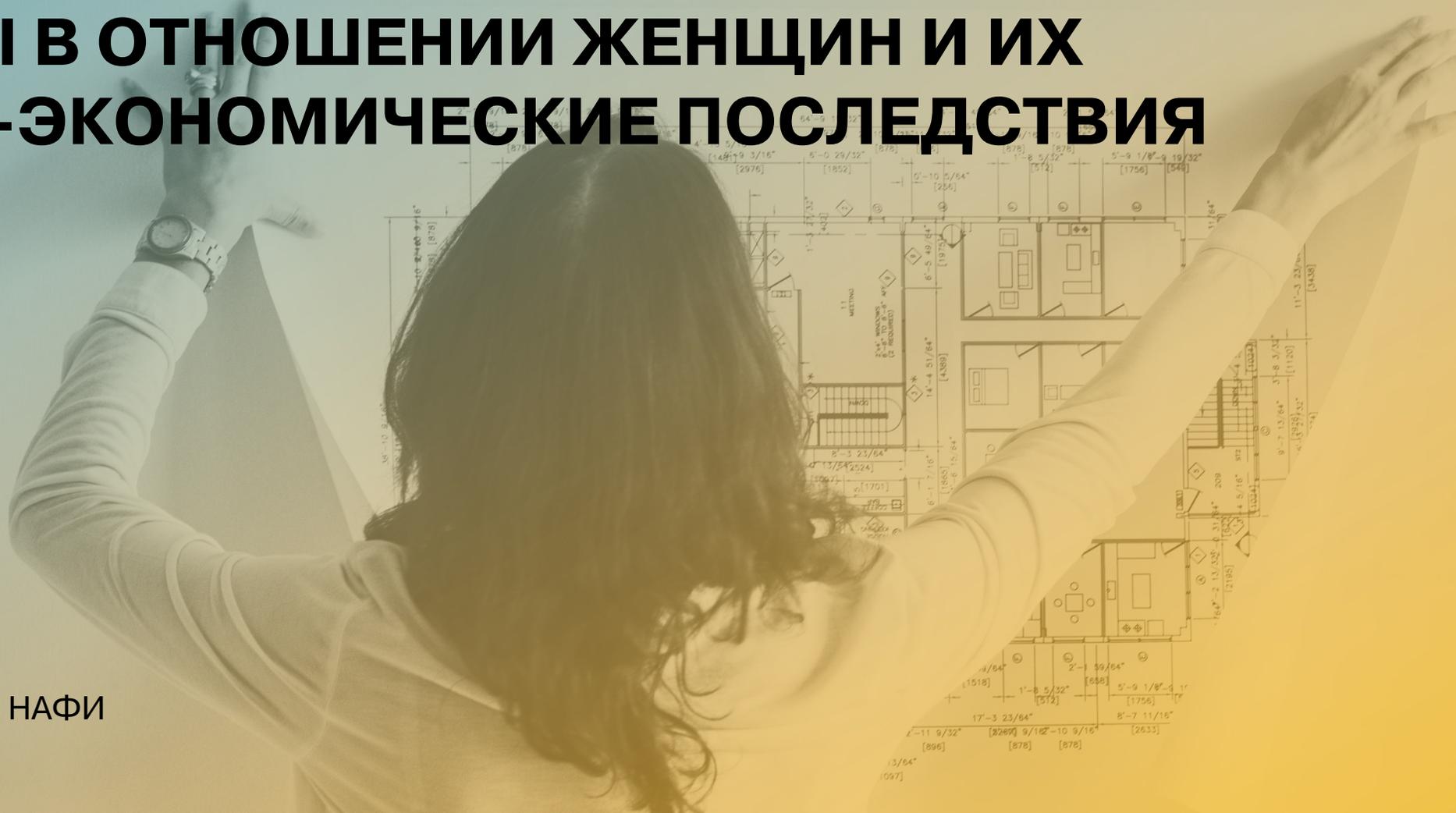




**НАФИ**  
АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР



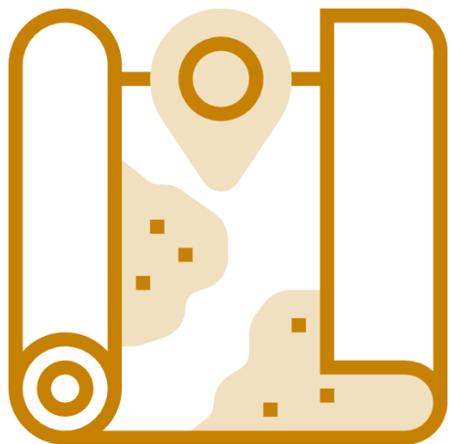
# СТЕРЕОТИПЫ В ОТНОШЕНИИ ЖЕНЩИН И ИХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ



**ИМАЕВА ГУЗЕЛИЯ**  
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР  
АНАЛИТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА НАФИ

МОСКВА, 2019

# ВСЕРОССИЙСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ



**1800** респондентов (от 14 лет)

**8** федеральных округов

**46** регионов

**150** населенных пунктов

# ИССЛЕДОВАНИЕ-ПРЕЦЕДЕНТ

Анализ **общественных стереотипов** в отношении женщин:

- **в семье**
- **в цифровой экономике**
- **в политике**
- **на рынке труда**
- **на уровне принятия решений**

**32%** россиян считают, что женщина должна выбирать между карьерой и семьей

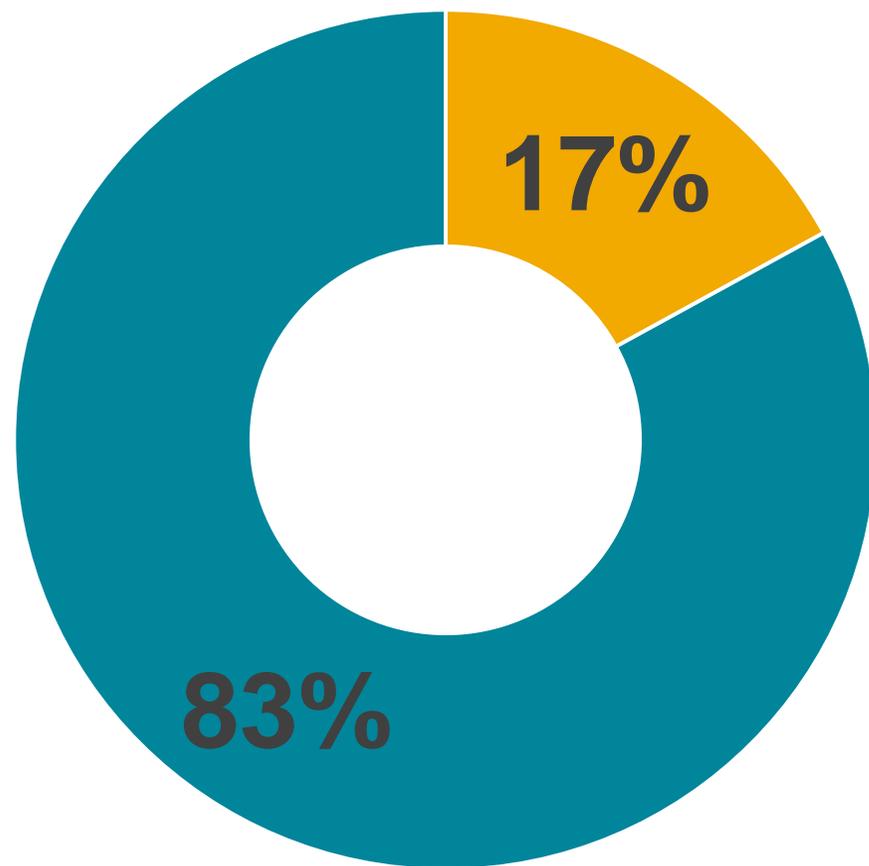


**72%:** предназначение женщины – быть **матерью** и **хорошей хозяйкой**



**28%:** успешная женщина теряет свою привлекательность

# ЖЕНЩИНА НЕ АССОЦИИРУЕТСЯ С УСПЕХОМ



**4%** в политике



**1%** в цифровой экономике

■ Успешные женщины ■ Успешные мужчины

# ЖЕНЩИНЫ НЕКОНКУРЕНТОСПОСОБНЫ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

**25%:** женщины хуже справляются с работой в цифровой сфере

РАБОТУ В ЦИФРОВОЙ СФЕРЕ РЕКОМЕНДУЮТ **ЧАЩЕ СЫНОВЬЯМ**, ЧЕМ ДОЧЕРЯМ:





**НАФИ**  
АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР



**Мы исследуем —  
Вы преумножаете!**

