




УДК 316.4

DOI: 10.18413/2408-9338-2024-10-3-0-5



Оригинальная статья

Нотман О. В.   
Дидковская Я. В.   
Зырянова О. Б. 

Креативные установки в контексте жизненных  
и профессиональных ценностей студенческой молодежи:  
гендерное измерение

Уральский федеральный университет  
им. первого Президента России Б. Н. Ельцина  
улица Мира, дом 19, Екатеринбург, 620002, Россия  
*o.v.notman@urfu.ru*  
*V.Didkovskaia@urfu.ru*  
*o.b.zyrianova@urfu.ru*

**Аннотация.** Исследуемая в статье проблема обусловлена потребностью в развитии креативных отраслей российской экономики и генерировании инновационных процессов во всех сферах жизни, требующих создания условий для творческой самореализации в равной мере как женщин, так и мужчин. Статья посвящена выявлению связи между установками студентов на креативную деятельность и их жизненными и профессиональными ценностями, особое внимание уделяется поиску гендерных различий в креативных установках студенческой молодежи. Эмпирическая база исследования – данные опроса, проведенного в 2024 г. среди студентов российских вузов (N=750). Результаты исследования показали приоритет сущностной терминальной мотивации креативной деятельности, предопределяемой высокой значимостью ценностей самореализации в структуре жизненных и профессиональных ценностей студенческой молодежи. Выявлены следующие гендерные особенности установок на креативную деятельность среди студенческой молодежи: девушки больше вовлечены в разработку творческих проектов и повышение квалификации на курсах и тренингах, юноши – в программирование, освоение и усовершенствование технологий; девушки чаще ориентированы на проявление креативности в творческих хобби, сфере образования, социальном и гражданском активизме, юноши – в научных исследованиях, политике и управлении. Делается вывод о том, что существующие в российском обществе институциональные условия и укорененные в общественном сознании полоролевые стереотипы влияют на характер креативных установок девушек и выбор ими сфер для реализации своего креативного потенциала. Гендерная асимметрия в сферах занятости и «закрытость» доступа женщин в такие сферы, как управление и политика, не способствуют желанию девушек проявить в них свой потенциал.

**Ключевые слова:** креативные установки; жизненные и профессиональные ценности; мотивация; студенты; юноши; девушки

**Благодарности:** Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00603, <https://rscf.ru/project/23-28-00603/>.

**Информация для цитирования:** Нотман О. В., Дидковская Я. В., Зырянова О. Б. Креативные установки в контексте жизненных и профессиональных ценностей студенческой молодежи: гендерное измерение //

Научный результат. Социология и управление. 2024. Т. 10, № 3. С. 72-87.  
DOI: 10.18413/2408-9338-2024-10-3-0-5.

Original article

Olga B. Notman 

Yana V. Didkovskaya 

Olga B. Zyrianova 

Creative attitudes in the context of life and professional values  
of student youth: gender dimension

First President of Russia B.N. Yeltsin Ural Federal University,  
19 Mira St., Yekaterinburg. 620002, Russia

*o.v.notman@urfu.ru*

*V.Didkovskaia@urfu.ru*

*o.b.zyrianova@urfu.ru*

**Abstract.** The problem studied in the article is caused by the need to develop creative sectors of the Russian economy and generate innovative processes in all spheres of life, which require creating conditions for creative self-realization for both women and men equally. The article is devoted to the identification of the connection between students' attitudes to creative activity and their life and professional values, special attention is paid to the search for gender differences in creative attitudes of students. The empirical base of the study is the data from a survey conducted in 2024 among Russian university students (n=750). The results of the study identified the priority of essential terminal motivation of creative activity due to the high importance of self-actualization values in the structure of life and professional values of students. The following gender features of attitudes toward creative activity among students were identified: women are more involved in the development of creative projects and advanced training at courses and trainings, men – in programming, mastering and improving technologies; women are more often involved in the manifestation of creativity in creative hobbies, education, social and civic activism, men – in scientific research, politics and management. It is concluded that the institutional conditions existing in Russian society and gender role stereotypes rooted in the public consciousness influence the nature of women's creative attitudes and their choice of areas for realizing their creative potential. Gender asymmetry in areas of employment and the "closedness" of women's access to areas such as management and politics do not contribute to women's desire to show their potential in them.

**Keywords:** creative attitudes; life and professional values; motivation; students; men; women

**Acknowledgments.** This work has been supported by the grants the Russian Science Foundation, RSF 23-28-00603, <https://rscf.ru/project/23-28-00603/>.

**Information for citation:** Notman, O.V., Didkovskaya, Ya. V., Zyrianova, O. B. (2024), "Creative attitudes in the context of life and professional values of student youth: gender dimension", *Research Result. Sociology and Management*, 10 (3), 72-87, DOI: 10.18413/2408-9338-2024-10-3-0-5.

**Введение (Introduction).** Креативные установки, выступая значимой компонентой жизненного мира молодежи, формируются под влиянием спектра

условий – широты практик социального взаимодействия, доступных для самопроявления сфер приложения творческих усилий, а также барьеров,

блокирующих творческие интенции. Творческий «жизненный мир» молодых людей выступает для них определенным «ресурсом» для достижения поставленных целей (образовательных, профессиональных, карьерных, материальных и т.д.) и успешной реализации жизненных стратегий. На уровне реализации государственной молодежной политики становится очевидным, что расширение возможностей для творческой самореализации как девушек, так и юношей в перспективе будет стимулировать инновационные процессы во всех сферах жизни, способствовать развитию наукоемких и креативных отраслей, являющихся драйверами развития современной экономики.

Понимание гендерной специфики креативных установок молодого поколения, социального и ценностного контекста их формирования является необходимой составляющей совершенствования инструментов и мер поддержки творческих инициатив молодежи в различных сферах жизнедеятельности – образовательной, культурно-досуговой, профессиональной, предпринимательской, социально-гражданской и пр.

Проявление гендерных различий в самых разных сферах общественной жизни – в образовании и академической среде (Ванникова, Kemmet, 2019; Полихина, Байков, Гришакина, Тростянская, 2022; Крыштановская, Лавров, Юшкина, 2023), в сфере труда и профессиональной самореализации (Силласте, 2004; Боровских, Авласович, 2015; Римашевская, 2010), в брачно-семейных отношениях (Безрукова, Самойлова, 2022; Егорова, Янак, Рябинская, 2020) – активно изучалось на протяжении последних десятилетий. Вне зависимости от теоретических подходов авторы, опираясь на результаты своих исследований, пришли к выводу о выраженной гендерной асимметрии в российском обществе, сопряженной с дискриминирующими женщинами

практиками, что препятствует эффективному использованию интеллектуального и инновационного потенциала женщин, затрудняет их творческую самореализацию в различных сферах жизнедеятельности – профессиональной, общественно-политической, семейной и др.

Прерогатива в исследованиях креативности принадлежит психологической науке, в рамках которой креативность рассматривается как интеллектуальная и эмоциональная черта личности, измеряемая с помощью различных вербальных и невербальных тестов. Психометрические исследования креативности сформировали несколько фокусов анализа: креативность и гениальность, креативность и одаренность, креативность и специальные способности, собственно креативность как самостоятельный феномен, изучаемый вне сопоставления с иными личностными качествами (Челнокова, Дорфман, 2008).

Между тем, креативность мужчин и женщин именно как социально обусловленное свойство субъекта, а не психологическая особенность личности, и специфика их креативной деятельности как разновидности социальной, сравнительно редко попадали в фокус внимания исследователей гендерной проблематики.

Цель нашего исследования заключалась в выявлении гендерной специфики креативных установок студенческой молодежи – мотивов и ценностных оснований креативной деятельности, желаемых и практикуемых сфер реализации креативного потенциала, включая практики проведения досуга.

**Методология и методы (Methodology and Methods).** В отличие от уже устоявшегося в данной области исследований психологического подхода, мы не рассматриваем креативность в качестве компонента гениальности или одаренности индивидов, или специальной способности личности, в фокусе нашего внимания определенные социальные

детерминанты и социальные практики, которые так или иначе могут соотноситься с креативным характером деятельности социальных агентов, в данном случае студенческой молодежи.

Социологический контекст анализа предполагает, с одной стороны, обращение к теориям, вписывающим креативность и креативную деятельность в социальную ткань общества, либо анализирующим «социальный климат» креативности, с другой – поиск релевантных эмпирических индикаторов креативности, возможностей ее социологического измерения.

Основываясь на имеющемся опыте исследования креативности и ее социальной обусловленности, мы выделяем несколько сложившихся в социологической науке подходов. Прежде всего, это теории креативного общества, среди которых наиболее известны концепции «креативного класса» Р. Флориды и «креативного города» Ч. Ландри. В частности, Флоридой предложено в структуре современного общества выделить креативный класс и связать свойство креативности с увеличением в обществе знаний и инноваций (Florida, 2002). Однако, творческую деятельность, имеющую своим источником спонтанные и зачастую бессознательные побуждения, достаточно сложно отнести к свойствам социальной структуры или ее элементам, скорее она является атрибутом индивидуального действия. Именно в таком ключе креативность анализируется с позиций неопрагматизма в теориях «ситуационной креативности», которые развивают Х. Йоас, М. Эмирбайер и Э. Мише. Согласно Йоасу креативность возможна, поскольку социальные процессы изменчивы и ситуативны, соответственно креативное действие разворачивается в случайной, требующей от индивида нетривиального решения, ситуации (Йоас, 2010; Joas, 2009). С этой точки зрения креативное действие индивидов сопряжено с поиском новых решений, но при этом будучи социальным

действием, оно обладает ценностно-смысловой саморегуляцией. Ценностные основания креативной деятельности мотивируют ее и направляют поиск сфер самореализации действующего субъекта.

Еще один подход к исследованию креативности также подчеркивает ее ценностную подоплеку – концепции «креативной среды», связывающие креативность с процессами урбанизации. В частности, Р. Стэвинс изучал связь между креативностью американских штатов и типами ценностей, разделяемых населением этих штатов (по методологии Р. Инглхарта – постматериалистические и материалистические) и установил, что носителями постматериальных ценностей в большей мере выступает население «креативных» штатов с высокоинтеллектуальной сервисной специализацией (Stavins, 2011). Из данного положения следует, что ценности самореализации и саморазвития будут способствовать формированию креативных установок субъектов, мотивировать индивидов на креативную деятельность, а ценности выживания, напротив, снижать их креативную активность.

Связывая креативную деятельность и гендерные особенности ее субъектов, мы учитываем социально-обусловленный характер человеческого действия, а именно то, что результатом усвоения ценностей, социальных норм и правил в процессе социального взаимодействия является конформистское поведение, играющее не последнюю роль в следовании гендерным образцам. Соответственно для нас является важным то обстоятельство, что ценностные ориентации субъектов креативной деятельности, выступающие ее внутренним мотивирующим стимулом, определяются и существующими в обществе гендерными стереотипам, которые могут обуславливать гендерные различия в креативных установках индивидов. Эмпирический поиск этих различий мы основывали на сравнении предикатов креативных установок юношей и девушек – их

жизненных и профессиональных ценностей, досуговых ориентаций и предпочитаемых сфер самореализации.

Результаты исследования гендерных различий в креативных установках студенческой молодежи базируются на данных анкетного опроса студентов 2-го и 3-го курсов 11 российских университетов, реализованного в марте 2024 г. при активном участии авторов статьи. В выборку вошли университеты Москвы (МГУ, НИУ ВШЭ), Санкт-Петербурга (СПбГУ), Екатеринбурга (УрФУ), Волгограда (ВолГТУ и ВолГУ) и Тюмени (ТюмГУ и ТюмГИУ). Использована целевая квотная выборка: квотными признаками выступили город, в котором учится и живет респондент, и направление обучения – науки об обществе; гуманитарные науки, педагогика, образование и искусство; инженерные науки и технологии; математические и естественные науки. В результате online опроса посредством Google Forms было собрано 853 анкеты, после выравнивания квот оставлено 750 респондентов.

Поскольку пол не был включен в число квотных признаков отбора, распределение опрошенных по полу неравномерно и в целом отражает гендерный дисбаланс профессионального выбора студентов – в STEM направлениях подготовки преобладают мужчины (66%), а в социально-гуманитарном направлении – женщины (73%).

Обработка полученных данных осуществлялась с применением программы Vortex.10. Рассчитаны индексы (средние баллы) оценок респондентами значимости основных жизненных и профессиональных ценностей. Проведен корреляционный анализ зависимостей между гендерной принадлежностью респондентов и переменными, измеряющими различные аспекты их креативности. Выводы о значимости взаимосвязи определялись на основе расчетов коэффициентов Крамера (для номинальных шкал) и Эта (для условно-количественных шкал).

### Научные результаты и дискуссия (Research Results and Discussion).

*Креативная деятельность: мотивация и сферы реализации.* В ходе анализа данных опроса мы обнаружили ряд статистически значимых различий<sup>1</sup> между юношами и девушками в мотивации креативной деятельности, желаемых и практикуемых сферах ее реализации, а также ценностных основаниях креативных установок.

Для измерения мотивации креативной деятельности мы использовали 5-балльную шкалу для оценки значимости каждого мотива. Полученные результаты свидетельствуют о том, что самым важным мотивом для респондентов (как девушек, так и юношей) является «личная страсть и интерес к творческой деятельности» (Таблица 1).

Таблица 1  
Средние оценки важности побудительных мотивов креативной деятельности  
Table 1  
Average estimates of the importance of motivations for creative activity

Мотивы творчества / The motives of creativity	Мужчины / Men	Женщины / Women	В целом по выборке / In the whole sample
личная страсть и интерес к творческой деятельности / personal passion and interest in creative activity	4,14	4,51	4,32

<sup>1</sup> В приведенных таблицах статистически значимые различия выделены цветом.



возможность решать сложные задачи / the ability to solve complex problems	3,43	3,54	3,48
поддержка и признание со стороны окружающих / support and recognition from others	3,25	3,69	3,46
финансовое вознаграждение / financial reward	3,31	3,47	3,39
возможность внести изменения и улучшения в окружающую действительность / the opportunity to make changes and improvements to the surrounding reality	3,22	3,51	3,36
конкуренция и вызов / competition and challenge	3,04	2,89	2,97

Иными словами, очевидно преобладание сущностной терминальной мотивации над прочими побудительными мотивами, имеющими инструментальную, социально-альтруистическую либо социально-коммуникативную направленность. При этом девушками в сравнении с юношами значимо выше оцениваются такие мотивы, как «личная страсть и интерес к творческой деятельности» и «поддержка и признание со стороны окружающих» (Таблица 1).

Сравнительный анализ юношей и девушек по видам креативной

деятельности, имеющимся в арсенале опыта последнего года, позволяет наряду с общей тенденцией преобладания специфичных, характерных для студенческого образа жизни видов деятельности, зафиксировать то, что девушки значимо чаще юношей участвуют в разработке творческих проектов и повышают свою квалификацию на курсах и тренингах, реже – осваивают новую технологию и оборудование, создают программные продукты, создают или усовершенствуют технические устройства для личного использования (Таблица 2).

Таблица 2

Виды креативной деятельности, в которых студенты принимали участие  
(% от числа опрошенных)

Table 2

Types of creative activities in which students participated  
(% of the number of respondents)

Виды деятельности / Types of activities	Мужчины / Men	Женщины / Women	В целом по выборке / In the whole sample
участвовал в разработке творческого проекта / participated in the development of a creative project	32,5	43,2	37,7
осваивал новую технологию, новое оборудование / he mastered new technology, new equipment	41,8	24,7	33,5
выступал с докладами на научных конференциях или семинарах / He has made presentations at scientific conferences or seminars	28,3	30,6	29,4
проходил курсы повышения квалификации, тренинги и др. / He took advanced training courses, trainings, etc.	23,4	35,3	29,2
участвовал в проведении научного исследования / participated in the scientific research	27,6	29,9	28,7

создавал программные продукты / created software products	24,8	12,3	18,8
участвовал в конкурсах на получение грантов, стипендий / participated in competitions for grants and scholarships	19,3	14,3	16,9
создавал или усовершенствовал устройства, технические средства для личного потребления (для вас, вашей семьи, друзей) / created or improved devices, technical means for personal consumption (for you, your family, friends)	21,6	9,9	15,9
разрабатывал бизнес-план и предлагал его к рассмотрению в банке, инвесторам и т.д. / he developed a business plan and offered it to the bank, investors, etc. for consideration	11,8	7,2	9,6
регистрировал свои патенты на изобретения / he registered his patents for inventions	2,8	0,7	1,8

Выявленные различия объясняются в целом гендерной спецификой образовательных ориентаций – юноши в большей степени вовлечены в программирование, освоение и разработку технологий, а девушки – в реализацию творческих проектов. При объяснении выявленных различий важно также отметить существующую в образовании гендерную асимметрию – в социально-гуманитарной сфере традиционно преобладают девушки, в сфере STEM и особенно перспективных, престижных IT – юноши. Тем не менее, с учетом отмеченных объективных детерминант, обращает на себя внимание факт, не связанный напрямую с направлением обучения, – девушки чаще юношей проходят курсы повышения квалификации, участвуют в тренингах. Более выраженные ориентации девушек на профессиональное самосовершенствование и «апгрейд» имеющихся навыков отражают общемировую тенденцию увеличения уровня вовлеченности женщин в процессы

дополнительного образования. Согласно аналитическому отчету одной из ведущих образовательных платформ Coursera доля обучающихся женщин во всем мире неуклонно возрастает: если в 2016 г. доля женщин – новых зарегистрированных пользователей платформы Coursera составляла 43%, то в 2021 г. – 50%. Данные по России от дата-сайентистов оператора Теле 2, полученные в ходе оценки 180 онлайн-платформ для обучения и развития, показали, что доля женщин-пользователей различных образовательных платформ в 2021 г. составляла 56%.

Помимо реальных практик (опыта участия в креативных видах деятельности) в нашем исследовании замерялись желаемые сферы проявления креативности. Полученные данные выявляют приоритет «личных» сфер – более половины респондентов хотели бы проявить свою креативность в творческих хобби и личных коммерческих проектах, более трети – в науке и образовании (Таблица 3).

Желаемые сферы для проявления креативности (% от числа опрошенных) Таблица 3

Desired areas for creativity (% of the number of respondents) Table 3

Сферы проявления креативности / Areas of creativity	Мужчины / Men	Женщины / Women	В целом по выборке / In the whole sample
творческие хобби (например, музыка, спорт) / creative hobbies (e.g. music, sports)	55,0	68,9	61,7
личные коммерческие проекты / personal commercial projects	51,5	50,9	51,2
научные исследования / scientific research	46,2	30,6	38,6
сфера образования / the field of education	30,9	37,3	34,0
социальный и гражданский активизм / social and civic activism	13,2	20,2	16,6
политика / politics	20,0	12,8	16,5
сфера управления / the sphere of management	20,0	12,8	16,5
другое / other	3,5	0,6	1,9

При очевидном приоритете данных сфер над остальными обращает на себя внимание ряд характерных различий между юношами и девушками в выборе приоритетных сфер для реализации своего креативного потенциала: девушки чаще юношей хотят проявить себя в творческих хобби, сфере образования, социальном и гражданском активизме, юноши – в научных исследованиях, политике и управлении (Таблица 3). Выявленные различия в выборе сфер проявления креативности во многом отражают гендерную специфику профессиональной занятости в российском обществе и соответствующие ей стереотипы восприятия определенных сфер самореализации, которые продолжают воспроизводиться и в молодежной среде в форме ориентаций на перспективу.

Так, например, по данным Росстата, образование, занимающее по данным нашего исследования третье почетное место в списке предпочтений девушек, является самой феминизированной сферой занятости – доля женщин в этой сфере составляет 82% (Женщины ..., 2022: 78). Однако, результаты гендерных

позиционных исследований сферы образования показывают, во-первых, уменьшение доли женщин с возрастанием уровня образования – в системе высшего образования доля женщин составляет уже 57,6% («Кариатиды» ..., 2020), во-вторых, уменьшение доли женщин в высшем образовании с повышением уровня должности – на вершине образовательной пирамиды (в позиции ректора университета) доля женщин не превышает 18,8% (Крыштановская, 2023: 8). То есть управленческие позиции даже в «женских» отраслях занятости остаются исключительно мужскими, продолжая воспроизводить традиционные представления о социальных ролях полов.

Весьма показательна ситуация гендерного дисбаланса и в сфере политики – несмотря на то, что в российском обществе женщины составляют большинство, их доля в парламенте России на 2023 г. составляла 19,6% (Юшкина, 2023: 443). Российские ученые отмечают, что включенность женщин в политику определяется пределами традиционных ролей – женщины преимущественно занимаются вопросами социальной



политики, материнства и детства, экологии, туризма, спорта, но совершенно исключены из зон внешней и оборонной политики (Юшкина, 2023: 443). В связи с этим ролевой и должностной диапазон женщин в политике вполне справедливо характеризуется современными исследователями «декоративным» или «символическим», а номинальный подход государства к решению проблемы гендерного равноправия, по меткому определению С. Г. Айвазовой, напоминает имитацию «игры в гендер» (Айвазова, 2007: 319-331).

Возможно, укорененность гендерных стереотипов в российском обществе является причиной отказа значительной части студенток рассматривать в качестве будущих сфер реализации своего креативного потенциала политику и управление. Несмотря на то, что молодежь лояльно относится к женщинам-политикам и для большинства юношей и девушек пол претендента на высшие должностные позиции в государственном управлении не имеет значения, тем не менее компетентностные сферы по-прежнему делятся на феминные и маскулинные, а гендерная ролевая дифференциация воспроизводится в мнениях и юношей, и девушек (Ушакова, 2023: 28). Солидаризируясь с точкой зрения

О. А. Хасбулатовой и И. Н. Смирновой о ведущей роли профессионального сообщества ученых в трансформации «женского вопроса», мы полагаем, что назрела необходимость принципиальных изменений институционального порядка на уровне государства для преодоления гендерной асимметрии и создания благоприятных условия для творческой самореализации женщин во всех сферах жизни, включая политику и управление.

Противоположная гендерная асимметрия складывается в социальном и гражданском активизме. По данным ряда исследований, в российском обществе у различных форм активизма – городского, волонтерского, гражданского – преимущественно «женское лицо», в общественном мнении гражданский сектор преимущественно репрезентируется как «женский» (Пырма, 2020: 146; Милованова, 2019: 68). Совершенно логична и рационально обоснована в этом случае более выраженная в сравнении с юношами ориентация девушек на социальный и гражданский активизм как сферу реализации своей креативности.

Дополнительным поведенческим индикатором выраженности креативных установок выступает выбор занятий в свободное время (Таблица 4).

Таблица 4

Средний балл оценки предпочтительности занятий в свободное время

Table 4

The average score of the assessment of the preference for free time activities

Вид досуга / Type of leisure	Мужчины / Men	Женщины / Women	В целом по выборке / In the whole sample
Прослушивание музыки / Listening to music	4,07	4,28	4,17
Просмотр передач или фильмов (развлекательных / художественных) / Watching shows or movies (entertainment / art)	3,60	4,17	3,87
Интернет-серфинг, общение в соцсетях и мессенджерах / Internet surfing, social media and instant messengers	3,61	3,88	3,74
Занятия спортом, фитнесом, физкультурой / Sports, fitness, physical education	3,35	3,34	3,35

Туризм, отдых на природе / Tourism, outdoor recreation	2,93	3,44	3,17
Тренинги, саморазвитие (изучение языков, развитие личностных навыков) / Trainings, self-development (language learning, personal skills development)	2,82	3,10	2,96
Посещение театров, выставок, музеев / Visiting theaters, exhibitions, museums	2,54	3,30	2,91
Компьютерные игры / Computer games	3,43	2,28	2,87
Чтение научной и научно-популярной литературы, аналитических и просветительских интернет-изданий / Reading scientific and popular science literature, analytical and educational online publications	2,83	2,67	2,75
Творческие мастерские, студии / Creative workshops, studios	2,16	3,01	2,57
Посещение клубов, баров, кинотеатров / Visiting clubs, bars, cinemas	2,40	2,68	2,54
Гражданский или политический активизм / Civil or political activism	1,93	1,92	1,93

Данные Таблицы 4 показывают, что в целом приоритеты студентов в выборе досуга характеризуются преобладанием пассивных его форм – первые места по степени предпочтительности занимают такие виды досуга, как прослушивание музыки, просмотр развлекательных и художественных передач и фильмов, интернет-серфинг и виртуальное общение. При этом девушки в сравнении с юношами в большей степени предпочитают посещать культурные учреждения, участвовать в творческих мастерских и студиях – то есть в большей степени ориентированы на формы досуга с креативно-познавательным ядром. Кроме этого, девушки в большей

степени предпочитают активный досуг (туризм, отдых на природе) и просмотр развлекательного и художественного контента. Юноши же в сравнении с девушками в большей степени предпочитают проводить свободное время за компьютерными играми.

*Ценностные основания креативных установок.* Для характеристики ценностных оснований креативных установок студентов мы измеряли по 5-балльной шкале значимость жизненных ценностей и ценностей будущей работы. В Таблице 5 представлены средние оценки важности различных жизненных ценностей.

Таблица 5

Средний балл оценки важности жизненных ценностей

Table 5

The average score of the assessment of the importance of life values

Ценности / Values	Мужчины / Men	Женщины / Women	В целом по выборке / In the whole sample
самореализация, реализация своих способностей и сил / self-realization, realization of one's abilities and powers	4,27	4,55	4,40

получение от жизни ярких впечатлений, эмоций, удовольствий / getting vivid impressions, emotions, and pleasures from life	4,18	4,61	4,39
комфортные условия жизни, уют, благоустроенный дом / comfortable living conditions, comfort, well-maintained house	4,13	4,63	4,37
возможность полноценного отдыха, досуга, развлечений / the possibility of a full-fledged rest, leisure, entertainment	4,15	4,53	4,33
материальное благополучие, доход / material well-being, income	4,07	4,54	4,30
профессиональный рост, развитие компетенций и навыков / professional growth, development of competencies and skills	4,18	4,39	4,28
безопасность, чувство защищенности / security, a sense of security	3,97	4,57	4,26
семья, дети, отношения / family, children, relationships	3,98	4,20	4,08
карьера, должность, престижная работа / career, position, prestigious job	3,89	4,24	4,06
возможность творчества, создавать новое и интересное / the possibility of creativity, to create new and interesting things	3,72	4,08	3,89
свое дело, состояться в бизнесе / your own business, to be in business	3,48	3,88	3,68
способствовать справедливости в обществе / to promote justice in society	3,39	3,58	3,48
возможность помогать людям, улучшать жизнь других людей / the opportunity to help people, improve the lives of others	3,43	3,47	3,45
успех, известность, признание / success, fame, recognition	3,03	3,24	3,13
религия, вера в бога, жить праведно / religion, faith in God, living a righteous life	2,35	2,18	2,27

Данные Таблицы 5 показывают, что наиболее важные жизненные ценности студенческой молодежи – ценности самореализации, гедонизма, жизненного комфорта и материального благополучия, наименее важные – религиозные ценности, признание успеха со стороны окружающих и социально-альтруистические ценности. Иерархия ценностей, идентичная для обеих групп респондентов в нижней части ценностной «пирамиды», несколько отличается в ее верхней части: вершину ценностной «пирамиды» девушек занимают ценности комфортных условий

жизни, гедонизма, безопасности, самореализации, материального благополучия, юношей – самореализации, гедонизма, профессионального роста, полноценного отдыха и развлечений, материального благополучия. Важно отметить также, что для девушек характерна тенденция в целом оценивать все ценности выше, то есть для них каждая ценность на шкале важности жизненных приоритетов оказывается более важной в сравнении с юношами. Статистически значимые различия между юношами и девушками обнаружены в оценках ряда

жизненных ценностей. Так, девушки в сравнении с юношами значимо выше оценивают ценности самореализации, ярких впечатлений от жизни, комфортных жизненных условий, полноценного отдыха, материального благополучия, безопасности, карьерных достижений, творчества, реализации своего бизнеса. Интересно, что ожидаемые различия в оценках такой жизненной ценности, как

«семья, дети, отношения» не подтвердились: семья, дети, отношения оказываются не более важны для современных девушек, чем для юношей.

Аналогичная тенденция – более высокой оценки девушками важности большинства ценностей – наблюдается и в оценках ценностей будущей работы (Таблица 6).

Таблица 6

Средний балл оценки важности ценностей будущей работы

Table 6

The average score of the assessment of the importance of the values of future work

Ценности будущей работы / The values of future work	Мужчины / Men	Женщины / Women	В целом по выборке / In the whole sample
Возможность реализовать свой потенциал / The opportunity to realize your potential	4,31	4,56	4,43
Высокий доход / High income	4,27	4,59	4,43
Хорошие условия труда / Good working conditions	4,28	4,60	4,43
Возможность постоянного саморазвития / The possibility of constant self-development	4,14	4,46	4,29
Возможность построить карьеру / An opportunity to build a career	4,10	4,43	4,26
Самостоятельность, независимость / Independence, independence	3,96	4,35	4,15
Хороший, дружный коллектив / A good, friendly team	3,99	4,30	4,14
Возможность выбирать удобный график, иметь много свободного времени / The ability to choose a convenient schedule, have a lot of free time	3,82	4,30	4,05
Творческий, интересный характер работы / The creative, interesting nature of the work	3,73	4,05	3,88
Достижение признания в профессиональном сообществе / Achieving recognition in the professional community	3,58	4,00	3,79
Возможность принести пользу людям / An opportunity to benefit people	3,67	3,93	3,79
Связь работы с новейшими технологиями / The connection of work with the latest technologies	3,50	3,54	3,52
Легкая, необременительная работа / Easy, uncomplicated work	3,05	3,52	3,28

В целом по выборке наиболее важными ценностями будущей работы оказываются ценности самореализации,

высокого дохода и хороших условий труда. Эти ценности занимают вершину пирамиды ценностных приоритетов как

девушек, так и юношей. Значимые различия между юношами и девушками в оценках ценностей будущей работы наблюдаются для подавляющего числа ценностей из предложенного списка, исключая такие ценности, как «возможность принести пользу людям» и «связь работы с новейшими технологиями».

### **Заключение (Conclusions).**

Результаты нашего исследования показали, что креативные установки студенческой молодежи формируются в процессе взаимовлияния множества переменных – жизненных ценностей и ценностей будущей работы, наличия опыта участия в видах деятельности, имеющих креативное ядро, а также стереотипов о традиционном закреплении гендерных ролей за определенными сферами занятости в обществе. В структуре мотивов креативной деятельности студенческой молодежи наиболее значимыми оказываются сущностные интринсивные мотивы – личная страсть и интерес к творческой деятельности. Доминирование сущностной мотивации предопределяется жизненными ценностями и ценностями будущей работы, поскольку в структуре тех и других важное место занимают самореализационные ценности. Более половины опрошенных студентов хотели бы проявить свою креативность в творческих хобби и личных коммерческих проектах, более трети – в науке и образовании.

Различия между юношами и девушками в мотивации креативной деятельности и ее ценностных основаниях, желаемых и практикуемых сферах проявления креативности прослеживаются по ряду существенных параметров. Для девушек более значима сущностная терминальная мотивация креативной деятельности и ее внешняя социальная оценка (поддержка и признание со стороны окружающих). На вершине «пирамиды» жизненных ценностей девушек расположены ценности комфортных условий жизни, гедонизма, безопасности,

самореализации, материального благополучия, юношей – самореализации, гедонизма, профессионального роста, полноценного отдыха и развлечений, материального благополучия. Вершину ценностных приоритетов будущей работы как для девушек, так и для юношей занимают ценности самореализации, высокого дохода и хороших условий труда. При этом девушками значимо выше оценивается практически весь спектр ценностей будущей работы – как связанных непосредственно с содержанием работы, так и с условиями труда, имеющих как терминальный, так и инструментальный характер. Исключение составляют лишь такие ценности, как «возможность принести пользу людям» и «связь работы с новейшими технологиями» – различий между юношами и девушками в оценке значимости этих ценностей в нашем исследовании не выявлено.

Опыт участия в креативной деятельности девушек характеризуется большей вовлеченностью в разработку творческих проектов и повышение квалификации на курсах и тренингах, юношей – в программирование, освоение и разработку технологий, совершенствование технических устройств для личного пользования. Девушки чаще юношей хотят проявить свой креативный потенциал в творческих хобби, сфере образования, социальном и гражданском активизме, тогда как юноши – в научных исследованиях, политике и управлении. В целом при доминировании пассивных форм досуга среди обоих полов, девушки в большей степени ориентированы на активные и креативно-познавательные формы его проведения. Юноши в большей степени, чем девушки, предпочитают проводить свой досуг за компьютерными играми.

Анализ результатов нашего исследования в контексте статистических данных и гендерных исследований приводит к выводу о том, что существующие в российском обществе



объективные институциональные условия и соответствующие им, укорененные в общественном сознании полоролевые стереотипы, определенным образом влияют на характер креативных установок девушек и выбор ими сфер для реализации своего креативного потенциала. Гендерная асимметрия в сферах занятости и «закрытость» доступа (либо номинальный доступ) женщин в такие сферы, как управление и политика, не способствуют желанию девушек проявить в них свой потенциал.

Сегодня в рамках молодежной политики предусмотрено значительное количество программ и проектов, направленных на создание условий для вовлечения молодежи в творческие индустрии, предпринимательство, исследовательскую активность. Они безусловно расширяют возможности молодого поколения проявить себя в тех видах деятельности, в основе которых лежат взаимосвязи между творчеством, культурой и технологиями. Тем не менее результаты нашего исследования показали, сегодня необходимо дополнять спектр программных мероприятий специальными мерами, ориентированными на достижение гендерного баланса, на преодоление институциональных барьеров вовлечения молодых женщин не только в креативные отрасли экономики, но и в сферу политики и управления как перспективные направления реализации их творческого потенциала.

### Список литературы

Айвазова С. Г. «Игра в гендер» на поле российской политики: возможности институциональных изменений // Россия реформирующаяся: ежегодник / отв. ред. М. К. Горшков. М.: Ин-т социологии РАН, 2007.

Безрукова О. Н., Самойлова В. А. Отцовство в современной России: смыслы, ценности, практики и межпоколенческая трансляция // Социологические исследования. 2022. № 2. С. 94-106. DOI: <https://doi.org/10.31857/S013216250016969-8>.

Боровских Н. В., Авласович Е. М. Гендерная дифференция на региональном рынке труда // Инновационное образование и экономика. 2015. № 20. С. 25-31.

Егорова Н. Ю., Янак А. Л., Рябинская Е. С. Родительские роли в современной российской семье: границы «мужского» // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 2(156). С. 233-251. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.2.782>.

Женщины и мужчины России 2022 / отв. ред. С. М. Окладников. М.: Федер. служба гос. статистики, 2022.

Йоас Х. Действие – это состояние, в котором существуют люди в мире // Социологические исследования. 2010. № 8. С. 112-122.

«Кариатиды» российского образования. Институт статистических исследований и экономики знаний. ВШЭ, 2020. URL: <https://issek.hse.ru/news/346776702.html> (дата обращения: 27.05.2024).

Крыштановская О. В., Лавров И. А., Юшкина Н. А. Женщины-ректоры и «стеклянный потолок» // Женщина в российском обществе. 2023. № 1. С. 4-19. DOI: <https://doi.org/10.21064/WinRS.2023.1.1>.

Милованова М. Ю. Социально ориентированные НКО сквозь призму гендера: социологический анализ // Женщина в российском обществе. 2019. № 4. С. 66-79. DOI: <https://doi.org/10.21064/WinRS.2019.4.6>.

Полихина Н. А., Байков С. А., Гришакина Е. Г., Тростянская И. Б. О вопросах гендерного баланса в руководстве университетов в России и за рубежом // Журнал исследований социальной политики. 2022. Т. 20, № 1. С. 67-82. DOI: <https://doi.org/10.17323/727-0634-2022-20-1-67-82>.

Пырма Р. В. «Цифровые граждане»: политическое участие российской молодёжи онлайн // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. 2020. № 5 (102). С. 143-155.

Римашевская Н. М. Гендерные асимметрии в современной России // Народонаселение. 2010. № 3 (49). С. 4-18.

Силласте Г. Г. Гендерная асимметрия как фактор карьерного роста женщин // Высшее образование в России. 2004. № 3. С. 122-133.

Челнокова А. В., Дорфман Л. Я. Гендерные аспекты креативности // Образование и наука. 2008. № 7 (55). С. 50-60.

Ушакова В. Г., Савин С. Д. Женщины в современной российской политике и государственном управлении // Женщина в российском обществе. 2023. № 1. С. 20-31. DOI: <https://doi.org/10.21064/WinRS.2023.1.2>.

Хасбулатова О. А., Смирнова И. Н. Эволюция женского вопроса в российском обществе (1900 - 2020) // Женщина в российском обществе. 2022. № 1. С. 3-21. DOI: <https://doi.org/10.21064/WinRS.2022.1.1>.

Юшкина Н. А., Крыштановская О. В. Гендерное представительство и политический потенциал женщин в публичной политике // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2023. Вып. 3. С. 443-456. DOI: <https://doi.org/10.17072/2078-7898/2023-3-443-456%20>.

Bannikova L. N., Kemmet E. V. A Woman in the Man's Culture of Engineering Education // Higher education in Russia. 2019. V. 28, № 12. Pp. 66-76.

Florida R. The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life. New York: Basic Books, 2002.

Joas H., Knobl W. Social Theory: Twenty Introductory Lectures. CAMBRIDGE UNIV PRESS, 2009.

Stavins R. The Problem of the Commons: Still Unsettled after 100 years // American Economic Review. 2011. V. 101, №. 1. February. Pp. 81-108.

Women and Skills. Addressing gender gaps through online learning / Sinha A., Ikonomou M-N., editors. Coursera, 2021. URL: <https://about.coursera.org/press/wp-content/uploads/2021/09/Coursera-Women-and-Skills-Report-2021.pdf> (Accessed 27.05.2024).

### References

Aivazova, S. G. (2007), "The "Gender Game" in Russian Politics: Opportunities for Institutional Change", *Rossiya reformiruyushchayasya: ezhegodnik*, Moscow, Russia. (In Russian)

Bezrukova, O. N., Samoilova, V. A. (2022), "Fatherhood in modern Russia: meanings, values, practices and intergenerational transmission", *Sotsiologicheskie issledovaniya*, (2), 94-106, DOI: <https://doi.org/10.31857/S013216250016969-8>. (In Russian)

Borovskich, N. V. (2015), "Gender differentiation in the regional labour market", *Innovatsionnoe obrazovanie i ekonomika*, (20), 25-31. (In Russian)

Egorova, N. Yu. (2020), "Parental roles in the modern Russian family: the boundaries of "masculinity"", *Public Opinion Monitoring: Economic and Social Changes*, (2), 233-251, DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.2.782>. (In Russian)

Okladnikov, S. M., editor. (2022), *Zhenshchiny i muzhchiny Rossii* [Women and men of Russia], Moscow: Goskomstat Rossii. (In Russian)

Joas, H. (2010), "Action is a state in which people exist in the world", *Sotsiologicheskie issledovaniia*, (8), 112-122. (In Russian)

"Kariatidy" rossiiskogo obrasovaniya ["Caryatids" of Russian education], *Institute for Statistical Research and Knowledge Economy* (2020), Higher School of Economics, [Online], available at: <https://issek.hse.ru/news/346776702.html> (Accessed 27 May 2024). (In Russian)

Kryshchanovskaia, O. V., Lavrov, I. A., Yushkina, N. A. (2023), "Women rectors and the "glass ceiling"", *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*, (1), 4-19, DOI: <https://doi.org/10.21064/WinRS.2023.1.1>. (In Russian)

Milovanova, M. Yu. (2019), "Socially oriented NPOs through the prism of gender: sociological analysis", *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*, (4), 66-79, DOI: <https://doi.org/10.21064/WinRS.2019.4.6>. (In Russian)

Polikhina, N. A., Baikov, S. A., Grishakina, E. G., Trostyanskaya, I. B. (2022), "On issues of gender balance in university leadership in Russia and abroad", *Zhurnal issledovaniy sotsialnoy politiki*, 20 (1), 67-82, DOI: <https://doi.org/10.17323/727-0634-2022-20-1-67-82>. (In Russian)

Pyrma, R. V. (2020), "Digital Citizens: political participation of Russian youth online", *Vestnik Rossiiskogo fonda fundamentalnykh issledovaniy. Gumanitarnye i obshchestvennye nauki*, (5), 143-155. (In Russian)

Rimashevskaya, N. M. (2010), "Gender asymmetries in modern Russia", *Narodonaselenie*, (3), 4-18. (In Russian)

Sillaste, G. G. (2004), "Gender asymmetry as a factor in women's career development", *Vysshee obrazovanie v Rossii*, (3), 122-133. (In Russian)

Chelnokova, A. V., Dorfman, L. Ia. (2008), "Gender aspects of creativity", *Education and science*, (7), 50-60 (In Russian)

Ushakova, V. G., Savin, S. D. (2023), "Women in contemporary Russian politics and public administration", *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*, (1), 20-31, DOI: <https://doi.org/10.21064/WinRS.2023.1.2>. (In Russian)

Khasbulatova, O. A., Smirnova, I. N. (2020), "Evolution of the women's issue in Russian society (1900-2020)", *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*, (1), 3-21, DOI: <https://doi.org/10.21064/WinRS.2022.1.1>. (In Russian)

Yushkina, N. A., Kryshatanovskaya, O. V. (2023), "Gender Representation and Women's Political Potential in Public Policy", *Vestnik Permsogo universiteta. Filosofiya. Psikhologiya. Sotsiologiya*, (3), 443-456, DOI: <https://doi.org/10.17072/2078-7898/2023-3-443-456%20>. (In Russian)

Bannikova, L. N., Kemmet, E. V. A (2019), "Woman in the Man's Culture of Engineering Education", *Higher Education in Russia*, 28 (12). (In Russian)

Florida, R. (2002), *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*, New York, Basic Books.

Joas, H., Knobl, W. (2009), *Social Theory: Twenty Introductory Lectures*. Cambridge Univ Press.

Stavins, R. (2011), The Problem of the Commons: Still Unsettled after 100 years, *American Economic Review*, 101 (1), February, 81-108.

Sinha, A., Ikonomidou, M-N., editors. (2021), *Women and Skills. Addressing gender gaps through online learning*, Coursera, [Online],

available at: <https://about.coursera.org/press/wp-content/uploads/2021/09/Coursera-Women-and-Skills-Report-2021.pdf> (Accessed 27 May 2024).

*Статья поступила в редакцию 23 августа 2024 г. Поступила после доработки 01 сентября 2024 г. Принята к печати 10 сентября 2024 г.*

*Received 23 August 2024. Revised 01 September 2024. Accepted 10 September 2024.*

**Конфликты интересов: у авторов нет конфликта интересов для декларации.**  
**Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interest to declare.**

**Нотман Ольга Валерьевна**, доктор социологических наук, доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия.

**Olga V. Notman**, Doctor of Sociology, Associate Professor, First President of Russia B. N. Yeltsin Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia.

**Дидковская Яна Викторовна**, доктор социологических наук, доцент, профессор, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия.

**Yana V. Didkovskaya**, Doctor of Sociology, Associate Professor, Professor, First President of Russia B. N. Yeltsin Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia.

**Зырянова Ольга Борисовна**, старший преподаватель, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия.

**Olga B. Zyryanova**, Senior Lecturer, First President of Russia B. N. Yeltsin Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia.