденток. В этой группе представлены как технические специальности (программная инженерия, прикладная математика и информатика, информатика и вычислительная техника), так и далекие от IT профиля (реклама, связи с общественностью, фармацевтика). Важно подчеркнуть, что выпускницы «технических специальностей» скорее углубляют специализацию. Они уже работают программистами и хотят сменить компанию, а в качестве желаемой должности указывают конкретный язык программирования, на котором работают (Программист 1С, программист Python и т. д.). Девушки, не имеющие профильного образования, меняют не только компанию-работодателя, но и сферу деятельности, в качестве предыдущих указывая должности провизора, администратора, менеджера. При этом они не претендуют на должности именно разработчика, а хотят начать карьеру в IT в качестве специалиста по тестированию программного обеспечения. Можно говорить о стратегии смены специальности по диплому на более перспективную, оплачиваемую.

Следующая группа молодежи в качестве желаемой должности указала в резюме «*Оператор ПК*». Согласно Общероссийскому классификатору занятий, этот род деятельности входит в группу «Служащие, занятые подготовкой и оформлением документации, учетом и обслуживанием» и выступают менее квалифицированным, нежели должность программиста, дизайнера и менеджера по продвижению [7]. От соискателя требуется базовая компьютерная грамотность, внимательность, аккуратность. Специфику оформления документов в определенной сфере, как правило, объясняют на рабочем месте. В этой группе преобла-

дают резюме девушек (65 %). В отличие от резюме программисток, в этом секторе можно наблюдать большое разнообразие специальностей, полученных в вузе или ссузе. На должность оператора ПК претендуют девушки-выпускницы как математических, естественнонаучных и инженерных специальностей (информатика и вычислительная техника, прикладная информатика, архитектура, экология и природопользование), так и социоэкономических (менеджмент организаций, юриспруденция, экономика предприятий и организаций), педагогических (педагог-дефектолог) и медицинских специальностей. Для многих девушек подгруппы это не первая работа. Но заняты они, как правило, на должностях сферы обслуживания (консультант по косметической продукции, финансовый консультант, продавец, операционист). Большинство соискательниц на момент размещения резюме продолжали обучение в учебном заведении, что говорит скорее о поиске дополнительного дохода, нежели о профессиональной самореализации.

Следующая позиция, которую хотела бы занять молодежь, – это сфера *SMM* (Social Media Marketing). Появление специалистов по продвижению в социальных сетях связано с тем, что такие площадки (например, Instagram, Вконтакте) стали не только популярным местом общения, но и каналом информирования о товарах и услугах. Среди соискателей этой позиции в возрасте 18–25 лет юноши и девушки представлены практически равномерно (55 % женщин и 45 % мужчин), явный гендерный дисбаланс, как в ситуации с программистами, отсутствует. По профилю образования здесь есть и выпускницы технических профилей (фундаментальная информатика и информационные технологии, прикладная информатика и статистика), и социогуманитарных специальностей (реклама, международные отношения, журналистика). В качестве предыдущих мест работы соискатели указывают должности администратора, менеджера по рекламе и продвижению, менеджера по туризму, продавца-консультанта. *SMM* как сфера деятельности возникает в их карьерной траектории не сразу. Например, в одном из резюме соискательница упоминает освоение навыков продвижения в ходе работы в студенческом совете факультета. Продвижение в социальных сетях далеко не во всех компаниях рассматривается как особый вид деятельности и может входить в обязанности специалиста более широкого профиля. Тем не менее молодежь рассматривает для себя сферу не маркетинга в целом, а именно *SMM* как продвижение на специфических площадках.

Следующая группа связана с дизайном. Из общего массива (1021 человек) всего 27 соискателей ищут работу графического дизайнера, а 10 из них стремятся занять позицию *дизайнера в сфере IT* (веб-

разработка, 3D моделирование, HTML-верстка). Среди претендентов на должность дизайнера одинаковое количество юношей и девушек, но только в названии мужских резюме фигурирует 3D-моделирование. Девушки скорее упоминают HTML-верстку и веб-дизайн. Соискатели этой группы имеют как профильное образование в сфере графического дизайна, изобразительного искусства или художественного оформления, так и техническое в сфере прикладной информатики, строительства, информационных систем и технологий.

Итак, нами было выявлено, что среди молодых соискателей позиций в сфере IT девушки ищут работу в программировании, делопроизводстве, SMM, дизайне. В сфере продвижения и дизайна юноши и девушки представлены равномерно. В сфере оформления документации преобладают женщины, в сфере программирования перевес в сторону мужчин. Такое наблюдение нуждается в проверке на большом массиве данных. Но можно говорить и о том, что среди тех, кто ищет не самую высококвалифицированную должность, больше женщин, в то время как в секторе наиболее оплачиваемых, перспективных программистов преобладают мужчины. Можно видеть существенный разрыв в положении молодых мужчин и женщин в сфере IT. И. Н. Тарковская в одном из своих исследований отмечает, что молодые женщины на рынке труда в большинстве своем считают высокооплачиваемые должности рискованными для себя [8]. Как показывает наш анализ, девушки, имеющие профильное образование, попадают в эту сферу, впоследствии стремясь углубиться и найти интересную должность. Не исключены пути прихода в программирование через переобучение, профессиональную переориентацию. Специальные навыки, необходимые для работы в сфере SMM, сложно получить в рамках обучения в вузе или ссузе. Эта сфера возникает в ходе работы на других должностях как одна из задач и может быть освоена самостоятельно или на краткосрочных курсах.

На основании анализа портрета соискателя в сфере IT можно говорить о том, что женщины пока массово не идут в этот сектор, что может быть связано с трудностями адаптации образовательных компетенций к требованиям рынка труда. Как можно видеть из опыта работы соискателей, отсутствие технического образования не является препятствием, чтобы занять ту или иную позицию в сфере IT. Преодолеть это возможно через информирование студентов различных (а не только технических) специальностей о возможностях IT сферы, предлагать стажировки от компаний-работодателей, расширять возможности по переобучению и приобретению новых навыков.

Библиографический список

1. HeadHunter.ru Профессии будущего, к которым стоит приглядеться подросткам (30 октября 2019 г.) // Электронный ресурс. Доступ через <https://sarov.hh.ru/article/25673>
2. Федеральная служба государственной статистики. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций по видам экономической деятельности в Российской Федерации в 2013–2019 гг. // Электронный ресурс. Доступ через https://www.gks.ru/labor_market_employment_salaries
3. Федеральная служба государственной статистики. Ситуация на рынке труда в таблицах, графиках, диаграммах // Электронный ресурс. Доступ через <https://www.gks.ru/storage/mediabank/situaz.pdf>
4. Раздел «Информационные и коммуникационные технологии». Справочник Федеральной службы по труду и занятости // Электронный ресурс. Доступ через https://trudvsem.ru/professions?_page=0&_activity=11
5. HeadHunter.ru Диалоги о рынке труда и технологиях. Перспективы женщин в IT // Электронный ресурс. Доступ через <https://hhcdn.ru/file/16811101.pdf>
6. Трудоустройство молодежи. Особенности трудоустройства молодежи в разных сферах занятости / под ред. Т. Л. Клячко. М.: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2019. 26 с.
7. Общероссийский классификатор занятий // Электронный ресурс. Доступ через <https://classifikators.ru/okz>
8. Тартаковская И. Н. Воспроизводство гендерного порядка через карьерные стратегии: попытка интерсекционального анализа // Социологические исследования. 2015. № 5. С. 84–93.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ (ИНСТАГРАМИЗАЦИЯ) СФЕРЫ HANDMADE КАК РАСШИРЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Современный интернет – это и пространство общения, и место самопрезентации, и, что немаловажно, рынок, где открываются большие возможности для заработка. С развитием социальных сетей, перед предпринимателями и простыми людьми открылись новые возможности, новые виды деятельности, выходящие за рамки международных и региональных границ, позволяющие сократить время и издержки в процессе реализации какой-либо бизнес-идеи.

На современном этапе эти возможности можно объединить под термином цифровой бизнес или цифровизация бизнеса, т. е. использование цифровых технологий для изменения бизнес-модели и предоставления новых возможностей для получения доходов и создания стоимости [1]. В нашем случае мы имеем дело, возможно, с самой простой формой цифровизации, а именно, использованием социальных сетей, конкретно сети Instagram предпринимателями из сферы Handmade для электронной коммерции, т. е. «инстаграмизацией», которую из-за массовости явления можно выделить в отдельный процесс.

Под «инстаграмизацией» в рамках данной статьи понимается процесс цифровизации Handmade-бизнеса, когда предприниматели на определенном этапе создают аккаунт в социальной сети Instagram, который становится не просто торговой площадкой, но платформой для ведения бизнеса, включающей поиск потребителей, поставщиков и возможных партнеров. Социальная сеть Instagram продолжает набирать популярность и в России. Instagram ежемесячно используют 30,7 млн пользователей (данные за март 2019), 14,3 млн заходят в соцсеть каждый день, в среднем пользователи проводят в Instagram 25 минут в день. При этом количество активных пользователей в месяц растет в последние месяцы: в декабре 2018 Instagram использовали 28,3 млн пользователей. [2]. Значение сети Instagram заметно повышается, прочие социальные сети или веб сайты по отношению к ней постепенно начинают играть лишь вспомогательную роль в реализации бизнес-процессов.

© Мутаев У. К., 2020

* Кандидат социологических наук, зав. кафедрой гуманитарных и естественных дисциплин Ивановского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Иваново.

Неоспоримым преимуществом социальных сетей, в т. ч. Instagram для ведения бизнеса является то, что они содержат в себе инструменты отслеживания реакции аудитории на контент, предприниматель может гибко и эффективно реагировать на запросы и отзывы потребителей о продукте. В контексте Handmade-бизнеса, где предприниматель является еще и непосредственным производителем, такая реакция напрямую отвечает за успешность электронной коммерции.

Handmade – это вещи ручной работы, а также процесс их создания. Сегодня этот сегмент Internet-бизнеса активно развивается в мире и Россия не исключение. Можно выделить несколько направлений Handmade-бизнеса:

- 1) непосредственное создание и продажа изделий, т. е. электронная коммерция;
- 2) обучение, мастер-классы по созданию изделий, их продаже и продвижению в сетях;
- 3) поставка материалов для Handmade.

Handmade в социальных сетях выступает привлекательной сферой творческой самореализации и пополнения личного бюджета. Инструменты по презентации и доставке товара, которые предлагает сеть Instagram, делает возможной и рентабельной индивидуальную творческую работу на дому. Люди вяжут, шьют одежду и обувь, плетут украшения, куют ножи и т. п., продают все это прямо из дома по всему миру. Кроме того, как уже было отмечено выше, стали очень популярны т. н. мастер-классы, что, в свою очередь, тоже становится статьей регулярно заработка мастеров по рукоделию.

В Европе и США уже давно сложилась Handmade-индустрия, включающая не только создание и реализацию изделий, но и разветвленную сеть производства и продажи продукции, необходимой для создания этих самых изделий.

В России Handmade выступает как форма самозанятости, способ получения дополнительного дохода, данное явление для нашей страны в разных формах существовало всегда, повсеместно были и есть свои «кустарные производства», «народные промыслы», отдельная продукция которых приобрела общероссийскую известность [3]. Однако сегодня Handmade развивается не как региональная или артельная деятельность, а как индивидуальное средство самовыражения и заработка. Особенно актуальна эта сфера становится для людей, потерявших работу или временно нетрудоспособных. Среди Handmade-предпринимателей довольно много женщин, находящихся в декретных отпусках, многие из них довольно успешны и уже не видят себя вне Handmade-бизнеса.

К особенностям женского предпринимательства можно отнести необходимость сочетания профессиональной самореализации с заботой о семье. Для женщин, имеющих детей предпочтительнее возвращения на работу является открытие собственного дела, при этом возможность заниматься собственным делом, «не выходя из дома», дают социальные сети. Среди мотивов начала собственного дела в сети Instagram можно найти следующие:

«Хм... как все начиналось... Все очень просто. Наверное, как у всех. Как-то листая иг (Instagram), как всегда, вдохновлялась работами девочек. Они на то время были не так популярны, имели подписчиков не более 10К (10 тыс.). Но я всегда следила за их творчеством. И вот пришло осознание, что и у меня, наверное, так получится. Полгода пыhtений/мучений и вуа-ля, готовы пинетки <...> ну и дальше стала вязать ночами напролет, набивая глазомер и руку <...> если 4–5 тыс. рублей в месяц было, и то я считала это ого-го...»

#tonica.knit

«Я вяжу на заказ уже 10 лет. С самого раннего детства меня учили вязать мама и бабушка. Тогда в далекие 80-е это был единственный способ стать обладателем эксклюзивной вещи»

#mila_tomen

«Если бы мне сказали несколько лет назад, что моя жизнь будет связана с вязанием, я бы, как минимум, удивилась бы. Но, как говорится, мы предполагаем, а судьба располагает. Из активного образа жизни и любимой работы я резко выпала в декрет. Более того, мне пришлось переехать в другой город <...> К слову сказать, моя мама уже вязала заказики и вязанием занималась всю жизнь <...> мы с мамой объединились в SoWa и начали вязать на заказ. Кстати, SoWa это просто первые буквы имен моих деток – Саша и Ваня. Вот такая моя история Handmade»

#sowa_hm

«Итак, в результате нелепой травмы и судьбоносной для меня врачебной ошибки, результатом которой стали 6 не совсем удачных операций, я переселилась в инвалидное кресло. О нормальной работе пришлось забыть... и я стала искать возможные для меня источники заработка на дому. Про вязание, кстати, я подумала в последнюю очередь <...> Однажды в качестве подарка получила набор для алмазной вышивки. Выложило из страз очень красивую картину с розами! И тут

меня словно током шарахнуло! Мой воспаленный мозг начал генерировать идеи по инкрустации стразами моих шапок»

#elena_strazz

Такого рода историй в Instagram очень много, они привлекательны для социологического исследования своей искренностью и высокой информативностью. Три отрывка из постов успешных женщин Handmade-бизнесменов приоткрывают для нас мотивацию этих людей. Кого-то мотивирует сама сеть Instagram, кто-то пришел в цифровой бизнес из вполне аналогового в результате профессиональной эволюции, а кого-то заняться Handmade-бизнесом в сети Instagram заставила инвалидность.

Очевидно, что многие женщины, которые сегодня заняты в Handmade-бизнесе, получили и получают такую возможность исключительно благодаря возникновению социальных сетей. Еще совсем недавно они были обречены работать на нелюбимой работе или вообще их деятельность ограничивалась домом и детьми. Internet-бизнес дает женщинам возможность вырваться за рамки экономической неустроенности, общественного мнения, а иногда даже патриархальных традиций, особенно сильных в некоторых регионах нашей страны [4]. В этом смысле видится перспективным включение Handmade-бизнеса в общественные и государственные программы поддержки женского предпринимательства.

Библиографический список

1. Grey J., Rumpe B. Models for digitalization // Soft & Systems Modeling. 2015. Vol. 14. Issue 4. P. 1319–1320.
2. Аудитория социальных сетей в России 2019. URL: <https://popsters.ru/blog/post/auditoriya-socsetey-v-rossii>
3. Мирненко Е. А., Яковлева И. П. Хендмейд как форма творческой и профессиональной самореализации личности // Научный журнал КубГАУ – Scientific Journal of KubSAU. 2017. № 129.
4. Мутаев У. К. Социальное пространство современной дагестанской женщины // Женщина в российском обществе. 2013. № 1. С. 31–34.

*К. И. Булкина**, *Л. А. Громова***, *Т. С. Эмануэль****,
*Ю. В. Эмануэль*****

ИМИДЖ ПЕДАГОГА В ЗЕРКАЛЕ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ

Персональный бренд специалиста – комплекс образов и ожиданий, которые появляются в сознании целевой аудитории при мысли о конкретном профессионале. Персональный бренд характеризуется сформированными в глазах целевой аудитории представлениями о профессиональной деятельности и личностных характеристиках специалиста [1].

Персональный брендинг педагога представляет собой процесс проектирования, формирования и развития персонального бренда специалиста, подразумевающий формирование имиджа в системе образования, который позволит специалисту добиваться поставленных профессиональных целей более эффективно и создаст в глазах целевой аудитории представление, способствующее развитию и продвижению педагога. Основными показателями эффективного персонального бренда выступают: узнаваемость, отличительность, продуктивность. Роль персонального бренда – оказать целевой аудитории содействие в выборе конкретного человека.

Создание личного бренда – непрерывный процесс, подразумевающий, с одной стороны, построение взаимоотношений с внешней средой, с другой стороны, самопознание и саморазвитие: специалисту необходимо анализировать свои зоны успеха, оценивать и повышать уровень развития компетенций, соблюдать правила ведения личного профиля, придерживаться требований к внешнему виду и т. д. Взаимосвязь персонального бренда и социального капитала взаимообусловле-

© Булкина К. И., Громова Л. А., Эмануэль Т. С., Эмануэль Ю. В., 2020

* Ассистент кафедры управления образованием и кадрового менеджмента РГПУ им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург.

** Доктор философских наук, профессор кафедры государственного, муниципального и социального управления РГПУ им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург.

*** Кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления образованием и кадрового менеджмента РГПУ им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург.

**** Кандидат медицинских наук, доцент ПСПбГМУ им. академика И. П. Павлова Минздрава РФ, г. Санкт Петербург.

на: с одной стороны, персональный брендинг приводит к расширению социальных связей специалиста и укреплению их плотности, с другой стороны, во многом оказывается детерминированным этими социальными взаимоотношениями.

При построении персонального бренда необходимо принять во внимание комплекс индивидуальных особенностей педагога: личностные свойства, профессиональные качества и показатели практического опыта работы специалиста.

Можно выделить следующие ключевые факторы, актуализирующие необходимость построения персонального бренда педагога. Во-первых, особенности современного мира и специфика обучающихся нового поколения приводят к смене роли, функций и ключевых необходимых компетенций педагога [2]. Во-вторых, конкурентно насыщенное образовательное пространство вызывает необходимость формирования индивидуального бренд-имиджа современного преподавателя. В-третьих, персональный брендинг педагога является инструментом профессионального роста и содействия развитию специалиста, т. к. предполагает структуризацию и обобщение опыта, самоанализ, целеполагание, самосовершенствование, систематизацию и постоянное обновление знаний и компетенций. В-третьих, построение персонального бренда позволяет педагогу достичь таких результатов, как: повышение собственного социального капитала, реализация внутренних мотивов, получение перспектив продвижения по карьерной лестнице, увеличение доходов и др.

Построение персонального бренда предполагает совершение следующей алгоритмической последовательности шагов, логически выстроенных в этапы: аналитический, проектировочный, маркетинговый, рефлексивный.

Первый этап – *аналитический* – подразумевает проведение первичного мониторинга внешней и внутренней среды. Проведение анализа внешней среды включающего в себя, во-первых, выделение одной или нескольких целевых аудиторий своего персонального бренда, выявление и обобщение их ключевых потребностей, а также анализ успешного педагогического опыта. Ключевой целевой аудиторией могут быть следующие категории участников образовательного процесса: администрация, коллеги, родители, обучающиеся и др. От выбранной аудитории во многом зависит дальнейшее позиционирование и продвижение персонального бренда педагога. Одной из важных составляющих аналитического этапа является проведение самоанализа, нацеленного на определение собственных зон успеха, обобщение достижений и выявление конкурентных преимуществ – отличительных личностных и про-

фессиональных качеств, определяющих сильные стороны педагога, а также ключевые компетенции специалиста, что позволит в дальнейшем осуществить обоснованный выбор ниши.

Второй этап – *проектировочный* – включает проектирование образа персонального бренда, представляющее собой моделирование прогнозируемого образа создаваемого персонального бренда.

На этапе проектирования особенно значимым является целеполагание профессионала, создающего персональный бренд. Необходимо выделить ключевые мотивы разработки персонального бренда и вывести в зону осознаваемого ответы на следующие вопросы: «Зачем мне персональный бренд?», «Чего я хочу добиться с его помощью?». Можно выделить следующие типовые мотивы создания персонального бренда: мотив признания, аффилиции, самоактуализации, рациональные мотивы: увеличение ресурсов и др. Важно понимать, что выявленная структура мотивации ложится в основу целеполагания.

Для того, чтобы цель была конкретной и сформулированной по принципам SMART, необходимо определить показатели и критерии ее достижения. Так, например, желание достичь популярности должно быть конкретизировано: например, в следующих измеримых показателях: не менее одного раза в месяц педагога должны приглашать на мероприятия в качестве эксперта; не менее одного раза в квартал о специалисте должны писать в профильных СМИ или на сайтах выбранных организаций; не менее 6 незнакомых ранее представителей профессионального сообщества обратились в сети за консультацией / выступили с предложением и т. д.

Следует понимать, что построение и развитие персонального бренда – длительный процесс инвестиций в профессиональное развитие, работа на перспективу, поэтому результаты чаще всего растянуты во времени.

Следующий этап – *маркетинговый* – включает мероприятия по продвижению бренда, нацеленные на позиционирование себя как уникального специалиста в выбранной ранее нише и предполагает совершение следующих действий:

- ведение профессионального блога в соц. сетях,
- участие в деятельности профессиональных интернет-сообществ,
- посещение мероприятий в профессионально сфере и активный обмен контактами,
- работа со СМИ,
- взаимодействие с лидерами мнений в своей области,

– разработка и ведение собственных интернет-проектов: методического сайта, онлайн-видеокурса для своей аудитории, тематических вебинаров и др. [3].

Данный этап предполагает также проведение анализа и корректировки своего профиля в социальных сетях, предполагающий анализ оформления и содержательного наполнения текущего профиля, с точки зрения персонального бренда профессионала и соблюдение следующих основных правил.

Во-первых, размещение приветственной записи, формирующей представление аудитории о специалисте, иллюстрирующей сферу его профессиональных интересов и зону ключевых компетенций, по итогам прочтения которой у целевой аудитории сформировалось бы понимание того, что представляет из себя данный специалист, в каких направлениях профессиональной деятельности он может быть полезен и т. д.

Во-вторых, необходимо обеспечить наличие свежего фото, отражающего педагога как личность и профессионала и соответствующего бренду и продиктованным им стандартам поведения.

Завершающий этап – *рефлексивный* – предполагает подведение итогов построения персонального бренда, оценку полученных результатов. Педагогу необходимо определить и проанализировать результаты персонального брендинга на моральном уровне (реализацию мотивов) и в финансовом эквиваленте.

Можно выделить следующие основные направления монетизации персонального бренда. Во-первых, продвижение по карьерной лестнице. Специалиста, ведущего активную профессиональную деятельность в сети, скорее заметят в профессиональном сообществе, начнут приглашать в качестве эксперта / спикера на мероприятия, предлагать более интересную / перспективную / высокооплачиваемую работу. Для отдельных категорий педагогов (психологов, репетиторов и др.) важным результатом будет являться расширение числа клиентов и возможное повышение стоимости услуг.

Для выявления отношения педагогов к вопросам личного бренда, определения приемов и стратегий создания и продвижения бренда, применяемых в педагогическом сообществе, а также степени осознанности в ведении данной деятельности, нами было проведено исследование. В нем приняли участие 20 экспертов – педагоги Санкт-Петербурга, ведущие активную деятельность в сети и отвечающие следующим требованиям: минимальное число подписчиков – 900 чел., еженедельное размещение не менее трех постов на профессиональную тематику в социальных сетях (или наличие персонального методического сайта), а также представленность в деятельности профессиональных интернет-

сообществ (активное комментирование, предоставление рекомендаций участникам сообщества и т. д.).

90 % опрошенных педагогов ведут активную деятельность в социальной сети «В контакте», второе место по предпочтительности занимает создание персонального сайта, третье – социальной сети «Инстаграм». Меньшей популярностью пользуется продвижение в Facebook, Youtube, Telegram и др.

Основные типы публикуемой информации представлены на рисунке 1. Как видно из рисунка, лидирует размещение полезного материала (ссылок, статей и т. д.), меньше всего внимания уделяется проведению интернет-дискуссий на страницах персонального блога.

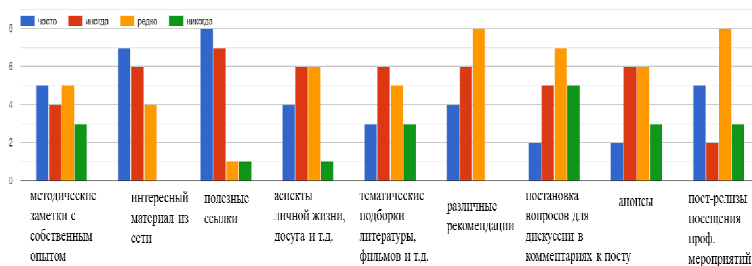


Рис. 1. Основные типы публикуемого материала

В среднем, в неделю на ведение своего блога педагоги тратят: 2–3 часа – 40 % респондентов; от 1 до 2 часов в неделю 26,7 %, около 5 часов еженедельно 20 %; 13,3 % респондентов тратят от 7 до 17 часов в неделю. Кроме того, опрошенные педагоги активно участвуют в деятельности профессиональных интернет-сообществ, представляющих собой группы в социальных сетях «В контакте» и «Facebook», посещают персональные страницы коллег и участвуют в разворачивающихся там дискуссиях. В среднем, на взаимодействие в профессиональных интернет-сообществах педагоги выделяют следующее количество времени: менее часа – 21,4 % опрошенных; 2–3 часа – 28,6 %; 3–5 опрошенных – 21,4 %; свыше 7 часов – 28,6 %.

Педагоги также проранжировали причины, по которым они ведут активную деятельность в сети (рис. 2). Наиболее распространенные и ярко выраженные мотивы – укрепление репутации в профессиональном сообществе. Далее следует внутренняя потребность делиться опытом и происходящим. С небольшим отрывом третье место занимает возможность использования личного профиля как инструмента обобщения информации. Как видно из рисунка 2, наименее востребованной оказалась потенциальная продажа литературы своего авторства.

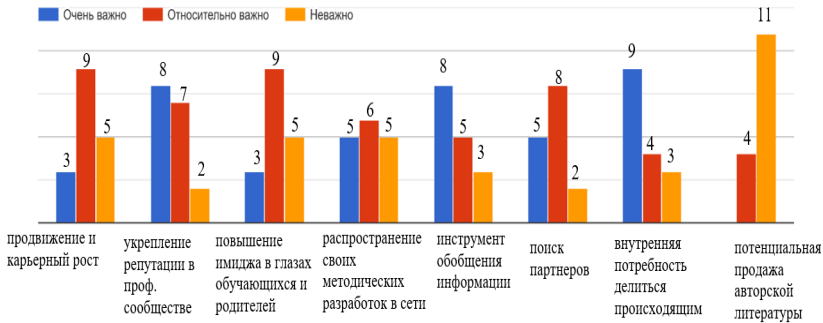


Рис. 2. Причины ведения персонального блога

Предложенный список респонденты дополнили следующими причинами ведения блога: возможности найти единомышленников; стимул к саморазвитию и профессиональному росту; повышение производительности труда при наличии обратной связи и отдачи; возможность оказания поддержки молодым специалистам; творческая потребность, инструмент профилактики профессионального выгорания; возможность попробовать себя в новой деятельности – в модерировании сайта, группы и т. д.

Отдельный вопрос был посвящен инструментам и параметрам оценки результатов ведения блога (рис. 3). В целом, наибольшее значение педагоги придают собственной удовлетворённости от ведения работы по построению персонального бренда и рефлексивно оценивают результат. Далее следует оценка динамики количества и экспертиза качества представленного в блоге материала. Третье место разделили такие параметры, как обратная связь от аудитории (число неизвестных специалистов, обратившихся за консультацией или с благодарностями). Кроме того, педагоги отметили следующие дополнительные инструменты мониторинга обратной связи: просмотры материалов в блоге; отзывы о блоге; наличие репостов.

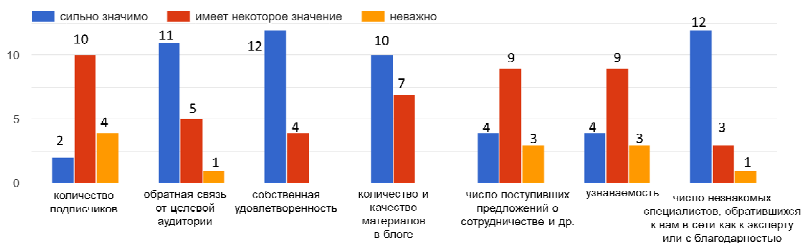


Рис. 3. Параметры оценки результативности ведения блога

Таким образом, сегодня активные и перспективные педагоги признают значимость деятельности по построению персонального бренда, применяют основные методы его формирования и продвижения, уделяют данной работе определенное количество времени. Однако 90 % опрошенных педагогов отметили потребность в расширении знаний и развитии компетенций в данной области. 46,9 % действуют по наитию, 70 % учатся на допущенных ошибках.

Педагоги актуализировали необходимость изучения данной деятельности в процессе получения академического или дополнительного образования, предложили включать данный курс в учебные планы образовательных программ педагогических специальностей, изучать в рамках дополнительного образования и т. д.

Таким образом, цифровое общество предъявляет новые требования к имиджу педагога. Благодаря интернету и социальным сетям, педагог становится публичным человеком. Выступления на профессиональных вебинарах, ведение персональной страницы в сети, видеозаписи выступлений на семинарах, конференциях и тиражирование видеоматериалов ставят перед педагогами сложную коммуникативную и нравственную задачу: с одной стороны, добиться понимания и признания широкой целевой, и зачастую, неоднородной аудитории, с другой стороны, сохранить тот высокий стандарт нравственной культуры, который отличает педагога от других. Сегодня имидж педагога – это его вклад в нравственный опыт цифрового поведения, в культуру формирования современной не только образовательной, но и цифровой среды в целом.

Библиографический список

1. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2019.
2. Кравцов А. О., Эмануэль Т. С. Концептуальные аспекты управления педагогическим коллективом образовательной организации при внедрении профессионального стандарта педагога // Вестник Санкт-Петербургской юридической академии. Периодический научно-практический журнал. СПб.: АНО ВО «СЮА» 2017. № 3 (36). С. 108.
3. Персональный бренд: создание и продвижение / Андрей Рябых, Ника Зебра. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ГРАЖДАНСКАЯ СЛУЖБА – STEAM ПРОФЕССИЯ ДЛЯ ЖЕНЩИН

В последние годы в научном дискурсе об образовании и профессиях будущего всё чаще используется понятие STEAM (англ. Science, Technology, Engineering, Art and Mathematics – естественные науки, технологии, инженерия, гуманитарные науки (искусство) и математика), которое содержит комплекс необходимых для освоения новых видов деятельности академических дисциплин. Чаще оно применяется к таким инновационно-технологическим направлениям подготовки и профессиональной деятельности, как программирование, 3D-проектирование, робототехника. Однако, в современных реалиях всеобщей диджитализации, высокотехнологичной становится и такая формализованная и консервативная сфера профессиональной деятельности, как публичное администрирование или государственная гражданская служба, профессиональная корпорация которой является одной из самых значительных в российском обществе. Данные Федеральной службы статистики определяют численность работников государственных органов и органов местного самоуправления в 2156272 человек [1].

У российской бюрократии «женское лицо» (72 % женщин). Безусловно, это во многом определяет социальную ориентацию и административную культуру чиновников, «женское» восприятие общественных явлений и процессов. Вместе с тем, чётко просматривается тенденция: чем выше слой бюрократии, тем больше в нем мужчин: обеспечивающие специалисты – 14,2 %; специалисты – 27,8 %; руководители – 37,4 %; лица, замещающие государственные должности – 41,4 %. Гендерный дисбаланс можно объяснить влиянием традиционных представлений о «мужском характере» деятельности руководителя, а также низким размером оплаты труда, особенно обеспечивающих специалистов, что не могут себе позволить многие мужчины.

В ближайшие четыре года это крупное феминизированное профессиональное сообщество будет вовлечено в серьёзные трансформационные процессы российского общества, характеризующиеся ускорением темпа жизни, интенсификацией и уплотнением социальных связей, ус-

© Зинченко Я. Г., 2020

* Кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии Южно-Российского института управления – филиала РАНХиГС, г. Ростов-на-Дону.

ложением способов социального взаимодействия. Регуляция такого общества вызывает потребность в инженеризации публичного администрирования [2].

Продолжающаяся административная реформа обусловила разработку и внедрение проектной формы управления, актуальность использования программно-целевого метода, социальных технологий. За постсоветский период властно-управленческие органы разработали примерно 300 стратегических документов. Реализация ряда из них принесла результат. Вместе с тем, по оценке специалистов [3], многие из них оказались неосуществимыми, а по сути – утопическими. Очевидна прямая связь низкой социальной эффективности государственных стратегий с дефицитом навыков административного инжиниринга исполнителей – гражданских служащих.

Административный инжиниринг представляет собой комплекс практико-ориентированных знаний и навыков в управлении поселениями и организациями. Формированию таких навыков служит социальная инженерия 2.0 – современная рационалистская методология управления, ориентированная на деятельность (результативность, эффективность), а не на манипуляцию людьми.

Диагностические опросы гражданских служащих показывают, что чиновники проявляют слабую восприимчивость социальной инженерии [4]. В 2018 г. нами проведено исследование восприятия чиновниками собственных социоинженерных компетенций, в котором приняли участие 50 специалистов, 10 руководителей и 8 экспертов органов исполнительной власти Ростовской области. Применялись методы моделирования, анкетирования и наблюдения.

Модель социально-инженерных компетенций была разработана с использованием концепции управленческого цикла М. Маркова, разбитого на ряд процедур и операций, где процедура (дело) представляет собой компетенцию, а операция (действие) – компетентность.

В приведенной ниже таблице представлены результаты диагностики социально-инженерных компетенций гражданских служащих.

Самооценку и оценку уровня владения операциями респондентам было предложено определить в четырехбалльной шкале:

- нулевой уровень (0) – не применяю;
- базовый уровень (1) – понимаю;
- квалифицированный уровень (2) – применяю;
- экспертный уровень (3) – могу научить.

Исследование показало адекватность саморефлексии управленцев: оценки уровня владения операциями управленческих процедур в целом выше самооценок.

№ п/п	Процедуры (компетенции)	Операции (компетентности)	Средняя самооценка	Средняя оценка
1	Формулирование цели социально-экономического развития региона (отрасли)	Диагноз	1,66	1,83
		Предвидение и прогноз	1,78	1,72
		Формулирование конечной цели	1,82	1,50
		Стратегия действия	1,66	2,11
		Тактика решения конкретных задач	1,82	1,94
2	Разработка и принятие решения	Проектирование	1,74	1,94
		Программирование	1,6	1,72
		Планирование	2,00	2,22
		Принятие решения	1,84	2,28
3	Организация выполнения решения	Распределение задач между исполнителями	1,72	2,11
		Координация и регулирование процесса исполнения	1,78	2,00
		Соблюдение технологических требований	1,8	1,56
4	Мониторинг реализации решения	Сопоставление запланированных и достигнутых результатов	1,76	2,11
		Выявление новых проблемных ситуаций	1,82	1,89
		Первоначальное формулирование новой цели	1,68	1,72

Также можно составить представление о сильных и слабых сторонах компетенций. К первым относятся оценки *квалифицированного* уровня проявления поведенческих индикаторов, таких операций, как стратегия действия, планирование и принятие решения, распределение задач между исполнителями, координация и регулирование процесса

исполнения, сопоставление запланированных и достигнутых результатов. К слабым сторонам относятся оценки *базового* уровня проявления поведенческих индикаторов: формулирование конечной цели, программирование, соблюдение технологических требований, первоначальное формулирование новой цели.

Диагностика указывает на основную проблему профессионального развития кадров – несформированность умений разработки и принятия решений, навыков диагностики, предвидения и прогнозирования, тактики решения конкретных задач.

Существует и ещё одна мощная тенденция изменения профессиональной деятельности российских чиновников. В последнем послании Федеральному Собранию, Президент отметил: «Нам нужно быстрее, не откладывая решать масштабные социальные, экономические, технологические задачи, перед которыми стоит страна. Их содержание и ориентиры отражены в национальных проектах, реализация которых требует нового качества государственного управления, работы Правительства, всех уровней власти, прямого диалога с гражданами» [5].

Речь идёт о создании сервисного государства 2.0, обеспечить появление которого призван Федеральный проект «Цифровое государственное управление» [6], который содержит такие масштабные задачи, как цифровая трансформация государственных услуг и сервисов, создание цифровой инфраструктуры и платформ. Их решение должно способствовать появлению таких возможностей, как комплексное решение жизненных ситуаций гражданина на основании автоматизированных бизнес-процессов (суперсервисов); проактивное предоставление государственных услуг; омниканальность; исключение бумажных процессов и отсутствие физических документов в государстве за исключением удостоверения личности гражданина [7].

Эти новации в государственном управлении потребуют и нового качества государственной службы: реинжиниринга управленческих процессов, внедрения IT-решений, анализа Big Data для принятия решений и появления новых моделей профессиональной деятельности, основанных на непрерывном процессе инноваций. Это актуализирует проблему кадрового обеспечения цифровой трансформации. Обеспечить внедрение цифровых технологий и платформенных решений призваны «цифровые офицеры».

Chief Digital Transformation Officer (CDTO) – Руководитель по цифровой трансформации. Выступает проводником единой политики цифрового развития, обеспечивает управление реализацией проектов

цифровой трансформации и координации проектов национальной программы «Цифровая экономика» с другими органами власти. Выбирает цели и направление, согласовывает бюджет и руководит реализацией трансформации, координируя все проекты, взаимодействуя с внешними сторонами.

Chief Transformation Officer – Руководитель по цифровому проектированию и процессам. Отвечает за изучение процессов, потребностей и «клиентов» органов исполнительной власти в организации межведомственных взаимодействий, а также за внедрение процессного подхода и проектирование новых цифровых сервисов.

Chief Data Officer (CDO) – Руководитель по работе с данными. Координирует сбор данных и проведение анализа на основе данных.

Chief Information Officer (CIO) – Руководитель по информационным технологиям. Разрабатывает информационную инфраструктуру органов государственной власти, обеспечивает техническую поддержку и контроль над информационной безопасностью [8].

Таким образом, цифровая трансформация ещё больше актуализирует необходимость формирования социально-инженерных компетенций, сочетающих в себе как технические, так и управленческие навыки гражданских служащих для повышения эффективности управленческой практики; а процессы профессионализации публичного администрирования указывают на превращение этой деятельности в настоящую STEAM-профессию, в которой ключевую роль будет играть раскрытие человеческого капитала государственных служащих, в том числе женщин. Поэтому так важно сегодня проведение исследований женской профессиональной управленческой корпорации для создания образовательных продуктов на основе их потребностей и предпочтений, формирования гибких организационных структур и карьерных траекторий, учитывающих реализацию репродуктивной функции; изменения организационной культуры и материального стимулирования, что, в конечном счёте, трансформирует и государственную кадровую политику в отношении чиновников, сделав её более прозрачной и гендерно-нейтральной.

Библиографический список

1. URL.: <https://www.gks.ru/folder/11191>
2. Зинченко Г. П., Зинченко Я. Г. Инженеризация публичного администрирования // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2018. № 3.
3. Клейнер Г. Б. Проблемы стратегического государственного планирования и управления в современной России // Проблемы стратегического государственного планирования и управления в современной России. М., 2011.
4. Зинченко Г. П., Зинченко Я. Г., Тищенко Е. Н. Оценка социальных компетенций гражданских служащих // Материалы VIII международной социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии» 18–19 апреля 2018 г. М.: АО «ВЦИОМ», 2018.
5. <http://kremlin.ru/events/president/news/62582>
6. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». URL: <http://government.ru/rugovclassifier/614/events/>
7. Паршин М. В. Региональная повестка. Федеральный проект «Цифровое государственное управление» // Межрегиональное совещание по развитию цифровой экономики в субъектах РФ. Пермь, 23.01.2019.
8. Государство как платформа: Люди и технологии / под ред. М. С. Шклярук. М: РАНХиГС, 2019. С. 111.

АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ПОДХОД К РЕШЕНИЮ ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АСИММЕТРИИ В ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖЕНЩИНЫ

Профессиональная асимметрия в трудовой деятельности женщины – основная причина разлома воспроизводственного цикла человеческих ресурсов (рис. 1) и следующего за ним демографического и семейного кризиса. Два вида трудовой деятельности женщины – репродуктивная (реализация родительского труда) и деятельность в продуктивных секторах экономики асимметричны по отношению друг к другу, провоцируют нарушение упорядоченности воспроизводственного процесса, его устойчивости и соразмерности между составными частями целого.

Обсуждая потребность в адаптации женщин к реалиям цифровой экономики, необходимость подготовки девушек и женщин в направлении STEAM – профессий, расширяя возможности приложения трудовых усилий женщины через обновленный список запрещенных ранее профессий [1, 2], стремясь к гендерной симметрии, научное сообщество как-то непроизвольно упускает обсуждение проблематики родительского труда и его включения в национальную экономику с последующей профессионализацией, тем самым нарушая право женщины реализоваться в материнстве.

Тематика занятости и профессионализации трудовой деятельности в последнее время актуализируется в области вовлечения женщин в продуктивный сектор экономики. Связано это с несколькими причинами:

➤ структурными изменениями в стратегиях развития отраслей и секторов, где в фокусе внимания находится производство товаров и услуг, усиливающая в экономическом развитии роль сектора услуг [3], что неизменно повлечет за собой феминизацию в перспективе большинства рабочих мест на рынке труда;

➤ несоответствием между реальными доходами семей, прожиточным минимумом и оплатой труда [4, 5], ростом инфляции [6], увеличением затрат на демографически обусловленные потребности, диктующие необходимость выхода женщины на рынок труда;

© Лаврентьева И. В., Тихонова О. К., 2020

* Доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и менеджмента Челябинского филиала РАНХиГС, г. Челябинск.

** Студентка Челябинского филиала РАНХиГС, г. Челябинск

- ростом трудовой нагрузки на население, низкой рождаемостью, высокой смертностью мужчин, постарением населения;
- неблагоприятной информационной средой, формирующей стереотипы бездетности и малодетности с преимущественно гедонистической направленностью.

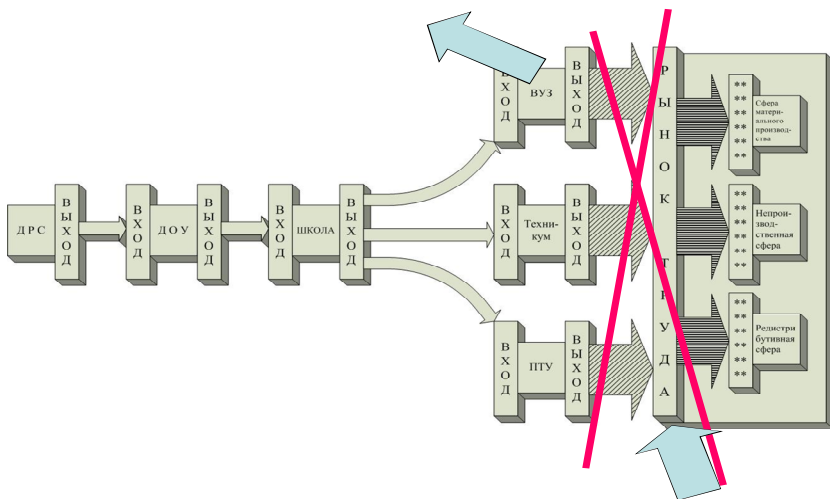


Рис. 1. Разлом воспроизводственного цикла человеческих ресурсов

Действительно, после получения профессии, рождения ребенка женщина вынужденно совершает «выбор без выбора», исключая право реализации ее трудовой деятельности по воспитанию своего ребенка – она вынужденно выходит на рынок труда. По оценкам Всемирного банка, доля работающих женщин в России очень высока и составляет почти 70 % от числа экономически активных работающих женщин [7]. Асимметричность усиливается, вызывая всевозможные деструкции в социально-экономических, семейных, демографических процессах.

Одно из наиболее актуальных последствий этой асимметрии являются низкие показатели жизненности страны, и все чаще произносимые пессимистические прогнозы по снижению численности населения России [8]. Предпринимаемые Правительством меры по улучшению демографической ситуации, с одной стороны, свидетельствуют о понимании всей остроты сложившейся ситуации, а с другой, являются недостаточными в силу следующих причин:

– большой упор делается на материальные факторы в части «единоразовых» пособий, стимулирующих только «старт» рождений и ослабевающих на дальнейших стадиях воспроизводственного процесса;

– функциональная ответственность по решению приоритетных задач «распылена» по ведомствам, что снижает реализацию и достижение целевых показателей;

– новые вызовы решаются старыми управленческими структурами, без теоретико-методологического обоснования и прогнозирования последствий от принятия управленческих решений.

В основе всех предпринимаемых мер лежит регулирование трех процессов: рождаемости, смертности, миграции, что является прерогативой демографической политики. Прирост численности населения возможен только путем признания и активизации родительского труда, как базового элемента воспроизводственного процесса человеческих ресурсов и смены объекта воспроизводственного процесса – им должен стать родительский труд по всем стадиям воспроизводственного процесса [9, 10], что осуществляется посредством разработки и реализации социально-экономического механизма включения родительского труда в национальную экономику (рис. 2).

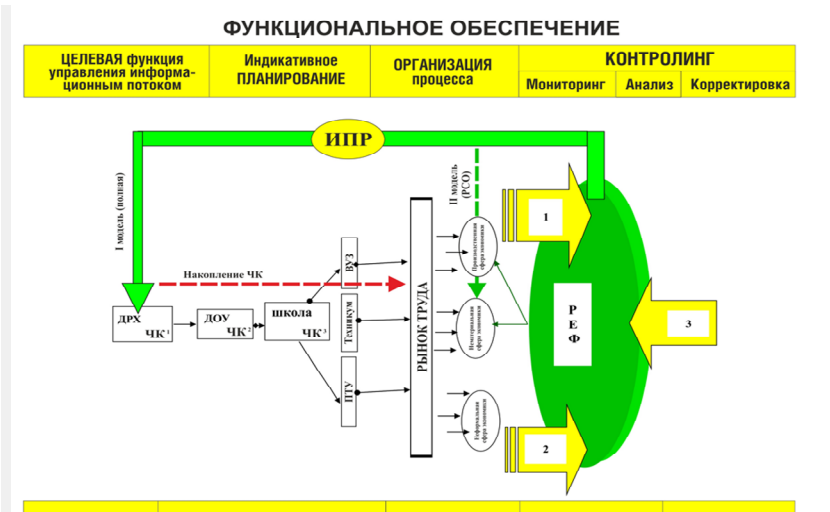


Рис. 2. Социально-экономический механизм включения родительского труда в экономику

Использование социального контракта, заключаемого с женщиной, принявшей решение о реализации домашнего репродуктивного

труда, позволит открыть новые рабочие места в экономике, повысить квалификацию женщин в части родительской компетенции и, наконец, реализовать материнское право. Условиями включения родительского труда в экономику являются:

- финансовые инструменты включения репродуктивного труда в экономику с обоснованием источников средств для оплаты родительского труда (специальные РЕФ – репродуктивные фонды с источниками накопления);

- необходимость профессионализации родительского труда через систему образования (в нашем случае ИПР);

- создание специализированного межведомственного регионального функционального органа регулирования воспроизводственного процесса.

В целях решения задачи профессионализации родительского труда с присвоением соответствующей квалификации по направлениям профилей «домашний воспитатель» или «репродуктивный работник» или «работник с семейными обязанностями» (возможны др. варианты) и зачетом этого вида деятельности в трудовой стаж, потребуется проведение большого объема работ, а именно:

- 1) Центральному бюро нормативов по труду потребуется разработка тарифно-квалификационных характеристик с целью введения нового вида профессий в единый тарифно-квалификационный справочник профессий и разработки профессионального стандарта по соответствующей специальности;

- 2) В системе профессионального образования предстоит готовить специалистов по уходу, воспитанию, обучению, ранней социализации своих и приемных детей с обобщенными и специальными трудовыми функциями и соответствующими компетенциями;

- 3) Предстоит институализировать домашний репродуктивный сектор как автономный социальный институт.

Предлагаемый к рассмотрению механизм включения родительского труда в экономику позволит ликвидировать существующую асимметрию на рынке труда, привести процесс воспроизводства человеческих ресурсов в состояние устойчивого развития, пропорционально соразмерить отдельные подсистемы воспроизводства. Можно сказать, что выявленная асимметрия может рассматриваться в данном случае как фактор эволюционного развития социально-экономической системы в решении проблемы профессиональной асимметрии трудовой деятельности женщины.

Библиографический список

1. Новый список запрещённых профессий для женщин в России вступит в силу с 2021 года. URL: <https://zen.yandex.ru/media/newsmen/novyi-spisok-zaprescennyh-professii-dlia-jenscin-v-rossii-vstupit-v-silu-s-2021-goda-5d1dbcab7782bf00adbe4885>
2. Минтруд расширит список разрешенных для женщин профессий / Новые Известия 21/09/2018. URL: <https://newizv.ru/news/society/21-09-2018/mintrud-rasshirit-spisok-razreshennyh-dlya-zhenschin-professiy>
3. Структурные изменения в российской экономике и структурная политика. Аналитический доклад / Симачев Ю., Акиндинова Н., Яковлев А., Кузык М., Миронов В. и др.; под научным руководством Ясина Е. Г. М.: НИУ ВШЭ, 2018, 252 с.
4. Щетинина И. В. Прожиточный минимум и оплата труда – реалии современной действительности и перспективы изменений // ЭКО. 2020. № 1. С. 116–137.
5. Слободенюк Е. А. Глубокая бедность в России: специфика объективного и субъективного положения в России и запросы к социальной политике // Социологическая наука и социальная практика. 2019. Т. 7. № 4. С. 26–38. DOI: <https://doi.org/10.19181/snsp.2019.7.4.6797>
6. Инфляция на потребительском рынке. Информационный бюллетень. Декабрь 2018/Банк России. М., 2019. 17 января. 14 с.
7. Козина И. М. Женщины и занятость: советское наследие // Соц. исслед. 2014. 214 с.
8. Вишневский А. Надежд на рост рождаемости в России нет // Новая газета. 17.01.20. № 4.
9. Lavrenteva I. V. Theory and Practice of Regulation of Reproductive (Parental) Labor in Maintaining the Balance of Family and Work Behavior (Article) 31st International Business Information Management Association Conference: 25–26 April 2018, Milan, Italy Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020 ISBN: 978-0-9998551-0-2
10. Лаврентьева И. В. Репродуктивный труд и воспроизводство трудовых ресурсов на макро- и мезоуровнях // Управление персоналом в России: теория, отечественная и зарубежная практика: коллективная монография. М.: ИНФРА. М., 2014, 283 с. (автор. 2 п. л.)

ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Положение женщины на рынке труда и в сфере занятости за последнее время существенно изменилось: увеличилась индивидуальная заинтересованность женщин, свобода выбора, и одновременно повысилась личная ответственность женщины за собственное благополучие. Для любого региона страны на современном этапе характерна тенденция к развитию отечественного производства, занятости и благосостояния граждан, а, следовательно, и развития женского предпринимательства, как фактора экономического роста страны. Важным преимуществом малого и среднего бизнеса является его тесная связь с местным рынком, способность в зависимости от колебания спроса быстро вводить необходимые изменения в производстве.

Наиболее важным аспектом развития женского предпринимательства является его финансовая составляющая, поскольку любые действия при открытии собственного дела требуют немалых вложений. Наиболее значимыми компонентами в области финансирования бизнеса выступают формирование и распределение финансовых потоков между различными уровнями и увеличение финансового потенциала территории.

Источники финансирования могут различаться по своей структуре, могут быть сосредоточены в форме внебюджетных средств, средств федерального, областного бюджета и средств местных бюджетов в согласованных с ними объемах, а также заемных средств при содействии органов регионального управления, международных спонсорских организаций, заинтересованных сторон. Финансовые ресурсы муниципального местного самоуправления могут быть на договорной основе объединены со средствами предприятий, учреждений, организаций и граждан для конкретного финансирования. Кроме бюджетных финансовых ресурсов органы местного самоуправления имеют и внебюджетные фонды, которые носят целевой характер, а право на их образование является исключительно компетенцией представительных органов местного самоуправления. Участие в финансовой поддержке женского предпринимательства могут принимать внебюджетные фонды по следующим направлениям:

- финансирование работодателей или организаций, которые создают высокоэффективные рабочие места;
- финансирование с целью открытия собственного дела с целью формирования нового рабочего места.

Одним из барьеров для развития женского предпринимательства в России является отсутствие финансовых возможностей для старта, сложность привлечения инвестиций, неравный доступ к кредитным и финансовым ресурсам, потребность в дополнительном финансировании в будущем [1]. Поэтому полагаем, что проведение целенаправленной инвестиционной, налоговой и кредитной политики может стать важным элементом управления предпринимательской деятельностью женщин является.

Финансово-кредитный механизм – средство воздействия на объект указанной системы. Этот механизм может быть представлен как совокупность различных форм и методов использования государством финансов и кредита в целях реализации соответствующей финансовой и кредитной политики в рамках развития женского бизнеса в России. Совершенствование уже существующих форм поддержки женского предпринимательства может означать, например, выработку единой методики предоставления льготных кредитов или займов (через фонды поддержки малого предпринимательства), специальные фонды, сети уполномоченных банков и т. д. Поэтому финансовый механизм поддержки женского предпринимательства должен включать финансовые методы и рычаги, правовое, нормативное и информационное обеспечение. Автором предложен финансово-кредитный механизм поддержки и развития женского предпринимательства (табл.).

Финансовый механизм поддержки и развития женского предпринимательства

Финансовые методы	Финансовые рычаги	Правовое обеспечение	Нормативное обеспечение	Информационное обеспечение
Инвестирование Кредитование Налогообложение Страхование Аренда Лизинг Самофинансирование	Льготы Снижение ставок Прямое и венчурное финансирование Гарантии по кредитам Ускорение амортизационных отчислений	Законы Указы, постановления Приказы Устав	Инструкции Нормативы Нормы Методические указания Внутренняя документация	Общая информация Информационно-правовые системы Интегрированные базы данных

Решение женщины открыть собственный бизнес зависит от привлекательности и доступности альтернатив. Безработная женщина задумается об открытии собственного дела, если ожидаемые от этого преимущества будут оценены ею выше, чем сохранение статуса безработной или получение места наемного сотрудника. Работающие женщины отдадут предпочтение предпринимательству, если убедятся в ее преимуществах перед статусом наемного работника, учитывая риск потерять работу или возможность найти лучшую. Решение женщин о переходе к предпринимательской деятельности не в последнюю очередь зависит от величины государственной помощи и поддержки, которую она рассчитывает получить.

Конкретные схемы финансирования женского предпринимательства с участием областных и муниципальных органов, средствами банков могут включать как минимум три варианта:

1. Прямое льготное кредитование. Модель простого кредитования представляет собой описание процедуры выдачи кредита заемщику и возврата заемщиком основной суммы кредита и процентов по нему в конце срока кредитования.

2. Долевое финансирование. Для этого способа финансирования сохраняются все полученные для прямого кредитования соотношения, кроме одного – конечная ставка кредита для заемщика определяется как средняя ставка по всем кредитам. В случае участия в проекте государственного инвестора долевое финансирование существенно снижает общую ставку для заемщика.

3. Предоставление гарантий. Выдача высоколиквидных гарантий – одна из самых популярных форм поддержки предпринимательства за рубежом. В России одним из распространенных способов является выдача простых гарантий путем заключения договоров поручительства или предоставления гарантийного обязательства.

По версии Dell's Women Entrepreneur Index, США возглавляют список с наилучшими условиями и возможностями для женщин, которые хотят преуспеть в бизнесе. Сейчас в США целенаправленно оказывается такая финансовая помощь для старта в бизнесе, как кредитование под государственные гарантии. Гибкая программа 7(a) Loan Program, где кредит можно получить на разные цели, реализуется 7000 коммерческих банков: предельная сумма кредита достигает 5 млн долларов, деньги можно взять на срок от 5 до 25 лет, с процентной ставкой от 6 % до 13 %. Примерно 36 % кредитов по этой программе выдаются женским компаниям.

С 2011 года в рамках программы Федеральных контрактов SBA, женщины получают преимущественное право на получение государственного заказа при прочих равных условиях. Для этого компания должна соответствовать нескольким требованиям: попасть под SBA стан-

дарты малого бизнеса, находиться в собственности одной или нескольких женщин (обязательно гражданок США) как минимум на 51 %, главным управляющим бизнеса должна быть женщина. Американские фонды безвозмездно финансируют программы государственной поддержки малого бизнеса, многие из которых направлены на развитие женского предпринимательства [2].

В Европе распространены различные программы по повышению квалификации и переподготовке женщин для открытия и развития бизнеса. Средства на проведение семинаров, тренингов, конференций выделяются из государственного бюджета, система уже отлажена, а учебные программы адаптированы под бизнес. Российские же программы пока на стадии доработки. Россия, Франция и Германия сходятся по основным направлениям поддержки развития женского предпринимательства, но отличаются способами и методами ее оказания.

Акционерное общество «Российский Банк поддержки малого и среднего предпринимательства» с начала 2017 года оказал прямую кредитную поддержку женщинам-предпринимателям на сумму 605 млн рублей в рамках «Программы 6,5», реализуемой Корпорацией МСП совместно с Банком России, по ставкам 9,6 и 10,6 % годовых для среднего и малого бизнеса соответственно.

В 2020 году женщинам-предпринимательницам в России можно рассчитывать на различные программы финансовой поддержки с помощью специальных государственных и муниципальных организаций. В настоящее время реализуются следующие федеральные государственные программы [3]:

– «Старт». Она направлена на тех, кто занимается разработкой инноваций. Программа считается уникальной, так как схема ее действия не похожа на все остальные программы. Выделение средств осуществляется в 2 шага. Первоначально финансирование проводится в пределах 2,5 млн руб. Эти средства идут из государственного бюджета. А уже на втором этапе начинающий предприниматель должен найти инвестора, который также профинансирует его деятельность в этом же размере.

– «Умник». Участниками программы могут быть люди, не достигшие 30 лет. Программа направлена на поддержку коммерчески ориентированных научно-технических проектов молодых исследователей. Размер гранта – 500 тыс. рублей; срок выполнения НИР – не более 24 месяцев (2 этапа по 12 месяцев).

– «Развитие». В рамках этого проекта осуществляется модернизация бизнеса на сумму до 15 млн рублей с условием организации новых рабочих мест. Программа ориентирована на активно развивающиеся компании, вкладывающие при производстве продукции большие суммы в научные исследования.

– «Кооперация». Программа направлена на развитие партнерства между малыми инновационными предприятиями и индустриальными партнерами. По данному направлению возможно финансирование до 25 млн рублей с условием повышения качества производимой продукции (услуги, работы), а также объединение компании с крупными производствами России. Срок гранта – 18–24 месяца; внебюджетное софинансирование (из собственных средств или средств инвестора) – не менее 100 % суммы гранта. Софинансирование может быть обеспечено грантополучателем (за счет собственных и/или привлеченных средств) и/или Индустриальным партнером.

Муниципальные программы действуют индивидуально в каждом регионе. Муниципалитет разрабатывает условия поддержки предпринимательства с учетом особенностей региона и возможностей бюджета. От развития женского предпринимательства внутри региона зависит его экономический рост. Эффективный бизнес пополняет внутренний бюджет региона в качестве налогов. Региональные программы выделяют финансирование в форме: грантов; льготных кредитов; налоговых каникул; субсидий; других видов помощи.

Внедрение механизмов финансовой поддержки женщин предпринимательниц, реализация проектов и создание новых, способствует росту предпринимательской инициативы среди женщин, позволяют им организовывать свой бизнес, выходить на новые уровни. Однако создание благоприятных условий для роста экономической активности женщин являются задачей комплексной, их реализация возможна без участия государства и бизнес-структур.

Библиографический список

1. Коробова О. О. Социально-экономические факторы предпринимательской деятельности женщин // Гендерные отношения в современном мире: управление, экономика, социальная политика: материалы Междунар. науч. конф. 16–18 мая 2019 г. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2019. С. 161–167.

2. Дубень В. Дамский кошелек. Как в США поддерживают женщин-предпринимателей. URL: <http://www.forbes.ru/forbes-woman/366627-damskiy-koshelek-kak-v-ssha-podderzhivayut-zhenshchin-predprinimateley> (дата обращения: 12.01.2019).

3. Федеральная программа поддержки малого и среднего бизнеса в 2020 году. URL: <https://grazhdaninu.com/raznoe/podderzhka-biznesa.html> (дата обращения: 16.01.2019).

4. МСП Банк. URL: <https://mspbank.ru/media/news/pri-podderzhke-msp-banka-zhenshchiny-predprinimateli-poluchili-finansirovanie-boleechem-na-800-mln-> (дата обращения: 16.01.2019).

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ ЖЕНЩИН В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

Женское предпринимательство наиболее динамично развивается в сегменте малого и среднего бизнеса, его отличительными чертами выступают творчество, инновации, мобильность, гибкость и адаптивность к изменениям внешней экономической среды.

Развитию женской предпринимательской активности в малом бизнесе способствуют такие факторы, как безработица, плохие карьерные перспективы, неприемлемые условия труда, профессиональная неудовлетворённость, отсутствие детских учреждений. Наряду с такой мотивацией женщин-предпринимателей существует также добровольная мотивация. К добровольной мотивации можно отнести как стремление к независимости, самореализации, удовлетворённости работой, так и стремление к финансовой независимости.

Мотивация предпринимателей влияет на предпринимательские устремления. Предприниматели, движимые необходимостью, часто с появлением возможностей трудоустройства на наёмную работу (с сопоставимым заработком) предпочтут перейти на эту работу. Соответственно, предприятия, созданные такими предпринимателями, имеют низкие показатели выживаемости. Краткосрочный горизонт деятельности приводит к меньшему желанию собственников инвестировать в развитие и рост своего бизнеса. Это самое существенное различие между добровольными и вынужденными предпринимателями. Добровольные предприниматели направляют все свои усилия на развитие и совершенствование бизнеса, увеличивая его положительный эффект. Они чаще осваивают новые рынки, создают инновационные продукты и услуги, планируют увеличить количество рабочих мест.

Одним из преимуществ предпринимательской деятельности по сравнению с наёмным трудом женщин является возможность использования нестандартных графиков работы, которые снижают проблему ухода за детьми и пожилыми членами семьи. Гибкий график и увеличение возможностей для работы по дому обеспечивают хороший баланс между трудовой деятельностью, семейной жизнью и финансовыми потребностями.

Законодательная база в отношении малого и среднего предпринимательства (далее МСП) сформировалась и постоянно совершенствуется. В целом изменилась позиция государства в отношении предпринимательства. Увеличился пакет государственных инициатив, направленных на поддержку и развитие сегмента малого и среднего бизнеса в России. В Федеральном законе «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» определены формы поддержки МСП, в частности, финансовая имущественная, информационная, консультационная. Обозначены условия и порядок поддержки МСП в различных сферах экономики

Степень благоприятствования для начала осуществления предпринимательской деятельности не ограничивается лишь лояльностью общества к предпринимательству. На принятие решения заняться предпринимательской деятельностью влияет множество факторов.

Для трети женщин, открывших свое дело, основным мотивом стало желание реализовать свои идеи. Соответственно, увеличилось число предпринимательских структур в сфере услуг. Женщины хотят заниматься социальными проектами, сферой образования, воспитанием подрастающего поколения, а также благотворительными проектами. Немаловажным фактором является возможность получения дополнительного дохода (37 %) [1]. При этом 53 % женщин уверены в том, что предпринимательству можно научиться и компенсировать возможные пробелы в специальных знаниях [2].

Для женщин, не осуществляющих предпринимательскую деятельность, значимым является желание получать больший доход (51 %). Не менее важным является желание реализовать свою идею и приносить пользу обществу (42 %). Для начала бизнеса большинству женщин нужен стартовый капитал (67 %), готовый бизнес-план и оценка потенциального спроса (66 %), многие считают, что также важны личные качества, уверенность в себе (55 %). Они убеждены в том, что семья и ближайшее окружение поддержало бы их в стремлении начать собственное дело (68 %) [3].

Наличие маленьких детей для многих женщин не является препятствием. Дети становятся стимулом, идейными вдохновителями для открытия бизнеса. Во многих странах мира именно такой категории женщин уделяется пристальное внимание и оказывается всесторонняя поддержка со стороны бизнес-сообщества. В Великобритании появился даже новый термин, обозначающий маму-предпринимателя. В России также существует проект «Мама-Предприниматель».

Со временем предпринимательство приобретает женские черты. В бизнес приходят женщины как на правах собственников малого и

среднего бизнеса, так и на ключевые руководящие посты в крупные компании. Характерной особенностью современного женского предпринимательства стало изменение характера мотивации.

Современные технологии позволили женщине снять с себя часть задач, связанных с домом, семьей и уходом за детьми, и освободили место для творчества. Различные творческие, социальные и благотворительные идеи получили реализацию в женском предпринимательстве. Безусловно, в обществе есть категория женщин, для которых предпринимательство не представляет интереса, которые не могут, не хотят и никогда не станут открывать свое дело. Однако есть и такие, кто хотел бы, но существуют определенные ограничения. Как выяснилось, подобные барьеры носят как внутренний, так и внешний характер. Поэтому задача на сегодняшний день – минимизировать экономические, образовательные и другие факторы, препятствующие женщинам открывать собственные предпринимательские структуры, реализовывать свои идеи и приносить пользу

Развитие предпринимательской активности включает два основных типа мотивации. Первый тип мотивации, как было указано выше, – это добровольная мотивация предпринимателей. Он обусловлен имеющимися возможностями по решению женщинами задач финансового благополучия, повышения социального статуса и решения других проблем самореализации и творческой деятельности за счёт создания собственного бизнеса. Добровольные предприниматели ориентированы на улучшение своего положения в обществе. К ним относятся совершеннолетние трудоспособные женщины, которые пользуются открывающимися возможностями и стремятся извлечь выгоду из предпринимательской деятельности по сравнению с работой в других сферах занятости. Второй тип – предприниматели по необходимости. К ним относятся женщины, которые начинают свой бизнес из-за отсутствия других способов получения средств для существования.

В России женщины активно участвуют в бизнесе, даже в том случае, если они не являются его собственниками, а работают по найму. Россия лидирует по количеству женщин-руководителей. В нашей стране 40 % высших управленческих должностей занимают женщины, 43 % компаний возглавляют женщины, в то время как в странах с развитой рыночной экономикой показатель значительно ниже. Так, в Японии этот показатель равен 8 %, в Германии — 14 %. В качестве одной из причин такого успеха женщин в бизнесе оказалось советское наследие, обеспечившее равный доступ женщин и мужчин к профессиональному образованию. Это не характерно для многих стран рейтинга, например для Великобритании [4].

Таким образом, за последние десять лет в России существенно изменились условия для осуществления предпринимательской деятельности. Изменилось отношение к предпринимателю, общество стало более благосклонно к самой идее предпринимательства. Появилась категория людей, планирующих начать свой бизнес в той или иной временной перспективе. Об этом свидетельствуют неуклонная положительная динамика международных и внутрироссийских рейтингов о благоприятности деловой среды в нашей стране.

Со временем предпринимательство приобретает женские черты. В бизнес приходят женщины как на правах собственников малого и среднего бизнеса, так и на ключевые руководящие посты в крупные компании. Характерной особенностью современного женского предпринимательства стало изменение характера мотивации.

Задача сегодняшнего дня — минимизировать экономические, образовательные и прочие факторы, препятствующие женщинам открывать собственные предпринимательские структуры, реализовывать свои идеи и приносить пользу.

Сегодня, как никогда, необходимо оказывать женщинам, начинающим собственный бизнес, практическую помощь в подготовке и реализации собственных бизнес-проектов и распространять полученный опыт на другие категории предпринимателей.

Библиографический список

1. Россия в цифрах: 2012–2013. О предпринимателях и отношении к ним в российском обществе. Фонд Общественное Мнение. Экономика. 2014. URL: <http://fom.ru/Ekonomika>.
2. Amway Global Entrepreneurship Report. 2015. URL: <http://globalnews.amway.com/amway-global-entrepreneurship-report>.
3. Индекс предпринимательской активности женщин WBI 2015 // Комитет по развитию женского предпринимательства «ОПОРА России». URL: <http://www.woman-opora.ru/proekty>.
4. Women in business: the path to leadership // Grant Thornton International Business Report 2015. URL: <http://www.grantthornton.global/insights/articles/women-in-business-2015>.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Силласте Г. Г.</i> Рынок труда, занятости и профессий: пространство гендерных перемещений и их социальная динамика в условиях формирования нового гендерного порядка	3
<i>Ржаницына Л. С.</i> Некоторые проблемы женской занятости в современной России	6
<i>Хасбулатова О. А., Смирнова И. Н., Ростовская Т. К.</i> Технологическая гендерная сегрегация на рынке труда в экономике XXI века: направления исследования.....	9
<i>Зубок Ю. А., Чупров В. И., Сорокин О. В.</i> Молодые женщины: социокультурная саморегуляция жизнедеятельности в сфере труда	15
<i>Великая Н. М., Моисеева А. Н.</i> Возможности и ограничения продвижения женщин в местные органы власти города Москвы	20
<i>Хоткина З. А.</i> Почему искусственный интеллект (ИИ) имеет «склонность к дискриминации» женщин?.....	26
<i>Смирнов Е. А., Рослякова М. В.</i> Гендерный фактор в управленческой командной работе	32
<i>Милованова М. Ю.</i> Женское предпринимательство: устойчивость тренда в цифровом обществе	39
<i>Захарова Л. Н., Саралиева З. Х.-М., ЧжуЛиучуан.</i> Ценностная готовность девушек-студенток индустриальных колледжей России и Китая к работе в организационных условиях современного предприятия	48
<i>Кузнецова В. П., Апевалова З. В., Трофимова И. Б.</i> Общественные инструменты повышения привлекательности инженерных профессий для женщин	55
<i>Савинская О. В., Мхитарян Т. А.</i> Почему девочки не идут на кружки робототехники: гендерные стереотипы и выбор родителей	61
<i>Говорова Н. В.</i> Гендерный дисбаланс на рынке труда Европейского Союза.....	67
<i>Семёнова А. А.</i> К вопросу о гендерном дисбалансе в сферах науки и технологии	73
<i>Колесникова Е. М., Куденко И.</i> Кадровый потенциал STEM профессий: школьники о перспективах занятости в профессиях технического направления интеллектуального труда	77
<i>Коростылева Н. Н.</i> Гендерное образование с позиций медиа-	

критики	80
Смаль С. В. Военно-техническое образование в Санкт-Петербурге: к вопросу о гендерном равенстве.....	80
Владыкина Л. Б., Никулин В. М. STEAM: профессиональные траектории в условиях цифровизации экономики (гендерный аспект)	84
Кашина М. А., Москвина А. Ю. Цифровизация как фактор развития женского бизнеса	89
Рычихина Н. С. К вопросу о продвижении женского лидерства	93
Белова Т. П. Профессиональное самоопределение старшеклассников: гендерный аспект.....	102
Булкина К. И., Иванова Е. П., Эмануэль Т. С. Применение мобильных приложений в образовательном процессе как инструмент повышения цифровой культуры российских педагогов.....	108
Агафонова П. В. Гендерные стереотипы в «Атласе новых профессий».....	113
Задворнова Ю. С. Гендерная дискриминация в сфере труда и занятости как один из социальных рисков цифровой экономики: пример Кремниевой долины	121
Масюк Н. Н., Темнова Н. К., Маркова Е. К., Птицына Н. А. Женское предпринимательство и гендерный цифровой разрыв	126
Звонарева А. Е. Есть ли у профессий будущего пол?	130
Шинкаренко Е. А. Поиск работы в сфере IT: исследование резюме	135
Мутаев У. К. Цифровизация (инстаграмизация) сферы handmade как расширение возможностей женского предпринимательства в современной России.....	139
Булкина К. И., Громова Л. А., Эмануэль Т. С., Эмануэль Ю. В. Имидж педагога в зеркале цифровой эпохи	145
Зипченко Я. Г. Государственная гражданская служба – STEAM профессия для женщин	149
Лаврентьева И. В., Тихонова О. К. Альтернативный подход к решению проблемы профессиональной асимметрии в трудовой деятельности женщины	156
Коробова О. О. Основные источники формирования финансовых ресурсов для развития женского предпринимательства	162
Гулянская Н. В. Предпринимательская активность женщин в малом бизнесе	167
	172

Для заметок

**ЖЕНЩИНЫ В ПРОФЕССИЯХ XXI ВЕКА:
ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Материалы
Всероссийской научной конференции
с международным участием**

Москва, 3 марта 2020 г.

Директор издательства *Л. В. Михеева*
Технический редактор *И. С. Сибирева*

Издается в авторской редакции

Подписано в печать 21.02.2020 г.

Формат 60 × 84¹/₁₆. Бумага писчая. Печать плоская. Усл. печ. л. 10,5.
Уч.-изд. л. 9,3. Тираж 60 экз. Заказ № 4. Цена свободная

Издательство «Ивановский государственный университет»

✉ 153025 Иваново, ул. Ермака, 39 ☎ (4932) 93-43-41

E-mail: publisher@ivanovo.ac.ru

Издательско-полиграфический комплекс «ПресСто»

✉ 153025 Иваново, ул. Дзержинского, 39, стр. 8

☎ 8-930-330-36-20. E-mail: presto@mail.ru

