**Naujausia apklausa atskleidė, kokiomis technologijomis moterys naudojasi daugiau nei vyrai**

* **Dirbtinio intelekto įrankiais naudojasi 29 proc. šalies jaunimo**

**„ChatGPT“ ir kitomis dirbtinio intelekto programomis kasdieniame gyvenime, darbe ar moksluose jau naudojasi 29 proc. 18-25 metų amžiaus Lietuvos gyventojų, parodė „Spinter tyrimų“ atlikta naujausia visuomenės apklausa. Tyrimas atliktas Vilniuje surengtos iniciatyvos „Merginų technologijų diena“ proga.**

Daugiausiai Lietuvoje „ChatGPT“ ir kitomis dirbtinio intelekto programos naudojasi vadovai (29,6 proc.), studentai (26,4 proc.), smulkieji verslininkai (26,2 proc.) ir specialistai bei tarnautojai (24,7 proc.), tuo tarpu tarp pensininkų dirbtinio intelekto įrankius naudojančių tėra kiek daugiau nei 5 proc.

Visuomenės apklausa taip pat atskleidė, kad dirbtinio intelekto bei kitų technologijų naudojimas Lietuvoje beveik identiškai paplitęs tiek tarp vyrų, tiek tarp moterų, o kai kuriomis technologijomis moterys naudojasi netgi daugiau, skelbia tyrimo ir „Merginų technologijų dienos“ iniciatorė IT bendrovė „Adform“.

Ketvirtadienį Vilniuje įsikūrusios IT įmonės atvėrė savo duris 8-12 klasių moksleivėms, besidominčioms informacinėmis technologijomis. Šiemet iniciatyvoje „Merginų technologijų diena“ dalyvavo per šimtą moksleivių, galėjusių iš arčiau susipažinti su skirtingomis IT profesijomis ir kasdienėmis IT specialistų užduotimis. Trečius metus iš eilės surengtos iniciatyvos partneriu tapo Vilniaus miesto savivaldybės įstaiga „EDU Vilnius“.

„Kompiuteriu ir išmaniuoju telefonu Lietuvoje naudojasi 91 proc. gyventojų – tiek vyrai, tiek moterys šiomis technologijomis naudojasi iš esmės vienodai. Debesų saugyklomis, dirbtinio intelekto įrankiais, virtualiais asistentais, išmaniųjų namų sistemos ar e-mokymosi platformomis tiek vyrai, tiek moterys naudojasi taip pat beveik tolygiai.

Tačiau moterys daugiau naudojasi komunikavimo platformomis – „Microsoft Teams“, „Messenger“, „Whatsapp“ ir kt. programas naudoja 58 proc. moterų ir 49 proc. vyrų. Taip pat moterys aktyviau perka elektroninėse parduotuvėse – atitinkamai 57 ir 49 proc.“, – tyrimo duomenis komentavo „Adform“ žmogiškųjų išteklių direktorė Dovilė Buinickaitė-Struckienė.

Pasak D. Buinickaitės-Struckienės, naujausia visuomenės apklausa patvirtino, kad technologijos ir jų įrankiai yra vienodai svarbūs visiems žmonėms, nepriklausomai nuo lyties.

„Technologijomis naudojasi visi, todėl ir jas kuriant labai svarbus abiejų lyčių indėlis ir įsitraukimas. Vis dėlto kol kas tyrimo rezultatai stipriai kontrastuoja su stojimų į IT krypčių studijas duomenimis, kurie rodo, kad 80 proc. įstojusiųjų į IT studijas kolegijose ir universitetuose šiemet buvo vyrai. Tarp dirbančiųjų IT sektoriuje moterų dalis taip pat yra gerokai mažesnė.

Mūsų inicijuoto tyrimo duomenimis, tokią disproporciją darbo rinkoje labiausia lemia stereotipai ir moterų, dirbančių IT srityje, pavyzdžių stoka – taip mano 75 proc. šalies gyventojų. Be to, trys iš dešimties gyventojų pasigenda kryptingų veiksmų mokyklose ir aukštosiose mokyklose, skatinant merginas rinktis profesijas IT srityje“, – pažymi D. Buinickaitė-Struckienė.

Tiek mokytojai, tiek aukštųjų mokyklų dėstytojai pastebi, jog mokyklinio amžiaus mergaitės darbą IT srityje dažnai supranta tik kaip programavimą, nors čia reikalingi ne vien programuotojai – įvairių savirealizacijos galimybių yra gerokai daugiau. Siekiant keisti požiūrį, jau trečius metus iš eilės Vilniuje surengta „Merginų technologijų diena“, kurios metu moksleivės turi galimybę iš arčiau susipažinti su įvairiomis profesijomis IT srityje. Šiemet prie iniciatyvos prisijungė IT įmonės „Adform“, „Atea“, „Nortal“, „Visma“, „Asseco Lietuva“ ir „Kilo Health“.

„Vienas pagrindinių iniciatyvos tikslų yra keisti stereotipines visuomenės nuostatas bei griauti mitus apie darbą IT srityje. Kartu tai yra viena iš galimybių mums, kaip įmonėms, užsiauginti potencialius ateities darbuotojus – nykstant stereotipams vis daugiau moterų atras galimybes siekti karjeros IT sektoriuje. Tai mažins darbuotojų trūkumo sektoriuje problemą, komandos įmonėse bus labiau subalansuotos. Galiausiai tai padės kurti ir vystyti dar efektyvesnius IT produktus“, – neabejoja „Adform“ žmogiškųjų išteklių direktorė D. Buinickaitė-Struckienė.

„Norime užmegzti ir palaikyti ryšį su ateinančia nauja darbuotojų karta – moksleiviais bei studentais, supažindinti juos su įmonės veikla ir vertybėmis. Suprantame, kad po kelerių metų prie mūsų kolektyvo prisijungs nauji kolegos, todėl abiem pusėms svarbu geriau pažinti vieniems kitus. Susitikimo metu merginoms surengėme praktines dirbtuves, kurių metu jos galėjo iš arčiau susipažinti, ką reiškia dirbti vienoje didžiausių IT įmonių“, – teigia „Atea“ komunikacijos ir rinkodaros vadovė Giedrė Vinickienė.

Pasak Vilniaus Žvėryno gimnazijos informacinių technologijų mokytojo Jono Ruigio, šiuo metu atsiranda tiek daug naujų profesijų, kad sunku susigaudyti tiek mokytojams, tiek vaikams ir jų tėvams.

„Todėl ir dalyvaujame tokiose iniciatyvose – norime padėti savo mokiniams žinoti visas galimybes“, – teigia Vilniaus Žvėryno gimnazijos informacinių technologijų mokytojas J. Ruigys.

Mokytojas pastebi, kad 5-6 klasėse mergaitės labai domisi informacinėmis technologijomis, tačiau paauglystėje, maždaug 8 klasėje, jų prioritetai neretai pasikeičia.

„Paauglystėje mergaitės dažnai nutolsta nuo informacinių technologijų, susidomi kitais dalykais ir to amžiaus tarpsnio aktualijomis – nueina kartu „su mase“, kaip dauguma mergaičių, nes nenori išsiskirti iš kitų. Taip čia ima lyderiauti vaikinai, kurie pradeda dominuoti įvairiuose konkursuose, olimpiadose ir užima lyderių pozicijas. Vyresnėse klasėse dalis merginų, nepaisant stereotipų, vėl atsigręžia į informacines technologijas, tačiau joms konkuruoti su vaikinais jau būna sunkiau. Mes, mokytojai, stengiamės sudominti šias moksleives, padėti joms užsikabinti, siekti aukštesnių rezultatų“, – sako mokytojas J. Ruigys.

Mokytojas priduria, kad kartu su moksleiviais lankydamiesi IT įmonėse jie dažnai girdi pastebėjimus, jog komandose negali dirbti vien tik vyrai ar tik moterys – tokiu atveju darbas nebus efektyvus.

Pasak jo, svarbiausia merginoms IT srityje atrasti tokią profesiją, kuri patiktų ir kurioje jos jaustųsi stiprios.

„O didėjanti specialybių gausa ir tokie projektai tikrai leidžia išsirinkti tinkamą ateities specialybę“, – apibendrina J. Ruigys.

**Iš tekstilės gamyklos – į vadoves IT bendrovėje**

IT įmonėje produkto vadove dirbanti kaunietė Gabrielė Sergejenka pastebi, kad technologijomis besidominčioms mergaitėms mokyklose neretai pritrūksta ir tėvų palaikymo.

„Dabartinių moksleivių tėvams ne visuomet yra suprantama, apie ką yra darbas IT srityje ir kad tai tikrai ne vien apie algoritmų rašymą nuolatos žiūrint į kompiuterio ekraną. Tai patvirtina ir mano pavyzdys – dirbu IT įmonėje prie didelių IT projektų, nors nemoku programuoti ir visai nesu techninis žmogus“, – teigia G. Sergejenka, dirbanti produkto vadove „Adform“.

Gabrielė pagal išsilavinimą yra biotechnologė – mergina baigė pramoninės biotechnologijos studijas Kauno technologijos universiteto Chemijos fakultete. Šias studijas sako pasirinkusi, nes mokykloje jai geriausiai sekėsi matematika ir chemija.

Po studijų baigimo Gabrielė dirbo ir mokslinėje laboratorijoje, ir tekstilės gamykloje, tačiau biotechnologe taip ir netapo – paskatinta draugės, kuri ją paragino išbandyti save IT srityje, mergina ryžosi išeiti iš darbo gamybos įmonėje ir pasinerti į visiškai naują sau sritį. Pradėjusi dirbti IT įmonėje kaip klientų aptarnavimo specialistė, mergina su mentoriaus pagalba įgijo naujų įgūdžių ir, baigusi praktiką, įsidarbino toje pačioje įmonėje produkto vadove.

„Draugė man sakė: tu turi galvą ant pečių, nesąmonė tau dirbti toje gamykloje. Aš ir pati jaučiau, kad nesu savo vietoje, į darbą ėjau be džiaugsmo, todėl pasiryžti pokyčiams nebuvo sunku. Dabar tuo tik džiaugiuosi – pataikiau į sritį, kuri man teikia džiaugsmą ir kur galiu augti“, – sako G. Sergejenka.

Šiandien Gabrielė, kaip produkto vadovė, analizuoja klientų grįžtamąjį ryšį, šią informaciją susistemina ir perduoda programuotojų komandoms. Programuotojai tuomet tobulina produktą ar kuria naujas funkcijas, atsižvelgiant į klientų poreikius.