

УДК 316.477

DOI: 10.28995/2073-6401-2022-1-190-200

## Особенности женского проактивного подхода к карьерному продвижению в современном обществе: гендерные тенденции в медиаиндустрии

Татьяна С. Волынова

*Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения,  
Санкт-Петербург, Россия, tatyana.volynova@gmail.com*

*Аннотация.* В статье исследован аспект карьерного продвижения женщин в медиаиндустрии с учетом проактивного подхода. На примерах из различных секторов медиаотрасли подтверждаются выявленные гендерные тенденции, исторически складывающиеся стереотипы и связанные с ними особенности достижения профессиональной эффективности для представительниц женского пола. Авторской новизной обладает использование и раскрытие термина «проактивность» применительно к свойственным женщинам активной жизненной позиции и ответственности за профессиональное становление для обеспечения устойчивости социально-экономического положения. Приведенные сравнительные примеры на основе моделирования проактивного и реактивного подхода к управлению собственным карьерным продвижением контрастируют между собой и позволяют сделать вывод об их существенных различиях и последствиях, требующих более детального анализа на современном этапе развития общества. Материал статьи представлен на основе кабинетного исследования, включившего в себя анализ материалов СМИ, статистики, вторичный анализ данных исследовательских центров.

*Ключевые слова:* гендерные проблемы в экономике, карьерное продвижение женщин, женщины в медиаиндустрии, женщины-предприниматели, проактивный подход

*Для цитирования:* Волынова Т.С. Особенности женского проактивного подхода к карьерному продвижению в современном обществе: гендерные тенденции в медиаиндустрии // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2022. № 1. Ч. 2. С. 190–200. DOI: 10.28995/2073-6401-2022-1-190-200

## Features of a female proactive approach to career advancement in modern society: gender trends in the media industry

Tat'yana S. Volynova

*St. Petersburg State Institute of Film and Television,  
St. Petersburg, Russia, tatyana.volynova@gmail.com*

*Abstract.* The article studies an aspect of women's career advancement in the media industry, taking into account a proactive approach. Examples from various sectors of the media industry confirm the identified gender trends, historically emerging stereotypes and related features of achieving professional effectiveness for female representatives. The author's novelty is the use and disclosure of the term proactivity in relation to women's active life position and responsibility for professional development to ensure the sustainability of their socio-economic situation. The given comparative examples, based on modeling a proactive and reactive approach to managing one's own career advancement, contrast with each other and allow one to draw a conclusion about their essential differences and consequences that require a more detailed analysis at the present stage of development of society. The material of the article is presented on the basis of a desk study, which included an analysis of media materials, statistics, and a secondary analysis of data from research centers.

*Keywords:* gender issues in the economy, women's career advancement, women in the media industry, women entrepreneurs, proactive approach

*For citation:* Volynova, T.S. (2022), "Features of a female proactive approach to career advancement in modern society: gender trends in the media industry", *RSUH/RGGU Bulletin. "Philosophy. Sociology. Art Studies" Series*, no. 1, part 2, pp. 190–200, DOI: 10.28995/2073-6401-2022-1-190-200

Общим лейтмотивом большинства отечественных и зарубежных исследований, посвященных гендерным аспектам профессиональной ориентации, становления и карьерного развития, можно назвать гипотезу равенства или неравенства мужчин и женщин, которая рассматривается с точки зрения различных социально-экономических и культурологических укладов с течением истории разных народов [Великая, Князькова 2021]. Современный этап развития общества поднимает данный вопрос с особенной актуальностью, поскольку, с одной стороны, обсуждение вопросов прав женщин, в том числе в профессиональной среде, выходит на новые уровни, с другой же стороны, это не означает всеобщего и повсеместного принятия некой новой реальности, что свидетельствует

об этапах последовательных трансформационных процессов, требующих разностороннего исследования. Так, если права женщин в Саудовской Аравии и по настоящее время являют собой пример гендерной дискриминации, то в целом подобные исторические данности являются ярким примером подтверждения неравноправия и наличия жесткой статичной патриархальной модели в ряде восточных стран. Однако даже в Саудовской Аравии наблюдается постепенное расширение прав женщин, например, когда с 2018 г. они обрели право водить автомобиль, ранее были расширены образовательные возможности<sup>1</sup>. За подобными новшествами стоят годы и наказания для активисток-инициаторов, но именно благодаря им наметились тенденции к возможным изменениям. Ведь если в таких странах появляются возможности для женщины уехать за получением образования и первого профессионального опыта в другие, более современные, общества, то происходит и постепенная ассимиляция взглядов консервативных и более прогрессивных.

### *Проактивный подход*

Можно предположить, что для большинства случаев прогресса, как правило, требуются целенаправленные усилия и активная предшествующая деятельность, что по смысловому значению напрямую соотносится с проактивным подходом в управлении.

Термин «проактивность», предложенный психологом В. Франклом, характеризует качества человека, который берет ответственность за себя и свои решения, не ищет причины событий во внешней среде, а также обладает свободой выбора решений между внешним стимулом и реакцией на него [Франкл 1990]. В 1989 г. С. Кови в книге «7 навыков высокоэффективных людей», ставшей бестселлером для предпринимателей по всему миру, указал первым навыком именно проактивность для достижения личной эффективности и предпринимательского успеха [Кови 2011]. В данной книге автор указывает на возможности и необходимость управления процессом принятия решений сообразно собственной ответственности, а также противопоставляет такой подход эмоциональным реакциям, безынициативности, избеганию принятия решений, перекладыванию ответственности за происходящее на внешние обстоятельства.

---

<sup>1</sup> Саудовские женщины официально получили право водить машину. 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-44591295> (дата обращения 17 февраля 2022).

### *Проявление проактивности женщин в киноиндустрии*

Наблюдаемые тенденции поднятия гендерного вопроса в различных отраслях, по мнению автора, также напрямую соотносятся с понятием проактивности. Именно понимание прав и собственной ответственности за карьерное развитие и профессиональное самоопределение способствует более осознанному планированию. Наиболее эффективным представляется применение проактивного подхода на самых ранних стадиях освоения профессии еще во время обучения [Волынова, 2021]. Если говорить о проявлении проактивного подхода женщин в киноиндустрии, то одним из примеров здесь является инициативность в публичном обозначении важности самой темы женщин в кино как в профессии и темы женской судьбы на киноэкране. Однако такую гендерную тенденцию не стоит связывать с современными проявлениями феминизма, поскольку впервые проблемы женщин стали подниматься в кинематографе еще с 70-х гг. прошлого века. Один из первых международных кинофестивалей женского кино был учрежден в 1979 г. во Франции в г. Кретей, и по настоящее время тематический киноархив данного фестиваля остается одним из самых крупнейших в мире<sup>2</sup>. Всего с тех пор в мире было учреждено около 100 кинофестивалей женского кино, большинство из них – после 2000 г.<sup>3</sup>; в рамках ряда известных фестивалей регулярно проходят такие секции, как «Женский взгляд» (в рамках Московского международного кинофестиваля), что в целом свидетельствует о значительно возросшем интересе к роли женщин в кинематографе как создателей фильмов и к проблемам женщин, поднимаемых на киноэкране.

При этом кинематограф отличается огромным потенциалом по глубине проработки и преподнесения актуальных гендерных вопросов, а наряду со всеми СМИ – и колоссальными масштабами распространения различной аудиовизуальной продукции благодаря современным возможностям каналов сбыта. Поднимаемые гендерные вопросы в кинопроизведениях уже являются признаком проявления проактивного подхода их авторов, и его выраженность,

---

<sup>2</sup> Международный фестиваль женского кино в Кретее. [Электронный ресурс]. URL: [https://festagent.com/ru/festivals/women\\_creteil](https://festagent.com/ru/festivals/women_creteil) (дата обращения 15 февраля 2022).

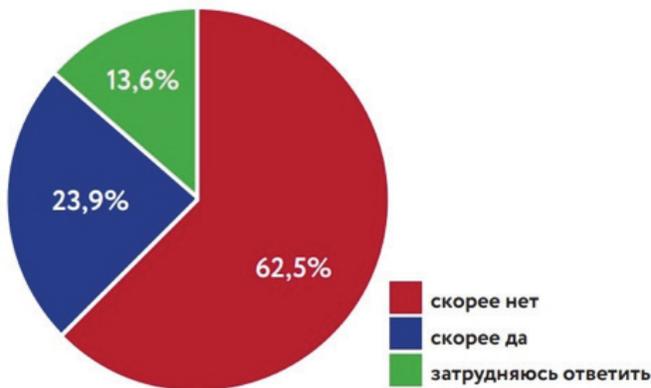
<sup>3</sup> Fabien Hurrelle. Discover 100+ Women`s Film Festivals Worldwide. April 14, 2018. [Электронный ресурс]. URL: <http://hollywomen.com/festivals/> (дата обращения 25 февраля 2022).

как правило, возрастает вместе с мотивацией данных авторов донести до широкой аудитории значимые вопросы, которые найдут отклик у зрителя. Так и появление специализированных женских кинофестивалей является проявлением проактивности их учредителей относительно важности и обоснованности поднятия гендерного вопроса.

### *Аналитика статистических данных по теме*

Подтверждением значимости проактивного подхода женщин в медиаиндустрии служит анализ результатов опросов и фактографических данных по гендерному распределению карьерных ролей. На основе массовых и экспертных опросов, проведенных Институтом социально-экономических проблем народонаселения РАН, можно сделать вывод о том, что около четверти респондентов целевой аудитории исследования полагают, что гендерная дискриминация в медиаиндустрии существует (рис. 1).

**Дискриминация по полу запрещена Конституцией РФ и Трудовым кодексом. Однако существует мнение, что в сфере труда она сохраняется. Как по-Вашему, есть ли подобная дискриминация в медиасфере? (309 ответов)**



*Рис. 1.* Результаты всероссийского опроса о наличии гендерной дискриминации в медиаиндустрии

*Источник:* Российская медиасреда.

Гендерные аспекты занятости и карьеры. 2017. С. 28

Также отечественными исследованиями гендерных аспектов рынка труда было выявлено, что мужчины в целом зарабатывают значительно больше женщин [Шевченко, Шевченко 2019]. Наиболее показательными для настоящей темы исследования являются характеристики фактической ситуации по процентному распределению руководящих позиций среди мужчин и женщин. На основе вторичного анализа статистических данных исследовательских центров было установлено, что соотношение мужчин и женщин среди занятых в медиасфере на руководящих позициях в России следующее: 36% женщины, 64% мужчины (основная выборка по СМИ), что свидетельствует о преобладании мужчин-руководителей в прессе [Александрова и др. 2017, с. 48].

И вместе с вышеуказанными результатами опросов отдельный интерес представляет изучение мнения самих респондентов относительно их собственных стандартов или пожеланий к выбору руководителя по признаку пола. И здесь исследования демонстрируют следующий результат: оказывается, что большинство женщин при наличии выбора сами предпочли бы видеть в качестве руководителя мужчин (51,5%), в среднем среди опрошенных 47,1% также выбрали бы руководителя мужского пола (табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос:  
«Если бы Вы могли выбирать, кого бы Вы предпочли  
в качестве своих руководителей?», %

Респонденты, для которых пол руководителя имеет значение	Предпочли бы женщин	Предпочли бы мужчин	Не имеет значения
Женщины	9,6	51,5	38,9
Мужчины	6,5	41,7	51,8
В среднем	8,2	47,1	44,8

Источник: [Александрова и др. 2017, с. 31]

При расширении выборки по отраслям с фокусом на руководящий состав и результаты работы ведущих представителей топ-менеджмента российского предпринимательства, в частности результаты в виде показателей личной прибыли, ситуация на рынке характеризуется следующими данными: по итогам 2020 г.

из 200 крупнейших частных компаний женщины возглавляют всего 12, а из общей суммы выручки в размере 45,3 трлн рублей на компании, управляемые женщинами, приходится 1,64 трлн рублей<sup>4</sup>. Примечательно, что предприятий медиаиндустрии среди данного рейтинга “Forbes” не содержалось, а данные 12 компаний, возглавляемых женщинами, являются представителями нефтяной отрасли, торговли и промышленности, автодилеров, страхования и других более традиционных отраслей.

### *Преимущества карьерного продвижения женщин в медиаиндустрии*

При допущении гипотезы о том, что чем традиционнее индустрия, тем чаще в ней сохраняются гендерные сценарии карьерного продвижения, при которых руководящие позиции занимают преимущественно мужчины, можно сделать вывод о том, что медиаиндустрия как креативная отрасль экономики обладает значительным потенциалом на современном этапе ее развития и расширения. Следовательно, обоснованными являются ожидания и гендерных особенностей карьерного продвижения в медиаиндустрии.

Западные медиакорпорации за последние годы все чаще стали возглавлять женщины, а цифровая трансформация отрасли за последние 10–15 лет способствовала пересмотру подходов к управлению персоналом<sup>5</sup>. Трансформационные процессы ускоряют социальные лифты: для повышения эффективности экономической деятельности предприятий акционерам требуются новые подходы, свежие идеи и компетенции, отвечающие современным вызовам. Поэтому в подобных условиях в данной отрасли женщины обладают необходимыми возможностями для профессиональной реализации и карьерного роста. Следует принять также во внимание, что женщин как исполнителей руководство компаний

---

<sup>4</sup> Злобин А. 12 главных женщин российского частного бизнеса. Forbes Инвестиции [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.ru/biznes-photogallery/409111-12-glavnyh-zhenshchin-rossiyskogo-chastnogo-biznesa> (дата обращения 20 февраля 2022).

<sup>5</sup> Из медиа уходит влияние. ForbesWoman Светлана Миронюк 21 октября 2021 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/443375-svetlana-mironuk-forbes-iz-media-uhodit-vlianie-kak-vozduh-iz-vozduusnogo-sarika> (дата обращения 17 февраля 2022).

оценивает высоко, а более эффективное решение нестандартных и сложных задач все больше связывают с гендерным многообразием в виде наличия не менее 30% женщин [Международное бюро труда. Бюро МОТ по деятельности в интересах работодателей (АСТ/ЕМР), 2018].

Таким образом, при располагающих условиях в медиаотрасли карьерное продвижение женщин во многом определяется именно проактивностью, предполагающей личный выбор профессиональных целей, инициативность и ответственность за принятие данных решений. Также женский проактивный подход к карьерному продвижению обусловлен стремлением к обеспечению устойчивости собственного социально-экономического положения.

### *Сравнение проактивного и реактивного подхода на практике*

Однако не все выбирают проактивный подход, поэтому для наглядного представления его преимуществ в аспекте предлагаемой темы далее смоделируем практикоориентированные примеры проактивного подхода женщин в медиаиндустрии в сравнении с реактивным подходом (табл. 2).

*Таблица 2*

Сравнительный анализ ситуационных примеров проявления особенностей реактивного и проактивного подхода женщин в медиаиндустрии

№ п/п	Проактивный подход	Реактивный подход
1	<p>Высокая мотивация и готовность к ответственности:</p> <p>Мне интересно снять фильм о женском взгляде на этот вопрос, мне важно донести эту идею до зрителя.</p> <p>Я понимаю сложность проекта, но готова взять на себя ответственность и приложить все усилия.</p>	<p>Оправдание отсутствия мотивации внешними обстоятельствами, нежелание или неготовность брать ответственность за свой выбор:</p> <p>Я вряд ли справлюсь с такой нагрузкой или задачей.</p> <p>Вот если бы у меня было... (некие условия и ресурсы).</p>

## Окончание табл. 2

№ п/п	Проактивный подход	Реактивный подход
2	<p>Поиск возможностей профессионального развития, целеполагание, перевод проблем в задачи:</p> <p>Я планирую реализовать этот проект (или создать свою компанию через несколько лет).</p> <p>Я хотела бы этим заниматься. Как я могу выделить для этого время?</p> <p>Я приму участие в этом проекте и буду стараться внести свой вклад.</p>	<p>Выполнение рабочих обязательств и построение карьеры как реакция на сложившиеся обстоятельства:</p> <p>Мне придется этим заниматься.</p> <p>Это интересно, но у меня не хватает времени (из-за семьи, текущих задач и т. д.).</p> <p>Не знаю, стоит ли начинать, вряд ли у меня получится.</p> <p>Я всегда так реагирую (на некие события), я такая эмоциональная.</p>
3	<p>Стремление к карьерному росту, предпринимательская активность:</p> <p>Для моей карьеры этот проект очень важен, поэтому я стремлюсь развиваться и расти профессионально.</p> <p>Я проанализировала ситуацию на этом рынке и вижу потенциал и преимущества нашего проекта.</p> <p>Я проведу переговоры со всеми потенциальными партнерами и спонсорами проекта.</p> <p>Я готова к командировкам и переезду ради своего профессионального развития и роста.</p>	<p>Низкая предпринимательская активность, предпочтение роли исполнителя:</p> <p>Это не женская работа (о графике, должности, ответственности).</p> <p>На эту вакансию скорее всего возьмут мужчину.</p> <p>К сожалению, это предложение работы в другом городе, в вакансии очень высокие требования, не имеет смысла пробовать, будет много желающих.</p>

Резюмируя представленные наглядные примеры позиций реактивного и проактивного подхода, следует отметить, что карьерный рост в любой сфере требует определенной инициативности и ответственности, а в медиаиндустрии, которая отличается спецификой отрасли, темпом занятости и динамичностью, особенно проявляются условия, которые производят и определенный профессиональный отбор для одних кандидатов и открывают неограниченные перспективы для других.

Также в медиасфере в особенном ключе проявляются возможности для самовыражения и донесения значимых женских проблем для широкой аудитории, формируются перспективные условия для карьерного роста за счет специфики множества тем, в которых женщины могут разбираться лучше мужчин, а также проектов и должностей, которые более соответствуют женскому видению. Поэтому применение принципов проактивного управления следует считать оправданным, а отчасти и рекомендуемым для профессиональной самореализации и построения карьеры женщинами в медиаиндустрии.

### Литература

- Александрова и др. 2017 – Александрова О.А., Бурдастова Ю.В., Ненахова Ю.С., Хоткина З.А. Российская медиасреда. Гендерные аспекты занятости и карьеры. М.: АНРИ Медиа, 2017. 94 с.
- Великая, Князькова 2021 – Великая Н.М., Князькова Е.А. Репродуктивные права женщин в политическом дискурсе современной России // Женщина в российском обществе. 2021. № 5. С. 25–37.
- Волынова 2021 – Волынова Т.С. Особенности влияния бизнес-ориентированного подхода на практическую подготовку студентов кинематографических специальностей в условиях цифровизации // Петербургский экономический журнал. 2021. № 2. С. 49–56.
- Женщины в бизнесе и менеджменте 2018 – Женщины в бизнесе и менеджменте: Динамика роста в Восточной Европе и Центральной Азии: Информационная справка по Восточной Европе и Центральной Азии / Бюро МОТ по деятельности в интересах работодателей (АСТ/ЕМР). 2018. Март.
- Кови 2011 – Кови С.Р. Семь навыков высокоэффективных людей: мощные инструменты развития личности. М.: Альпина Паблшерз, 2011. 263 с.
- Франкл 1990 – Франкл В. Человек в поисках смысла: Сб. М.: Прогресс. 1990. 369 с.
- Шевченко, Шевченко 2019 – Шевченко И.О., Шевченко П.В. Гендерные особенности प्रकारности // Социологические исследования. 2019. № 9. С. 84–95.

### References

- Aleksandrova, O.A., Burdastova, Yu.V., Nenakhova Yu.S. and Hotkina, Z.A. (2017), *Rossiiskaya mediasreda. Gendernye aspekty zanyatosti i kar'ery* [Russian media environment. Gender aspects of employment and career], ANRI Media, Moscow, Russia.
- Covey, S.R. (2011), *The 7 Habits of Highly Effective People. Powerful Lessons in Personal Change*, Alpina Publishers, Moscow, Russia.

- Frankl, V. (1990), *Chelovek v poiskakh smysla* [Man in search of meaning], Progress, Moscow, Russia.
- Shevchenko, I.O. and Shevchenko, P.V. (2019), “Gender features of precarity”, *Sociological studies*, no. 9, pp. 84–95.
- Velikaya, N.M. and Knyazkova, E.A. (2021), “Reproductive women rights in political discourse of modern Russia”, *Woman in Russian society*, no. 5, pp. 25–37.
- Volynova, T.S. (2021), “Features of the impact of a business-oriented approach on students’ practical training in cinematic specialties amidst the digitalization”, *Petersburg Economic Journal*, no. 2, pp. 49–56.
- Zhenshchiny v biznese i menedzhmente: Dinamika rosta v Vostochnoi Evrope i Tsentral’noi Azii: Informatsionnaya spravka po Vostochnoi Evrope i Tsentral’noi Azii* (2018), [Women in business and management. Growth dynamics in Eastern Europe and Central Asia], March, ILO Bureau for Employers’ Activities (ACT/EMP).

### Информация об авторе

*Татьяна С. Вольнова*, кандидат экономических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения, Санкт-Петербург, Россия; 191119, Россия, Санкт-Петербург, ул. Правды, д. 13; tatyana.volynova@gmail.com

### Information about the author

*Tat'yana S. Volynova*, Cand. of Sci. (Economics), associate professor, St. Petersburg State Institute of Film and Television, St. Petersburg, Russia; bld. 13, Pravda Street, St. Petersburg, Russia, 191119; tatyana.volynova@gmail.com