

У цьому сенсі споживання в сучасних релігіях, на думку Ліона, слід сприймати не виключно як шокуєче явище, яке свідчить про занепад релігійності і засилля конс'юмеризму, а просто як про знак культурної зміни.

Уже згаданий Борг, також сприйнявши концепцію релігійного супермаркету, зауважує: "Релігія більше не схожа на книгу, яку читають від А до Я. У певному сенсі, люди переглядають релігійний контент. Мало хто як і раніше шукає статичної релігійної системи. Замість цього відбувається шопінг на ринку релігії" [7, С. 136]. Згідно Боргу, для того щоб бути привабливою для сучасної людини, релігія "повинна бути приємною"; релігії перебувають у такій ситуації, коли вони змушені конкурувати одна з одною за "клієнтів", які, як і клієнти супермаркетів, можуть втрачати лояльність [7, С. 138].

Підводячи підсумок різним трактуванням сучасної релігійності, відзначимо властиві їй ключові риси. Це – "приватизація релігії", "індивідуалізація релігії", "релігійний бриколаж", тобто схильність наповнювати особисту релігійну сферу різними привабливими концепціями, ідеями, ритуалами. Останній підхід тісно пов'язаний з концепцією "релігійного супермаркету" і різними теоріями, які аналізують наше суспільство, в першу чергу, як конс'юмеристське.

Повернення релігії в суспільний простір занадто очевидне, щоб його не визнавати. У сучасних суспільствах релігія одночасно демократизувалася і комерціалізувалася. Вона цілком сумісна із секулярним конс'юмеризмом, про що свідчать релігійні ринки, які пропонують в широкому сенсі духовні, а не тільки вузько церковні послуги.

Список використаних джерел:

1. Вестник СПбГУ. Философия и конфликтология. 2018. Т. 34. Вып. 1. – 127 с.
2. Лукман Т. Дополнение к третьему немецкому изданию "Невидимой религии" // Социологическое образование. 2014. Т. 13, № 1. – С. 139–154.
3. Тейлор Ч. Секулярный век. М.: ББИ, 2017. xiv, 967 с.
4. Bellah R. N., R. Madsen W. M., Sullivan A., Swidler S. M. Tipton Habits of the Heart: Individualism and Commitment in American Life. Berkeley, CA: University of California Press, 1996. – 359 p. Also Habits of the Heart: Individualism and Commitment in American Life (Robert N. Bellah et al., eds.). – University of California Press, 1985.
5. Berger P. The Desecularization of the World: A Global Overview // The Desecularization of the World: Resurgent Religion and World Politics / ed. by P. L. Berger. Washington: Ethics and Public Policy Center and W. B. Eerdmans Publ., 1999. – P. 1–19.
6. Berger P. The Sacred Canopy: Elements of Sociological Theory of Religion. New York: Doubleday & Company, Inc., 1967. – P.105-174.
7. Borg M. ter. Non-institutional Religion in Modern Society // Implicit Religion. 2008. Vol. 11, N 2. – P. 127–141.
8. Casanova J. Public Religions Revisited // Religion: Beyond the Concept / ed. by H. de Vries. New York: Fordham University Press, 2008. – P. 101–119.
9. Dobbelaere K. The Meaning and Scope of Secularization The Oxford Handbook of the Sociology of Religion / ed. by P. B. Clarke. Oxford: Oxford university press, 2009. – P. 599–615.
10. Habermas J. Secularism's Crisis of Faith: Notes on Post-Secular Society // New Perspectives Quarterly. 2008. Vol. 25. – P. 17–29.
11. Hervieu-Leger D. Individualism, the Validation of Faith, and the Social Nature of Religion in Modernity // The Blackwell Companion to Sociology of Religion / ed. by R. K. Fenn. Hoboken, NJ: Blackwell Publishing, 2003. – P. 161–175.
12. Luckmann T. Invisible Religion. New York: MacMillan, 1967. – 128 p.
13. Lyon D. Jesus in Disneyland: Religion in Postmodern Times. Cambridge: Polity Press, 2013. – 200 p.
14. Mathews G. Global Culture / Individual Identity: Searching for Home in the Cultural Supermarket. London; New York: Routledge, 2000. x, 228 p.
15. Taylor Ch. A Secular Age. – Harvard University Press, 2007. – 851 p.

К.О. Якименко, студ.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

ЖІНОЧЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО, ФЕМІНІЗМ І ПАТРІАРХАТ

На відміну від протестантизму, в якому священство не має сакрального статусу, в православ'ї та католицтві жінки не допускаються до пресвітерського і єпископського служіння. Є ряд аргументів проти рукопокладання жінок літургіко-символічного, канонічного, соціального та психологічного порядку, головним з яких є відсутність подібних прецедентів в традиції [8].

Відсутність можливості жінок реалізуватися в православній і католицькій традиції, гендерне утиснення веде до того, що особи жіночої статі намагаються зайняти лідерські позиції, аби змінювати традиційний патріархальний уклад через інші сфери. Так зароджується фемінізм: на хвилі протесту проти дискримінації жінок і гендерних стереотипів. "Я думала, що вороги фемінізму – чоловіки, а виявилось, – патріархат," – зазначила Джейн Фонда, одна з активісток-феміністок у своїй роботі про жінок і чоловіків у бізнесі [6].

Після написання першого документу, що підтримує права жінок – "Декларацію прав жінки та громадянки", створеною французькою Олімпією де Гуж у 1791 р. – стає широко популярною наступна ідея, що описана в цьому тексті: "Якщо жінка має право зійти на ешафот, то вона повинна мати право зійти і на трибуну". Це був початок до того, аби жінки стали сприймати ідею рівності в усіх сферах, а себе як повноцінних особистостей, які також можуть правити, бути лідерами, керівниками. Це ж відобразилося і на бізнес. [2, 4].

Наразі жінки у бізнесі не є дивним явищем. В Україні 35% власників компаній є жінками, а частка жінок-

керівників в цілому становить 30%. При цьому серед ФОП – 45% [3].

У світі кількість власників жіночих підприємств у 2017 році зросла на 18%. Сьогодні 26% власників бізнесу є жінками, і вони, як правило, молодші, ніж власники бізнесу чоловіків: 51% власників жіночих підприємств у віці до 50 років у порівнянні з 44% підприємств із власниками чоловічої статі. Цікавим фактом є також те, що 60% всіх стартаперів у африканських країнах – жінки, за дослідженнями Credit Suisse Research Institute, Gedi, Thomson Reuters [9].

Жінки контролюють 85% споживчих витрат у всьому світі, але отримують 2% від венчурного фінансування. В сукупності жінки представляють себе другою за величиною економікою в світі на основі зароблених доходів до ВВП. При цьому жінкам у всьому світі платять на 25-40% менше, ніж чоловіків, а в середньому жінка щоденно працює 4,5 години без оплати (22,5 години на тиждень). У розвинених країнах жінки виконують в 10 разів більше роботи, ніж чоловіки. З обліком цього жінки можна назвати найбільшою економічною силою на планеті [1].

Приватні ІТ-компанії, якими керують жінки, демонструють велику ефективність капіталу, а також приносять на 35% більший дохід від інвестицій. Коли вони отримують венчурне фінансування, то приносять на 12% більший прибуток, ніж ІТ-компанії під управлінням чоловіків. Цей факт дає зрозуміти, що жінка була недооцінена у сфері бізнесу [7].

З 20 століття жінки були активно інтегровані в роботу силу і почали займатися бізнесом, а це призвело до

того, що жінки вимагали дедалі все більше і більше прав, аби зрівнятися із чоловіками. Це було досягнуто у законодавстві. Так, в Україні у 2017 році скасували указ, що визначав 450 заборонених для жінок професій (наказ Міністерства охорони здоров'я №256 було визнано дискримінаційним) [5].

Наразі гостро стоїть питання місця жінки у релігії. Поки лише протестантська церква визнала рівність жінок і чоловіків. Активність жінок у сферах бізнесу, політики і інших впливають на релігію, тому скоро проблема нерівності має вирішитися і в цій сфері.

Список використаних джерел:

1. Александр Литвин. Патриархат, уход! Как женщины могут изменить (и делают это) рынки, бизнес и общество. 2018.
2. Жінка на порозі XXI століття: становище, проблеми, шляхи соціального розвитку: Зб. матеріалів Всеукраїнського конгресу жінок, Київ, 21–23 травня 1998 року. – К., 1998.]

3. Жінки є власниками 35% українських компаній – дослідження. [Електронний ресурс] : [Економічна правда]. – 2018. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/03/8/634822/>.

4. Соціологія. Фемінізм: сутність, етапи, напрями. [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – 2010. – Режим доступу: <http://textbooks.net.ua/content/category/40/71/46/>.

5. Указ президента України №256/2017. [Електронний ресурс] : [Президент України]. – 2017. – Режим доступу: <https://www.president.gov.ua/documents/2562017-22506>.

6. Jane Fonda. Women and Men and the Head/Heart Business. – Delaware, March 31, 2004.

7. The next billion entrepreneurs will be women. [Електронний ресурс] : [TNW]. – 2015. – Режим доступу: <https://thenextweb.com/insider/2015/07/21/the-next-billion-entrepreneurs-will-be-women/>.

8. Vasilevich, Natalia. The Issue of Female Ordination/Priesthood In The Ecumenical and Inter-Orthodox Discussion. – Many Women Were Also There... The Participation of Orthodox Women in the Ecumenical Movement. – Ed. by Kasselouri-Hatzvassiliadi E., Moyo F.M, Pekridou A. – WCC Geneva, Switzerland. – Volos Academy for Theological Studies, Volos, Greece., 2010

9. 14 Assists That Will Help Women Entrepreneurs Score in 2017] : [Forbes]. – 2017, Geri Stengel.

В. Л. Якубіна, канд. філос. наук, доц.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

ЖІНОЧА РОБОТА Й ЧАС В КОНТЕКСТІ АКТИВНОСТЕЙ СОЦІАЛЬНО СПРЯМОВАНОГО БІЗНЕСУ

Категорія "жіночого часу" резонує з лінійною темпоральною культурою, яку часто пов'язують із сучасним розумінням бізнесу в контексті великих глобальних корпорацій та стратегіями успішного менеджменту. Жіноча робота, яка передбачає догляд й турботу, та повсякденна домашня робота "заціклені" на теперішній і контекстуальній специфіці завдань. Така спроба інтерпретації апелює до способу міфологічного бачення, де циклічність проголошується невід'ємною функцією природного буття.

Лінійний час, навпаки, символізує трансценденцію, яка тривіалізує специфіку кінцевих моментів. Він вимагає виразного відчуження від дійсності, що тягне за собою дематеріалізацію, абстракцію і розпростореність. Для окремих дослідниць це "відчуження" проявляє себе в принципах "держави соціального інвестування", яка може виявитися менш зацікавленою в сьогонішньому благополуччі й щасті дітей, аніж в інструментальній меті – появі ідеального громадянина у майбутньому. Чоловіча орієнтація на лінійний виробничий час може також переноситися в приватну сферу, проте їх включеність в домашні справи зазвичай відбувається в контексті створення великих (важливих) проектів (організація свята, будівництво приміського будинку etc.), а не відповідальність за повсякденну, "циклічну роботу" [наведені вище тези були мною детальніше розібрані на авторській лекції – "Жіночий час" і "жіноча робота": соціокультурні особливості феміністичної темпоральності", що відбулась у межах лекторію СУА з жіночих студій в Українському католицькому університеті 5 квітня, 2017 р. у Львові)].

Вочевидь, жіночою сферою продовжують традиційно вважати: домогосподарство, дітей та піклування про всю родину, а чоловічою – соціум та різноманітні досягнення у кар'єрі. Відповідно, сучасна "третя хвиля" фемінізму є подальшою спробою відновлення місця жінки у історії не у другорядній ролі, як зазначає сучасна гендерна експертка В. Брайсон у книзі "Гендер і політика часу. Феміністська теорія і сучасні дискусії", – труднощі, які постають перед молодими жінками в плануванні власного майбутнього, пов'язані з тим, що існує несумі-

сність між лінійністю домінуючої темпоральної культури і жіночим часом турботи (циклічності), хоча й підкреслюють, що вони, у своїй суті, взаємопов'язані. На найбільш базовому рівні відмінність лінійності та циклічності полягає в тому, що лінійність – це цілеспрямований рух часу історії і виробництва у громадському просторі, в якому події та процеси розгортаються одна за одною, а стріла часу безупинно рухається в майбутнє до певної мети. На противагу лінійному, циклічний час розглядається як час репродукції і турботи в приватній сфері й характеризується повторюваністю "тут і тепер", оскільки хоча колесо часу обертається, однак кардинальних змін не відбувається. В межах цих циклів: прибирання, купання, приготування їжі та створення зручностей – це не одноразова цілеспрямована дія, а постійний процес, який має повторюватися знову і знову, не маючи видимого завершення. Таким чином, "жіноча робота ніколи не може бути дороблена". Домашні обов'язки та сімейне доглядальництво часто фрагментовані та вплетені в інші процеси, а не безпосередньо обрані жінкою. Жіноча робота та турбота пов'язуються з поліфункціональністю і є виразом радше поліхронічного, аніж монохронічного часу. В соціально-політичному контексті розуміння турботи як одвічної природної потреби, яка створюється і зустрічається за межами людської історії викликає сумніви. Саме це привертає увагу до тих мінливих матеріальних та ідеологічних умов, в яких догляд/турбота забезпечується та отримується. Цей процес вказує на дещо ілюзорну природу лінійного руху, який неминуче включає в себе елементи безперервності, відступу і фрагментації.

А от соціальне підприємництво цікаве саме тим, як зазначає експерт з соціальних інвестицій Western NIS Enterprise Fund В. Назарук, що воно:

- I. Сприяє вирішенню соціальних проблем суспільства або його окремих категорій;
- II. Побудоване як рентабельний бізнес (має прибуток);
- III. Не менше 10% прибутку витрачається на благодійні або соціальні цілі.

Такі характеристики соціального бізнесу корелюють саме із жіночим часом, адже феномен піклування із спрямованістю "тут і тепер" зосереджено у сфері інтер-суб'єктивності – а сама "дія піклування", у феміністичних інтерпретаціях, здатна вирізнити "жіночий час" в контексті "чоловічого", адже останній базується на ідеї переваги цінності індивідуального над нерозрізненим загальним. Таким чином, до перспективних сфер сучасного соціального бізнесу належать: догляд удома/охорона здоров'я, екологічний дизайн, виготовлення та продаж органічної і веганської їжі, сортування сміття й переробка відходів, виробництво сувенірів, прикрас, косметологія, впровадження альтернативних джерел енергії та підвищення енергоефективності. Усі ці активності "природно" виконуються жінками, що є певним викликом для "серйозного чоловічого бізнесу", адже корпорації змушені рахуватись із потребами соціуму, а все більше інвесторів зацікавленні саме у малих та середніх підприємствах.

Подібне розуміння є викликом тим темпоральним основам сучасного суспільства, що виходять із ідеї прогресу доби Просвітництва. Однак, цілком підходять для розуміння елементів сучасного устрою, що виходять із етапу постмодерну, заразом із ідеями плинності та очікуваннями невизначеності, миттєвості, недетермінованості й одночасності в постфордистській економіці, – ставлять під сумнів, як абстрактні поняття (прогрес),

так і практичні очікування (одна робота на все життя). В цьому контексті – індивідуалістичні, лінійні уявлення "погодинного часу", щодо перетворення часу на товар, все більш піддаються сумніву в теорії і є проблематичними на практиці, проте вони впливові досі в соціумі. У глобальному контексті, вплив матеріалізованого часу на сімейне життя й міжособистісні відносини стає все більше явним. Щоб зрозуміти, чому це відбувається, варто аналізувати домінуючу темпоральну культуру в контексті інших соціальних структур, в межах яких вона відображає і підтримує існуючі моделі нерівності, але в межах яких їй також може загрозувати супротив.

Отже, така постановка питання дає можливості означити ще й певний політичний конфлікт "ліберального" та "комунітаристського" векторів в структурі сучасної темпоральної культури, що напряду впливає й на економіку.

Список використаних джерел:

1. Відкрита лекція: В.Л. Якубіна «"Жіночий час" і "жіноча робота": соціокультурні особливості феміної темпоральності» (лекторій СУА з жіночих студій, УКУ: Львів, 5 квітня, 2017 р.)
2. Брайсон В. Гендер и политика времени. Феминистская теория и современные дискуссии / Валери Брайсон; [пер. с англ. А.Л. Якубіна] – К. : Центр учебной литературы, 2011. – (серия: Время в зеркале науки). – 248 с.
3. Western NIS Enterprise Fund [Електронний ресурс] – Режим доступу до джерела: <http://wnisef.org/uk/>.