

сов межличностной коммуникации, как соотносятся мотивы самообразования, образования и общения личности в различных коммуникативных сферах. Мы предполагаем, что широта, неоднородность и другие характеристики коммуникативного пространства (то есть совокупности всех коммуникативных сфер, переплетенных или наслоенных друг на друга) находятся в прямой связи с возможностями самореализации и утверждения самообразовательной стратегии личности. Перехода из одного коммуникативного пространства в другое, человек «ищет себя», и оптимальный результат этого «поиска» зависит от его коммуникативной компетентности (термин Ю. Хабермаса), которая означает умение, способность и интерес личности к саморефлексии в коммуникативном пространстве.

В современном мире, с его невероятными возможностями по использованию технических средств в процессах межличностной коммуникации (интернет, спутниковая связь и др.), все более актуальным становится вопрос о том, какой вид коммуникации - опосредованный или непосредственный - будет иметь большее значение в самообразовательной деятельности личности. Но межличностная коммуникация сохраняет свое неизменное положение и продолжает оставаться и способом, и стимулом, и условием становления и развития стратегий самообразования.

Е.С. Шигаева

ЦЕННОСТНО–МОТИВАЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Женское предпринимательство – это достаточно новое явление в российской действительности, связанное с переходом к рыночной экономике, изменением социальной структуры общества, формированием новых слоев и групп, а также с женской эмансипацией. Тема мало изучена, весьма актуальна и интересна.

В целях пилотажного исследования на тему: «Социальный портрет современной российской женщины-предпринимателя» было опрошено 30 женщин, занимающихся предпринимательской деятельностью в сфере малого бизнеса. Поскольку выборочная совокупность достаточно мала, то говорить о полной репрезентативности не приходится, однако основные выводы нашего исследования во многом совпадают с общероссийскими данными по этой теме.

Итак, как правило, бизнес-леди - это женщина в возрасте 35 – 50 лет, имеющая высшее образование, работающая в сфере розничной торговли, бытового обслуживания, производства одежды и обуви и образовательных технологий. До открытия собственного дела женщины работали в той же сфере. Общий стаж занятия предпринимательской деятельностью составляет 3 – 6 лет. Семейное положение – замужем либо живет в свободном

браке. Муж - либо бизнесмен, либо представитель технической интеллигенции. Имеет двух детей.

Из множества задач исследования остановимся на двух. Это выявление и анализ жизненных ценностей женщин, а также мотивов занятия предпринимательством.

В современном обществе, когда никто не защищен от воздействия внешнего мира, большое значение приобретает семья человека. Для большинства опрошенных женщин самая большая ценность в жизни – это дети, а также любовь и муж, т.е. семья. Выбор приоритетных жизненных ценностей зависит от различных признаков. Рассмотрим один из них – возраст женщины.

Для женщин в возрасте до 35 лет на втором месте стоит муж и любовь, на третьем – здоровье. А вот для женщин более старшего возраста здоровье важнее, это и понятно, романтика уходит на второй план. Обнаружилось также, что с возрастом деньги приобретают большее значение, чем любимая работа. Такая ценность как карьера в жизни предпринимательницы практически не важна. На восьмое место ее ставят женщины до 35 лет, на девятое – после 35, заменив ее необходимостью быть полезной людям. Опрошенные женщины не ориентированы на участие в политической жизни общества, оно на последнем месте в структуре жизненных ценностей.

Другой признак, влияющий на ценностные ориентации, это семейное положение женщины. Для замужних женщин уверенность в себе – очень важная ценность, она стоит на втором месте в структуре ценностей. Для женщин, которые не замужем либо живут в свободном браке, важнее здоровье и любовь. Интересно, что для замужних женщин любимая работа гораздо важнее (четвертая позиция), чем для незамужних (у них она стоит на восьмом месте). Однако в общем, группы мало различаются по структуре ценностей.

Одной из задач исследования было выяснение мотивов занятия предпринимательством. Мотивы, как и ценности, это первопричина всей деятельности женщины. Рассмотрим их.

Стремление к материальному благополучию – одна из главных причин занятия предпринимательской деятельностью, это 23 % всех ответов. Далее участницы опроса выбрали интерес к деятельности, потребность в самоутверждении и «так сложились обстоятельства» (по 13 %). «Желание профессионального роста и потребность в самоутверждении» стоят на третьем месте (по 11 %). Остальные причины занимают более низкие места в общей структуре мотивов выбора предпринимательской деятельности. Выяснилось, что не все мотивы равнозначны для женщин – предпринимателей. Возможно, это говорит о сильном вмешательстве такого внешнего фактора как уровень благосостояния жителей нашей страны. Семьи жен-

щин не защищены с материальной точки зрения. Вообще никто не защищен от очередного финансового кризиса в стране.

При анализе зависимости мотивов занятия предпринимательской деятельностью от возраста выяснилось, что эти признаки связаны друг с другом. Женщины практически в каждой возрастной группе выбрали стремление к материальному благополучию как главный мотив. Такие мотивы как интерес к деятельности и забота о детях теряют свою значимость с возрастом. Зато, чем старше женщина становится, тем чаще, при указании причин открытия собственного дела, она ссылается на обстоятельства. Потребность в самоутверждении в основном нужна молодым женщинам. Все остальные мотивы относительно равномерно распределены по возрастным группам.

Устойчивость мотивов можно проверить через желание заниматься предпринимательской деятельностью в дальнейшем. 77 % опрошенных удовлетворены своим нынешним положением. При возможности, 20 % опрошенных сменили бы сферу, род занятий и 3 % вообще отказались бы работать. Главные причины этого – желание больше времени отдавать семье, а также усталость от постоянных перемен и нестабильности.

Таким образом, для большинства женщин дети в структуре жизненных ценностей, стоят на первом месте, независимо от каких – либо признаков. На втором месте любовь и муж, далее здоровье. Четвертую позицию занимает уверенность в себе, затем любимая работа, деньги, устроенный быт. Карьера и участие в политической жизни общества находятся на последних местах.

Основной мотив занятия предпринимательской деятельности - это стремление к материальному благополучию. Далее идут «интерес к этой деятельности», «потребность в самоутверждении и так сложились обстоятельства». Думаю, это связано с сегодняшней ситуацией в России.

Е.А. Широкова

ПЛЮРАЛИЗМ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Плюрализм современной социологической теории в настоящее время воспринимается большинством исследователей как данность, нормальное явление. Однако проявления плюрализма чаще всего оцениваются ими неоднозначно. Проблема плюрализма как в теоретической, так и в прикладной областях социологии не снята и продолжает оставаться актуальной.

Под плюрализмом в данном случае понимается наличие в современной социологии множества различных парадигм, теорий разного уровня, направлений, методов, отраслей социологического знания, обладающих своими преимуществами, особенностями, чертами ограниченности, часто дополняющих друг друга и составляющих в целом представления о соци-