



политических и идеологических доктрин, сама при этом оказывая воздействие на формирование политических программ.

В результате проведенного анализа можно утверждать, что идейно-теоретические основы концептуальных интерпретаций качества жизни представляют собой эклектическую смесь различных философских, экономических, социальных, психологических и политических идей и теорий. Учитывая теоретико-мировоззренческие, социально-экономические содержание и направленность данных концепций, их можно разделить на две большие группы – объективистский и субъективистские подходы. Если объективистский подход базируется на концепции «экономического человека» с его стремлением к удовлетворению базовых, материальных потребностей, то для субъективистского подхода характерны такие категории из области психологии и этики, как ощущение счастья, удовлетворенность и самоактуализация личности.

Таким образом, установлено, что в ходе научных дискуссий между представителями различных школ и направлений складывалась не только научная категория, но и научная концепция качества жизни, обусловленная все более глубоким осознанием ограниченности чисто экономического подхода к решению социальных проблем.

УДК [316.334.2:316.346.2](470+571)

ГЕНДЕРНАЯ АСИММЕТРИЯ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Ю.А. Семёнова

Саратовский государственный университет
E-mail: Beginina IA@info.sgu.ru

Статья посвящена анализу сложной и актуальной проблемы – гендерной асимметрии предпринимательства в современном российском обществе.

Ключевые слова: предпринимательство, гендер, гендерные роли, мужчины, женщины, гендерная сегрегация.

Gender Asymmetry of Russian Enterprise

Yu.A. Semeonova

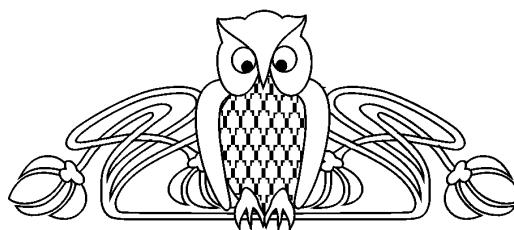
This article analyses the difficult and urgent problem – gender asymmetry of enterprise in modern Russian society.

Key words: enterprise, gender, gender roles, men, women, gender segregation.

Современный институт российского предпринимательства являет нам довольно сложный общественный феномен, в границах которого постоянно происходит сложное переплетение различных связей и отношений не только между самими предпринимателями, но и между предпринимательством как социальным институтом и его

Примечания

- 1 *Аристотель*. Сочинения: В 4 т. Т. 4. М.: Мысль, 1983. С. 376.
- 2 *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. Т. 1. М.: Соцэргиз, 1935. С. 17.
- 3 *Бентам Дж.* Принципы законодательства. М.: Солдатенков, 1896. С. 4–5.
- 4 Цит. по: *Арон Р.* Этапы развития социологической мысли. М.: Прогресс-Универс, 1993. С. 134.
- 5 См.: *Менгер К.* Основания политической экономии // Австрийская школа в политической экономии: К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер. М.: Экономика, 1992. С. 150–151, 195.
- 6 *Дюркгейм Э.* О разделении общественного труда. Метод социологии. М.: Наука, 1991. С. 493.
- 7 См.: *Weber M.* Economy and Society. Vol. I. Berkeley: University of California Press, 1978. P. 63–211; *Idem.* The Theory of Social and Economic Organization. N.Y.; Glencoe: Free Press, 1947. Part 2.
- 8 См.: *Parsons T.* The Structure of Social Action. Glencoe: The Free Press, 1949.
- 9 *Ковынева О.А., Герасимов Б.И.* Управление качеством жизни населения. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. тех. ун-та, 2006. С. 42.



социальным окружением. Не последнюю роль в развитии самого института предпринимательства играют гендерные отношения. Собственно, само понятие «гендер» отражает идею социального конструирования различий между женщинами и мужчинами. Над вопросом о том, равны ли мужчины и женщины, задумывался еще древнегреческий философ Платон, задавая вопросом, «способна ли женская часть человеческого рода принимать участие во всех делах наряду с мужской, или же она не может участвовать ни в одном из этих дел; а может быть, к чему-то она способна, а к другому – нет». Платон пришел к выводу, что «мужчины и женщины должны выполнять одно и то же дело, хотя природа их резко различна»¹. Отметим, что гендер создается и конструируется обществом как некая социальная модель женственности и мужественности, которая и определяет положение и роль женщин и мужчин в обществе и его социальных институтах. Чаще всего гендер (от англ. *gender* – род) трактуется как совокупность представлений о личностных и поведенческих



особенностях мужчины и женщины, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола. Современные **гендерные идеалы** представляют собой в самом общем виде социальные ожидания мужского и женского поведения. Ожидается, что женщина должна ощущать и ощущает себя женщиной, и это ощущение соответствует общепринятому определению женственности. Имеется в виду, что она готова принять на себя роль и обязанности, традиционно связанные с ее полом.

Однако в действительности это предположение не всегда верно. Гендерные роли в разных обществах достаточно поляризованы. Типичным утверждением является следующее: женская роль – пассивная, мужская – активная, отсюда и предписания относительно поведения, связанного с гендерными ролями. Именно отсюда берет свое начало гендерная сегрегация – неравная представленность женщин и мужчин в тех или иных сферах жизни. Так, в сфере государственного управления, политики, принятия решений, крупного и среднего бизнеса преобладают мужчины. Они в основном и владеют собственностью (в том числе и семейной). Женщины в управлении, политике и бизнесе, наоборот, составляют большинство на исполнительских должностях. Женщины преобладают также и в низкооплачиваемых и малоодоходных секторах экономики. Причины гендерной асимметрии коренятся в явной или скрытой дискриминации женщин, в сексистских стереотипах. Система норм поведения, предписывающая современной российской женщине выполнение определенной роли, опирается на жесткие представления о том, что представляет собой «мужское» и «женское» в данной культуре. По существу, сегодня можно говорить о гендерной сегрегации, которая в самом общем виде означает концентрацию мужчин и женщин в разных секторах жизнедеятельности общества, в разных занятиях и профессиях. Характерной чертой гендерной сегрегации выступает концентрация женщин в малопрестижных, малооплачиваемых сферах. Основой такой сегрегации выступает традиционное деление патриархального общества на две противоположные сферы – публичную, в которой, как правило, доминируют мужчины, и частную, которая является уделом женщин. Современная идеология женского предназначения и связанные с нею сексистские стереотипы воспроизводятся в смягченном виде и в современном обществе, где женщины получили доступ в сферы политики, бизнеса и производства, но остаются на менее престижных уровнях. Сегрегация по признаку пола проявляется в соотношении мужчин и женщин, занятых в определенных отраслях и занимающих определенные должности. Исследователи используют также термин «половая типизация занятости», обозначающий принятое в культуре картографирование занятий как мужских и женских. Горизонтальная сегрегация

выражается в неравномерном распределении мужчин и женщин по профессиям и отраслям экономики (отраслевая сегрегация). Таким образом, занятость может быть охарактеризована как «мужская» (в производственном секторе) или «женская» (сфера услуг, образование, здравоохранение, торговля). Вертикальная сегрегация выражается в неравномерном распределении мужчин и женщин по позициям должностной иерархии (женщины занимают должности, характеризующиеся более низким статусом и требующие более низкой квалификации).

Предприниматель (*entrepreneur*) – человек, который идет на риск при создании новой организации или при внедрении новой идеи, продукта или услуги². По мнению экономиста и социолога Й. Шумпетера, роль предпринимателя вообще существенно отличается от роли капиталиста и рабочего, ибо предприниматель изначально не имеет капитала и не продает свой труд, зато обладает организаторскими и лидерскими способностями, инициативой, способностью идти на риск. Он мобилизует факторы производства и, получив их в распоряжение, осуществляет инновационную деятельность³. В этой связи встает вопрос, который ставил еще Платон, относительно способности женщин выполнять одинаковую с мужчинами работу.

Женское предпринимательство – относительно новое для нашей страны явление, требующее и ждущее своего исследователя. Исходные основания для развития мужского и женского предпринимательства в самом общем виде едины. Это экономическая свобода, конкурентная среда, наличие адекватной развитию страны правовой базы, регламентирующей предпринимательскую деятельность.

Базовым свойством предпринимательства как общественного феномена является экономическая свобода, то есть наличие некой совокупности прав, гарантирующих автономное, самостоятельное принятие решений по поиску и выбору вида, формы и сферы активности, методов ее осуществления, использования продукта и дохода, приносимого данной деятельностью. Другим, не менее важным свойством предпринимательства является конкурентная среда – наличие большого числа производителей, что обуславливает существование конкурентной среды, в которой происходит жесткая проверка идей и личных качеств предпринимателей, уровня их образованности, способности верно ориентироваться в окружающем мире.

При наличии сформированной инфраструктуры для развития малого предпринимательства и благоприятном отношении к нему едва ли можно ожидать интенсивного развития там, где для этого отсутствуют в должном масштабе социальный и культурный капитал, а также первоначальные финансовые ресурсы, где низка готовность населения к самозанятости, а тем более к занятию предпринимательской деятельностью.



В современном российском обществе для женщин-предпринимателей существуют особые условия. Сегодня в известной мере формируются новые модели отношений в сфере труда и производства товаров и услуг. Женщина становится востребованной обществом в силу своих природных качеств – развитой интуиции, способности вызывать доверие. Одним из успешных видов экономической активности женщин стало малое и среднее предпринимательство. Вместе с тем сегодня остаются и серьезные причины, сдерживающие реализацию женского потенциала в сфере предпринимательства. Среди них назовем трансляцию гендерных стереотипов из советского прошлого относительно роли женщины в семье и обществе. И хотя сегодня эта трансляция еще имеет место, в частности в сфере воспитания девочек, происходит заметное и постоянно возрастающее участие женщин в экономической и политической жизни. Они владеют более чем одной третью российского бизнеса. Сегодня более 25% женщин зарабатывают больше своих мужей. Это свидетельствует о том, что общее направление движения к действительному равенству мужчин и женщин, декларируемому в российской Конституции, вполне очевидно. Положительная динамика объясняется большей социальной ориентированностью женщин, высоким уровнем консолидации, относительно низким потенциалом конфликта интересов, ори-

ентацией на деловые стратегии, низким уровнем коррупции. Вместе с тем женское предпринимательство на пути своего развития встречает массу трудностей и проблем. Среди них и проблемы профессиональной компетенции, организации безопасности предпринимательства, особенности политического и экономического сознания и поведения женщины, отсутствие адекватной современному состоянию российского общества системы взаимодействия власти и бизнеса. Серьезной проблемой являются заниженная самооценка женщин, административные барьеры, сложившиеся стереотипы в оценке деловых качеств женщин.

По-прежнему превалирует преобладание мужчин над женщинами в сфере предпринимательства, что свидетельствует о том, что гендерное неравенство сегодня еще сохраняется в достаточно серьезном объеме, и это свидетельствует о необходимости серьезных практических мер в данном направлении.

Примечания

- 1 Платон. Государство // Сочинения: В 3 т. М., 1971. Т. 3. С. 248.
- 2 См.: Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., 1992. С. 691.
- 3 Там же.

УДК [316:61] (470+571)

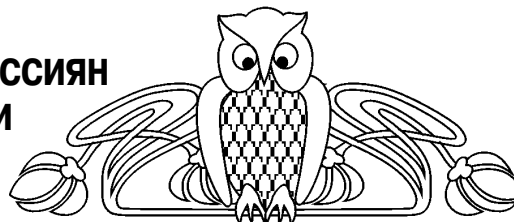
ПРОТИВОРЕЧИЯ В КУЛЬТУРЕ ПИТАНИЯ РОССИЯН В КОНТЕКСТЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ (по результатам социологического исследования)

М.С. Ивченкова

Российская академия
государственной службы при Президенте РФ, Москва
E-mail: m.ivchenkova@gmail.com

В статье изложены некоторые результаты социологического исследования, проведенного Социологическим центром РАГС в рамках реализации федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 гг. по заказу Министерства образования и науки Российской Федерации. На основании полученных социологических данных автор анализирует отношение россиян к правильному питанию как одной из практик реализации здорового образа жизни.

Ключевые слова: здоровый образ жизни, культура питания, режим питания, практика реализации здорового образа жизни.



Antagonisms of Dietary Lifestyle in the Context of Healthy Lifestyle (the Findings of Sociological Research)

M.S. Ivchenkova

The article deals with some data of a sociological research made by the Sociology Center RAPA within the bounds of federal project “Scientific and Pedagogic Human Recourses of Innovative Russia” 2009-2013 with support of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation. Based on those findings the author analyzes a healthy eating behavior of Russians as a practice of healthy lifestyle realization.
Key words: healthy lifestyle, dietary lifestyle, dietary habits, practice of healthy lifestyle realization.

В современном обществе здоровье человека является важнейшей социальной ценностью