

УДК316.346.2-055.2

ББК 60.55

Н – 16

Нагорокова Залина Ауэсовна, аспирант кафедры философии, социологии и педагогики ФГБОУ ВО «Майкопский государственный технологический университет», e-mail: Zaly87@mail.ru

СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ ЖЕНЩИН В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ

(по материалам социологического исследования)

(рецензирована)

Вопросы профессиональной карьеры женщин, ее самореализации, построения бизнеса приобретают особую актуальность в традиционном обществе, так как именно такое общество отмечено бинарностью восприятия. Гендер здесь с одной стороны заключает функцию этнической и социокультурной системы, а с другой - проявляет особую резистентность ко всем видам модернизационных процессов глобализирующегося общества.

***Ключевые слова:** традиционные роли, деловая активность, отраслевая специфика, гендерные установки, самоактуализация.*

Nagorokova Zalina Auesovna, a post-graduate student of the Department of Philosophy, Sociology and Pedagogy of FSBEI HE "Maikop State Technological University", e-mail: Zaly87@mail.ru

WOMEN'S SOCIAL ACTIVITY IN MODERN SOCIETY: SOCIO-CULTURAL ASPECT (based on a sociological research)

(Reviewed)

The issues of women's professional career, their self-realization, building business acquire special relevance in a traditional society, since such a society is marked by binary perception. Gender, on the one hand, comprises the function of an ethnic and socio-cultural system, and on the other hand it shows special resistance to all types of modernization processes of a globalizing society.

***Key words:** traditional roles, business activity, sector specificity, gender attitudes, self-actualization.*

Как можно проследить ретроспективно, конец XX столетия явился периодом, способствовавшим установлению гендерных отношений, функционирующих и в настоящее время без значительных изменений. И в этой связи отмечается корреляционная связь динамики экономики со спецификой изменения традиционных этнических институтов, моделей поведения, ценностей, мотиваций, обостряется проблема выполнения женщиной своих традиционных ролей. Кризисные явления данного периода, очевидно, продемонстрировали шаткость традиционного гендерного контракта, существующего на Северном Кавказе в целом – «мужчина-воин», «женщина-хранительница домашнего очага» и востребованность работающих женщин, что в свою очередь способствовало выходу большого числа женщин на рынок труда, где возник вопрос о женской карьере, бизнесе и других составляющих ее самореализации вне дома.

Переход к рыночным отношениям обусловил и то, что во многих семьях произошла смена ментальных ориентиров, мужчина больше не рассматривался единственным добытчиком в семье в силу экономической нестабильности. В Карачаево-Черкессии это привело к перестроению гендерного секторального пространства, однако патриархальный подход в построении общества при этом сохранился. Повышение доли женщин в экономике, возрастание их деловой активности, а также увеличивающееся стремление к самореализации вне семьи имеет глобальный характер и

является следствием установления современного типа гендерных отношений и идентичностей.

Преобразования российской экономики, развитие малого бизнеса дали женщинам возможность обнаружить в себе потенциал для раскрытия экономической инициативы, потенциал в сфере труда. Экономические подвижки и как следствие развитие предпринимательства дали возможность женщине значительно расширить свои социальные функции, занять иное положение в социуме и в экономической деятельности и открыть собственное дело, отвечающее потребностям рыночной экономики, что в свою очередь решило многие проблемы занятости. Также стоит сказать и о том, что ключевое участие женщин в бизнесе на сегодняшний день является одним из главных способов реализовать себя в жизни, помимо материального положения определяется социальное, а также круг друзей и знакомых. То есть на данном этапе успешное построение карьеры или видение бизнеса рассматривается в современном обществе как ценность, определяющая жизненный успех и счастье и для мужчин и для женщин. Однако, особенность женской активности заключается в том, что она стремится совмещать в жизни две главные сферы – деловую и семейную, так как именно они являются одинаково значимыми.

В этой связи для определения качественных изменений в женском предпринимательстве региона, а также степени эмансипации было проведено изучение социокультурных и экономических особенностей социальной группы женщин в сфере бизнеса и предпринимательства. Данное исследование позволяет оценить феномен предпринимательства с точки зрения женской активности, ее отраслевой специфики, препятствующих барьеров, а также корреляцию возраста и места жительства со спецификой деятельности.

В ходе анализа было выявлено структуры социальной группы деловых женщин, то она далеко неоднородна. Одной из базовых категорий, от которой зависит форма осуществления деловой деятельности, является возраст. Именно он определяет соответствующие взгляды, установки, которыми руководствуются деловые женщины в выборе форм предпринимательской деятельности.

Социальная группа деловых женщин для анализа была разделена на 4 возрастные категории:

1 категория - до 29 лет, когда решается вопрос о получении образования, происходит освоение в профессии, создание семьи, рождение детей, ориентация и закладывание трудовых установок;

2 категория - 30-40 лет, характеризуется большей вне семейной ориентацией, стремлением к самореализации, к профессиональному росту;

3 категория – 41-51 лет, характеризуется стабильным положением, накоплением трудового опыта, деловой реализацией своего потенциала;

4 категория – старше 51 года, дальнейшая самореализация в деловой и семейной сферах в соответствии с индивидуальными особенностями трудовой и семейной жизни.

Таким образом, по результатам ранжирования группы по возрасту, установлена следующая взаимосвязь, что чем больше возраст женщины, тем меньше форма организации бизнеса. Для рассматриваемого региона характерна высокая ценность труда вообще. При чем работа ценна не сама по себе, но как единственно возможный путь самореализации и продвижения, трамплин к более высоким амбициозным свершениям [5,39 с.]. Таким образом, женская активность до 29 лет составляет – 19%, в возрасте 30-40 лет – 39 %, довольно обширной является и группа от 41-51 лет – 32%, а старше 51 года- 18%.

Что касается уровня образования, то здесь тоже можно отметить некоторую связь с возрастом – чем моложе категория женщин, тем больше их с высшим образованием – 45%, 38% - среднее специальное. А по сферам образования преобладают экономическое, юридическое, педагогическое, гуманитарное и в меньшинстве инженерно-техническое. Здесь также логично, что чем выше уровень, тем сложнее и крупнее форма организации бизнеса, где основной ценностью является не только

уровень дохода, но уже и престиж сферы деятельности и возможность реализовать себя. Также опрос социальной группы показал, что больше половины женщин ранее были квалифицированными работниками в соответствии с их образованием, например, в учебных заведениях, торговле, на государственной службе.

Кроме того, выявилась и связь адаптированности к особенностям рыночных отношений: так например, женщины старшего возраста хуже принимают сложности ведения деловой активности, менее гибки к ним и чаще находятся в стрессе, и наоборот.

Для многих женщин региона деловая активность на рынке является дополнительным источником доходов наравне с основной работой, например, в государственном секторе экономики. Главным мотивом такой активности конечно является недостаток финансовых средств на основном месте работы, но в то же время существует страх потерять хоть и небольшой, но стабильный заработок. Так около 18 % опрошенных совмещают мелкий бизнес и работу в государственном секторе республики.

Вообще система ценностей и мотивов деловой активности женщин региона имеет свою особую структуру. Так на вопрос «Чем обусловлено занятие предпринимательской деятельностью?» большинство ответов было связано с материальным обеспечением себя и своей семьи – 59%, далее присутствовали ответы о необходимости самореализации и важности для женщины все-таки иметь работу, вырабатывать собственные пути социализации, а не заниматься только приватной сферой жизни. То есть для женщин республики, наряду с материальным обеспечением, является немаловажным преодоление гендерных стереотипов и возможность получения независимости в планировании и достижении личных целей и амбиций, а также ощущение собственной значимости. Особенно тенденцию к приобретению большей независимости и самостоятельности проявляют женщины из более молодой категории.

Анализ данных опроса показал, что женская деловая активность в республике – явление противоречивое и неоднозначное. Обнаруживается явная, но вполне предсказуемая асимметрия, то есть чем больше бизнес, тем более вероятность, что возглавляют его мужчины. На вопрос «Является ли предпринимательство средой деятельности первоначально мужчин?» положительно ответили 30% опрошенных женщин, 38% ответили, что в бизнесе не пол определяет успешность, а наличие стартового капитала, но значительная часть женщин – 27% все же, говоря о том, что не готовы взять на себя ответственность по велению крупного бизнеса и видят себя лишь в роли матери и домохозяйки. Однако, все 100% опрошенных респонденток выразили восхищение деловыми женщинами, владеющими более или менее крупным бизнесом. Таким образом, можно заключить, что для значительного числа женщин существует страх несовместимости их участия в бизнесе с выполнением основных функций женщин в приватной сфере, предписанные ей ее гендерной идентичностью и этнокультурными установками региона, что является важным препятствующим фактором в начинаниях на предпринимательском поприще. А предположение о том, что женщина в бизнесе занимает второстепенную роль, в принципе подтвердилось.

Женщинами были отмечены социокультурные особенности региона, гендерные стереотипы, которые им приходится преодолевать и соответственно традиционность местного менталитета. Кроме того конкурировать с мужчинами в бизнесе на более высоком уровне им мешает двойная нагрузка: работа-семья.

Исторически в регионе, и на Северном Кавказе в целом, сложилась ситуация, когда воспитание детей было полностью возложено на женщину. В тоже время, она строго следовала своим социокультурным традициям в педагогике, тем самым служа для ребенка и общества проводником национального самосознания, стереотипов поведения, социальных взглядов, принятых именно в этом этносе. Эта традиционная роль женщины в республике сохраняется и на сегодняшний

день практически в том же историческом контексте. Поэтому немногие женщины и сегодня готовы жертвовать временем, предназначенным ее семье и детям для построения серьезного бизнеса или трудовой карьеры, в то время как мужчины чаще всего не испытывают такого конфликта между карьерой и семейными обязанностями. Так 22% женщин, имеющих более или менее крупный бизнес, испытывают чувство вины и страх за детей, хотя 41% женщин считают, что нашли баланс в сочетании деловой и личной жизни. Таким образом очевидно, что для женщин региона важно чтобы работа приносила удовольствие, а главное могла сочетаться с семьей.

Однако, помимо вышеперечисленных препятствий существуют и другие барьеры, такие как отсутствие первоначального капитала (70%), необходимость налаживания нужных связей (43%), отсутствие соответствующего образования и опыта (39%), противодействие окружающих (15%). Как видим, традиционные для всех предпринимателей проблемы у женщин выражены в наибольшей степени, чем у мужчин. Мужчины значительно более оптимистично оценивают возможность преодоления существующих препятствий для развития бизнеса. Женщины в этом смысле почти в 5 раз менее уверены в себе [3, 60 с.]. Таким образом, можно выделить основные барьеры на пути к успешной деловой активности: экономические (налоги, конкуренция, стартовые инвестиции, государственная политика); образовательные (отсутствие консультационных услуг, тренингов, ограничение доступа к информации); культурные (гендерные особенности, неполное принятие женщин в бизнесе, предвзятое отношение к предпринимательству в целом), психологические.

Проанализировав основные тенденции развития женской деловой активности по сферам деятельности, можно сказать, что имеется прямая связь форм предпринимательской деятельности не только с возрастом, но и с местом жительства. Так, например, главный вид бизнеса в сельских поселениях – это торговля, что является особенностью всей республики в целом. Здесь необходимо отметить, что на вопрос: «Какая сфера бизнеса наиболее привлекательна для вас?», то 58% назвали сферу услуг, 39% - сферу торговли, 10 % - производство. И очень часто, среди женщин существует тенденция выбора сферы бизнеса в соответствии с собственными потребностями, нуждами семьи и детей, игнорируя при этом факт прибыльности и спроса. Таким образом, проявление социально-психологического интереса является ведущим фактором в выборе сферы деятельности как возможность реализовать свои личные увлечения, изменить социально-экономическую ситуацию и помочь в решении каких-то проблем, тем самым проявляя при этом свою социальную ответственность.

На начальном этапе становления бизнеса в России, одной из самых распространенных стратегий предпринимательства для женщин более старшего возраста стало «челночество», а отсюда и мелкооптовая и также розничная торговля. В дальнейшем, накопленные средства, как основной ресурс, помог многим женщинам вложить их как первоначальные инвестиции и «встать на ноги». На сегодняшний день торговая деятельность в разных масштабах для половины деловых женщин республики является характерной чертой и спецификой региона. Можно отметить, что в республике нет четкой гендерной направленности в отношении участия в медицине, аудиторских операциях и операциях с недвижимостью. А самое меньшее количество женщин можно встретить в промышленном производстве, пищевом, транспортном, в строительстве. Данные отрасли требуют больших затрат по времени и капиталу, а также получения соответствующего образования, которое в соответствии с гендерной спецификой региона чаще всего получают мужчины. Таким образом, отчетливо прослеживается тенденция, показывающая, что специфика женской активности в республике локализуется в области традиционной для женщин.

Анализ социальной группы позволил выявить еще одну сферу, предпочитаемую женщинами республики для бизнеса – это сфера услуг, а именно косметология, пошив одежды, создание креативных мастерских, растениеводство, кулинария, центры развития детей и тому подобное.

Именно сфера услуг, чаще всего требует меньшего первоначального капитала. А также в отличие от производственных отраслей включает в себя компонент новаторства, творчества, организации бизнеса по своему образу, не требует набора большого штата работников. Ведь большинство женщин возглавляют именно мелкие предприятия с небольшим количеством штатных единиц.

К сожалению, поддержку и помощь начинающие свой путь в бизнесе женщины, как правило, получают сегодня не от специализированных структур, государственных и негосударственных, а от частных лиц – своих знакомых или (чаще) родственников. Следовательно, значительное число женщин, допускающих для себя возможность стать независимыми предпринимателями, нередко могут реализовать свои намерения лишь по воле случая [4, 138 с.].

В заключении можно отметить, что на сегодняшний день мужчины занимают первичную роль в организации и ведении бизнеса в республике, но и женщины стремятся на достаточно высокий уровень. Идеология рыночных отношений во многих сферах заметно противоречит традиционным этническим ценностям региона. Но, как мы видим, женщины все равно стремятся быть самоактуализирующимися личностями, с необходимостью к перманентному самосовершенствованию, осмыслению себя в мире деловой активности. Но при этом, не отходя от своих природных задатков и сохраняя женственность во что бы то ни стало. Как показывает проведенный опрос, женщины сами не всегда готовы бороться с социокультурными и гендерными стереотипами, господствующими в регионе, но именно экономические проблемы, дезориентация мужчин, их консерватизм, стали специфическим катализатором женской социальной и деловой активности.

Современные женщины признают, что в связи с социально-экономическими, культурными трансформациями, изменением семейно-брачных отношений необходимо проявлять большую независимость, иметь собственный доход и возможность обеспечить себя и детей. При этом, деловая активность женщины направлена на контроль над своим временем в пользу сохранения многих традиционных взглядов на положение женщины в сообществе региона и нахождении баланса между работой и семьей, инновациями и традициями, в какой-то степени добровольно ограничивая тем самым масштабы своей деловой активности.

В современных социокультурных реалиях региона женщины сохранили традиционную установку на доминирующую роль таких общечеловеческих ценностей как семья, дети, семейные ценности. Но вместе с тем, расширившиеся на сегодняшний день возможности участия женщин в общественной жизни, повышение их социально-экономической активности, изменение их социокультурного статуса позволяют наполнить их жизнь дополнительным смыслом и внести новые ориентиры.

Литература:

1. Безрукова А.А., Калашаова Д.А. Социокультурные трансформации в современной адыгской семье // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2016. Вып. 2. С. 104-108.
2. Безрукова А.А. Гендерные аспекты социально-экономической трансформации в России в оценках общественного мнения (на материалах Республики Адыгея) // Вестник Адыгейского государственного университета. 2013. Вып. 4. С. 75-81.
3. Галлямов Р. Особенности женского предпринимательства в современной России // Человек. Экономика. Общество. 2016. № 3(131). С. 56-64.
4. Колесникова О.А., Капусткин И.В. Женщина и бизнес // Экономика труда. 2004. № 2. С. 135-138.
5. Омельченко Е.Л. Стилевые стратегии занятости и их особенности // Социологические исследования. 2002. № 11. С. 36-47.

Literature:

1. Bezrukova A.A., Kalashaova D.A. Sociocultural transformations in a modern Adygh family // Bulletin of Maikop State Technological University. 2016. Issue 2. P.104-108.
2. Bezrukova A.A. Gender aspects of socio-economic transformation in Russia in public estimations (on the materials of the Republic of Adygeya) // Bulletin of ASU. 2013. № 4. P. 75-81.
3. Gallyamov R. Features of women's entrepreneurship in modern Russia // A Man. Economy. Society. 2016. No.3(131). P. 56-64.
4. Kolesnikova O.A., Kapustkin I.V. Woman and business // Labor Economy. 2004. No. 2. P.135-138.
5. Omelchenko E.L. Style employment strategies and their features // Sociological research. 2002. № 11. P. 36-47.