

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ГОУ ВПО «ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

Подготовка к итоговой государственной аттестации по специальности «Социология»

Учебно-методическое пособие

Общая редакция и составление
доктора социологических наук,
профессора Т. И. Грабельных



УДК 316(077)
ББК С5р30
П44

*Печатается по решению учебно-методического совета
Иркутского государственного университета*

Авторский коллектив:

В. Я. Бранденбург, Т. И. Грабельных, А. И. Бобков, П. А. Баёв,
В. П. Беклемешев, Е. В. Гольцова, Е. И. Ефремова, О. В. Захарова,
М. В. Комарова, О. В. Кустос, Т. В. Медведчикова, В. В. Попова,
В. А. Решетников, Е. В. Решетникова, Н. А. Саблина, Л. Я. Сорокина,
Н. Г. Ткачёва, В. С. Федчин, В. П. Чебунин

Общая редакция и составление
д-ра социол. наук,
проф. *Т. И. Грабельных*

**Подготовка к итоговой государственной аттестации
по специальности «Социология»** : учеб.-метод. пособие /
П44 [В. Я. Бранденбург и др.] ; общ. ред., сост. Т. И. Грабельных. –
Иркутск : Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2010. – 237 с.

В учебно-методическом пособии отражены основные требования и даны методические рекомендации для подготовки к государственному экзамену по специальности «Социология». Обобщен опыт преподавания общепрофессиональных дисциплин (ОПД) и дисциплин специализации (ДС) студентам-социологам в соответствии с ГОС ВПО.

В пособии представлены учебно-методические материалы в рамках отдельных дисциплин с позиции междисциплинарного подхода.

Издание предназначено для студентов-выпускников и преподавателей социологических факультетов, специалистов других социальных наук, а также для всех, кто интересуется проблемами подготовки специалистов данного профиля.

© ГОУ ВПО «Иркутский государственный университет», 2010

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка	5
1. ГОС ВПО по специальности «Социология»: общая характеристика специальности и требования к государственному экзамену выпускника	6
2. Требования к государственному экзамену выпускника-социолога с позиции компетентностного подхода	9
3. Методические рекомендации для подготовки к итоговому государственному экзамену по специальности «Социология» по отдельной дисциплине	14
ОПД, Ф. 1. История социологии (<i>В. Я. Бранденбург</i>)	14
ОПД, Ф. 2. Общая социология (<i>Л. Я. Сорокина</i>)	94
ОПД, Ф. 3. Методология и методика социологических исследований (<i>Т. И. Грабельных</i>)	109
ОПД, Ф. 4. Демография (<i>Т. И. Грабельных</i>)	114
ОПД, Ф. 5. Социальная статистика (<i>В. П. Чебунин</i>)	118
ОПД, Ф. 6. Социальная антропология (<i>В. С. Федчин</i>)	119
ОПД, Ф. 7. Социальная психология (<i>Е. В. Решетникова</i>)	121
ОПД, Ф. 8. Социология труда и экономическая социология (<i>В. П. Беклемешев</i>)	122
ОПД, Ф. 9. Социология организаций (<i>А. И. Бобков</i>)	123
ОПД, Ф. 10. Социология коммуникаций (<i>Т. И. Грабельных</i>)	125
ОПД, Ф. 11. Основы менеджмента (<i>Е. И. Ефремова</i>)	129
ОПД, Ф. 12. Социальная экология (<i>Е. В. Гольцова</i>)	138
ОПД, Ф. 15. Социологические проблемы изучения общественного мнения (<i>Т. И. Грабельных</i>)	141
ОПД, Ф. 16. Политическая социология (<i>А. И. Бобков</i>)	147

ОПД. Ф. 17. Социология семьи (<i>Н. А. Саблина</i>).....	148
ОПД. Ф. 18. Социология культуры (<i>В. С. Федчин</i>)	152
ОПД. Ф. 19. Социология духовной жизни (<i>Т. И. Грабельных</i>)	154
ОПД. Ф. 20. Социология международных отношений (<i>А. И. Бобков</i>).....	159
ОПД. Ф. 21. Этносоциология (<i>А. И. Бобков</i>).....	160
ОПД. Ф. 22. Теория и практика социальной работы (<i>В. А. Решетников, В. В. Попова</i>)	161
ОПД. Ф. 23. Государственное и муниципальное управление (<i>М. В. Комарова</i>)	163
ОПД. В. 1. Социальная стратификация (<i>А. И. Бобков</i>)	170
ОПД. В. 2. Социология молодежи (<i>Т. И. Грабельных</i>).....	170
ДС. 1. Маркетинг (<i>В. П. Беклемешев</i>)	173
ДС. 2. Социальный менеджмент (<i>Т. В. Медведчикова</i>).....	174
ДС. 3. Техника личной работы (<i>О. В. Кустос</i>)	178
ДС. 4. Правовое обеспечение связей с общественностью (<i>О. В. Захарова</i>)	185
ДС. 5. Связи с общественностью (<i>Н. Г. Ткачёва</i>)	188
ДС. 6. Региональное законодательство (<i>О. В. Захарова</i>)	197
ДС. 7. Теория рекламы (<i>М. В. Комарова</i>).....	199
ДС. 8. Средства массовой коммуникации (<i>П. А. Баёв, Т. И. Грабельных</i>)	213
ДС. 9. Практикум по связям с общественностью (<i>Н. Г. Ткачёва</i>)	215
ДС. 10. Анализ и прогноз развития региона (<i>В. П. Чебунин</i>)	225
ЕН. В. 2. Возможности использования программного комплек- са SPSS в социологии (<i>Н. А. Саблина</i>)	226
4. Перечень вопросов для итогового государственного эк- замена по специальности «Социология» по дисциплинам (2010 г.).....	230

Пояснительная записка

Учебно-методическое пособие обобщает опыт преподавания общепрофессиональных дисциплин и дисциплин специализации студентам-социологам и посвящено освещению структуры и логики ответов по базовым вопросам, выносимым на ГЭК. В работе представлен широкий спектр методических рекомендаций, которые должны быть положены в основу ответов на экзамене.

Учитывая, что в процессе государственного экзамена проявляется соответствие теоретического базиса программы компетенциям выпускника и на этой основе оценивается уровень полученной выпускником квалификации в определенной области профессиональной деятельности (компетентностно-квалификационный аспект), рекомендации подготовлены с позиции комплексного подхода.

Методические рекомендации составлены в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта ВПО второго поколения по специальности: 020300 – Социология.

Квалификация выпускника – Социолог, преподаватель социологии.

ГОС ВПО по специальности 020300 – «Социология» зарегистрирован 10 марта 2000 г. Номер государственной регистрации 68 ГУМ / СП.

Основную цель издания авторы видят в обосновании комплекса требований к подготовке к ГЭК по специальности «Социология» и качеству ответов.

Коллектив авторов желает студентам успешной подготовки к государственному экзамену.

1. ГОС ВПО по специальности «Социология»: общая характеристика специальности и требования к государственному экзамену выпускника

1.1. Общая характеристика специальности 020300 – СОЦИОЛОГИЯ

В данном параграфе приводится фрагмент из ГОС ВПО по специальности «Социология»:

«... 1.1. Специальность утверждена приказом Министерства образования Российской Федерации от 02.03.2000 № 686.

1.2. Квалификация выпускника – Социолог, преподаватель социологии.

Нормативный срок освоения основной образовательной программы подготовки социолога по специальности 020300 – Социология при очной форме обучения 5 лет.

1.3. Квалификационная характеристика выпускника.

Специалист-социолог в соответствии с общепрофессиональной подготовкой должен:

- знать теоретические основы и закономерности функционирования социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания;
- владеть методологией, методикой и техникой проведения социологического исследования;
- уметь использовать компьютерную технологию для обработки социологической информации;
- иметь представление об основных тенденциях и направлениях развития мировой и отечественной социологии;
- уметь квалифицированно анализировать современные социальные проблемы общества в рамках одной из отраслей социологии;
- владеть методикой и технологией создания и использования моделей прогнозирования социальных явлений;
- уметь разрабатывать и использовать социологический инструментарий для диагностики различных видов социальной деятельности;

- владеть инновативными технологиями в практике социологической работы.

Специалист-социолог должен быть подготовлен:

- к работе на преподавательских и административных должностях в средних и высших учебных заведениях;

- к профессиональной деятельности в аналитических социологических центрах, предприятиях, фирмах и консалтинговых кампаниях;

- в государственных органах федерального и муниципального уровня, требующих базового высшего социологического образования;

- к работе в избирательных компаниях и центрах избирательных технологий;

- к деятельности в сфере Public Relations;

- к проектно-аналитической и экспертно-консультационной деятельности;

- к работе в научных институтах и социологических службах экспертом-консультантом.

1.4. Возможности продолжения образования социолога, освоившего основную образовательную программу высшего профессионального образования по специальности 020300 – Социология.

Выпускник подготовлен для продолжения образования в аспирантуре...».

1.2. Требования к государственному экзамену выпускника по специальности 020300 – Социология (соответствуют п.7.2.3. ГОС ВПО)

На государственном экзамене специалист-социолог должен подтвердить высокий профессиональный уровень. Он должен продемонстрировать:

- знание мировых и отечественных достижений в области теории и практики социологической науки;

- понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии;

- умение свободно ориентироваться в проблемах гуманитарных, социально-экономических и естественных наук;

- умение четко и логично излагать свои научные представления, вести аргументированную научную дискуссию;
- умение строить и использовать модели для описания и прогнозирования различных социальных явлений;
- знание о процессе и методах эмпирического социологического исследования.

Формы и содержание государственного экзамена по социологии должны обеспечить контроль за выполнением требований к уровню подготовки студентов, завершивших обучение, и подтвердить их соответствие квалификационным признакам, изложенным в п. 1.3 ГОС ВПО.

Государственный экзамен должен носить комплексный междисциплинарный характер и проводиться по соответствующим программам, охватывающим широкий спектр фундаментальных вопросов по базовым курсам, изученным за 5 лет.

2. Требования к государственному экзамену выпускника-социолога с позиции компетентностного подхода [1]

Представленные материалы подготовлены на базе и с использованием методических рекомендаций по проектированию оценочных средств при компетентностном подходе УМО по классическому университетскому образованию.

В соответствии с утвержденным макетом ГОС-2 государственный экзамен по направлению подготовки для выпускников-социологов вводится по решению ученого совета вуза (Института).

Целью проведения итогового государственного экзамена является проверка знаний, умений, навыков и личностных компетенций, приобретенных выпускником при изучении учебных циклов ОПД И ДС, в соответствии с требованиями ГОС ВПО и требованиями к результатам освоения ОПД и ДС вуза, по соответствующему направлению подготовки (специальности).

В процессе государственного экзамена необходимо установить соответствие результатов образования, заявленных вузом, – прежде всего теоретического базиса программы (образовательный аспект) – компетенциям выпускника и на этой основе оценить уровень полученной выпускником квалификации в соответствующей области профессиональной деятельности (компетентностно-квалификационный аспект). Мера несоответствия заявленных вузом результатов образования и реально полученных выпускником компетенций определяет качество подготовки в данном учебном заведении и служит основой для анализа и улучшения образовательной деятельности вуза.

Программа государственного итогового междисциплинарного экзамена по направлению подготовки (специальности), а также критерии оценки квалификационных работ выпускников разрабатываются учебно-методической комиссией вуза (Института) с учетом рекомендаций соответствующего учебно-методического объединения вузов.

В связи с необходимостью объективной оценки компетенций выпускника тематика экзаменационных вопросов и заданий должна быть комплексной и соответствовать избранным разделам из различных учебных циклов, формирующих конкретные

компетенции. Например, в экзаменационное задание (вопрос) могут входить элементы нескольких дисциплин (модулей) естественнонаучного и профессионального циклов. Выбор модулей и дисциплин возлагается на вуз (выпускающую кафедру).

На государственных экзаменах могут контролироваться как отдельные компетенции, так и элементы различных компетенций. Так, при ответе на вопрос экзаменационного билета студент должен продемонстрировать совокупное владение следующими компетенциями и их элементами.

Универсальные компетенции

Общенаучные: способность использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые знания естественных наук, математики, информатики, гуманитарных наук, основ философии, социологии, психологии, экономики и права; способность приобретать новые знания, необходимые для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным, научным и этическим проблемам.

Инструментальные: способность и готовность к письменной и устной коммуникации на родном языке; способность создавать базы данных и использовать ресурсы Интернет.

Социально-личностные: способность к саморазвитию и самосовершенствованию; способность и готовность работать самостоятельно и в коллективе; способность понимать культуру социальных отношений, критически переосмысливать социальный опыт.

Профессиональные компетенции

Общепрофессиональные: владение профессиональной и общенаучной терминологией; оригинальность или новизна полученных результатов, ясность, четкость, последовательность и обоснованность изложения, способность пользоваться современными методами сбора, обработки, анализа и синтеза информации; способность пользоваться нормативными документами.

Справочно-информационные: степень полноты обзора совокупности знаний по поставленному вопросу (использование отечественной и зарубежной научной литературы); корректность формулирования ответа; степень комплексности ответа (применение знаний математических и естественнонаучных, социально-

экономических, **общепрофессиональных и специальных дисциплин**); использование современных информационных технологий и ресурсов (применение современных пакетов компьютерных программ, использование Интернета и т. д.).

Оформительские: умение грамотно представить выполненную работу с использованием современных текстовых редакторов (качество иллюстраций; оформление рисунков и таблиц, использование редактора формул), объем и качество выполнение графического материала.

Итоговый междисциплинарный государственный экзамен может проводиться в письменной, устной и смешанной формах. Экзаменационные билеты включают несколько вопросов из представленного перечня гуманитарных, социальных и экономических дисциплин (для гуманитарных, социальных и социально-экономических направлений ВПО). *Один из вопросов должен быть комплексным, ситуационным или представлять задание практического характера.*

При формировании комплексных и ситуативных вопросов государственного экзамена, направленных на выявление качества компетенций, приобретенных выпускником, могут быть использованы структурные матрицы оценочных средств. Они дают возможность определить поле компетенций и оценить уровень их достижения, продемонстрированный при ответе. При этом «атомизация» отдельных знаний, умений, владений, навыков структурируется в рамках *матрицы комплексных оценочных средств*. Это позволяет выпускнику продемонстрировать свою эрудицию, уровень общенаучной и профессиональной подготовки, а также приобретенные за время обучения социально-личностные качества, которые также должны быть оценены членами ГАК.

Индивидуальное экзаменационное задание (экзаменационный билет), как правило, содержит три вопроса – по одному из каждого учебного цикла и разных дисциплин, ориентированных на установление соответствия уровня подготовленности выпускника тем или иным требованиям к профессиональной подготовке специалиста. Каждый вопрос оценивается по 5-балльной системе с позиций «иметь представление», «знать или уметь». Третий вопрос должен быть комплексным, творческим и практико-ориентированным и оцениваться в комплексном формате.

Решение о соответствии компетенций студента требованиям ГОС ВПО по данному направлению принимается членами ГАК персонально на основании балльной оценки каждого вопроса. Несоответствие констатируется в случае оценки какого-либо из вопросов ниже 3 баллов. Соответствие отмечается в случае оценок ответов на отдельные вопросы не менее 4 баллов. В остальных случаях принимается решение «в основном соответствует».

Окончательное решение по оценке государственного квалификационного экзамена и соответствия уровня подготовки требованиям ГОС ВПО принимается на закрытом заседании ГАК путем голосования, результаты которого заносятся в протокол.

При получении «2» по какому-нибудь вопросу экзаменационного билета итоговая оценка приравнивается к «2».

Государственный квалификационный экзамен проводится в 9-м семестре.

Перед государственным экзаменом предполагаются консультация или цикл консультаций и выделение времени на подготовку к экзамену не менее 7–10 дней.

Варианты экзаменационных заданий составляются ведущими преподавателями и членами ГАК. Экзаменационные билеты хранятся в запечатанном виде и выдаются студентам непосредственно на экзамене.

Во время экзамена студенты могут пользоваться учебными программами, а также (с разрешения ГАК) справочной литературой и другими пособиями.

Время, отводимое на подготовку студента к ответу на поставленные в экзаменационном билете вопросы, должно быть не менее часа (но не более 3 часов) после получения билета. Продолжительность опроса студента, в котором участвуют не менее двух членов ГАК, не должна превышать 45 минут. Продолжительность заседания (работы) государственной аттестационной комиссии не должна превышать 6 часов в день.

Ответ может сопровождаться иллюстрациями, выполненными в виде эскизов на бумаге или электронных презентаций.

После окончания экзамена на каждого студента каждым членом ГАК заполняется протокол государственного экзамена с предложениями по оценке ответа на каждое экзаменационное задание, а также оценке степени соответствия подготовленности выпускника требованиям ГОС ВПО по данному направлению

подготовки (специальности). *Окончательное решение по оценкам и соответствию компетенций выпускника требованиям ГОС ВПО определяется открытым голосованием присутствующих на экзамене членов ГАК, при равенстве голосов решение остается за председателем ГАК, и результаты обсуждения заносятся в протокол.*

Результаты сдачи государственного экзамена объявляются в день его проведения.

Литература

1. Методические рекомендации по проектированию оценочных средств для реализации многоуровневых образовательных программ ВПО при компетентностном подходе / В. А. Богословский [и др.]. – М. : Изд-во МГУ, 2007. – С. 56–61.

3. Методические рекомендации для подготовки к итоговому государственному экзамену по специальности «Социология» по отдельной дисциплине

ОПД. Ф. 1. ИСТОРИЯ СОЦИОЛОГИИ

д-р филос. наук, проф. В. Я. Бранденбург

1. Французская социология: основные идеи, особенности развития (ранние годы).
2. Немецкая социология: основные идеи, особенности развития (ранние годы).
3. Ранняя американская социологическая теория. Чикагская школа.
4. Современная социологическая теория: основные школы (Европа, США).
5. Социология в России.
6. История социологического образования в России.

Рекомендуемая схема ответа

1. Дать общий обзор развития и состояния социологической мысли в той или иной стране (в XIX – начале XX вв.).

2. При анализе взглядов конкретного социолога придерживаться следующего плана:

- идейно-теоретические истоки;
- философско-теоретические и методологические основания;
- взгляды на социологию как научную дисциплину;
- конкретное содержание социологических воззрений;
- место и роль в развитии мировой социологической мысли

(историческое значение).

Французская социология: основные идеи, особенности развития (ранние годы)

Ответ на вопрос предполагает общий обзор воззрений социолога-позитивиста Огюста Конта, представителей психологической традиции (психологического редукционизма) Габриэля Тарда, Гюстава Лебона и более детальный анализ социологии Эмиля Дюркгейма.

Позитивистская социология Огюста Конта (1798–1857)

Начиная разбор взглядов О. Конта, необходимо отметить, что этот французский философ и социолог был одним из родоначальников социологии как науки и разработал учение, получившее название позитивизма. Данное направление широко распространилось во многих странах, в том числе и в России.

Рассматривая идейно-теоретические истоки воззрений О. Конта, помимо других мыслителей обратите внимание на научные положения Ш. Л. Монтескье (распространение принципов детерминизма на познание социальных явлений), А. Тюрго (представления о прогрессе и идея контовского закона «трех стадий»), Ж. А. Кондорсе (идея прогресса). Подчеркните роль Ф. О. Сен-Симона: в обосновании идеи прогресса; в повышении значения науки, в особенности социальной, в современную эпоху; в привлечении внимания к индустриализму и «индустриалам» в обществе; в формировании содержания таких понятий, как «позитивная философия», «социальная физика» или «социальная физиология», базирующемся на наблюдении и других методах естественных наук; в определении принципа органицизма; в выдвижении идей, повлиявших на разработку О. Контом «нового христианства».

Анализируя методологические принципы, раскройте содержание позитивизма как обоснования научного знания, в том числе социального.

Излагая основные положения социологической концепции, начните с понимания О. Контом специфики социального знания, раскройте в общих чертах учение о социальной динамике и социальной статике, его идею социального прогресса. Отметьте также место и роль О. Конта в истории развития социологической мысли.

Основная литература

1. Гофман А. Б. Семь лекций по истории социологии : учеб. пособие для вузов / А. Б. Гофман. – 2-е, испр. изд. – М. : Кн. дом «Университет», 1997.
2. История социологии в Западной Европе и США : учеб. для вузов / отв. ред. Г. В. Осипов. – М. : НОРМА-ИНФРА, 1999.

Дополнительная литература

3. Арон Р. Этапы развития социологической мысли / Р. Арон. – М., 1993.
4. История социологии : в 3 кн. : учебник / под ред. В. И. Добренкова. – М. : ИНФРА-М, 2004. – Кн. 1 : История социологии (XIX – первая половина XX вв.)
5. История теоретической социологии. В 4 т. Т. 1 / отв. ред. и сост. Ю. Н. Давыдов. – М. : Канон, 1997 (либо издание других лет).

Психологическое направление французской социологической мысли

Излагая психологическую традицию, начните с рассмотрения места и роли психологической социологии в истории развития социальной мысли, формировании социологии как научной дисциплины. Раскройте суть психологизма как методологического подхода.

Криминалист и социолог, профессор новой философии в Колледж де Франс Габриэль Тард (1843–1904). Анализ его учения начните с понимания им общества как продукта взаимодействия индивидов, в силу чего он видит основу общественного развития и всех социальных процессов в «интериндивидуальных» отношениях людей, познание которых является основной задачей социологии. В самых общих чертах изложите суть его учения. Обратите внимание на ту роль, которую Г. Тард отводил подражанию (теория подражания). Рассмотрите проблему «психологии толпы» и механизмов формирования общественного мнения, а также влияние работ Г. Тарда на последующих социологов.

Социолог, социальный психолог, историк, антрополог и археолог, доктор медицины Гюстав Лебон (1841–1931). Раскройте, прежде всего, важнейшую установку, последовательно проводимую во всех его сочинениях. Речь идет о так называемой «модифицированной психологии»: ориентироваться не столько на познание сознательных поступков людей, сколько на постижение неосознаваемых моментов их душевной жизни. Следует также отметить, что ведущую роль в социологии и психологии Г. Лебона занимали изыскания в области психологии народов и масс. Далее рассмотрите в общих чертах его взгляды на групповую психологию: психологии народов и группового поведения (проблемы «толпы», «расы»). Охарактеризуйте роль Г. Лебона в истории развития социологической мысли.

Основная литература

1. История социологии : в 3 кн. : учебник / под ред. В. И. Добренкова. – М. : ИНФРА-М, 2004. – Кн. 1 : История социологии (XIX – первая половина XX вв.). – С. 116–131.
2. История теоретической социологии. В 4 т. Т. 1 / отв. ред. и сост. Ю. Н. Давыдов. – М. : Канон, 1997. – Гл. 3, § 3 (либо издание других лет).

Дополнительная литература

3. История социологии : учеб. пособие / А. Н. Елсуков, Г. Н. Соколова, Т. Г. Румянцева, А. А. Грицанов ; под общ. ред. А. Н. Елсукова [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск : Высш. шк., 1997. – Разд. 1, § 5. – С. 71, 78–88.
4. *Збровский Г. Е.* История социологии : учебник / Г. Е. Збровский. – М. : Гардарики, 2004. – Гл. 6, § 1, 6, 7.

Эмиль Дюркгейм (1858–1917)

Одним из наиболее известных французских социологов был Э. Дюркгейм. Рассматривая интеллектуальные истоки его социологических воззрений, следует отметить влияние Р. Декарта (рационализм), Ш. Л. Монтескье (идеи детерминизма и внутренней законообразности в развитии социальных явлений, а также сочетание описания и рационального объяснения этих явлений), Ж.-Ж. Руссо (понятие общей воли и гражданской религии), Ф. О. Сен-Симона и О. Конта.

Особое внимание уделить О. Конту. Во-первых, выделить общие моменты: идеал позитивной социальной науки; рассмотрение естествознания как образца построения социологии; подход к изучению общества как органического, солидарного целого, состоящего из взаимосвязанных частей. Во-вторых, показать отличие: решительное отвержение «субъективной» социологии О. Конта; упорные поиски глубинных причин социальных явлений; стремление сочетать теоретический анализ с эмпирическим; отход от однолинейного эволюционизма и отвержения контовского закона трех стадий.

Показать влияние И. Канта (концепция морали и нравственного долга) и неокантIANцев, Г. Спенсера. Сравнить и противопоставить взгляды Э. Дюркгейма и К. Маркса.

Изложение взглядов Э. Дюркгейма лучше начинать с основополагающего принципа его социологии, обозначаемого часто как «социологизм», выделяя в нем два аспекта: онтологический и методологический. Вначале следует прояснить онтологическую сторону «социологизма», а именно признание, во-первых, основательности¹, во-вторых, автономии² и, в-третьих, первичности

¹ Э. Дюркгейм подчеркивает, что социальная реальность включена в универсальный природный порядок; она столь же устойчива, основательна и «реальна», как и другие виды реальности, а потому, подобно последним, она подчинена действию определенных законов.

социальной реальности по отношению к индивидуальной реальности, ее исключительного значения в детерминации человеческого сознания и поведения. Из этого следуют выводы о безраздельном господстве «коллективных представлений» над индивидуальными, «коллективного сознания» над индивидуальным. На этом же базируется утверждение Э. Дюркгейма, согласно которому социальные факты обладают двумя характерными признаками: внешним существованием по отношению к индивидам и принудительной силой по отношению к ним. Общество выступает как независимая от индивидов, вне- и надиндивидуальная реальность. Из этого можно сделать вывод, что характерной чертой «социологизма» Э. Дюркгейма является «социальный реализм»³.

Раскрывая методологический (философский) аспект «социологизма», следует подчеркнуть, что он тесно связан с онтологическим аспектом и является как бы его обратной стороной.

Во-первых, коль скоро общество – часть природы, то, подобно наукам о природе, познавательной целью социологии провозглашается исследование устойчивых причинно-следственных связей и закономерностей (отсюда множество биологических и физических аналогий и понятий, особенно в его ранних работах). Из этого следует основной принцип его методологии, выраженный в знаменитой фразе: «Социальные факты нужно рассматривать как вещи».

Во-вторых, из признания специфики социальной реальности следует вывод о самостоятельности социологии как науки, ее несводимости к другим наукам, специфике ее методологии и понятийного аппарата, также методологический принцип, согласно которому социальные факты должны объясняться другими социальными фактами.

Следует подчеркнуть, что социологизм Э. Дюркгейма – в той части, где социология признается специфической наукой – дополняется своеобразным социологическим экспансионизмом⁴.

² Общество рассматривается как реальность особого рода, не сводимая к другим ее видам; как «реальность сама по себе».

³ «Социологический реализм» Э. Дюркгейма смягчается признанием, что генетически общество возникает в результате взаимодействия индивидов; но, раз возникнув, оно начинает жить по своим собственным законам.

⁴ Из факта признания общества доминирующей, высшей реальностью, вытекающего из позиции «социального реализма», социология признается как своего рода наука наук, призванная обновить и социологизировать самые различные отрасли знания: философию, гносеологию, логику, этику, историю, экономику и др.

Необходимо также отметить, что разработка принципов социологизма, посредством которых Э. Дюркгейм обосновывал возможность социологии как самостоятельной научной дисциплины, реализовывалась в полемике с утилитаристской этикой, биологическим редуccionизмом и психологическими направлениями в социологии. Причем критика психологизма осуществлялась им с позиций зарождавшейся тогда социальной психологии⁵.

Не забудьте обратить внимание на то, что под влиянием трудностей методологического характера и критики со стороны других социологов Э. Дюркгейм смягчил в более поздний период жесткость своих первоначальных формулировок. В этом видится частичное осознание Э. Дюркгеймом того, что социальные факторы влияют на индивидуальное поведение через определенные механизмы интериоризации – ценностные ориентации индивидов, что действенность социальных регуляторов определяется не только их принудительностью, но и желательностью для индивидов. Отсюда рост интереса Э. Дюркгейма к ценностной проблематике и установка на активное сотрудничество социологов и психологов [1, с. 173–174].

Обобщая этот раздел, изложите и поясните видение Э. Дюркгеймом предмета⁶ социологии и представления о ее основных разделах (социальная морфология, социальная физиология и общая социология).

Перейдите к основной части его социологии – теме социальной солидарности, которую Э. Дюркгейм развивает в четырех трудах, изданных при его жизни, но в основном в работе «О разделении общественного труда» (1893). Подчеркните, что солидарность для него – синоним общественного состояния.

Рассмотрите детально проблему солидарности: механизмы и типы («механическая солидарность», «органическая солидар-

⁵ Например, такие социопсихические сущности, как «коллективное сознание», «коллективные представления», «коллективные чувства и т. п. рассматривались им в качестве надъиндивидуальных сущностей, не сводимых к соответствующим фактам и состояниям индивидуальной психики.

⁶ Не лишним будет напомнить, что социальные факты характеризуются двумя основными признаками: *они существуют вне индивидов и оказывают на них принудительное воздействие* (см.: Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии. М., 1991. С. 412–413). Впоследствии он дополнил истолкование предмета, определив социологию как «*науку об институтах, их генезисе и функционировании*» (Там же. С. 405).

ность»). Подчеркните, что, по Э. Дюркгейму, разделение общественного труда обеспечивает социальную солидарность, создает и воссоздает единство общества, в котором традиционные верования утратили былую силу и привлекательность. Само разделение труда понимается им не как экономическая категория, а в качестве всеохватывающего социального явления, обуславливающего переход от одного типа общества к другому.

Заострите внимание на ряде следующих моментов. Во-первых, в работе «О разделении общественного труда» эволюционистский подход сочетается со структурно-функциональным. Во-вторых, плоский однолинейный эволюционизм заменяется представлениями о сложности и многообразии путей социальной эволюции: Э. Дюркгейм склонен говорить об обществах, а не об обществе. В-третьих, деление обществ по типу «механической» и «органической» солидарности носит преимущественно аналитический характер, сами эти категории выступают в большей степени как «идеальные типы», по терминологии М. Вебера.

Подчеркните также следующую важную деталь. Вначале Э. Дюркгейм полагал, что со временем разделение труда само придет к своему «нормальному» состоянию и начнет порождать солидарность. Ко времени опубликования «Самоубийства» (1897) и особенно публикации второго издания книги «О разделении общественного труда» (1902) растет его интерес к ценностной проблематике. Он приходит к мысли о необходимости социально-реформаторских действий по внедрению новых форм социальной регуляции (создания профессиональных групп), чаще обращается к понятиям «чувства долга», «морального авторитета» общества и другим психологическим и символическим посредникам между обществом и индивидом.

Далее раскройте содержание ключевых понятий социологической теории Э. Дюркгейма: «социальной функции» и «аномии».

Характеризуя работу «Метод социологии» (1895), подчеркните, что сама попытка систематизации и обоснования социологического метода была новым явлением для того времени. Выделите также этический компонент, неявно присутствующий в этом его труде: требование интеллектуальной, научной честности, освобождение научного исследования от всяких политических, религиозных, метафизических и прочих предрассудков, препятствующих постижению истины. Подчеркните близость этих поло-

жений к позиции М. Вебера, изложенных в его знаменитой работе «Наука как профессия».

Завершите основную часть вашего вопроса самым общим анализом работы «Самоубийство»⁷ (1897) и более подробным разбором теории религии⁸ Э. Дюркгейма.

Рассматривая место и роль Э. Дюркгейма в истории развития социологии, необходимо отметить то, что именно он стоял у истоков структурно-функционального анализа.

Основная литература

1. Гофман А. Б. Семь лекций по истории социологии : учеб. пособие для вузов / А. Б. Гофман. – 2-е, испр. изд. – М. : Кн. дом «Университет», 1997.
2. История социологии в Западной Европе и США : учебник для вузов / отв. ред. Г. В. Осипов. – М. : НОРМА-ИНФРА, 1999.

Дополнительная литература

3. Арон Р. Этапы развития социологической мысли / Р. Арон. – М., 1993.
4. Збровский Г. Е. История социологии : учебник / Г. Е. Збровский. – М. : Гардарики, 2004.
5. История социологии : в 3 кн. : учебник / под ред. В. И. Добренкова. – М. : ИНФРА-М, 2004. – Кн. 1 : История социологии (XIX – первая половина XX вв.).
6. История социологии : учеб. пособие / А. Н. Елсуков, Г. Н. Соколова, Т. Г. Румянцева, А. А. Грицанов ; под общ. ред. А. Н. Елсукова [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск : Высш. шк., 1997.
7. История теоретической социологии. В 4 т. Т. 1 / отв. ред. и сост. Ю. Н. Давыдов. – М. : Канон, 1997.
8. Социология: история и современность / Ю. Г. Волков, М. А. Гулиев, В. Н. Нечипуренко, С. И. Самыгин. – Изд. 2-е. – Ростов н/Д : Феникс, 2007.

⁷ Эта работа в отличие от других его исследований основана на анализе статистического материала, характеризующего динамику самоубийств в различных европейских странах.

⁸ Теория религии излагается в последнем и самом значительном по объему труде «Элементарные формы религиозной жизни. Тотемическая система в Австралии» (1912).

Немецкая социология: основные идеи, особенности развития (ранние годы)

В Германии наиболее известными социологами классического периода были Карл Маркс, Фердинанд Тённис, Георг Зиммель и Макс Вебер. Раскрывая данный вопрос, можно рассматривать более детально социологические воззрения К. Маркса и М. Вебера и в самых общих чертах – Ф. Тённиса и Г. Зиммеля.

Карл Маркс (1818–1883)

Идейно-теоретические истоки

Учение К. Маркса обычно представляют как результат синтеза немецкой философии, английской политэкономии, французского утопического социализма и французских материалистов XVII–XVIII вв.

Следует отметить, что марксизм вобрал в себя базовые положения европейской гуманистической философии XVIII столетия в целом. В основе понимания общественного развития лежал общепризнанный методологический прием – вычленение в истории периодов, характеризующихся отсутствием разделения труда и частной собственности, с другой стороны, их существованием и позднейшим преодолением. Материалистические элементы восходят к трудам А. Тюрго, Ж.-Ж. Руссо, Э. Кондильяка, Ж. А. Кондорсе, А. Шейдтсбергера, Д. Юма и Л. Фейербаха.

Представители немецкой классической философии оказали на К. Маркса наибольшее влияние, в частности Г. В. Ф. Гегель и Л. Фейербах. Влияние Г. В. Ф. Гегеля сказалось на его представлениях об объективных социальных законах, прокладывающих себе дорогу помимо желания и действия отдельных людей; на его идее прогрессивного развития как противоречивого процесса, в котором противоречия разрешаются в диалектическом синтезе; на его теории отчуждения, которую К. Маркс разрабатывал под влиянием и Л. Фейербаха.

Из социалистов наибольшее влияние на социологические и политико-утопические взгляды К. Маркса оказал Ф. О. Сен-Симон, в частности, на роль промышленного производства («индустрии»); значение форм собственности и классов, особенно

пролетариата, важности революционных сдвигов; на формирование коммунистических идеалов – обязательный производительный труд; превращение государства в орудие организации производства; стирание национальных границ и всемирная ассоциация народов в будущем.

Следует подчеркнуть, что идеалы К. Маркса сформировались раньше, чем он сосредоточился на научных изысканиях: уже утвердившемуся в его сознании коммунистическому идеалу он стремился найти научное обоснование.

Необходимо рассмотреть влияние, которое оказали идеи Мозеса Гесса [1, с. 101], отношение К. Маркса к воззрениям О. Конта [1, с. 102] и влияние естественных наук на формирование социологии К. Маркса [1, с. 102–103].

Теоретико-методологические основания

Изложение теоретико-методологических положений марксистской социологии можно начать с того, что свое учение К. Маркс основывал на материалистическом понимании истории. Так он именовал и свое учение об обществе, отказываясь относить его к социологии. При этом он называл социологию «буржуазной наукой», выступающей с буржуазных позиций и отстаивающей интересы правящего класса. По существу, как учение, материалистическое понимание истории относится к дисциплине, которую мы сейчас называем социологией. К. Маркс, таким образом, является одним из основоположников социологии как научной дисциплины. Далее следует раскрыть содержание понятия «материалистическое понимание истории» (после К. Маркса эту часть его учение стали именовать «историческим материализмом»).

Излагая методологические основания марксистской социологии, помимо всего прочего, отметить и охарактеризовать две противоположные методологические тенденции: естественнонаучную и ту, что условно можно назвать антипозитивистской, тесно связанную с его публицистической и политико-революционной деятельностью.

Необходимо подчеркнуть, что задолго до возникновения функционализма К. Маркс делает первые попытки применения структурно-функционального метода исследования, рассматривая различные явления с точки зрения их вклада в определенные со-

циальные системы. Кроме того, он использовал историко-генетический и сравнительно-исторический методы.

Обобщая эту часть вашего выступления, следует подчеркнуть, что теоретический анализ занимал ведущее место в социологии К. Маркса, а также то, что он опирался на огромный эмпирический материал, относящийся к социальной истории, экономике, праву и т. д. Кроме того, у К. Маркса можно обнаружить элементы эмпирического социального исследования (приведите примеры).

Содержание социологических воззрений

Анализ социологических воззрений К. Маркса лучше всего начинать с учения об обществе (теория социальных систем). Рассмотреть понятие общественно-экономической формации (производительные силы общества и производственные отношения, понятия «базиса» и «надстройки», классификация формаций и то, каким образом формационная концепция связана с идеей прогресса).

Далее рассмотреть теорию социального развития, особое внимание уделить проблемам социальной революции; выявить общие черты и отличия между контовским и марксовым подходом к социальному развитию; показать элементы мессианизма и утопизма в учении К. Маркса.

Детально рассмотреть теорию классов и классовой борьбы (конфликтологическая модель развития общества), которая является важнейшей составляющей доктрины К. Маркса.

Необходимо также отметить, что К. Маркс первым стал разрабатывать проблемную область (впоследствии эта дисциплина получила название «социология познания»), занятую изучением социальных фактов, социальных механизмов и социальных следствий. Основная мысль К. Маркса: подобно тому, как о человеке нельзя судить на основании того, что он сам о себе думает, так и об обществе и социальных группах невозможно судить на основании тех представлений, которые они сами о себе создают. Отсюда можно вывести одну из задач социальной науки – обнаруживать скрытую, глубинную социальную реальность, которая лежит в основе разнообразных идей, представлений, верований. Наиболее яркое выражение этот подход нашел в марксовской концепции идеологии (рассмотреть ее более подробно).

В заключительной части изложить в обобщенном виде наиболее значимые положения социологических воззрений К. Маркса, рассмотреть их место и роль в развитии мировой социологической мысли.

Основная литература

1. Гофман А. Б. Семь лекций по истории социологии : учеб. пособие для вузов / А. Б. Гофман. – 2-е, испр. изд. – М. : Кн. дом «Университет», 1997.
2. Козер Л. Мастера социологической мысли / Л. Козер. – М., 2006. – С. 3–68.

Дополнительная литература

3. Арон Р. Этапы развития социологической мысли / Р. Арон. – М., 1993.
4. Збровский Г. Е. История социологии : учебник / Г. Е. Збровский. – М. : Гардарики, 2004.
5. История социологии : в 3 кн. : учебник / под ред. В. И. Добренкова. – М. : ИНФРА-М, 2004. – Кн. 1 : История социологии (XIX – первая половина XX вв.).
6. История теоретической социологии. В 4 т. Т. 1 / отв. ред. и сост. Ю. Н. Давыдов. – М. : Канон, 1997.
7. Немецкая социология. – СПб., 2003. – С. 72–106.

Ф. Тённис, Г. Зиммель и М. Вебер

Рассматривая концептуальные воззрения трех немецких социологов, необходимо отметить, что на рубеже XIX–XX вв. появились новые социологические концепции, продвинувшие социальную мысль на принципиально иной уровень теоретического развития. Значительную роль в данном процессе сыграло творчество крупнейших немецких социологов этого периода Фердинанда Тённиса, Георга Зиммеля и Макса Вебера. Несмотря на значительные различия, между их концепциями есть и немало общего.

Во-первых, теоретико-методологическая направленность социологии, а также ее «формальный» характер⁹.

Во-вторых, антипозитивистская направленность, исключая, пожалуй, творчество Ф. Тённиса, который следовал ряду требо-

⁹ Создателями формальной социологии считают Ф. Тённиса и Г. Зиммеля (М. Вебер также тяготел к ней, но не столь явно). В формальной социологии особое значение придается форме, структурированию, классификации общих явлений и процессов. Основная установка: рассматривать социальные процессы и отношения в рамках многообразных и детализированных классификаций социальных форм, «укладывая», «упаковывая» в них самые различные общественные структуры, действия, тенденции.

ваний и принципов позитивизма и не подвергал его гонению. В их концепциях общество как объект исследования и в особенности человек четко противопоставлялись природе (влияние В. Дильтея и неокантианцев Г. Риккерта и В. Виндельбанда).

В-третьих, наследие данных немецких мыслителей оказалось серьезной основой для возникновения и развития эмпирической социологии в XX в. Более того, Ф. Тённис и М. Вебер сами были участниками эмпирических исследований.

В-четвертых, акцент на исследование социального действия и взаимодействия. Особенно это было присуще Г. Зиммелю и М. Веберу, которые превратили социальное действие и взаимодействие в основу изучения общества и человека.

Многочисленные классификации и типологии, главная среди которых – выделение четырех типов¹⁰ социального действия М. Вебером, сыграли заметную роль в последующем развитии социологической науки.

Фердинанд Тённис

Фердинанд Тённис (1855–1936) – один из основоположников социологии как научной дисциплины и ее институционализации в Германии (первый президент Немецкого социологического общества в 1909–1933 гг.). Он был и одним из основателей формальной социологии, а также проводил обширные эмпирические исследования, занимался историей философии и социальной мысли (написал, в частности, книги о Т. Гоббсе и К. Марксе).

Социология, по Ф. Тённису, может быть общей, исследующей все виды социальности (в том числе и те, что имеют место в растительном и животном мире) и специальной, исследующей лишь социальность людей. Специальная социология подразделяется на чистую (теоретическую), исследующую общество в статическом состоянии; прикладную, изучающую общество в состоянии динамики, и эмпирическую, исследующую общество на основе статистических данных («социография»).

Любые социальные образования, как полагал Ф. Тённис, создаются взаимодействиями людей. Во взаимодействии люди

¹⁰ Социальное действие у М. Вебера выступает в четырех типах: целерациональном, ценностно-рациональном, аффективном, традиционном.

движимы волей. Воля у него носит не столько психологический, сколько рациональный характер.

Его основной вклад в мировую социологию – разработка системы теоретических понятий, начало которой было положено трудом «*Gemeinschaft und Gesellschaft*» (переводимые обычно как «Общность и общество»). Рассмотреть в самых общих чертах, что понимается под «общностью» и «обществом».

Учение о формах социальной жизни

Общность и общество выступают у Ф. Тённиса как основные критерии классификации социальных форм. Сами формы социальной жизни подразделяются социологом на три типа:

- Социальные отношения (кратко пояснить). Ф. Тённис подчеркивает, что следует различать социальные отношения товарищеского типа, социальные отношения по типу господства и смешанные отношения; каждый из этих типов (форм) отношений имеет место как в организации по типу «общности», так и по типу «общества».

- Группы, совокупности (кратко пояснить).

- Корпорация (кратко пояснить).

Выделение «социальных отношений», «групп, совокупностей», «корпораций» как форм социальной жизни характеризуется историками социологии как одна из первых попыток рассмотрения социальной структуры общества. Предложенная Ф. Тённисом классификация крайне сложна для понимания и объяснения как исторического развития, так и социальной действительности. Она позволяет лишь описывать с позиций социологического «формализма» (нередко в ущерб содержанию) некоторые изменения изучаемой социальной реальности.

Учение о социальных формах является предметом рассмотрения чистой или теоретической социологии. Сам Ф. Тённис проводил эмпирические (социографические) исследования, касающиеся преступности, самоубийств, развития промышленности, демографических изменений, деятельности политических партий и др.

Рассматривая отношения между социологией и политикой, Ф. Тённис подчеркивал, что социолог должен по возможности избегать ценностных суждений и оценок, а социальные ценности изучать.

Завершить характеристику социологии Ф. Тённиса оценкой значения творчества этого немецкого социолога для последующего развития социологии.

Основная литература

1. *Збровский Г. Е.* История социологии : учебник / Г. Е. Збровский. – М. : Гардарики, 2004.
2. История социологии в Западной Европе и США : учебник для вузов / отв. ред. Г. В. Осипов. – М. : НОРМА-ИНФРА, 1999.

Дополнительная литература

3. История социологии : в 3 кн. : учебник / под ред. В. И. Добренькова. – М. : ИНФРА-М, 2004. – Кн. 1 : История социологии (XIX – первая половина XX вв.).
4. История теоретической социологии. В 4 т. Т. 1 / отв. ред. и сост. Ю. Н. Давыдов. – М. : Канон, 1997.
5. *Капитонов Э. А.* История и теория социологии : учеб. пособие для вузов / Э. А. Капитонов. – М. : ПРИОР, 2000.
6. *Култыгин В. П.* Классическая социология / В. П. Култыгин. – М., 2000.
7. Социология: история и современность / Ю. Г. Волков, М. А. Гулиев, В. Н. Нечипуренко, С. И. Самыгин. – 2-е. изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2007.

Формальная социология Георга Зиммеля (1858–1918)

Социология Г. Зиммеля¹¹ – одна из самых влиятельных, в то же время самая непоследовательная и противоречивая в классической традиции. При жизни он был широко известен в Германии и за ее пределами. Однозначная оценка социологического творчества осложнена многогранностью его интересов. Он был не только социологом, но и влиятельным философом культуры, теоретиком искусства, много писал по проблемам социальной психологии, этики, политэкономии, социологии города, религии, пола и др. И в каждой из этих областей он находил нечто, дополняющее и уточняющее его социологическое видение.

¹¹ Столь пространственные для методических рекомендаций пояснения обусловлены трудностями в понимании социологических воззрений Зиммеля. Они разбросаны по различным работам и не изложены в академической форме. Нет более или менее строгой системности в учебном материале, посвященном анализу его творчества, присутствует фрагментарность, что затрудняет понимание основополагающих принципов его социологической концепции. Отвечая на данную часть вопроса, вы можете выбрать наиболее значимые, на ваш взгляд, положения из социологических воззрений Зиммеля, опустить цитаты.

Идейно-теоретические влияния

Ранний период творчества Г. Зиммеля связывают с влияниями идей прагматизма, дарвинизма и эволюционизма. Затем последовал период, который условно может быть обозначен как «неокантианский». После 1908 г. Г. Зиммель под впечатлением от А. Бергсона обратился к философии жизни. Однако этот этап был уже подготовлен работами о И. Гёте, А. Шопенгауэре и Ф. Ницше.

Зиммеля, как и многих его современников, отличало внимание к вопросам чистой теории и методологии. Однако в отличие, например, от К. Маркса и М. Вебера, Г. Зиммеля интересовали проблемы меньшего масштаба: индивидуальное действие и взаимодействие, а также разработка понятийного инструментария для анализа взаимодействий. Он редко прибегал к систематизации своих идей. Его социологическая концепция оказалась как бы «рассыпанной» по различным статьям, книгам, эссе, посвященным важным, но частным проблемам, что создавало представление об отсутствии за ними сколько-нибудь связанного целого. На самом деле, все эти разнообразные проблемы и интересы объединяло характерное и весьма оригинальное для своего времени представление о предмете, методах и задачах социологической науки.

Методологические основания социологической теории

Социология как наука. Непосредственный разбор социологических воззрений немецкого мыслителя можно начинать с понимания им социологии как науки. Уже в работе «Социальная дифференциация. Социологические и психологические исследования» (1890) Г. Зиммель подчеркивает, что социология в силу того, что она является поздней наукой, должна строиться рациональным образом на основе предварительного проекта, включающего теорию метода и четкое вычленение объекта и задач исследования.

Главную задачу социологии он видит в том, чтобы, опираясь на методологическую рефлекссию, построить новую теорию общества. Социология и «наука об обществе» являются для него взаимозаменяемыми понятиями. Следует подчеркнуть, что Г. Зиммель не дает какого-то одного определения или понятия общества. Он создает многоуровневую и многоаспектную теорию общества, начиная с методологического представления об обще-

стве как «целого социальной жизни», включающем любые конкретные проявления исторической жизни. Из этого принципа Г. Зиммель дедуцирует специфические черты социологического знания.

Первый вывод: по сравнению с другими науками социология представляется лишь новой точкой зрения для рассмотрения известных фактов. Это – «формальная» точка зрения, тогда как точка зрения других наук – «материальная», в том смысле, что они начинают с «материала». Социологии предстоит исследовать «формы», т. е. «оформление этого материала». «Формальная точка зрения» означает, что социологию интересуют, прежде всего, формы, формы социального взаимодействия. Цель социологического исследования – описание «форм совместного бытия людей и нахождение правил, которые лежат в основании взаимоотношения индивидов, поскольку они являются членами группы, и групп между собой» [4, с. 304].

Конечно, форма и содержание взаимодействий в своей конкретности образуют неделимое единство, тем не менее, возможно абстрактное выделение устойчивых форм обобществления (чистых «форм социаций»¹²). Последние должны быть соотнесенными с социальным и культурным контекстом – всегда следует помнить о смысловом контексте. Поэтому социология, занимаясь исследованием «форм совместного бытия людей», изучая «целое общество» с учетом всего многообразия его содержания и используя данные и других дисциплин, является не формальной, а своего рода синтетической наукой. За выявлением чистых форм социации должно было следовать их упорядочение и систематизация, психологическое обоснование и описание их в историческом изменении и развитии.

Практику применения социологического метода в различных общественных науках, т. е. выявление особого рода закономерностей в рамках их традиционного предмета, Г. Зиммель называл общей социологией, описание и систематизацию чистых форм социации – чистой или формальной социологией. Чистая социология должна выполнять по отношению к прочим общественным

¹² «Формы социации» (Formen der Vercesellschaftung). Термин «Vercesellschaftung» переводится нередко как «социация» либо «обобществление».

наукам методологическую функцию, стать «теорией познания частных социальных наук».

Второй вывод, к которому приходит немецкий мыслитель, следующего порядка. Теоретические образования социологического знания характеризуются отсутствием однозначности, свойственной утверждениям естественных наук, всегда есть возможность противопоставить каждому наблюдению или предположению противоположное наблюдение или предположение. Причина этого коренится в неоднозначности объектов анализа социологии, полноте и разнообразии частных моментов, которые не поддаются разложению на части и элементарные силы. Все «формы» социального взаимодействия имеют бесчисленные варианты исторического воплощения. Поэтому невозможно установить и выявить причинную связь явлений, невозможно применить к явлениям «законы» в естественнонаучном смысле слова: «Своеобразный характер социального материала, не поддающегося никаким точным расчетам, “не позволяет” говорить о законах социального развития» [4, с. 308]. Социология, подчеркивает Г. Зиммель, дает понимание, но не дает точного знания.

Саму процедуру понимания он трактует в духе философии жизни как понимание интересов, мотивов, целей и ценностных ориентаций индивида, определяемых культурой в широком смысле слова. Постоянное уточнение, разложение и новое сочленение на иных основаниях вырабатываемых понятий создают возможности все большего и большего приближения к истине.

Итак, по Г. Зиммелю, социология является синтетической наукой в том смысле, что содержание других наук составляет для нее исходный материал; она отличается от других наук «формальной» точкой зрения; к социологии не применимы методы естественнонаучного исследования, поэтому она должна опираться на принципиально иную методологию социального исследования.

Предмет и метод социологии. Следует начать с напоминания о радикальном различии Г. Зиммелем социологического познания и естественнонаучного. Главная задача социологического исследования, как он полагает, – исследование социальных форм и культурных содержаний, зафиксированных в понятиях, а не установление законов и причинных связей между явлениями.

Г. Зиммель резко критикует традицию рассмотрения общества как «сущности» (Г. Спенсер), как «реальности самой по се-

бе» (Э. Дюркгейм), как «второй природы» (К. Маркс), отвергает также понимание общества как некоего «мистического единства социальной сущности». Современная социология, полагает он, должна отказаться от приоритета целого (группы, общества). Основанием социологического анализа, началом исследования, как и действительного социального начала, является индивидуальное социальное действие отдельного человека, обусловленное его взаимодействием с другими. Ощутимо и действительно, по Г. Зиммелю, лишь существование отдельных людей, а «возникшая только в результате идеального синтеза совершенно не осязаемая сущность общества не может быть предметом мышления, направленного на исследование действительности» [4, с. 311]. Общество – это название для суммы социальных взаимодействий. Оно производно от социальных взаимодействий¹³.

Следует подчеркнуть, что Г. Зиммель настаивал на рассмотрении общества не как простой суммы взаимодействий индивидов, а как сложного структурированного и устойчивого единства – «целого социальной жизни». Поэтому неслучайно он постоянно проводит аналогию между обществом и организмом, рассматривая общество как единство, слагающееся из действий людей и групп и образующееся под действием механизмов целесообразности, нужды и силы.

Таким образом, можно сделать вывод, что предметом социологии, по Зиммелю, является общество, понимаемое определенным образом: как устойчивая совокупность социальных взаимодействий индивидов, структурированная посредством социальных форм. Именно структурированность взаимодействий позволяет обществу быть устойчивым образованием – «отвердевшим» или «сгустившимся» всеохватным социальным взаимодействием, стабильно существующим во времени и в пространстве.

¹³ В оппозиции учению таких социологов, как Э. Дюркгейм, который утверждал, что «социальные факты» обладают отдельным существованием и могут изучаться независимо от индивидов, действия которых они определяют, сформировался подход на основе принципа *методологического индивидуализма*, утверждающего исторический и методологический приоритет социального действия и взаимодействия над социальным целым. В соответствии с этим принципом Г. Зиммель разрабатывал теорию общества как *совокупности кругов общенности*. В настоящее время при рассмотрении отношений индивида и общества внимание переключается на другие проблемы, такие как проблема деятельности и структуры.

Устойчивые социальные формы, в том числе и такие как общество, можно вычислить при условии, что они будут целесообразными. Кроме того, взаимодействие частей должно быть достаточно сильным, а форма должна быть настолько часто воспроизводимой, чтобы ее можно было вычленить как типичную и регулярную.

Подобное понимание общества предполагает, по Г. Зиммелю, две основные познавательные процедуры, на которые должен опираться социологический метод. К одной процедуре он относит понимание и интерпретацию содержания форм обобществления, к другой – типологизацию, основывающуюся на факте устойчивости, регулярности, повторяемости социальных форм. В соответствии с этим Г. Зиммель выделяет историческую и чистую, или формальную, социологию.

Формальная социология

Далее можно перейти к рассмотрению формальной социологии. При этом необходимо отметить, что понятие формы и тесно связанное с ним понятие содержания – важнейшие категории зиммелевской чистой, или формальной, социологии. Противопоставление формы и содержания следует понимать как противопоставление «материи» социального взаимодействия – культурно-исторически обусловленных продуктов человеческого духа, целей, стремлений, потребностей индивидов – и наиболее часто повторяющихся, характерных для всех и всяческих культурно-исторических событий и явлений структур (форм) взаимодействия. Задача формальной социологии – не в разделении целостных образований на две части, а в тематизации общества как межчеловеческого, межиндивидуального явления.

Г. Зиммель не стремился к составлению исчерпывающего «каталога» человеческих взаимодействий и не ставил задачи создать общую классификацию социальных форм. Он считал, что чистые формальные понятия имеют ограниченную ценность. Проект формальной социологии лишь тогда будет реализован адекватно, полагал Г. Зиммель, когда выявление чистых форм социации будет сопровождаться выяснением того, «что значат они как чистые формы поведения, при каких обстоятельствах они возникли, как развивались, какие изменения претерпевали благодаря особенностям их объектов, благодаря каким одновременно

формальным и материальным характеристикам общества они возникли и сошли» [цит. по: 7, с. 123].

Подчеркните, что он сделал предметом своих исследований ряд аспектов и сторон социальной жизни, выделенных им как формы из ее живой реальности. К ним можно отнести господство, подчинение, соперничество, разделение труда, образование партий и т. д. Все эти формы, полагал Г. Зиммель, наполняясь соответствующим содержанием, воспроизводятся в различных группах и социальных организациях. В свою очередь, они могут трактоваться как формы в государстве и религиозном сообществе, в группе заговорщиков и экономическом объединении, в семье и в художественной школе и т. п. Образцы исследования этих и других подобных форм он дал в очерках, составляющих книгу «Социология».

Некоторые исследователи пытались систематизировать выделенные Г. Зиммелем формы, но все они весьма несовершенны и в известной степени нелогичны. В качестве примера можно привести попытку классификации форм социации по трем группам: социальные процессы, социальные типы и модели развития.

В этой систематизации к социальным процессам относились постоянные, независимые от конкретных обстоятельств их реализаций явления: подчинение, господство, соревнование, примирение и т. п. Примером зиммелевского анализа социального процесса как формы социации служит его исследование моды (можете пояснить).

Вторая категория по данной классификации – социальный тип. Человек, включенный в определенного рода отношение, обретает некоторые характерные качества, которые являются для него существенными, т. е. проявляющимися постоянно вне зависимости от природы того или иного взаимодействия. В качестве примера социальных типов, можно выделить такие исследованные Г. Зиммелем формы, как циник, бедняк, кокетка, аристократ, «чужак»¹⁴ и т. д.

Третья группа – модель развития. Примером этой социальной формы может служить универсальный процесс взаимосвязи расширения группы с усилением индивидуальности. По мере

¹⁴ Социальный тип «чужака» получит дальнейшее развитие у социологов Чикагской школы, разрабатывавших концепцию маргинальности.

увеличения группы, пишет по этому поводу Г. Зиммель, члены ее становятся все менее похожими друг на друга. Усиление индивидуальности сопровождается деградацией группы. И наоборот, чем меньше, т. е. своеобразнее группа, тем менее индивидуальны ее представители. Исторический процесс развивается в сторону усиления индивидуальности за счет утраты индивидами их уникальных социальных характеристик: расширенная семья сменяется самостоятельными полноправными индивидами и нуклеарной семьей; цеховая и кровнородственная организация сменяется гражданским обществом с характерной для него высокой индивидуальной ответственностью [7, с. 125].

Обобщая рассмотрение части, посвященной формальной социологии, подчеркните, что содержательная сторона исследования Г. Зиммелем ряда социальных форм сама по себе конструктивна и имела продолжение в развитии социальной мысли XX столетия. Однако задуманный немецким мыслителем проект выявления чистых форм обобществления, в принципе, не может быть реализованным в силу тех же самых причин, что приводит Г. Зиммель, обосновывая невозможность применения к социальному материалу «законов» в естественнонаучном смысле. Имеется в виду отсутствие однозначности, разнообразие частных моментов, которые не поддаются разложению на части и элементарные силы, также как и то, что социальные формы могут иметь различные значения в зависимости от исторической обстановки. Г. Зиммель и сам отчетливо понимал невозможность сведения социальной жизни к ее формальному моменту.

Именно поэтому идея чистой, или формальной, социологии не исчерпывала содержания его социологической концепции. Важное место в ней занимала философская социология, задававшая чистой социологии теоретико-познавательные и мировоззренческие ориентиры.

В заключительной части, рассматривая вклад Г. Зиммеля в развитие социальной мысли, следует отметить, что кроме тех проблем, которые вы рассмотрели в своем вопросе, существует ряд других тем. В качестве примера можно привести исследования в области социального познания, ролевой теории, динамики социальных групп, социологии культуры, социологии власти, социологии конфликта.

Источники (основные)

1. *Зиммель Г.* Как возможно общество // Теоретическая социология : антология. – М., 2002. – Ч. 1. – С. 314–333.
2. *Зиммель Г.* Общение. Пример чистой, или формальной, социологии // Там же. – С. 334–349.
3. *Зиммель Г.* Проблема социологии // Западноевропейская социология XIX – начала XX вв. : тексты. – М., 1996. – С. 415–435.

Источники (дополнительные)

4. *Зиммель Г.* Избр. : в 2 т. / Г. Зиммель. – М., 1996. – Т. 2 : Созерцание жизни.
5. *Зиммель Г.* Философия денег // Теория общества / под ред. А. Ф. Филиппова. – М., 1999. – С. 309–383.

Основная литература

6. История социологии : в 3 кн. : учебник / под ред. В. И. Добренёва. – М. : ИНФРА-М, 2004. – Кн. 1 : История социологии (XIX – первая половина XX вв.).
7. История социологии в Западной Европе и США : учеб. для вузов / отв. ред. Г. В. Осипов. – М. : НОРМА-ИНФРА, 1999.

Дополнительная литература

8. *Збровский Г. Е.* История социологии : учебник / Г. Е. Збровский. – М. : Гардарики, 2004.
9. История теоретической социологии : в 4 т. / отв. ред. и сост. Ю. Н. Давыдов. – М. : Канон, 1998. – Т. 2.
10. *Капитонов Э. А.* История и теория социологии : учеб. пособие для вузов / Э. А. Капитонов. – М. : ПРИОР, 2000.
11. *Култыгин В. П.* Классическая социология / В. П. Култыгин. – М., 2000.
12. *Недельман Б.* Георг Зиммель // Немецкая социология. СПб., 2003. – С. 161–177.
13. Социология: история и современность / Ю. Г. Волков, М. А. Гулиев, В. Н. Нечипуренко, С. И. Самыгин. – Изд. 2-е. – Ростов н/Д : Феникс, 2007.

Понимающая социология Макса Вебера

Макс Вебер (1864–1920) – немецкий юрист, историк, экономист, социолог является одним из наиболее крупных социологов конца XIX – начала XX вв., оказавшим большое влияние на развитие этой науки.

Жизнь и научная деятельность

Изложение социологических воззрений Макса Вебера следует начинать с обзора основных этапов его жизненного пути и наиболее значимых творческих достижений. Из мыслителей, по-

вливающих на формирование его взглядов, необходимо выделить В. Дильтея, представителей «исторической школы» немецкой политэкономии. Важным моментом в становлении Вебера-социолога стало его участие в эмпирическом исследовании положения восточно-эльбских сельскохозяйственных рабочих, явившееся следствием контактов с евангелическими теологами в 90-е гг. XIX столетия.

Подчеркните также, что Макс Вебер не создал законченного целостного труда по социологии. Почти все его работы по экономической социологии, социологии власти, социологии религии и учение о методе остались незавершенными проектами.

Теория познания и методология

Рассматривая теоретические принципы и методологические основания, подчеркните, что М. Вебер занимался методологической рефлексией в русле философских идей В. Дильтея и Г. Риккерта в той мере, в какой это было необходимо для разработки социологических категорий. Речь шла о предварительной разработке основ социологического стиля мышления¹⁵.

Ключевым принципом его теории познания является представление о социологии как «эмпирической науке о культуре и культурной жизни» (по М. Веберу, социальная жизнь и окружающая нас социальная действительность и есть культура). Саму культуру¹⁶ он толкует в духе неокантианской философии Г. Риккерта, которая ее (культуру) связывает не столько с материальными субстратами и технологиями, сколько со смыслами, значе-

¹⁵ В этом смысле М. Вебер назвал конструирование идеальных типов основным методом своей социологии – «временным пристанищем до той поры, пока не научатся ориентироваться в безбрежном море эмпирических фактов» (цит. по: История социологии : в 3 кн. : учебник / под ред. В. И. Добренкова. М. : ИНФРА-М, 2004. Кн. 1 : История социологии (XIX – первая половина XX вв.). С. 346).

¹⁶ Понятие культуры у М. Вебера, строгим определением которого он не занимался, слишком широко и размыто. Социологический смысл веберовского понимания культуры был выражен позднее Норбертом Элиасом в понятии «процесс цивилизации». Оно представляется как исторический генезис и трансформация социальных норм и правил повседневной жизни, которые симптоматично находят выражение в индивидуальных действиях, отмеченных культурным своеобразием времени и общества (в стиле Э. Дюркгейма, можно говорить о нормах и правилах, в которых проявляется влияние общества на индивида как социальный факт).

ниями, идеями и ценностями, которые следует раскрыть в ходе научного анализа.

Важно подчеркнуть, что теоретико-методологической предпосылкой социологии М. Вебера является представление о целерационально действующем индивиде и производном характере всех форм коллективности типа «народ», «общество», «государство» и т. д. Сам он по этому поводу писал: «Современное государство в значительной степени функционирует как комплекс специфических совместных действий людей потому, что определенные люди ориентируют свои действия на представление, что оно существует или должно существовать; потому, следовательно, что юридические ориентированные установления сохраняют свою значимость» [2, с. 615]. Такого рода утверждения призваны, помимо прочего, подчеркнуть то, что о коллективном субъекте в социологии можно говорить только в метафорическом смысле.

Нужно отметить, что М. Вебер выступает с позиций методологического индивидуализма. Согласно этому принципу, в социологии используются лишь такие объяснения, которые позволяют рассматривать общество и различные социальные образования (коллективные образования, по М. Веберу) в качестве производных от форм социальных действий индивидов.

«Для понимающей социологии, интерпретирующей поведение людей, эти образования – просто процессы и связи специфического поведения отдельных людей, так как только они являются собой понятных для нас носителей осмысленных действий. ... Если в социологии речь идет о “государстве” или “нации”, об “акционерном обществе” или о “семье”, о “воинском подразделении” и других “образованиях” такого рода, то имеются в виду только определенный тип поведения отдельных людей, конкретный или конструированный в качестве возможного» [2, с. 614–615].

Таким образом, о коллективном субъекте в социологии можно говорить, по М. Веберу, только в метафорическом смысле. С другой стороны, он отдает себе отчет в том, что при толковании поведения необходимо принимать во внимание тот основополагающий факт, что «эти коллективные образования имеют огромное, подчас решающее каузальное значение для поведения людей» [2, с. 615].

Необходимо также подчеркнуть, что методологические принципы веберовской социологии тесно связаны с теоретической

ситуацией западного общества конца XIX столетия. Важно соотнести идеи М. Вебера с установками В. Дильтея и неокантианцев.

М. Вебер разделяет антинатурализм В. Дильтея. Он убежден, что, изучая человеческую деятельность, нельзя исходить из тех же методологических принципов, из которых исходит астрономия, изучающая движение небесных тел. Ни историк, ни социолог, ни экономист не могут абстрагироваться от того, что человек есть существо сознательное. Однако руководствоваться при изучении социальной жизни методом непосредственного вживания, интуиции М. Вебер решительно отказывается, поскольку результат подобного способа изучения не обладает общезначимостью. Критикуя психологизм В. Дильтея, он предлагает, вместо того, чтобы исследовать мир переживания историка, изучать логику образования тех понятий, которыми при этом оперирует историк. То, что «постигнуто интуитивно», подчеркивает М. Вебер, должно быть выражено в форме общезначимых понятий, и только таким образом субъективный мир представлений историка превращается в объективный мир исторической науки.

Эту проблему он пытается решить в рамках концепции «идеальных типов» как логических конструкций, в которых проявляется его приверженность неокантианскому пониманию культуры. В своих методологических исследованиях М. Вебер, в целом, присоединяется к неокантианскому варианту антинатуралистического обоснования обществоведческих наук.

Вслед за Г. Риккертом М. Вебер разграничивает отнесение к ценностям и оценку. Первое действие превращает наше индивидуальное впечатление в объективное и общезначимое суждение. Второе не выходит за пределы субъективности. Наука о культуре, обществе и истории должна быть также свободна от оценочных суждений, как и наука естественная.

Такое требование вовсе не означает, что ученый должен вообще отказаться от собственных оценок и вкусов – просто они не должны вторгаться в пределы его научных суждений. За этими пределами он вправе их высказывать сколько угодно, но уже не как ученый, а как частное лицо.

Однако он переосмысливает наукоучение Г. Риккерта. В отличие от последнего, рассматривающего ценности и их иерархию как нечто надисторическое, М. Вебер склонен трактовать ценность как установку той или иной эпохи, как свойственное эпохе

направление интереса. Поскольку ценности лишь выражение общих установок своего времени, постольку у каждого времени есть и свои абсолюты. Абсолют, таким образом, оказывается историческим, стало быть, относительным.

Концепция идеальных типов. Рассматривая эту проблему, необходимо подчеркнуть, что идеальный тип есть своего рода «интерес эпохи», выраженный в виде теоретической конструкции. Таким образом, идеальный тип не извлекается из эмпирической реальности, а конструируется как теоретическая схема. Он близок к идеальной модели, которой пользуется естествоиспытатель. Это хорошо понимает сам М. Вебер, когда он описывает процесс его конструирования.

Идеальный тип «создается посредством одностороннего усиления одной или нескольких точек зрения и соединения множества диффузно и дискретно существующих единичных явлений..., которые соответствуют этим точкам зрения и складываются в целостный мысленный образ. В реальной действительности такой мысленный образ в его понятийной чистоте нигде эмпирически не обнаруживается; это – утопия. Задача исторического исследования состоит в том, чтобы в каждом отдельном случае установить, насколько действительность близка или далека от такого идеального образа» [цит. по: 3, с. 349–350].

Идеальный тип у М. Вебера служит методологическим принципом как социологического, так и исторического познания. Историк нацелен на выявление преимущественно уникальных связей, социолог – на выявление связей повторяющихся. И в том и в другом случае индивидуализирующая и генерализирующая тенденции у М. Вебера всегда переплетены.

Задача историка состоит, по М. Веберу, в установлении каузальных (причинных) связей между индивидуальными историческими образованиями, т. е. явлениями, локализованными во времени и пространстве. В таком случае, идеальный тип служит средством раскрытия генетической связи исторических явлений. Подобную конструкцию стали называть «генетическим идеальным типом». Генетический тип служит средством выявления связи, которая была лишь один раз. В качестве примера генетических идеальных типов у М. Вебера можно назвать «средневековый год», «кальвинизм», «методизм», «культуру капитализма» и т. д.

Задача социологии – установление общих правил событий безотносительно к пространственно-временному определению этих событий. Идеальные типы как инструменты социологического исследования оказываются более общими и стали называться, в отличие от генетических, «чистыми идеальными типами». Социолог конструирует чистые идеальные модели, например, господства (харизматического, рационального, патриархального), встречающиеся во все исторические эпохи и в любой точке земного шара. Таким образом, в социологии конструированию идеального типа присущи больше моменты генерализирующего (номотетического) способа мышления. Момент индивидуализации выражается в том, что М. Вебер отказывается от установления законов социальной жизни. Он ограничивается более скромной задачей – установлением правил протекания социальных событий. Другими словами, на пути генерализации доходит только до типического, но не до всеобщности закона. Получается, генетические идеальные типы отличаются от чистых только по степени общности. Различие является чисто количественным.

Проблема понимания. Необходимость понимания предмета своего исследования, согласно М. Веберу, отличает социологию от естественных наук. Сразу подчеркните, что в отличие от В. Дильтея, он не противопоставляет «понимание» причинному «объяснению», а, напротив, тесно их связывает, причем «понимание» рассматривается не как психологическая категория, а понимающая социология в соответствии с этим не есть часть психологии.

Социолог, по М. Веберу, так же как и историк, должен брать в качестве исходного пункта своих исследований поведение индивида или группы индивидов. Социология, в отличие от психологии, рассматривает поведение личности лишь постольку, поскольку личность вкладывает в свои действия определенный смысл. Таким образом, социологическое понятие действия вводится М. Вебером через понятие смысла: «Действием называется... человеческое поведение... в том случае и постольку, если и постольку действующий индивид или действующие индивиды связывают с ним субъективный смысл» [4, с. 192].

Важно отметить, что М. Вебер имеет в виду тот смысл, который вкладывает в действие сам индивид. Соответственно, социология должна быть «понижающей» постольку, поскольку дей-

ствие индивида осмыслено. С принципом «понимания» связана одна из центральных методологических категорий веберовской социологии – социальное действие.

Основные социологические понятия

Категория «социального действия». Раскройте содержания веберовского понятия «социального действия». Подчеркните, что подразумеваются два момента: субъективная мотивация индивидов или группы, без которого вообще нельзя говорить о действии, и ориентация на другого или других. Ориентация на других раскрывается М. Вебером с помощью понятий «ожидание» и «признание». Поясните два этих момента категории «социального действия». Далее рассмотрите четыре идеальных типа рационального действия (целерациональное действие, ценностно-рациональное действие, аффективное действие, традиционное действие).

Социальный порядок и легитимность. Раскрывая содержание данных категорий, заострите внимание на следующих моментах. Эти категории относятся к большим социальным образованиям в рамках некоторого культурного сообщества. Первая вошла в широко употребляемые в современной социологии понятия «социальной структуры» или «социальной организации». Понятие «легитимности» дало импульс дискуссиям о мотивах подчинения власти, в ходе которых наряду с индивидуальными мотивами подчиненных рассматривались надындивидуальные основания – политические, конституционные, юридические, мировоззренческие, идеологические и т. п.

«Обобщивание» и «обобществление». Поясняя данные понятия, подчеркните, что они составляют еще одну группировку типов социального действия по линии *традиция – современность*, что послужило основой разработки представлений М. Вебера о процессах рационализации и бюрократизации.

Тезис рационализации. Объясните, что понимается М. Вебером под процессом рационализации, где он находит свое лучшее выражение, рассмотрите содержание понятий «материальная рациональность» и «формальная рациональность». Особое внимание остановите на месте и роли процесса рационализации в современном обществе и свяжите его с процессом бюрократизации капиталистического общества.

Экономическая социология

Ключевое понятие экономической социологии М. Вебера – экономическое (хозяйственное) действие, а не труд, как это было

в классической политэкономии или полезность – в неоклассической политэкономии. Поясните, что понимается под экономическим действием, и перейдите к анализу М. Вебером капитализма. Рассмотрите также его понимание классов и тезис протестантизма (на основе его работы «Протестантская этика и дух капитализма»).

Социология власти

Рассмотрите основные понятия социологии власти М. Вебера: «власть» и «господство». Остановите внимание на трех чистых типах господства по мотиву подчинения и форме реализации господства: традиционное, харизматическое и легальное или бюрократическое господство. Подчеркните, что тезис бюрократизации рассматривается М. Вебером как диагноз современности. Расшифруйте его тезис о «расколдовании» мира.

Социология религии

Рассматривая, каким образом М. Вебер характеризует религиозный феномен, подчеркните, что понятие социального действия здесь также является ключевым, и что религия рассматривается как особая форма господства. Поясните тезис о «расколдовывании» мира.

Место и роль в развитии мировой социологической мысли

Раскрывая вклад М. Вебера в развитие социологической мысли, подчеркните, что он не создал социологической школы, не оставил учеников. Тем не менее, он является одним из основоположников социологического стиля, нашедшего воплощение в «понимающей социологии» и социологической «теории действия».

Источники

1. Вебер М. Основные социологические понятия // Теоретическая социология. – М., 2002. – Ч. 1. – С. 70–146.
2. Вебер М. Избранные произведения : пер. с нем. / М. Вебер ; сост., общ ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова ; предисл. П. П. Гайденко. – М. : Прогресс, 1990.

Основная литература

3. История социологии : в 3 кн. : учебник / под ред. В. И. Добренькова. – М. : ИНФРА-М, 2004. – Кн. 1 : История социологии (XIX – первая половина XX вв.).
4. История социологии в Западной Европе и США : учеб. для вузов / отв. ред. Г. В. Осипов. – М. : НОРМА-ИНФРА, 1999.

Дополнительная литература

5. Арон Р. Этапы развития социологической мысли / Р. Арон. – М., 1993.

6. Гофман А. Б. Семь лекций по истории социологии : учеб. пособие для вузов / А. Б. Гофман. – 2-е, испр. изд. – М. : Кн. дом «Университет», 1997.
7. Збровский Г. Е. История социологии : учебник / Г. Е. Збровский. – М. : Гардарики, 2004. – Гл. 6, § 1, 6, 7.
8. История социологии : в 3 кн. : учебник / под ред. В. И. Добренькова. – М. : ИНФРА-М, 2004. – Кн. 1 : История социологии (XIX – первая половина XX вв.).
9. История социологии : в 3 кн. : учебник / под ред. В. И. Добренькова. – М. : ИНФРА-М, 2004. – Кн. 1 : История социологии (XIX – первая половина XX вв.) (либо издание других лет).
10. История социологии : учеб. пособие / А. Н. Елсуков, Г. Н. Соколова, Т. Г. Румянцева, А. А. Грицанов ; под общ. ред. А. Н. Елсукова [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск : Высш. шк., 1997. – Разд. 1, § 5. – С. 71, 78–88.
11. История теоретической социологии : в 4 т. / отв. ред. и сост. Ю. Н. Давыдов. – М. : Канон, 1998. – Т. 2.
12. Классики теоретической социологии XX века : рабочая тетрадь. – М., 2000.
13. Козер Л. Мастера социологической мысли / Л. Козер. – М., 2006. – С. 69–134.
14. Култыгин В. П. Классическая социология / В. П. Култыгин. – М., 2000.
15. Немецкая социология. – СПб., 2003.
16. Социология: история и современность / Ю. Г. Волков, М. А. Гулиев, В. Н. Нечипуренко, С. И. Самыгин. – Изд. 2-е. – Ростов н/Д : Феникс, 2007.

Ранняя американская социологическая теория. Чикагская школа

Становление парадигмы ранней американской социологии

Ответ на данный вопрос лучше всего начинать с рассмотрения условий, в которых складывалась ранняя американская социологическая мысль. Необходимо отметить, что американская социология формируется позднее европейской. Ее основоположники вынуждены были следовать за учеными Старого Света, перенося на свою почву идеи, которые в наибольшей степени отвечали духу молодой развивающейся нации. Следование О. Конту означало признание во всех сферах человеческой деятельности приоритета общества и иерархических структур над личностью. Развитие идей Г. Спенсера утверждало и оправдывало индивидуализм, возводило в непреложный закон прогрессивного развития борьбу за существование. Исторические обстоятельства складывания американской нации предопределили выбор: первое по-

коление американских социологов воспринимает идеи английского ученого.

Период становления американской социологии был ознаменован господством социал-дарвинизма, но те, кто стоял у истоков американской социальной мысли, привнесли в свои теоретические построения национальный элемент. В ходе осмысления исторического опыта становления североамериканской культуры они пришли к выводу о значимой роли активности человека относительно направленности и темпов общественного развития. Данный вывод стал основой для ревизии европейских идей. Ранние американские социологи предпочли философию, которая сохранила бы *натуралистические*¹⁷ и *индивидуалистические* полутона и вместе с тем оставляла бы возможности *мелиоративной*¹⁸ реформы, проводимой посредством разума [см.: 15, с. 4–6].

Уже на первом этапе своего становления социология в США обрела свой особый стиль. С момента своей институционализации социологическая мысль ориентировалась на пропаганду. Ученые не боялись получить упрек в недостаточности теоретизирования, но страшились потерять связи с массовым сознанием, что можно объяснить их прагматическими установками.

В 1865 г. создана Ассоциация общественных наук США. Впоследствии было признано целесообразным разделение Ассо-

¹⁷ Натуралистическое течение в социологии представлено теми, кто утверждает, что методы естественных наук пригодны для решения всех практических задач в социологии. В данном случае речь идет об основных установках социального дарвинизма. 1. В обществе действуют глубинные, во многом непреодолимые силы, подобные тем, что наблюдаются в животном и растительном мирах. Поэтому социальные законы можно формулировать аналогично законам природы. 2. Эти силы таковы, что они ведут к разворачиванию эволюционного прогресса через естественные конфликты между социальными группами. В этих конфликтах выживают более удачливые и отличающиеся более высокой адаптацией социальные группы. Эти положения (в частности, в том виде, в каком они были разработаны Г. Спенсером) можно рассматривать как принцип невмешательства того времени (*laissez-faire*).

¹⁸ Термин «мелиорация» приобрел популярность в Европе и в России с 50-х гг. XIX в. и понимался в значении всевозможных улучшений в технике сельского хозяйства, в социальных и в природных условиях его ведения. Лестер Уорд (1841–1913) распространил значение этого термина на науку об усовершенствовании и улучшению социального строя, получившую наименование «*социальный мелиоризм*». Он полагал, что в ходе естественной эволюции человеческий разум способен покончить с диктатом природной эволюции и направить своей волей природные силы в заданном направлении.

циации на два самостоятельных профессиональных сообщества: Экономическую ассоциацию и Социологическое общество. В качестве первоочередной социологи приняли задачу организации специальных курсов, ориентированных на распространение социологической культуры в обществе. Представители правящей элиты стали первыми слушателями. Задача распространения социологической культуры решалась и путем введения в университетские программы учебного курса социологии. Профессиональное сообщество заботилось и о своем профессиональном росте: в 1894 г. в Колумбийском университете было открыто первое в истории США отделение социологии. Уже к концу Первой мировой войны в Соединенных Штатах работало постоянное количество социологов, стремящихся к общественному и академическому признанию.

Ранние американские социологи сознательно отошли от решения глобальных проблем, которым они предпочли в дальнейшем изучение малых дел и конкретных проблем.

«Отцы-основатели»¹⁹ американской социологии стремились расширить и углубить познавательные возможности социологической науки, утвердить ее общественную значимость. Разработанные ими способы обновления социологии оказались во многих отношениях оригинальными и плодотворными. Однако присущая им идеализация социального прогресса не получила подтверждения в социально-исторических условиях второго десятилетия XX столетия. Первая мировая война, революция и гражданские войны в России, Германии, Мексике подорвали основания оптимистической веры позитивистски ориентированных ученых США в неизбежность социального прогресса, в способность науки вырабатывать программы социального усовершенствования. Это обстоятельство вынуждало последующих исследователей искать новые подходы к изучению общества.

Второй этап связан с разработкой и широким утверждением эмпирических исследований. С момента появления в начале 20-х гг. XX столетия фундаментального труда Флориана Знанецкого и Уильяма Томаса *«Польский крестьянин в Европе и Америке»* эмпирическая ориентация стала господствующей в США вплоть до

¹⁹ К «отцам-основателям» американской социологии обычно относят Уильяма Грэма Самнера (1840–1912), Альбиона Смолла (1854–1926), Лестера Франка Уорда (1841–1913).

середины 40-х гг. В эмпирических исследованиях осуществлялись поиски путей оптимизации социальной системы посредством укрепления отдельных ее элементов и развития связей между ними. Правда, были и провалы: социологи оказались профессионально неподготовленными к анализу ситуации, сложившейся в период Великой Депрессии.

Опыт эмпирических исследований показал, что интересы социологии лежат в области поведения людей, ключ к которой лежит в системе ценностей. Изучение отношений между людьми в группе непосредственного общения, характера ценностных ориентаций, господствующих в группе, позволяет прогнозировать направленность деятельности индивида. Этот вывод стал одинаково полезен и для изучения процессов урбанизации, и тем, кто был озабочен резервами подъема производительности труда. Разнообразие разрабатываемых качественных и количественных методов исследования позволило собрать информацию, имеющую прикладную и общетеоретическую ценность.

Чикагская школа

Предыстория формирования Чикагской школы

Рассмотрение второго этапа в развитии американской социологии можно начинать с рассмотрения предпосылок формирования Чикагской школы. Следует отметить, что лидерами второго поколения стали исследователи и преподаватели отделения социологии, открытого еще в 1892 г. в Чикагском университете.

Первый декан социологического факультета Альбион Смолл настойчиво требовал сосредоточить внимание на социальном процессе, подчеркивал первоочередное значение в обществе интересов и конфликтов интересов, считал главной задачей социологии научную поддержку социальных реформ.

Важно также обратить внимание на следующие обстоятельства. Ориентация чикагских социологов на участие в реформах обеспечила им поддержку городских властей, которые столкнулись в начале века с множеством острейших социальных проблем и ждали от социологии практических рецептов их решения. С другой стороны, город эмигрантов и столица американских гангстеров Чикаго был в некотором смысле идеальным местом для проведения социальных исследований.

Расцвету социологии в Чикагском университете способствовала уникальная интеллектуальная атмосфера благодаря небывалому сосредоточению выдающихся личностей. Среди них следует назвать Чарлза Хортон Кули, Джорджа Герберта Мида, Джона Дьюи, Уильяма Айзека Томаса. Влияние прагматизма и интеракционизма обусловило включение таких не характерных для позитивистской науки тем, как природа социального взаимодействия, механизмы социального поведения, человеческое «Я». В работах У. Томаса получила развитие концепция установки и социальной ситуации; при этом в ситуацию включалось определение ситуации действующим лицом. Такая переориентация на интерпретативный подход к человеческому поведению породила важные методологические новации, среди которых необходимо в первую очередь назвать использование биографических документов. Новые методы были успешно опробованы в исследовании У. Томаса и Ф. Знанецкого «Польский крестьянин в Европе и Америке», опубликованном в 1918–1920 гг.

Данную часть вопроса можно завершить обобщением уникальных условий²⁰, способствовавших развертыванию в Чикаго обширной программы городских исследований, на базе которой сложилась группа ученых, вошедшая в историю под именем Чикагской школы.

Общая характеристика Чикагской школы

Давая общую характеристику Чикагской школы, можно отметить, что в специальной литературе не прекращается спор относительно исторических границ существования Чикагской школы. Обычно ее начало связывают с именем *Уильяма Айзека Томаса* (1863–1947), который работал в университете с первых лет существования социологического отделения. В мировую социологическую классику вошла пятитомная работа «Польский крестьянин в Европе и Америке» (1918–1920), опубликованная У. Томасом и Ф. Знанецким.

²⁰ Можно выделить следующие моменты: мощная институциональная база, рост авторитета социологии в американском обществе, финансовая и моральная поддержка социальных исследований, атмосфера научного поиска, нахождение в точке пересечения множества интеллектуальных влияний.

По свидетельству коллег и учеников, У. Томас определил направление развития методологических поисков Чикагской школы, а именно:

- социологии следовало уйти от политики, сосредоточившись на главном: *«видеть, знать и докладывать о мире людей и вещей, вовлеченных в их опыт»*;
- социологу при этом необходимо сохранять полную нейтральность по отношению к исследуемым процессам и явлениям;
- деятельность социолога должна напоминать деятельность репортера, который профессионально собирает и наиболее полно представляет актуальную информацию.

Можно подчеркнуть, что подход, отстаиваемый У. Томасом, созвучен методологическим установкам европейских исследователей, в частности Э. Дюркгейма.

Именно первое поколение Чикагской школы, к которому можно отнести и А. Смолла, утвердило либерализм²¹ в качестве основной социально-философской доктрины социологической школы и развивало корпоративную разновидность этой доктрины. Суть ее состоит в убеждении, что без политического урегулирования экономической жизни капитализм будет разрушен классовыми конфликтами. Чикагская школа выступила против неограниченной экспансии капиталистического господства, за цивилизованность, рациональность форм такого господства.

Можно также отметить, что заслугой первого поколения является установление тесных связей с городским правлением Чикаго и со всеми его административными службами. Они убедили людей, принимающих решения на разных уровнях городского самоуправления, что компетентное и эффективное решение острых городских проблем возможно только на основе глубокой профессиональной социологической проработки этих проблем с учетом как возможных альтернатив существующих решений, так и с анализом вероятных долгосрочных и среднесрочных последствий каждого из вариантов решений.

Лидерами второй генерации Чикагской школы были Роберт Парк и Эрнест Бёрджесс. В центре их внимания были различные

²¹ Либерализм понимается в США как идеологическая ориентация, основанная на вере в значение свободы и благосостояния индивида, а также на вере в возможность социального прогресса и улучшения качества жизни с помощью изменений и новаций в социальной организации общества.

аспекты урбанизации, социология семьи, социальная дезорганизация. Большую известность получила написанная ими книга «Введение в науку социологии» (1921), долгое время бывшая основным учебником студентов-социологов в университетах США.

Закат Чикагской школы большинство исследователей относят к середине 30-х гг., годам естественного ухода с научной сцены блестящей плеяды социологов У. Томаса, Р. Парка, Дж. Г. Мида, их сверстников и ближайших сподвижников.

Следует обратить внимание на то, что в течение нескольких десятилетий профессоры и студенты социологического отделения работали в едином порыве, объединенные стремлением очертить предметное поле своей науки, предложить систему эффективных методов его исследования, способных обеспечить надежность выводов и плодотворность рекомендаций.

Отмечая заслуги чикагских социологов, часто указывают на их роль в развитии и стимулировании эмпирических исследований. Однако следует подчеркнуть, что у них была серьезная теоретическая программа. Порой эклектическое соединение в их работах натурализма и интеракционизма можно рассматривать как одну из первых попыток синтеза различных социологических подходов и точек зрения. Обращение к таким «конкретным» проблемам, как расовые отношения, пространственная структура городского сообщества или культурный конфликт, было нередко поводом для формулировки общих суждений о природе человека и его социальной жизни. Оригинальность их социологической теории связана, прежде всего, с развитием особого, *социально-экологического* подхода к изучению общества.

«Польский крестьянин в Европе и в Америке» Уильяма Айзека Томаса и Флориана Витольда Знанецкого

Рассматривая наиболее известный совместный труд, сделавший авторов классиками социологии, можно подчеркнуть, что союз Уильяма Томаса (1863–1947) и Флориана Знанецкого (1882–1958) был относительно недолгим. Ф. Знанецкий вернулся в Польшу непосредственно после выхода в свет их знаменитого исследования. У. Томас всю свою жизнь посвятил Чикагскому университету. Ф. Знанецкий по складу мышления и характеру образования был философом. У. Томас во всех своих публикациях и исследованиях проявил себя как социолог, сторонник психо-

логической интерпретации социальных явлений и процессов. Причиной их союза была общая тема изысканий – *мотивация поведения человека, линия его поведения во взаимодействии со средой*. Сама идея была подсказана У. Томасу социальными работниками, работавшими с польскими эмигрантами. Исследование процессов миграции и социальной адаптации впервые строилось на основе строгого качественного и количественного анализа личных документов (писем, дневников, автобиографий поляков, как переехавших в США, так и оставшихся в Польше).

У. Томас сформулировал концепцию социальной ситуации, которую он делил на три важнейшие составляющие:

- объективные условия, заложенные в существующих социальных теориях и ценностях;
- установки индивида и социальной группы;
- формулирование существа ситуации действующим индивидом.

В совместной работе с Ф. Знанецким У. Томас детально исследовал систему социальных установок и показал, что конфликты и социальная дезинтеграция возникают в случаях, когда индивидуальные определения ситуации личностью не совпадают с групповыми ценностями.

Можно отметить, что У. Томас, будучи представителем психологического направления, выделил четыре группы побудительных желаний человека, играющих ведущую роль в определении его поведения:

- необходимость нового опыта;
- обеспечение безопасности, стабильности своего образа жизни;
- потребность в признании себя со стороны окружения;
- жажда господства.

Подчеркните, что одной из наиболее значимых новаций в «Польском крестьянине в Европе и в Америке» является типология личностей с точки зрения преобладающих в них механизмов социальной адаптации («филистайн» или мещанский тип; «богемиан»; «креативный», иначе говоря, творческий). Опишите в общих чертах соответствующие типы личностей.

Можно также отметить, что Ф. Знанецкий ввел в социологию понятие *человеческого коэффициента*, означающее личностно значимый аспект человеческого опыта данного индивида. Его учет, по Ф. Знанецкому, обязателен при анализе деятельности личности и означает ее понимание социальной ситуации.

Социально-экологический подход [12, с. 500–504]

Начиная изложение данного раздела, обратите внимание на тот факт, что основы социально-экологического подхода наиболее полно освещаются в статьях *Роберта Парка*²² «Экология человека», «Физика и общество», «Городское сообщество как пространственная конфигурация и моральный порядок», а также *Р. Маккензи* «Экологический подход к изучению человеческого сообщества», «Область человеческой экологии», «Понятие господства и организация мира». Важный вклад в развитие экологической концепции социального развития внес *Эрнест Бёрджесс* (1886–1966), ближайший научный соратник Р. Парка.

Р. Парк в полной мере воспринял идею всеобъемлющего единства природы и человека, заявив об актуальности построения особой дисциплины – социальной экологии²³. Он считается одним из основателей теории социальной экологии большого города.

Излагая основные положения социальной экологии, подчеркните ее основную посылку, согласно которой каждое социальное образование (общество, сообщество, институт и т. д.) так или иначе размещено в физической среде, локализовано и конфигурировано в пространстве, что роднит человека с растениями и животными. Поэтому при изучении человеческой социальной жизни могут быть применены некоторые принципы, разработанные в растительной и животной экологии, исследующей связь растительных и животных организмов со средой обитания. Уровень, на котором к человеческому сообществу применимы эти

²² Роберт (Эзра) Парк (1864–1944) известен как один из основателей разработки качественных методов в американской социологии. Его профессиональное становление во многом определили идеи Г. Спенсера и Ч. Кули. На их основании он предложил оригинальный подход к исследованию социальной системы, в границах которого, с одной стороны, учитывалась специфика объекта анализа, с другой – общество рассматривалось в качестве элемента единого экокомплекса. Экологический принцип явился источником значительного углубления возможностей качественного анализа в социологии и стал господствующим в Чикагском университете в 20-е гг.

²³ Экология (от греч. *οἶκος* – жилище, убежище) – объектом экологических дисциплин стало рассмотрение животных, растительных и человеческих сообществ в природной среде обитания. Начало экологического мышления восходит к идеям Аристотеля и Теофаста, которые еще в древности подчеркивали мысль о единстве развития органических сообществ со средой обитания. Современная наука связывает термин «экология» с именем Э. Геккеля, который в 1878 г. представил экологию как «новую естественную историю».

общие экологические принципы, определяется как *биотический*. Опишите этот уровень и подчеркните, что он рассматривается в качестве биотического базиса для развития более сложных форм социальной жизни.

Далее опишите возвышающийся над ним *культурный уровень*. Покажите специфику и основную функцию этого образования. Рассматривая биотическое и культурное, подчеркните, что они тесно переплетены и взаимосвязаны, существуют всегда в единстве. Синтез этих двух аспектов социальной жизни проявляется в том, что главные их принципы (конкуренции и кооперации) соединяются в единый принцип *соревновательной кооперации*. Реально действующий человек выступает одновременно в обоих своих качествах – обособленного от других организма и тесно связанного с другими персонами. Он воплощает в своем поведении весь спектр возможных мотиваций – от биологических импульсов до сознательного самоограничения и срастания с усвоенной социальной ролью.

Как естественное образование, каждое социальное образование (общество, сообщество, институт) имеет свою *«естественную историю»*: историю постепенного формирования институциональной надстройки на постепенно развивающемся фундаменте территориально организованной популяции. Культура становится высшей ступенью в эволюции изначально биотического человеческого сообщества. Закрепляясь в институциональных формах и привычках людей, она все более ограничивает конкуренцию и трансформирует исходные (биологические) схемы человеческого поведения.

Подчеркните также, что в завершенном сообществе все социальные институты и процессы находятся под двойным влиянием: влиянием базисных биотических принципов и влиянием культурных ограничений. Назовите и кратко опишите базисные биотические принципы: господства, последовательности и серийности (цикличности). Влияние культурных ограничений выражается в том, что под воздействием культуры вышеназванные биотические принципы трансформируются и принимают все более сублимированные формы.

Четыре уровня организации общества [12, с. 504–508]

Переходя к следующему разделу, необходимо отметить, что Р. Парк не ограничился дихотомией биотического и культурного,

выделив в эволюции сообщества четыре стадии, каждая из которых конституирует свой особый порядок (или уровень) организации. Назовите их и опишите в иерархическом порядке.

Остановите внимание на том, что последовательное расположение этих четырех порядков отражает *естественную историю*, а не историю их поочередного становления. Каждая предшествующая стадия служит необходимым фундаментом для последующих. Однако все четыре вида развития (экологическое, экономическое, политическое и культурное) происходят одновременно. Каждое усложнение, на каком бы уровне оно не происходило, затрагивает все остальные уровни. При этом структуры и процессы нижестоящих уровней остаются опорой для структур и процессов, относящихся к высшим уровням.

Подчеркните также то, что переход от нижестоящих порядков к высшим связан с убыванием человеческой свободы, возрастанием социального контроля и существенной трансформацией такого важного социального процесса, как конкуренция. Поясните эти моменты.

В завершение раздела необходимо отметить, что, по Р. Парку, разные уровни организации сообщества должны изучаться отдельными науками: соответственно экологией, экономикой, политическими науками и культурной антропологией. Своеобразие Чикагской школы состоит в том, что ее представители сосредоточили внимание на исследовании социальных структур и процессов под экологическим углом зрения.

Город как объект исследования [12, с. 408–513]

Рассматривая эту проблему, заострите внимание на том, что город, в представлении Р. Парка и его соратников, был не просто *одним из* возможных объектов социологического интереса. Он был для них *«социальной лабораторией»*, в которой может быть досконально изучена природа человека и цивилизации. В городских исследованиях чикагских социологов нашла отражение их ориентация на изучение реально значимых социальных проблем, соединенная с уверенностью в том, что социология должна давать не прямые рецепты и рекомендации для практического решения этих проблем, а более глубокое и ясное понимание их внутренней сути. Р. Парк полагал, что *«социальные проблемы в своем основании – это проблемы города»*. Само появление горо-

да как особой формы социальной жизни оказалось источником серьезных социальных проблем. Опишите основные проблемы, возникшие в связи с появлением городов.

В соответствии с общим экологическим подходом Чикагской школы городское сообщество должно изучаться как «пространственная конфигурация и моральный порядок». В качестве общей схемы для изучения пространственной конфигурации была предложена в начале 20-х гг. *концентрическая модель*²⁴ городских зон.

Рассматривая проблему зонирования, обозначьте ряд важных замечаний относительно концентрической модели.

- Она относится не ко всем городам, а лишь к Чикаго и подобным ему городским сообществам, которые по мере своего роста территориально расширялись во всех направлениях.

- Для более подробного описания городского пространства использовалось понятие естественных ареалов, заимствованное из экологии. Естественными ареалами назывались относительно отграниченные от окружения и внутренне гомогенные районы, например районы компактного проживания эмигрантских этнических групп. В 1923–1924 гг. Э. Бёрджессом была разработана «Карта социальных исследований Чикаго», на основе которой было выделено 75 естественных ареалов и больше 3 тыс. еще более мелких локальных общин.

- Исследование территориальной структуры города было важным средством для последующего картографирования социальных проблем.

- Описание территориальной структуры города не было самоцелью. Оно было лишь средством для решения действительной теоретической задачи – описания и анализа процесса развития городских сообществ.

Необходимо также отметить, что в своих городских исследованиях чикагские социологи подчеркивали такие важные аспекты социальной жизни, как городская экспансия и доминирование города над сельской местностью (и, соответственно, городской западной цивилизации над сельскохозяйственными и сырье-

²⁴ Классическое описание этой модели содержится в статье Э. Бёрджесса «Рост города: введение в исследовательский проект» и воспроизводится в ряде статей Р. Парка.

выми перифериями). Они сделали важные шаги в анализе влияния городской формы поселения на образ жизни и человеческую личность. Кроме работ Р. Парка и Э. Бёрджесса, важное теоретическое значение в этом плане имела статья Л. Вирта «Урбанизм как образ жизни» [8], опубликованная в 1938 г. По мере возможности назовите основные характеристики урбанизма как образа жизни, выделенные Л. Виртом. Эти характеристики приводятся также в учебнике «История социологии» [12, с. 512–513].

В завершение обзора данного раздела напомните о склонности представителей Чикагской школы трактовать социологию города в широком смысле как социологию современного общества.

Концепция маргинальной личности [12, с. 513–517]

Еще одним важным вкладом Чикагской школы стал анализ феномена «*культурной маргинальности*», представленный в ряде статей Р. Парка, а также в исследовании У. Томаса «Неустроенная девушка» (1923) и монографии Э. Стоунквиста «Маргинальный человек» (1937). Базовые идеи относительно природы и причин культурной маргинальности принадлежат Р. Парку, который рассматривал это явление в контексте расовых, межнациональных и межэтнических конфликтов. Он, в свою очередь, опирался во многом на зиммелевскую трактовку «социальной дистанции» и «чужака» как социального типа.

Рассмотрев в целом феномен культурной маргинальности, необходимо подчеркнуть ряд моментов:

- естественной средой, в которой человек попадает в ситуацию культурной маргинальности и оказывается на пересечении разных культур, является город;
- следовательно, формирование особого маргинального типа личности можно рассматривать как один из продуктов урбанизации.

Обратите внимание на то, что маргинал – тот самый тип личности, который обеспечивает психологический фундамент секулярной и рациональной цивилизации: «*Маргинальный человек*, – подчеркивает Р. Парк, – *это всегда человек сравнительно более цивилизованный*». Попробуйте пояснить, почему это так.

Назовите еще один контекст, в который, по Р. Парку, необходимо поместить маргинального человека, – это развитие рыночной организации и расширение экономических связей далеко

за пределы локальных сообществ. Формирование маргинального человека неразрывно связано со становлением рыночного хозяйства. Именно на рыночной площади *«люди впервые приучаются, – подчеркивает Р. Парк, – к тонкостям коммерции и обмена и впервые познают необходимость холодной калькуляции, в том числе в человеческих отношениях, и индивидуальную свободу действовать исходя из интересов, а не чувств»* [6, с. 173].

Обобщая данный раздел, следует отметить, что предпринятый Р. Парком и его коллегами анализ маргинальности и маргинализации выходит за рамки частной проблематики. Он может быть поставлен в один ряд с такими достижениями классической социологии, как анализ западной рационализации у М. Вебера и анализ аномии Э. Дюркгейма.

Подводя итоги деятельности Чикагской школы, необходимо отметить следующие положения:

- для Чикагской школы наиболее значимым был социально-экологический подход к целостному социальному организму – обществу и его отдельным структурам, главным образом городам;
- анализ города и общества как системы осуществлялся социологами на двух уровнях – макросоциологическом (общество, город как организм) и микросоциологическом уровне (общество, город как взаимодействие);
- социологи из Чикагского университета глубоко разрабатывали методологию и особенно методику, обращая внимание не только на количественные, но и качественные методы исследования.

Все эти социологические завоевания стали достоянием мировой социологической мысли.

Значение Чикагской школы и в американской, и в мировой социологии состоит еще и в том, что она ориентировала науку, а через нее – и общество на социально-политические реформы, осуществление которых может быть наиболее эффективным на основе разработанных учеными социальных технологий. Благодаря исследованиям представителей Чикагской школы авторитет социологической науки заметно вырос.

Характеризуя значение Чикагской школы, нельзя не отметить ее значительный вклад в организацию профессионального социологического образования по совершенно новому образцу. Представители школы, в первую очередь ее лидеры Р. Парк и Э. Бёрджесс, а до них У. Томас сумели органически соединить

подготовку и проведение конкретных эмпирических исследований с учебным процессом, в котором как его равноправные субъекты участвовали преподаватели и студенты. Теоретическое обучение осуществлялось, по существу, в ходе проведения эмпирического исследования. Рождался новый тип профессионального университетского социологического образования.

Источники (основные)

1. *Бёрджесс Э. У.* Рост города: введение в исследовательский проект // Социальные и гуманитарные науки. Сер. 11, Социология. – 2000. – № 4. – С. 122–136 (есть электронная версия в Хрестоматии).
2. *Маккензи Р.* Экологический подход к изучению человеческого сообщества // Социальные и гуманитарные науки. Сер. 11, Социология. – 2000. – № 4. – С. 136–152.
3. *Маккензи Р.* Понятие господства и организация мира // Личность. Культура. Общество. – 2000. – Т. 3, вып. 3 (9). – С. 79–95.
4. *Парк Р. Э.* Экология человека // Теоретическая социология / под ред. С. П. Баньковской. – М., 2002. – Ч. 1. – С. 374–390.
5. *Парк Р. Э.* Конкуренция. Конфликт. Аккомодация. Ассимиляция // Там же. – С. 390–421.
6. *Парк Р. Э.* Городское сообщество как пространственная конфигурация и моральный порядок // Социальные и гуманитарные науки. Сер. 11, Социология. – 2000. – № 3. – С. 136–150 (есть электронная версия в Хрестоматии).
7. *Парк Р. Э.* Культурный конфликт и маргинальный человек // Социальные и гуманитарные науки. Сер. 11, Социология. 1997. – № 2. – С. 172–175 (есть электронная версия в Хрестоматии).

Источники (дополнительные)

8. *Вирт Л.* Урбанизм как образ жизни // Социальные и гуманитарные науки. Сер. 11, Социология. – 1997. – № 3. – С. 169–196.
9. *Зорбо Х. У.* Золотой Берег и трущобы (избранные главы) // Социальные и гуманитарные науки. Сер. 11, Социология. – 2004. – № 3. – С. 115–154; 2004. – № 4. – С. 140–175 (есть электронная версия в Хрестоматии).
10. *Парк Р. Э.* Физика и общество // Социальные и гуманитарные науки. Сер. 11, Социология. – 1997. – № 4. – С. 135–157 (есть электронная версия в Хрестоматии).
11. *Парк Р. Э.* Человеческая миграция и маргинальный человек // Социальные и гуманитарные науки. Сер. 11, Социология. – 1998. – № 3. – С. 167–176 (есть электронная версия в Хрестоматии).

Основная литература

12. История социологии : в 3 кн. : учебник / под ред. В. И. Добренькова. – Кн. 1 : История социологии (XIX – первая половина XX вв.). – М. : ИНФРА-М, 2004.
13. История социологии в Западной Европе и США : учебник для вузов / отв. ред. Г. В. Осипов. – М. : Издат. группа НОРМА-ИНФРА, 1999.

Дополнительная литература

14. *Баньковская С. П.* Роберт Парк; Эрнст Бёрджесс // Современная американская социология / под ред. В. И. Добренькова. – М., 1994. – С. 3–32.
15. *Баразгова Е. С.* Американская социология (Традиции и современность) : курс лекций / Е. С. Баразгова. – Екатеринбург : Деловая книга, Бишкек : Одиссей, 1997.
16. *Зборовский Г. Е.* История социологии : учебник / Г. Е. Зборовский. – М. : Гардарики, 2004.
17. История теоретической социологии. В 4 т. / отв. ред. и сост. Ю. Н. Давыдов. – М. : Канон, 1998. – Т. 3.
18. Классики теоретической социологии XX века. Рабочая тетрадь. – М., 2000.
19. *Козер Л.* Мастера социологической мысли / Л. Козер. – М., 2006. – С. 69–134.

Современная социологическая теория: основные школы (Европа, США)

Рекомендуем придерживаться следующей логики ответа:

Общая характеристика социологической теории конца XX столетия

Кризис в социологическом сознании и поиск путей выхода из него

Начинать свой ответ можно с констатации *кризисного* состояния современной социологической мысли. Социология оказалась не в силах удовлетворительно объяснить возникшие изменения в мире и спрогнозировать новые социальные процессы с помощью классических теорий XIX в. и неклассических концепций XX в. Имеется в виду неспособность вовремя предвидеть радикальные преобразования в мировом социальном пространстве, связанные с крахом коммунистических иллюзий, развалом мировой системы социализма и СССР.

В 80–90-е годы прошлого столетия возник целый ряд новых социологических теорий. Они еще не вышли на уровень парадигм, но оказались настолько своеобразными, что позволили го-

ворить о появлении так называемой «*постнеклассической*» социологии. Одни авторы рассматривают возникновение данных концепций как стремление преодолеть кризис теоретической социологии. Другие характеризуют появившиеся теории как сам кризис в социологии, поскольку они оказались в такой же социальной роли, что и классические, и неклассические концепции прошлого.

Лишь в одном сегодня никто не сомневается – в наличии кризисного социологического сознания и стремлении его преодолеть. Один из предлагавшихся путей заключался в обновлении уже сложившихся в социологии парадигм. Так появились *неоструктурализм, неофункционализм, неозволюционизм, неомарксизм* во втором поколении. При этом приставка «*нео*» не означала радикальных перестроек в социологическом сознании.

Другой путь состоял в пересмотре позиций социологов с помощью концепций, начинавшихся с приставки «*пост*». Громко заявили о себе «*постмарксизм*», «*постструктурализм*», «*постпозитивизм*», «*постмодернизм*» и т. д. Однако и в этом случае существенных изменений в социологическом сознании не произошло.

Третий путь виделся в поиске различных возможностей интеграции и объединения парадигм и теорий. Этот пересмотр позиций далекого и не очень далекого прошлого тоже нашел свое отражение в целом ряде социологических движений.

Четвертый путь – создание отдельных теорий, нацеленных на новое видение роли и перспектив социологии, рассматривающих в качестве своего предмета какие-либо значительные социальные образования. Можно отметить *теорию структуризации* Э. Гидденса, *теорию социального поля* (социального пространства) П. Бурдьё, *теорию социальных изменений* П. Штомпки и др. Все эти, как и другие новые и новейшие концепции, так или иначе, испытали на себе влияние постмодернистских идей.

Прежде чем перейти к рассмотрению какой-либо теории, остановите внимание на ряде теоретических построений, которые можно условно поместить между концепциями модернизма и постмодернизма. Прежде всего, тех, что отражали динамизм мирового развития, ставили диагноз эпохе, причем в глобальном масштабе.

Теории мирового развития 80-х гг.

В XX в. динамизм мирового развития определялся сдвигами и переходами от индустриального общества к другим состояниям, получившим название «постиндустриального» и «информационного», теоретический анализ которых был популярен в 80-х гг.

Постиндустриальное общество отличается от индустриального новыми, более высокими технологиями, повышающими и уровень производительность труда, и степень развития производства. Отсюда – другие жизненные стандарты, связанные с более высоким уровнем потребления, новым стилем и образом жизни, комфортом и досугом.

Базовыми принципами информационного общества выступают создание, потребление и распространение информации, ставшие главной формой деятельности значительной части населения данного общества. Его основной фигурой называется человек информирующий, информирующийся и образующийся. Образовательная и самообразовательная деятельность превращается в доминанту образа жизни человека, тем самым создаются предпосылки к созданию цивилизации образования.

Взгляды на движения и процессы, происходящие в теоретической социологии

Можно отметить, что относительно тенденций развития современной социологической мысли представляет интерес точка зрения одного из ведущих отечественных социологов В. А. Ядова. Он полагает, что происходит переосмысление масштабов социального пространства в направлении его *глобализации*. Другим важным поворотом называется перенос центра внимания с изучения социальных *структур* на социальные *процессы*²⁵. Само общество «представляется уже не столько в качестве объекта (группы, организации и т. д.), но как своего рода “поле возможностей” социальных субъектов для проявления их деятельной активности. Ключевой единицей анализа становится то, что можно назвать “событием”, действием социальных агентов. Последствия этих действий жестко не заданы, многовариантны» [16]. При этом постмодернистская доктрина, как подчерки-

²⁵ Следует подчеркнуть, что в науке в целом произошла переориентация с исследований субстанций и структур на исследования процессов. Современная наука – это, в большой степени, наука о процессах.

вает В. А. Ядов, превращается в некое самостоятельное теоретико-идеологическое образование, оказывающее значительное воздействие на развитие уже имеющихся социологических теорий и появление новых.

Постмодернизм в социологии

Постмодернизм рассматривается как теоретическая инновация, которая характеризует будущее общество: либо пришедшее (приходящее) на смену современному обществу, либо готовящееся к этой смене. Считается, что идут процессы складывания нового мирового сообщества и нового сознания. В основе этого сообщества – рыночная экономика, либерально-демократические институты, культура с оттенком коммерциализации и др. Базирующаяся на них новая цивилизация стремительно расширяет свои границы. Это – глобальный процесс, ускорившийся после крушения общественного строя в СССР и странах социалистической системы. Благодаря этому и другим процессам (например, создание ЕЭС) рушатся всяческие границы, в классическом смысле слова государственность теряет свое значение, все национально-специфическое становится иллюзорным. Такого рода социальные изменения только начинаются, и они являются предпосылкой становления общества постмодерна.

В связи с объединительными тенденциями (к примеру, создание единой Европы) отдельные государства уступают место новым структурам. Их особенностью является высокий уровень стабильности и жизни. Для таких стран необходимо новое сознание, являющееся результатом полного отказа от прошлого, потому что в новой глобальной системе – постмодернистском обществе – не действуют старые категории. В глобальной цивилизации не будет гипертрофированного материального потребления, поскольку в наиболее развитых странах рубеж насыщения в этом отношении уже достигнут.

В концептуальных построениях постмодернистов речь идет о признании разнообразия векторов развития обществ и культур, об отказе от европоцентристской схемы, «предписывающей» некую общую для всех стран траекторию развития. В отличие от модернизма, опирающегося на идею прогресса, имеющего определенный вектор движения, в постмодернизме утверждается принцип неопределенности направления социального развития.

Идея социального прогресса полностью не отрицается, а сочетается с тезисом о наличии поливариантности его путей. На самом деле ставятся под сомнение ответы на вопросы о том, что такое общественный прогресс, и являются ли векторы, избранные различными странами для собственного развития, путями его достижения.

В социологии идут дискуссии о содержании постмодернизма и о реальных возможностях реализации постмодернистских проектов. Это можно объяснить тем, что концепции постмодернистов достаточно аморфны, нет четкости в границах и очертаниях их теоретических построений. Надо принимать во внимание также то, что в конце XX в. положение в мире видоизменялось быстро и динамично, что, в свою очередь, не могло не сказаться на содержании и направленности проекта постмодерна.

Можно также отметить, что критика постмодернизма ведется с позиций неомодернизма. К ней можно отнести Ю. Хабермаса, Э. Гидденса, А. Турена и др. Они полагают, что разговор о постмодерне является преждевременным, так как общество модернистского типа далеко не реализовало свой потенциал. По мнению Э. Гидденса, характерной особенностью этого потенциала является необыкновенный динамизм, который позволяет рассматривать поздний модернизм (рубеж XX–XXI вв.) как мир *«отказавших тормозов»*. Он характеризует его и как *«общество риска»*²⁶ (в сознании людей понятие риска приходит на смену понятию судьбы). Рассматривая современное общество, он называет его *«радикальным модерном»*, где общественное сознание приобретает фрагментарность, нарастает процесс рефлексивности индивидуальных и коллективных акторов.

В отличие от Ю. Хабермаса и Э. Гидденса, польско-американский социолог З. Бауман, придерживаясь постмодернистской стратегии развития общества, основанной на идее его де-

²⁶ Риск – возникновение ситуации с неопределенностью, основанной на дихотомии реальной действительности и возможности как вероятности наступления объективно неблагоприятного последствия для социальных акторов (индивидуальных или коллективных), так и вероятности обретения выгод и благ. Все это субъективно воспринимается акторами в контексте определенных ценностных координат, на основании которых и осуществляется выбор альтернативных действий.

композиции²⁷ и «исчезновения социального»²⁸, принимает тезис о завершении модерна, что не вызывает у него большого оптимизма. По мнению З. Баумана, *«мы живем во времена не столько прогресса, сколько риска...»* [1, с. 75].

Обратите внимание и на попытки некоторых (прежде всего американских) социологов, рассматривающих проблему перехода к обществу постмодерна, считать его наиболее целесообразной моделью современного и будущего американского общества. При этом необходимо отметить, что сама концепция постмодернизма не допускает выпячивания какого-то конкретного общества, какой-то одной страны. Глобальная цивилизация постмодерна представляется как некий сплав всего лучшего, что накопило человечество, включая опыт наиболее развитых стран. Необходимо также отметить, что в более поздних работах появилась еще одна важная характеристика общества постмодерна – глобализация.

²⁷ Имеется в виду идея *гиперреальности*, разрабатываемая Ж. Бодрийяром в работе *«Симулякры и симуляции»*. Термин *«симулякр»* (фр. simulacres, от simulation – симуляция) введен в оборот постмодернизма Ж. Батаем. Под *симулякрами* Ж. Бодрийяр понимает знаки или образы, *отрывающиеся по смыслу от конкретных объектов, явлений, событий*, к которым они изначально относились, и тем самым выступающие как *подделки, уродливые мутанты, фальсифицированные копии*, не соответствующие оригиналу.

Своими корнями данный термин уходит в понятие, введенное еще Платоном, – «копия копий», обозначающее, что многократное копирование образца в итоге приводит к утрате идентичности образа. В этой связи симулякры выступают как знаки, приобретающие автономный смысл и вообще не соотносящиеся с реальностью. Тем не менее, симулякры могут и широко используются в коммуникативных процессах современного общества. Они ассоциируются людьми с конкретными объектами, явлениями, событиями. Другими словами, посредством *замены реальности знаками реального* происходит утверждение *иллюзии* реальности.

Как считает Ж. Бодрийяр, современное общество основано на симулякрах: Диснейленд более привлекателен, чем естественная природа; модная вещь лучше той, которая прекрасно функционирует; порнофильмы сменяют сексуальность, мыльные оперы – любовь и т. д.

²⁸ Речь идет о концепции природы социального, изложенной в книге Ж. Бодрийяра *«В тени молчаливого большинства, или конец социального»* (1982). По мнению Ж. Бодрийяра, *«конец социального»* означает, что социальное растворяется, разжижается в массе. Такие социальные реалии, как класс или этнос, просто растворяются при создании огромной, недифференцированной массы, которая мыслится им как *статистическая категория*, а не социальная общность. В таком понимании социальное отмирает – люди перестают различаться по социальному происхождению или положению. Основой их дифференциации становятся потребляемые ими знаки.

Социологическая концепция глобализации

Во второй половине 1990-х гг. на смену концепции постмодернизма пришла логически вытекающая из нее концепция глобализации. Глобализация выступает как современный этап развития человечества конца XIX – начала XX столетия. Поэтому она стала объектом пристального внимания социологов²⁹.

Процесс глобализации являет собой создание единой и взаимосвязанной системы в области экономики, политики, культуры, массовых коммуникаций. Существенным моментом становится возрастающее воздействие различных факторов международного значения на социальную действительность во всем мире: это усиливающаяся опасность мирового терроризма, ядерной войны, религиозного фундаментализма, уничтожения природной среды, эпидемиологических заболеваний и т. д.

Одной из первых попыток был анализ экономической глобализации, рассматриваемой как процесс интеграции экономической деятельности во всемирном масштабе, главную роль в котором играют транснациональные корпорации. Появилось даже понятие глобального капиталиста как общей совокупности ролей, учреждений и структур, выполняющих функции капитала и внутри данного общества, и во всемирном масштабе.

На первых порах глобализацию рассматривали как следствие влияния Запада, а посттрадиционное общество характеризовали как первое глобальное общество. Сегодня очевидно, что глобализацию следует понимать как плюралистический процесс, а не только как вестернизацию³⁰.

Идею плюрализма отстаивает Р. Робертсон. Он считает, что глобализация должна рассматриваться как следствие многостороннего взаимодействия западных стран со всем остальным миром. Э. Гидденс трактует глобализацию как интенсификацию социальных отношений всемирного характера, которые связывают находящиеся на удалении друг от друга локальные контексты

²⁹ Если же учесть, что в мире возникли не только теории глобализации, но и реальные протестные антиглобалистские движения, объединяющие представителей десятков стран, то становится понятной необходимость разобраться в содержании реальных процессов и теориях их интерпретирующих.

³⁰ Такой подход проиступает в концепции мир-системного анализа И. Валлерстайна. В начальном ее варианте имело место утверждение о глобальном превосходстве США – единственной сверхдержавы после разрушения Советского Союза.

жизни так, что процессы и события, происходящие в одном месте, обуславливают процессы и события, происходящие далеко от них, и, наоборот, сами обуславливаются ими.

Глобализация характеризуется английским социологом как естественное продолжение модерна в новых социально-политических и экономических условиях 1990-х гг. – условиях позднего модерна. При этом он говорит о пяти основных чертах глобализации:

- глобальная взаимосвязь экономических процессов, где существенную роль играют транснациональные корпорации;
- появление новой системы международных отношений;
- складывание нового мирового военного порядка – с учетом того обстоятельства, что современное вооружение и военная сила приобретают глобальный характер, превращая локальные вооруженные конфликты во всеобщие;
- дифференциация и разделение труда между различными странами и частями планеты;
- «культурная глобализация» (бурное развитие технологий коммуникации, глобальный трансфер культурных ценностей, реальных достижений в области культуры, вкусов), ставшая одной из наиболее значимых и обсуждаемых.

Далее целесообразно остановить хотя бы краткое внимание на ряде важных, на ваш взгляд, положений теоретических конструкций, появившихся в 1980–1990-х гг. В качестве рекомендации может быть предложена теория структуризации Энтони Гидденса либо теория социального пространства Пьера Бурдьё.

Теория структуризации Э. Гидденса

После общей характеристики творчества английского социолога переходите к анализу его теории.

*Основные положения и понятия теории структуризации*³¹

Суть интегративного подхода Энтони Гидденса (род. в 1938 г.) – в стремлении разработать теорию общества через всестороннее

³¹ Структуризация – теория, предложенная Э. Гидденсом, который предпринял попытку объединения структурного и социального действия подходов. Он обосновал постулат о том, что ни структура, ни действие не могут существовать независимо друг от друга: социальные действия создают структуры, только через них осуществляется воспроизводство структур.

социологическое осмысление взаимоотношений между социальными системами и социальным действием. В своей концепции он объединил множество импульсов, полученных от философии М. Хайдеггера и психоанализа, А. Гофмана и А. Шюца, Т. Парсонса, Ю. Хабермаса, М. Фуко и ряда др. Его концепция науки отмечена влиянием философии практики К. Маркса и герменевтики. Как и П. Бурдьё, Э. Гидденс отказывается от разделения концепции науки на герменевтическую и «объективистскую» традиции и пытается преодолеть этот раскол. При этом он выступает не только против субъективистской или объективистской концепции, но и против разделения социологического анализа на микро- и макроуровни.

Теория структуризации призвана, по мысли Э. Гидденса, преодолеть разногласия, существующие между структурным функционализмом и различными формами интерпретативной социологии. Если в первом случае приоритет в объяснении общества и человеческого поведения отдан трактовке понятия структуры и при этом наблюдается склонность к объективизму, то интерпретативные концепции обнаруживают заметное стремление к преимущественному анализу действий и значений, подчеркивая при этом доминанту субъективного.

Предметом социальных наук, по Э. Гидденсу, является *анализ социальных практик, упорядоченных в пространстве и времени*. Теория структуризации базируется на следующем положении. Поскольку социальная деятельность оказывается повторяющейся и постоянно воспроизводится социальными агентами³² (действующими субъектами, акторами), постольку сами практики становятся преемственными, что и предполагает их рефлексивность³³.

Одним из центральных понятий этой теории является категория *агента* (социального агента). Она описывается через стратификационную модель и включает в себя три уровня действия:

- мотивация;

³² Агент (актор) – активно действующий индивид, способный влиять на социальные реалии, преобразовывая их (в противоположность социальному субъекту, полностью находящемуся под влиянием социальной структуры, которая управляет его поведением).

³³ Рефлексивная структура – структура, способная, по Э. Гидденсу, к самотворению.

- рационализация;
- рефлексивный мониторинг.

Уровень мотивации рассматривается социологом как потенциал действия, как те желания (осознанные и неосознанные), которые побуждают агента к действию. *Рационализация действия* – это способность индивида рутинно и без особой суеты поддерживать понимание оснований своей деятельности. Другими словами, – компетентность в поведении агентов, которые в состоянии объяснить, что они делают, и понимать то, что делают другие. *Рефлексивный мониторинг* действия характеризуется Э. Гидденсом как непрерывное отслеживание индивидом своих действий, действий других людей, а также существующих и складывающихся условий действия.

Эта трехуровневая модель социального агента показывает процессуальный характер самого действия и его структуры. Следует подчеркнуть, что теория структурирования представляет собой концептуальную схему, позволяющую, по мнению английского социолога, понять, каким образом социальные агенты в одно и то же время являются и создателями социальных систем, и созданиями этих систем.

Структурирование – это процесс воспроизводства социальных систем, понимаемых как совокупность социальных практик³⁴. Исследовать процесс структурирования социальной системы – значит выявить способы, которыми эта система организуется и воспроизводится через взаимодействия агентов и групп посредством применения соответствующих правил и средств. Структурирование есть процесс оформления социальных систем, соответственно, есть и процесс оформления общества.

Сам термин «структурирование» направлен на выявление потенциала понятия «структуры» как *динамической* категории (в отличие от традиционной статистической ее трактовки). Структура в этом случае выступает как образец социальных отношений, существующих в данном времени и в данном пространстве.

С учетом такого подхода к структуре Э. Гидденс рассматривает структурные качества как иерархически организованные, в терминах пространственно-временной протяженности практик,

³⁴ В теории структурирования социальные действия агентов, их совокупность рассматриваются в качестве *социальной практики*.

которые они периодически организуют. Отсюда и новое осмысление социальных институтов. В этой связи социолог пишет: *«Наиболее глубокие структурные качества, присутствующие в воспроизводстве социетальных тотальностей, я называю структурными принципами. Практики, имеющие наибольшую пространственно-временную протяженность в рамках таких тотальностей, можно называть институтами»* [15, с. 54].

Новое понимание структуры понадобилось Э. Гидденсу для того, чтобы преодолеть ее ортодоксальное социологическое употребление. Но при этом он не настаивает на отказе от традиционных трактовок данного термина, поскольку без них могут быть утеряны некие общие институциональные черты общества.

Дуальность структуры

В теории структуризации одним из ключевых положений является положение о *дуальности* структуры как взаимосвязи структуры и действия. В упрощенной форме эта дуальность может быть выражена так: действие структурно (структурировано), структура «действена». Э. Гидденс считает, что *«строение агентов и структур нельзя представлять как два независимо заданных ряда явлений, т. е. как дуализм. Это дуальность»* [15, с. 54].

Социолог противопоставляет понятия «дуальность» и «дуализм». Вместо «дуализма», предполагающего параллельность и даже оппозицию существования социального и индивидуального, он вводит понятие «дуальности» как их взаимосвязи. Вместо дуализма «общество – индивид» появляется дуальность «структура – агентность». Она предполагает, что структура реализует себя через социальные действия агентов, сами же действия имеют социально-структурированный характер.

Завершая описание теории структуризации, необходимо отметить, что автор этой концепции стремится доказать *активное* начало как *структуры*, так и *действия*. Структура может влиять на человеческое поведение благодаря знанию агентами *правил* и умению использовать *ресурсы*.

К правилам относятся те процедуры, которым люди должны следовать в жизни, благодаря чему они участвуют в повседневных социальных практиках. Как и правила, ресурсы возникают также в ходе деятельности людей. *«Это средства, с помощью*

которых исполняется власть, рутинная составляющая осуществления поведения в социальном воспроизводстве» [15, с. 52].

Э. Гидденс различает две категории ресурсов – аллокативные и авторитарные. *Аллокативные ресурсы* – это средства, обеспечивающие господство индивида над материальными объектами. Сюда можно отнести средства производства, сырье, произведенные товары. *Авторитарные ресурсы* означают средства, обеспечивающие индивидам управление деятельностью других. К ним можно отнести нематериальные ресурсы: организацию отношений между людьми, жизненные шансы людей, способность одних доминировать над другими и т. д. И аллокативные, и авторитарные ресурсы становятся реальными структурами только тогда, когда воспроизводятся в процессе взаимодействия между людьми. Сами по себе эти ресурсы структурами не являются.

С другой стороны, необходимо отметить также то, что теория структуризации стремится ответить на вопрос – как возможно существование общества, организованной общественной жизни. Выясняется, что основание социального порядка находится в повторяющемся характере социальной деятельности, ее связи с регулярными социальными практиками на базе взаимодействия структуры и действия.

Теория социального пространства Пьера Бурдьё

После того, как вы кратко охарактеризуете творчество П. Бурдьё, можно подчеркнуть, что, в отличие от Э. Гидденса, который в своей объединительной концепции шел от субъекта действия к социальной структуре, его французский коллега осуществлял путь теоретического синтеза в противоположном направлении – от социальной структуры к активному субъекту действия (агенту). После этого приступайте к раскрытию концептуальных положений социологических построений П. Бурдьё. Подчеркните, что в качестве исходной точки вы выбрали теорию социального пространства, тесно связанную с другими его теориями – социального поля, габитуса, практики, капитала.

Основные положения теории социального пространства

Понятие социального пространства является, по П. Бурдьё, одним из ключевых в социологической науке, которая выступает

в его трактовке как социальная топология. В самом общем виде социальное пространство у него *«представляет собой совокупность агентов, наделенных различными и систематически взаимосвязанными свойствами: те, кто пьет шампанское, противопоставляются тем, кто пьет виски, но они противопоставляются также, другим образом, тем, кто пьет красное вино; однако у тех, кто пьет шампанское, больше возможностей иметь старинную мебель, заниматься гольфом, верховой ездой, ходить в театры и т. д., чем у тех, кто пьет виски, и бесконечно больше, чем у тех, кто пьет красное вино. Такие свойства, когда они воспринимаются агентами, наделенными соответствующими категориями перцепции, способными видеть, что игра в гольф “изображает” традиционную крупную буржуазию, функционируют в самой действительности социальной жизни как знаки... Иначе говоря, через распределение свойств социальный мир объективно представляется как символическая система, пространство стилей жизни и группы по статусу, характеризующиеся различными стилями жизни»* [2, с. 195–196].

Вместе с тем социальное пространство – это связи и взаимодействия, которые устанавливаются между людьми (агентами) и социальными группами. По мнению П. Бурдьё, *«социальное пространство сконструировано так, что агенты, занимающие сходные или соседние позиции, находятся в сходных условиях. Подчиняются сходным обусловленностям и имеют все шансы обладать сходными диспозициями и интересами, а, следовательно, производить сходные практики»* [2, с. 188–189].

Категория социального пространства, как и другие социологические понятия, которые использует П. Бурдьё, не является его изобретением. Новое, что он привносит, – соотнесенность социального, физического и географического пространств. Они тесно переплетены, но различаются между собой. *«То пространство, в котором мы обитаем и которое мы познаем, – пишет он, – является социально обозначенным и сконструированным. Физическое пространство не может мыслиться в таком своем качестве иначе, чем через абстракцию (физическая география), т. е. игнорируя решительным образом все, чему оно обязано, являясь обитаемым и присвоенным. Иначе говоря, физическое пространство есть социальная конструкция и проекция социального пространства, социальная структура в объективированном состоянии...»* [15, с. 39–40].

Для французского социолога социальное пространство выступает изначально как абстрактное пространство. Конкретным оно становится тогда, когда конструируется *ансамблем* подпространств или *полей*. Социальное поле – это логически мыслимая конструкция, своего рода среда, сфера жизнедеятельности, в которой осуществляются социальные отношения. Но вместе с тем социальное поле – это реальные социальные, экономические, политические и другие институты, например, государство или политические партии.

Концепция поля

Вводя понятие поля, социолог делает акцент на том, что его интересуют не институциональные структуры сами по себе, а *объективные связи между различными позициями, интересами задействованных в них людей, их вступление в противоборство или сотрудничество друг с другом за овладение специфическими выгодами поля*. Выгоды поля могут быть самые разные – обладание властью, экономическими или интеллектуальными ресурсами, занятие определенных статусных и доминирующих позиций и т. д.

Все социальное пространство *неравномерно* распределено во времени и пространстве и состоит из нескольких полей – поля политики, поля экономики, поля религии, научного поля, поля культуры и т. д. Естественно, что то или иное социальное поле не может существовать без *адекватной полю* практики³⁵ *агентов*: в политическое поле попадают не все, а лишь те индивиды, которые так или иначе имеют отношение к политике; в религиозное – верующие люди и т. д.

³⁵ Практики (социальные практики), по П. Бурдьё, – сложившиеся в жизни людей общепринятые формы деятельности. Понятие практики, как и многие употребляемые французским социологом категории, имеет несколько аспектов и значений. Конечно, практики – это содержание и результат деятельности агентов. При этом имеются в виду и сами социальные действия, и коммуникации, возникающие между агентами в связи с этими действиями, и социальные формы, «творимые» практиками. Но не только. Практики, как часто подчеркивал П. Бурдьё, – это осуществление социальных структур. Последние являются главными причинами практик. Таким образом, практики реализуют своеобразное двойное структурирование социальной действительности: вначале как источник габитуса, через него – системы представлений, затем – будучи его результатом – самой структуры реальных отношений.

Вводя понятие агента в противоположность субъекту, П. Бурдые дистанцируется от традиционного структурализма, согласно которому социальная структура полностью детерминирует и социальный статус человека, и его поведение. Агенты же предрасположены к собственной активности. Чтобы поле функционировало, необходимо не просто отношение агентов к полю, их формальная активность. Требуется еще предрасположенность агентов действовать по их правилам, наличие у них определенного *габитуса*³⁶, включающего в себя *знание правил поля, готовность их признавать* и адекватно действовать, более того – осуществлять *социальную импровизацию*.

Поле всегда предстает перед агентом уже *существующим*, заданным, а конкретно индивидуальная практика может лишь *воспроизводить и преобразовывать поле*. Например, конкретные люди, готовые и могущие заниматься предпринимательством, входят в экономическое поле. Их предпринимательские действия инновационного толка в данном экономическом поле одновременно и воспроизводят, и в определенной степени *трансформируют* поле. Трансформированное поле, со своей стороны, предоставляет новые возможности и *средства* для инновационной экономической практики агентов, одновременно придавая их поведению нормативную заданность. Далее процесс повторяется вновь и вновь.

Капитал и его виды

Предрасположенность агента к тому или иному действию во многом зависит от *средств*, которыми он располагает. Чтобы

³⁶ П. Бурдые именует «габитусом» систему органических или ментальных диспозиций и неосознаваемых схем мышления, восприятия и действия. Габитус – совокупность черт, которые приобретает индивид, диспозиции, которыми он располагает. Другими словами, – свойства, результирующие присвоение некоторых знаний, некоторого опыта. «Габитус есть одновременно система схем производства практик и система схем восприятия и оценивания практик. В обоих случаях эти операции выражают социальную позицию, в которой он был сформирован. Вследствие этого габитус производит практики и представления, поддающиеся классификации и объективно дифференцированные, но они воспринимаются непосредственно, как таковые только теми агентами, которые владеют кодом, схемами классификации, необходимыми для понимания их социального смысла» (Бурдые П. Социальное пространство и символическая власть // Начала. М., 1994. С. 193–194).

обозначить средства, с помощью которых агенты могут удовлетворять свои интересы, П. Бурдые вводит понятие *капитала*. Этот термин можно рассматривать как эквивалент понятию *ресурсы*, что использует Э. Гидденс.

Капиталы выступают как «*структуры господства*», позволяющие индивидам достигать свои цели. Чем больше объем капиталов, чем более они *разнообразны*, тем легче их владельцам достигать те или иные цели. В работе «*Социальное пространство и генезис “классов”*» П. Бурдые выделяет экономический, культурный, социальный и символический капитал [3, с. 57].

Экономический капитал представляет собой самые различные экономические ресурсы, которые могут быть задействованы агентом – деньги, разнообразные товары и т. д.

Культурный капитал включает в себя ресурсы, имеющие культурную природу. Это образование, авторитет учебного заведения, который окончил индивид, востребованность его аттестатов и дипломов на рынке труда. Составляющей культурного капитала является и собственно культурный уровень самого индивида.

Социальный капитал – средства, связанные с принадлежностью индивида к конкретной социальной группе. Принадлежность к высшему классу, например, дает индивиду больше властных возможностей и жизненных шансов.

Символический капитал – это то, что обычно называют именем, престижем, репутацией. Человек, узнаваемый на экране, обладает большими ресурсами, чтобы добиться своих целей, чем те индивиды, которые популярностью не обладают.

Практически все капиталы обладают способностью конвертироваться друг в друга. Например, обладая символическим капиталом, можно подниматься вверх по социальной лестнице, обретая тем самым и социальный капитал. Экономический капитал прекрасно конвертируется в политический – представители бизнеса имеют возможность либо прямо, либо опосредованно добиваться принятия необходимых политических решений. Только культурный капитал имеет относительную самостоятельность. Даже имея большой объем экономического капитала, не так-то просто обрести культурный капитал. При этом надо иметь в виду примечание П. Бурдые, что «*капитал не существует и не функционирует, кроме как в отношении к определенному полю*».

Капиталы дают агентам власть над теми, у кого их меньше или у кого их вовсе нет. Вполне понятно, что характер действий у индивидов, обладающих бóльшим объемом капитала, будет иной по сравнению с теми, у кого капитала меньше. Объем и структуру капиталов не так уж сложно вычислить эмпирически. Этот факт придает теории П. Бурдьё практическую направленность.

Суть методологической стратегии, предложенной французским социологом, сводится к следующему: < **(габитус) x (капитал)** > + **поле** = **социальные практики**. Если мы имеем эмпирические данные о габитусе агента, объемах и структуре его капиталов, мы можем получить желаемое знание о характере его социальных практик, способностях конструировать те или иные структуры.

В завершение вашего ответа можно подчеркнуть, что французский социолог участвовал во многих социологических исследованиях, являя тем самым пример ученого, для которого теория и практика не отделены друг от друга непреодолимой стеной.

Источники

1. *Бауман З.* Спор о постмодернизме // Социол. журн. – 1994. – № 4.
2. *Бурдьё П.* Начала / П. Бурдьё ; пер. с фр. Н. А. Шматко. – М. : Socio-Logos, 1994.
3. *Бурдьё П.* Социология политики / П. Бурдьё. – М. : Socio-Logos, 1993.
4. *Штомпка П.* Социология социальных изменений / П. Штомпка. – М., 1998.

Основная литература

5. Социология: история и современность / Ю. Г. Волков, М. А. Гулиев, В. Н. Нечипуренко, С. И. Самыгин. – Изд. 2-е. – Ростов н/Д : Феникс, 2007.
6. *Зборовский Г. Е.* История социологии : учебник / Г. Е. Зборовский. – М. : Гардарики, 2004.

Дополнительная литература

7. *Александр Дж.* Социологическая теория после 1945 г. // Западная теоретическая социология 1980-х гг. – М., 1989.
8. *Громов И. А.* Западная теоретическая социология / И. А. Громов, А. Ю. Мнацакян, В. А. Семенов. – СПб., 1998.
9. *Ильин И.* Постмодернизм. От истоков до конца столетия. Эволюция научного мифа / И. Ильин. – М. : Интрада, 1998.
10. История теоретической социологии. В 4 т. / отв. ред. и сост. Ю. Н. Давыдов. – М. : Канон + ОИ «Реабилитация», 2002. – Т. 4.

11. *Кравченко С. А.* Социология: парадигмы через призму социологического воображения : учебник / С. А. Кравченко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Экзамен, 2007.
12. *Козловски П.* Культура постмодерна / П. Козловски. – М. : Республика, 1997.
13. *Ритцер Дж.* Современные социологические теории / Дж. Ритцер. – 5-е изд. – СПб. : Питер, 2002.
14. Современная западная социология: классические традиции и поиски новой парадигмы. – М., 1990.
15. Современная социальная теория: Бурдьё, Гидденс, Хабермас. – Новосибирск : Изд-во Новосиб. ун-та, 1995.
16. *Ядов В. А.* Стратегия социологического исследования / В. А. Ядов. – М., 1998.

Социология в России

Ответ на данный вопрос предполагает обзор развития российской социологической мысли с 60-х гг. XIX в. до 1917 г. Может быть включен и российский период творчества П. Сорокина. По желанию отвечающего более подробно рассматриваются взгляды одного из русских социологов этого периода. Рекомендуется выбрать либо многофакторный подход к анализу общества М. М. Ковалевского, либо российский период П. Сорокина.

Исторические условия, определившие специфику становления социологической мысли в России

Социологию в России необходимо рассматривать в свете ее *постоянной вовлеченности в общественную практику*. Образ ученого – холодного и бесстрастного аналитика текущей социальной реальности – никогда не был популярен среди русских социологов.

Как и в мировой социологии, здесь наблюдается движение социальной мысли от философии к собственно социологической теории. В первой половине XIX в. российская мысль формируется как философия. К середине столетия на передний план выдвигаются социальные теории, где переплетаются социально-философские и социологические элементы. И только в начале XX в. появляются чисто социологические теории. Но и в последнем случае обнаруживается постоянное взаимодействие социальной философии и социологии.

Социология в России возникает во второй половине XIX в. после реформы 1861 г., провозгласившей отмену крепостного права и означавшей начало новой эпохи в развитии экономических, социальных, политических, духовных процессов. Как и на Западе, социология в России появляется в процессе перехода к *индустриальной* стадии социальной эволюции, реализуясь в качестве *потребности модернизируемого* общества в достаточно строгом социальном знании.

Однако модернизация в России осуществлялась *по запазды- вающему (догоняющему) варианту*, что и определило своеобразие социокультурного контекста. В пореформенной России причудливо переплелись социальные отношения и мотивационные структуры традиционного и индустриального общества. Потребности в новой трудовой этике соединялись с приверженностью большей части населения к патриархальным ценностям. Значительные преобразования в социальной структуре сочетались с весьма сильной тенденцией к маргинализации общества. К этому можно добавить давление отживающих политических структур и слабость гражданского общества, стремление активных социальных сил к радикализму правого или левого толка. Все это непосредственно предопределяло *проблематику и содержательную эволюцию* российской социологии, ее *футурологическую* направленность.

Социокультурный контекст вел к тому, что российские социологи явно или неявно сосредоточивались на проблеме необходимости и возможности, желательности или нежелательности капиталистической эволюции страны по *западной* модели. Подавляющее большинство социологов, разрабатывая теоретические модели, так или иначе, имели в виду «*русский путь*», соответственно стремясь перевести теоретические положения на уровень политических программ.

Важно подчеркнуть также то, что объективная потребность в науке об обществе не воспринималась ведущими политическими и идеологическими структурами, а в первые десятилетия становления социологии ее представители преследовались в той или иной форме. Сложилась парадоксальная ситуация: высокий уровень социологической мысли сочетался с ее фактической изоляцией от реальных социально-политических процессов. Неслучайно среди создателей социологии было много личностей марги-

нального типа с их склонностью к *утопизму* и левому *радикализму*. В то же время *реалистическая* тенденция российской социологии тесно связывала себя с *либерализмом* и *демократизмом*.

Необходимо принимать во внимание и своеобразие русского национального характера: внутреннюю противоречивость, стремление к крайностям, культурный нигилизм. Это сочеталось с влиянием географического фактора и геополитического положения страны как важными факторами утверждения деспотической формы правления. Историческое своеобразие привело к ситуации нереализованности сил русского народа, социальной неустойчивости общества. В то же время ощущалось наличие мессианских настроений, что и отразилось в концепции *«русской идеи»*.

Этот своеобразный «дух народа» находил отражение в социологии, выливаясь на первых порах в народничество. Российские социологи стремились, во-первых, описать характерные черты народа социологическим языком, во-вторых, смоделировать варианты российского развития в контексте своеобразия социокультурной ситуации. Очевидно, именно этим можно объяснить доминирование в социологии России *психологических* и *культурологических* тенденций, проявление внимания к *ценностно-мотивационным* структурам, стремление к *нормативизму*.

Важнейшей и исходной особенностью российской социальной мысли явился *органический* подход к обществу. Менее всего следует иметь в виду концепции натуралистического типа, которые хотя и имели место, но пользовались незначительным влиянием. Органический подход в России заключался в стремлении представить мир как иерархическое целое, где общество и человек являются хотя и своеобразными, но только элементами. Этим определялась склонность российских мыслителей к широчайшим социологическим обобщениям на основе описания всемирной социальной эволюции и принципа единства микрокосмоса и макрокосмоса. Отсюда же вытекали усилия в отыскании и обосновании общезначимого социального идеала, руководствуясь которым можно освободить общество от тенденций, нарушающих его органичность, и социальный конструктивизм, направленный на воссоздание органической целостности. Поэтому столь большое внимание исследователи уделяли русской *общине*, усматривая в ней органическое начало, опора на которое позволит реализовать *самобытный русский путь* социальной эволюции.

Акцентирование внимания на проблемах социальной динамики (эволюции, прогресса) вытекало из необходимости поиска путей разрешения острых социальных проблем. Традиционно эволюционисты исходили из представлений о единой человеческой истории, последовательно приближающей человечество к социальному идеалу. Обосновывались различного рода «формулы прогресса», зачастую чисто априорные. С течением времени начали обнаруживаться противоречия эволюционистской парадигмы. Одновременно нарастал протест против плоского эволюционизма, начиная от самых ранних форм в теории культурно-исторических типов Н. Я. Данилевского (1822–1885) и вплоть до снятия вопроса о социальной эволюции как научной проблемы у П. А. Сорокина.

Внимание к проблеме социальной эволюции свидетельствует о такой важной черте социальной мысли России, как ее «служебное отношение к истине» ради спасения общества. В этом проявляется если не в явной, то в скрытой форме *религиозный* характер русского социального мышления. Неслучайно в русской культуре столь сильна тенденция к *тоталитарности, целостности* мышления и действия.

Вышеотмеченными тенденциями определяется и своеобразие гносеологических посылок российской социальной мысли. В отличие от заложенной Р. Декартом европейской традиции выносить субъект познания за пределы бытия (объекта), общественная мысль России, как правило, рассматривает субъекта внутри бытия. Бытие понимается как непрерывное становление социальности и ее субъекта, соответственно, познание бытия выступает как самопознание субъекта, следовательно, процессы познания и преобразования бытия фактически совпадают. Из данной установки вытекает предельно напряженное рассмотрение центрального в российской социологии сюжета о соотношении реальности и общественного идеала.

В результате сложились две противоречивые тенденции – *утопизм* и *реализм*. Утопическая линия характеризовалась одномерностью социального мышления. Обосновывалось убеждение, что достаточно определить научный социальный проект, чтобы при помощи субъективного фактора, воли к социальному изменению иметь возможность осуществить его революционным путем, ускорив социальный процесс. Реалистическая линия утвер-

ждала многофакторный подход, понимание общества как сложного динамического равновесия, обосновывала необходимость соразмерной эволюции субъекта и социальной формы. Особое внимание обращалось на поиск механизмов согласования интересов различных субъектов, на практический гуманизм, на внутреннюю духовную революционность.

Стремление найти «формулу прогресса» и обосновать пути ее практической реализации поставило в центр российской социологии проблемы социального поведения, социальной мотивации и социальной структуры. Этим можно объяснить изучение в России закономерностей социально-психологического взаимодействия, внимание к проблеме «личность и группа» и т. п. Более того, психологическое направление стало ведущим в социологии России, во многом определив ее своеобразие и вклад в мировую социологию.

Следует подчеркнуть, что с углублением понимания неоднозначности социальной эволюции усилилась тенденция к обоснованию идеи социального примирения, равновесия, баланса. Утверждалась идея социального плюрализма. Центральное место в социологическом поиске занимали теории взаимной помощи, кооперации, солидарности.

Ключевое положение занимала и проблема человека. В социологическом материале исследователи стремились видеть, прежде всего, антропологический аспект, найти формы разрешения противоречий в пользу личности. Отсюда – популярность идеи «нового человека», опасность которой была осознана слишком поздно, а также тенденция этизации социологии вплоть до полного слияния этического и социологического подходов.

Идейные влияния

Необходимо отметить, что одна из особенностей возникновения отечественной социологии состоит в том, что в России этот процесс происходил тогда, когда в Западной Европе социология уже активно развивалась благодаря трудам О. Конта, Г. Спенсера, К. Маркса и многих других менее значимых мыслителей. Эти мыслители не могли не повлиять на те или иные концепции в Россию. Известно, что первым познакомил российских читателей с идеями О. Конта В. Н. Майков, опубликовавший в 1845 г. статью «Общественные науки в России», где вслед за французским

социологом поставил задачу формирования новой общественной науки о законах социальной жизни людей и народов.

Одной из ключевых фигур в социальной мысли России первой половины XIX в. был Петр Яковлевич Чаадаев (1794–1856), внесший своим знаменитым философическим письмом³⁷ 1829 г. заметный вклад в направление социологического поиска. Без уяснения концепции П. Чаадаева невозможно понять как логику развития русской социальной мысли, так и ее нравственный пафос.

В письме П. Чаадаев рассматривал роль и место русского народа в истории цивилизации. Исходя из идеи единства истории человечества и ее законосообразного характера, рисует трагическую и безысходную картину российской жизни. У нас нет традиции, естественного прогресса, все основано на подражании и заимствовании, нам не хватает устойчивости, упорядоченности, внутреннего единства, мы живем без убеждений и правил.

В итоге он приходит к выводу о внеисторичности русского народа, выпадении его из общечеловеческой логики: *«Мы живем лишь в самом ограниченном настоящем без прошлого и будущего, среди плоского застоя»; «Про нас можно сказать, что мы составляем как бы исключение среди народов. Мы принадлежим к тем из них, которые как бы не входят составной частью в род человеческий, а существуют лишь для того, чтобы преподать великий урок миру»; «Глядя на нас, можно сказать, что по отношению к нам всеобщий закон человечества сведен на нет»* [2, с. 325, 326, 330].

Правда, в последующем он занял более оптимистическую позицию, утверждая, что у России есть возможность правильного социального выбора, связанного с решением проблем социального порядка и использованием плодотворных идей, накопленных человечеством.

Значение критических воззрений П. Чаадаева состоит в том, что он дал толчок для появления двух основных направлений русской социально-философской мысли – *западничества* и *сла-*

³⁷ Оно было первым среди восьми писем написанных в 1829–1831 гг. и ходивших по стране в рукописном варианте на французском языке. В 1836 г. письмо было переведено на русский язык и опубликовано в журнале «Телескоп», вызвав гнев и ярость императора Николая I. Журнал был запрещен, все, имевшие отношение к его выпуску, были строго наказаны, самого же автора объявили сумасшедшим и заключили под домашний арест.

вянофильства. Они превратились в тот духовно-теоретический стержень, вокруг которого стали впоследствии формироваться многие социологические концепции. Главный пункт противоборства состоял в понимании сущности и путей социального развития России.

Наиболее яркие представители западнических концепций – *В. Г. Белинский, А. И. Герцен, Н. Г. Чернышевский* – признавали приоритет общечеловеческих социальных образцов и моделей на основе западного рационалистического идеала и доказывали необходимость их насильственного внедрения. С точки зрения выявления идей, имевших социологическое значение, можно выделить: *рассмотрение народов и классов в качестве основного субъекта социально-преобразовательных процессов; акцент на революционном характере изменений в обществе (особенно революционного крыла западничества); подчеркивание роли социальных конфликтов в жизни общества; стремление выявить единство мировой истории и определить ее закономерности.*

Авторы славянофильских теорий – *К. С. Аксаков, И. В. Киреевский, А. С. Хомяков* – убеждали в необходимости естественного органического развития отечественной культуры за счет доминирования национальных ценностей, образцов, идеалов и традиций. Для российской социологической науки особое значение имели такие их идеи: *признание особой роли духовной детерминации социального поведения людей; подчеркивание самобытности культурных типов; характеристика общины как основной экономической, социальной и культурной формы жизни в обществе; рассмотрение социальной эволюции как наиболее органичного типа развития и перехода общества от одного состояния к другому.*

Различия в позициях западников и славянофилов пытался преодолеть *Константин Дмитриевич Кавелин* (1818–1885). Стремясь преодолеть недостатки и ограниченность каждого из двух основных направлений, он своими идеями завершает предсоциологический этап и создает предпосылки для конституирования социологической науки. Главная его мысль состоит в необходимости нахождения таких форм и путей развития России, которые позволили бы органически сочетать лучшие достижения человечества. В работах ученого они выступают как европейский и национальный опыт. То и другое, взятое порознь, ведет к нега-

тивными результатами. В статье «Наш умственный строй» К. Кавелин писал: «Принимая из Европы без критической проверки выводы, сделанные ею для себя из своей жизни, наблюдений и опытов, мы воображаем, будто имеем перед собой чистую, беспримесную научную истину, всеобщую, объективную и неизменную, и тем парализуем собственную свою деятельность в самом корне, прежде чем она успела начаться» [1, с. 316]. Чтобы этого не было, необходимо развивать самобытное начало собственной жизни, придающее ей «отличную от других физиономию», стремиться к высокой нравственности народа. «Только тогда у нас разовьется индивидуальное начало, когда народится на Руси нравственная личность, может измениться и наша печальная ежедневная действительность» [1, с. 318].

К. Кавелин связывал общественный прогресс с внутренним саморазвитием личности, с нравственностью и культурой. Его трактовкой прогресса как *внутреннего саморазвития личности*, а не изменения внешних социальных форм заложен переход к субъективистской социологии, которая стала одним из доминирующих направлений развития этой науки в России.

Периодизация развития российской социологии второй половины XIX – начала XX веков

В данном разделе необходимо дать общую характеристику этапов развития российской социологии второй половины XIX – начала XX веков и краткий обзор соответствующих направлений, не вдаваясь в детальный анализ воззрений тех или иных социологов. Рекомендуется использовать соответствующие разделы из учебника Г. Е. Зборовского [4] (гл. 14, § 3–5, а также гл. 15, § 1; гл. 17, § 1; гл. 18, § 1).

Рассматривая первый период (1860–1890) развития российской социологии – период господства субъективной социологии и позитивизма, раскройте характерные черты субъективной социологии и тесно связанного с ней психологического направления, а также позитивизма и натурализма в его различных формах (географический детерминизм и органицизм; экономический материализм и ортодоксальный марксизм Г. В. Плеханова). Обратите внимание на их российскую специфику.

Переходя ко второму периоду (1890-е гг. – начало XX в.), поясните, почему неокантианство стало доминирующим направ-

лением. Раскройте характерные черты неокантианского направления и общее состояние социологической мысли того периода.

Характеризуя третий период (начало 1900 – рубеж 1910–1920-х гг.), подчеркните, что господствующим направлением стал неопозитивизм (бихевиористическая³⁸ социология). Выявите своеобразие этого направления, назовите основных представителей и охарактеризуйте в самых общих чертах социологию П. Со рокина русского периода.

Подводя итог, сравните российские достижения с зарубежной социологической мыслью XIX – начала XX веков, проясните специфику и взаимосвязи.

Источники

1. *Кавелин К.* Наш умственный строй / К. Кавелин. – М., 1989.
2. *Чаадаев П. Я.* Полн. собр. соч. : в 2 т. / П. Я. Чаадаев. – М., 1991.

Основная литература

3. *Голосенко И. А.* История русской социологии XIX–XX вв. / И. А. Голосенко, И. А. Козловский. – М. : Онего, 1995.
4. *Зборовский Г. Е.* История социологии : учебник / Г. Е. Зборовский. – М. : Гардарики, 2004.

Дополнительная литература

5. *Галактионов А. А.* Русская социология XI–XX веков : учебник / А. А. Галактионов. – СПб. : Лань, 2002.
6. *История социологии : учеб. пособие / А. Н. Елсуков, Г. Н. Соколова, Т. Г. Румянцева, А. А. Грицанов ; под общ. ред. А. Н. Елсукова и др. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск : Высш. шк., 1997.*

³⁸ Проект бихевиористической социологии возник в России в начале XX в. Автор замысла – ученик И. Павлова профессор Г. Зеленый, которого поддержали многие известные ученые – В. Бехтерев, В. Вагнер, В. Ленц, Н. Болдырев и другие. В первом споре о целях и методах новой ветви социологии, который произошел в 1908 г. на одном из заседаний столичного философского общества, Н. Кареев, оппонент Г. Зеленого, предложил свой термин для ее обозначения – «рефлексология». Оба термина имели хождение в русской науке в качестве однопорядковых. Статья Г. Зеленого была переведена на немецкий язык, далее – на английский и имела успех в США, где возник термин «бихевиоризм» и появились сторонники нового подхода. В 1913 г. Д. Уотсон разработал целую программу бихевиоризма как поведенческой науки. Представители российского неопозитивизма считали необходимым исследование в первую очередь социального поведения, социальных связей, социального взаимодействия, социального общения.

7. История теоретической социологии. В 4 т. / отв. ред. и сост. Ю. Н. Давыдов. – М. : Канон, 1997. – Т. 1.
8. Култыгин В. П. Классическая социология / В. П. Култыгин. – М. : Наука, 2000.
9. Социология в России / под ред. В. А. Ядова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Изд-во Ин-та социологии РАН, 1998.
10. Социология в России XIX – начала XX веков. Тексты : для вузов / под общ. ред. В. И. Добренькова. – М. : Междунар. ун-т бизнеса и управления, 2001.

История социологического образования в России

При изложении данного вопроса следует принимать во внимание «российскую специфику» развития социологической мысли. До 1917 г. царское правительство пресекало всяческие попытки введения социологии в качестве учебной дисциплины, как и усилия по ее институционализации. В советский период, в условиях господства сталинского режима, социология находилась под запретом, по меньшей мере, четверть века (с начала 1930-х до рубежа 1950–1960-х гг.). Рассматривая начало XX в., можно говорить лишь о скромных шагах по развитию социологического образования. В советский период выделяют два периода. Первый – от Октябрьской революции 1917 г. до начала 30-х гг. Второй – от рубежа 1950–1960-х гг. до конца 1980-х гг. С конца 1980-х гг. начинается третий период в развитии отечественной социологии и, соответственно, можно говорить об изменениях, произошедших в социологическом образовании.

Литература

1. Зборовский Г. Е. История социологии : учебник / Г. Е. Зборовский. – М. : Гардарики, 2004. – Гл. 29, 30. – С. 561–575; гл. 31. – С. 578–580.

Социологическое образование в России до Октябрьской революции 1917 г.

Начиная изложение данного вопроса, обратите внимание на тот факт, что у российской социологии долгое время не было своих журналов, кафедр в университетах, профессиональных сообществ и учреждений. Многие представители российской социологии были вынуждены работать и печататься за рубежом.

В 1901 г. по инициативе М. М. Ковалевского и Е. В. де Роберти в Париже была создана высшая русская школа обществен-

ных наук. Обязательным предметом в ней была социология. Занятия вели ведущие российские и западные ученые. В деятельности школы, по существу, отработывалась первая модель российского социологического факультета. Но школа, к сожалению, просуществовала недолго и по требованию царского правительства была закрыта в 1905 г.

В 1912 г. была открыта социологическая секция на историческом факультете Петербургского университета. В 1916 г. учреждается Русское социологическое общество им. М. М. Ковалевского. Дальнейшее наращивание научного потенциала приходится на послереволюционный период.

Развитие социологического образования в советский период (1917 – начало 30-х гг.)

Рассматривая развитие социологического образования в советский период, необходимо отметить, что у истоков этого процесса стоял П. Сорокин. Он был автором первых учебников по социологии, составителем программ учебных курсов социологических дисциплин. Вышедший из печати в 1919 г. «общедоступный учебник социологии» П. Сорокина сохраняет свою ценность и сегодня. Ему принадлежит заслуга создания кафедры социологии в Петроградском университете (в структуре созданного там после революции ФОНа – факультета общественных наук). Затем на базе этой кафедры им был создан первый в России социологический факультет, бессменным деканом и ведущим лектором которого оставался до выезда за границу.

Необходимо также объяснить, почему, начиная с 1922 г., стали применять ограничительные меры по отношению к преподаванию социологии, и почему в 1923/24 учебном году вместо социологии было введено преподавание курса исторического материализма. Подчеркните также, что после 1922 г. можно говорить лишь о развитии марксистского направления в социологии и то лишь с большой оговоркой.

Состояние отечественного социологического образования от рубежа 1950–1960 гг. до конца 1980-х гг.

Анализируя этот этап в развитии социологического образования, следует обратить внимание на следующие моменты. Социологические отделения, но только по прикладной (эмпирической) социологии, появились в Московском и Ленинградском

университетах только в середине 80-х гг. Первые выпуски профессиональных социологов (по 25 человек в каждом университете) были сделаны в 1989 г.

Практическая потребность в промышленной («заводской») социологии стала ощущаться в 1960-х гг. Начали проводить социологические исследования на предприятиях. Их организацией занимались, как правило, инженерно-технические работники различных служб и отделов предприятий, выразившие интерес к этому виду деятельности. На различных курсах (чаще всего очно-заочных), семинарах, в университетах марксизма-ленинизма они получали социологические знания, которые должны были им помочь в проведении исследований. Занятия проводили работники академических структур и вузовские преподаватели, начавшие сами заниматься социологией на несколько лет раньше.

Дело в том, что первые два поколения отечественных социологов не имели специального профессионального образования. Подавляющее большинство профессоров и доцентов, ведущих преподавание социологии как общенаучной социогуманитарной дисциплины и осуществляющих профессиональную подготовку кадров социологов, не имеют его и сегодня.

Институционализация социологии в системе высшего образования (третий период в развитии отечественной социологии)

Начиная разбор данного этапа, необходимо подчеркнуть, что настоящее социологическое образование стало развиваться с 1989 г., когда оказалась полностью «узаконенной» профессия социолога. Обратите внимание на те трудности, что возникли в связи с введением новой учебной дисциплины и какие принимались меры, чтобы решать эти проблемы.

Завершая разбор данного вопроса, можно отметить, что преподавание основ социологического знания стало вестись и в отдельных учебных заведениях среднего профессионального образования, а также в продвинутых образовательных учреждениях общего среднего профиля – гимназиях, школах с углубленным изучением отдельных предметов. Но таких учебных заведений в стране не так много (для сравнения укажите, что в США социология преподается практически во всех школах и колледжах).

Основная литература

1. *Зборовский Г. Е.* История социологии : учебник / Г. Е. Зборовский. – М. : Гардарики, 2004.
2. *Кукушкина Е. И.* Социологическое образование в России XIX – начала XX в. : учеб. пособие / Е. И. Кукушкина. – М. : Изд-во МГУ, 1994.

Дополнительная литература

1. История социологии : учеб. пособие / А. Н. Елсуков, Г. Н. Соколова, Т. Г. Румянцева, А. А. Грицанов ; под общ. ред. А. Н. Елсукова [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск : Высш. шк., 1997.
2. *Култыгин В. П.* Классическая социология / В. П. Култыгин. – М. : Наука, 2000.
3. *Новикова С. С.* Социология: история, основы, институционализация в России / С. С. Новикова. – М. ; Воронеж, 1996.

Дополнительные материалы для подготовки вопроса № 6

Т. И. Грабельных

Ключевые проблемы и основные пути повышения качества социологического образования в России (по итогам работы УМС по социологии, социальной антропологии и организации работы с молодежью, 2007 г.)

Известно, что за годы после учреждения в 1989 г. первых социологических факультетов в Московском и Ленинградском (Санкт-Петербургском) университетах открылись десятки факультетов, отделений, кафедр по подготовке социологов и преподавателей социологии для непрофильных специальностей. Сегодня социологов готовят в 120 вузах России. Более 20 тыс. выпускников за эти годы получили социологическую специальность. В стране функционирует многоуровневая система подготовки кадров социологов: бакалавр, специалист, магистр, аспирант, докторант. На кафедрах ведут курсы социологических дисциплин более 4 тыс. преподавателей. По социологическим наукам квалификационную работу на сегодняшний день осуществляют 94 докторских и 36 кандидатских диссертационных советов. Создана достаточно обширная учебно-методическая база преподавания социологических дисциплин. Ныне в год выпускается более 400 наименований учебной и научной литературы по социологии [2]. Координационную работу по теоретическим и методическим во-

просам подготовки специалистов-социологов в вузах страны осуществляет Совет по социологии Учебно-методического объединения (УМО) классических университетов, куда входят представители более 100 вузов России, присваивающих специальность «социолог». Именно на его заседаниях не реже двух раз в год обсуждаются принципиальные вопросы социологического образования, а с начала 2000-х гг. – проблемы качества социологического образования. Сегодня УМС по социологии, социальной антропологии и организации работы с молодежью УМО по классическому университетскому образованию является центром обмена опытом, творческих дискуссий, консолидации усилий по улучшению качества подготовки специалистов. Почти каждое заседание Совета УМО сопровождается научными конференциями.

На уровне профессионального социологического сообщества общепризнано, что массовое распространение социологического образования в России в 1990-е гг., освоение зарубежного опыта подготовки социологических кадров, введение государственных образовательных стандартов второго поколения в 2000 г., возникновение большого числа смежных с социологией специальностей – именно эти четыре фактора во многом обусловили появление в начале XXI в. проблемы качества социологического образования.

Наряду с выделенными выше положительными тенденциями и приведенными количественными показателями развития социологического образования, а также учитывая его организационное оформление, фундаментальное научно-методическое оснащение, специализацию, востребованность квалифицированных социологических кадров и др., особого внимания заслуживают ключевые проблемы и негативные тенденции. К их числу традиционно относят:

1. *Прослеживается спад интереса части общественности, прежде всего занятой управлением сферой образования, к социологической науке, ее преподаванию в высшей школе.* Мы помним о том, что в 2000–2002 гг. произошло заметное сокращение дисциплин, а также кафедр социологического профиля (доля преподавателей социологического профиля на несоциологических факультетах вузов в среднем по стране уменьшилась за два последних года на 10–15 %). В новых государственных образовательных стандартах социология оказалась исключенной из числа обяза-

тельных фундаментальных учебных дисциплин (письма, обращения, проекты в МО РФ имеют место на протяжении 2002–2007 гг.). При этом социологическая подготовка кадров в системе высшего образования России реально оказалась разобщенной, она регулируется различными профильными советами по УМО по классическому образованию при МО РФ: советами по связям с общественностью, по работе с персоналом, по культурологии, по конфликтологии и др.

2. *Массовое распространение платного обучения, как в частных, так и в государственных вузах.* Как следствие этого процесса – контроль за качеством преподавания и обучения в последние годы существенно снизился.

3. Недостаточная подготовка преподавателей по социологии, слабая учебно-методическая база преподавания социологии в целом по стране.

4. При массовом распространении диссертационных советов фактически отсутствует система повышения квалификации преподавателей по социологии (речь идет о научно-педагогической квалификации). В этом направлении только в последние два-три года стали предприниматься некоторые шаги.

5. *Отсутствие лицензированных оценочных средств как уровня подготовки студентов, так и качества обучения в образовательном заведении.* Признается, что нет развитого механизма их обновления, соответствующей сертификации, а также сопряженности с аналогичными контрольно-обучающими средствами в зарубежных вузах.

6. *Низкое качество значительной части учебной литературы по социологии, используемой в вузах. Отсутствие или недостаток методически конкретных и своевременно обновляемых учебно-методических комплексов, в том числе для заочного и дистанционного социологического образования.*

Также обращается внимание на недостаток практикумов по освоению студентами методов социологического исследования. Из общих проблем – слабая международная координация и кооперация в социологическом образовании, снизилось финансирование фундаментальных разработок, сохраняется разрыв в уровне и качестве социологического образования в столицах (Москва, Санкт-Петербург) и регионах и проч. Аргументируется, что одним из препятствий служит крайне слабое использование воз-

возможностей дистанционного образования, традиционных форм стажировки преподавателей, обучения наиболее продвинутых студентов-старшекурсников в столичных университетах, обмена опытом, приглашения видных ученых для чтения лекций, употребления современных компьютерных технологий.

Очевидно, что все это требует принятия ряда мер и продвижения на некоторых важных направлениях деятельности учебно-научных подразделений (социологических факультетов, отделений, кафедр), ведущих подготовку кадров профессиональных социологов.

На решении указанных проблем сосредоточена, собственно, и работа УМС по социологии, социальной антропологии и организации работы с молодежью УМО по классическому университетскому образованию.

Как мы знаем и видим, на всех уровнях и, прежде всего, в Министерстве образования и науки РФ обсуждаются и разрабатываются возможные варианты реструктуризации системы образования. Базовым элементом является изменение содержательной, технологической и организационно-правовой основ деятельности учреждений высшего профессионального образования. Повышение качества высшего образования преследует цель достижения ясности, сопоставимости дипломов и степеней, признания, доверия, повышения конкурентоспособности и противодействия снижению стандартов качества европейского образования. Между тем, на страницах научной литературы, в материалах круглых столов и государственных дискуссий, как и в средствах массовой информации, получил широкое распространение общественный дискурс о качестве образования. Существуют самые разные точки зрения, выделяется множество его параметров и индикаторов. Так, например, сам В. И. Добреньков *определяет качество образования как соответствие учебно-дисциплинарной динамики формам культурной институциональной практики, подчеркивая, что при отсутствии качества образования утрачивается смысл образования как социального института* [2].

Наиболее часто при определении понятия «качество образования» выделяют три основных вектора – *качество содержания образования, качество результатов образования* (образованности личности) и *качество образовательных технологий* (методов обучения и воспитания). По мнению В. В. Майера [3], их дополняют такие структурные элементы качества образования, как:

качество целей образования; качество условий их достижения (материально-технических, методических, информационных, организационных, социально-бытовых); качество профессорско-преподавательского состава (персонала), качество образовательных программ, качество абитуриентов и студентов; корпоративная этика и культура учебного заведения; имя, «бренд» вуза, обеспечивающий привлекательность своих специалистов на рынке труда; собственно управление учебным заведением (менеджмент).

Что касается международных подходов к качеству вузовского образования, то их основные характеристики можно представить следующим образом:

- традиционный подход означает, что обеспечить качество образования – значит, сделать вуз престижным, потому что по определению выпускник такого вуза занимает более выгодные позиции на рынке труда;
- научный подход исходит из соответствия стандартам;
- менеджерский предполагает, что качественным может считаться такое образование, которым удовлетворен клиент;
- потребительский, когда сам потребитель определяет качество, и в результате любое его желание будет исполнено, а главное – вуз получит за это деньги;
- демократический подход означает, что вуз приносит пользу обществу, тому региону, где находится [1, с. 16].

Если исходить из обозначенных нами подходов и параметров, то, очевидно, что современный подход к качеству социогуманитарного образования в России, в частности, к качеству социологического образования носит смешанный характер, а точнее, он является комплексным.

Анализируя рассматриваемую проблематику на заседаниях УМС по социологии, мы находим общие мотивы, созвучные с положениями, представленными в директивном документе Европейской ассоциации университетов «Контроль качества в высшем образовании» (2001 г.). Так, в данном документе подчеркивается, что «качество начинается с обеспечения минимального стандарта...» и что «...оно включает в себя возможность постоянного совершенствования и способность к конкуренции на национальном и международном уровне». Именно по этому пути идет и УМС, рассматривая в первую очередь стандарты по спе-

циальностям разных поколений. Если следовать содержанию и логике этого директивного документа, то здесь выделены общие показатели для управления качеством и контроля качества. Они включают в себя (более 20 показателей):

- различные аспекты академической деятельности;
- автономию вузов;
- цели и средства обучения;
- критерии отбора и приема абитуриентов;
- наличие объективных процедур апелляции;
- качество учебных программ;
- количественные и качественные характеристики профессорско-преподавательского состава;
- обратную связь со студентами;
- передачу и накопление учебных кредитов;
- междисциплинарность;
- обучение в рамках различных программ вузов;
- инфраструктуру и оборудование;
- получение внебюджетных средств;
- мотивацию преподавателей и исследователей;
- инвестирование в строительство и оборудование;
- связь с рынками труда;
- международную научную конкурентоспособность;
- механизм международного контроля качества;
- участие в актуальных общественных дискуссиях и вклад в развитие демократии;
- инновационный потенциал в научной, технической и культурной сферах; и др.

Соответственно, существует и проблема измерения качества. В этой связи перед УМС по социологии непосредственно стоит задача по разработке показателей и критериев его измерения.

В контексте внедрения Болонской схемы к основным новшествам, которые придется внедрять уже сегодня на социологических факультетах, относятся: образовательные модули; компетентностный подход; зачетные единицы; письменные экзамены; самостоятельные работы; консультации преподавателей; служба тьюторов; мониторинг качества образования; индивидуальные планы.

Во внедрении их в учебный процесс видятся основные пути повышения качества социологического образования в России.

Литература

1. *Каменская Е.* По материалам круглого стола // Вестн. высш. шк. – 2001. – № 6.
2. Качество социологического образования : проблемы и пути решения / под ред. В. И. Добренькова. – М. : КДУ, 2007. – 312 с.
3. *Майер В. В.* Социологическая концепция формирования системы управления качеством высшего образования : монография / В. В. Майер. – Тюмень, 2006.

ОПД. Ф. 2. ОБЩАЯ СОЦИОЛОГИЯ

канд. филос. наук, доц. *Сорокина Л. Я.*

7. Объект и предмет социологии. Место и роль социологии в современном научном междисциплинарном пространстве.
8. Общество как социокультурная система.
9. Социальные общности как формы социальной организации индивидов и источник социальных изменений.
10. Глобализация социальных процессов в современном мире.

Объект и предмет социологии. Место и роль социологии в современном научном междисциплинарном пространстве

При подготовке ответа на этот вопрос нужно учесть три его составляющие:

1. Объектом изучения в целом для социологии как целостной науки является общество, но при изучении конкретных узких проблем в качестве объекта могут выступать любые социальные общности или явления, с ними связанные.

2. Предмет социологии как целостной науки – это изучение объективных законов развития социальной материи через поведение взаимодействующих людей. Однако при исследовании конкретной проблемы в качестве предмета изучения может выступать то противоречие, которое составляет главную интригу изучаемой проблемы.

3. При ответе на этот вопрос нужно определить место социологии в системе естественных и социально-гуманитарных наук, функции социологии. Отметить, что она включает в себя общую социологическую теорию о становлении, развитии и функ-

ционировании социальных общностей разных уровней, исследует отношения между ними и массовые социальные процессы.

Место и роль социологии в современном научном междисциплинарном пространстве диктуются тем, что любая наука (и социология не исключение) оказывается жизнеспособной только в том случае, если обеспечивает тесную связь науки с жизнедеятельностью общества. Социология как наука давно уже сформировалась как естественная наука, позаимствовав у естественных наук их методы познания и логику построения анализа и доказательств (с цифрами, таблицами, диаграммами и т. д.). Современная социология все чаще рассматривается как область социально-гуманитарного знания. В пользу этой модели перспективного развития социологии свидетельствует опыт развития социологии на Западе, главным образом в США, где эта модель получила признание еще в период до Второй мировой войны. В современном мире, особенно в США, социология представляет собой довольно разветвленную систему исследовательской деятельности. Например, прикладные исследования превратились в последние годы в весьма доходную отрасль индустрии, затраты на которую, по оценкам специалистов, составляют несколько миллиардов долларов ежегодно и продолжают увеличиваться.

Общество как социокультурная система

При социологическом анализе социального взаимодействия как основы общественной жизни обычно обращают внимание на два важнейших аспекта:

- 1) групповой характер общественной жизни;
- 2) поведение людей в группах, которое регулируется, направляется и упорядочивается определенной системой ценностей, норм, идей и правил.

Эти два аспекта социальной жизнедеятельности людей теснейшим образом взаимосвязаны, ибо социальное взаимодействие регулярно воспроизводит как структуру социальных групп, так и систему ее ценностно-нормативных регуляторов.

Отмеченные два аспекта общественной жизни в социологии принято обозначать двумя популярными понятиями – «общество (социальная система)» и «культура (система культуры)».

Отметим наиболее общие моменты, которые отличают общество (социальную систему) от культуры. В свое время, в конце 60-х гг., этот вопрос подробно обсуждался в работах отечественных социологов. Но затем складывающаяся плодотворная тенденция обсуждения методологических вопросов взаимоотношений культуры и общества в работах Э. С. Маркаряна, Э. В. Соколова, О. И. Генисаретского была официально запрещена партийными органами, усмотревшими в этой тенденции «тлетворное влияние буржуазной социологии».

В работах указанных авторов, базирующихся на позитивных разработках западных социологов, различие между культурой и обществом сводилось к тому, что:

1) социум и культура являются двумя взаимосвязанными подсистемами общественной жизни;

2) особенность социальной системы выражает форму социальных отношений между людьми, которая представлена различными социальными группами и отношениями внутри и между группами.

Под культурой предлагалось понимать содержательные аспекты человеческой деятельности, определяемые ценностями, идеалами, нормами и т. д.

Сходное толкование взаимоотношений понятий «общество» и «культура» имеется и в трудах ведущих западных социологов, которые, начиная с М. Вебера, подчеркивают важную роль ценностных стандартов в понимании общественного развития. Достаточно упомянуть ту роль, которую отводил Э. Дюркгейм «коллективным представлениям», или вспомнить, как М. Вебер объяснял развитие капитализма в Европе влиянием религиозно-этнических норм протестантизма. В современной западной социологии, начиная с 30-х гг., в трудах Т. Парсонса и его школы, а также в работах культур-антропологов А. Л. Кребера, К. Клакхона, Р. Линтона, Дж. Г. Мида и других было дано более строгое теоретическое и эмпирическое обоснование разделения понятий «общество» и «культура», при этом подчеркивалась решающая роль культуры в плане как методологическом, познавательном, так и содержательном – в качестве решающего фактора эволюции и изменения общества. Термин «социокультура» введен П. А. Сорокиным в его работе «Теория социокультурной динамики».

Особенность социологического подхода к пониманию культуры заключается в том, что культура рассматривается как механизм регуляции поведения человека, социальных групп, функционирования и развития общества в целом.

При самом общем социологическом подходе к пониманию культуры обычно отмечаются три ее характеристики:

1) культура представляет собой общеразделяемую систему ценностей, символов и значений;

2) культура – это то, что постигает человек в процессе своей жизнедеятельности;

3) культура – это все то, что транслируется от поколения к поколению.

Таким образом, можно дать следующее определение: культура представляет собой систему социально приобретенных и транслируемых от поколения к поколению значимых символов, идей, ценностей, верований, традиций, норм и правил поведения, посредством которых люди организуют свою жизнедеятельность.

Говоря о многообразии культурных форм и ценностей в современном мире, принимающих иногда форму конфликта, следует различать два уровня в системе культурных ценностей:

1) фундаментальный уровень общеразделяемых ценностей, принимаемых обществом в целом;

2) уровень локальных ценностей (в западной социологии обозначаемый термином *beliefs*, переводимым обычно как «верования» или «идеологии»), служащий основой деятельности различных социальных групп и общностей, образующих субкультуры данного общества.

Социальные общности как формы социальной организации индивидов и источник социальных изменений

При подготовке ответа на этот вопрос необходимо отметить, что общество – это чрезвычайно сложное образование, включающее множество качественно различных социальных подсистем со своими системообразующими элементами и специфическими интегральными свойствами.

Основными из них являются: а) социальные группы и общности, в основе которых – социальные отношения; б) социальные институты и организации, в основе которых – институциональ-

ные и организационные связи; в) социальные нормы и ценности, в основе которых – связи социального контроля.

Важнейшими элементами социальной структуры общества являются социальные группы и социальные общности. Выступая в качестве форм социального взаимодействия, они представляют собой такие объединения людей, которые направлены на удовлетворение их потребности в осуществлении совместных, солидарных, скоординированных действий. Сознвая пользу и преимущества таких объединенных действий, люди более или менее тесно соединяются в группы и общности, достигая обычно существенно большего результата, нежели при действиях индивидуальных. Вполне естественно, что в социальные группы и общности чаще всего объединяются те, кто имеет общие черты, признаки, интересы, функции или цели, общее социальное положение и т. д. В каждом реальном обществе таких объединений, таких групп и общностей множество.

Социальная общность – это основная категория социологии. Социальная общность – это не простая сумма индивидов и не любая группа людей, а более или менее устойчивое и целостное социальное образование, субъекты которого объединены общим интересом и находятся во взаимодействии друг с другом. Именно благодаря такому взаимодействию складываются социальные отношения, в обществе выделяется область социального, а каждый человек приобретает свое социальное качество. Социальная общность охватывает все виды и формы социального бытия индивида, обычно входящего в различные социальные общности и играющего в них разные социальные роли. Она опосредует взаимосвязь и взаимодействие личности и общества. В категории «социальная общность» адекватно отражается и особо выделяется субъектно-деятельная сторона социальных по своей природе явлений и процессов, что чрезвычайно важно для понимания сущности и специфики социологии.

По своему типу социальные общности различаются пространственно-временными масштабами (например, планетарная общность людей и их государственные общности; разномасштабные поселенческие общности; социодемографические общности) и содержанием объединяющих их интересов (например, социально-классовые, социально-профессиональные, этнонациональные и другие общности).

Понятие социальной группы имеет в социологии несколько значений. В самом широком смысле оно охватывает общество в целом и даже все человечество. В более узком смысле это понятие используется тогда, когда внутри общества необходимо выделить подсистему, представляющую собой более или менее многочисленную совокупность взаимодействующих людей, осуществляющих совместную деятельность ради реализации определенных личных, коллективных и общественных интересов и целей. В этом плане под понятие «социальная группа» подпадает и социальная общность, как весьма многочисленное объединение людей, и собственно социальная группа, как сравнительно меньшая по численности совокупность людей (хотя и сами социальные группы могут быть большими и малыми). Отсюда вытекает необходимость понимания социальной группы в третьем, еще более узком смысле, что чаще всего и делается.

Но, разграничивая понятия «социальная группа» и «социальная общность», социологи обычно не сводят все лишь к количественным параметрам. Социальные группы отличаются также большей устойчивостью и стабильностью, сравнительно высокой степенью однородности и сплоченности, а также вхождением в более широкие социальные объединения в качестве структурных единиц. Что же касается массовых социальных общностей, то для них обычно характерны бесструктурность, организационная аморфность, неустойчивость, недостаточная определенность границ и расплывчатость состава, неспособность выступать в качестве структурных элементов более широких социальных систем. Таковы, например, широкие экологические, политические и иные движения, массовые спортивные, филателистические, фотолубительские и иные общественные объединения и т. д.

Социальные группы подразделяются также на первичные и вторичные. Первичными называются небольшие группы людей, которые вступают в прямое и непосредственное взаимодействие, опирающееся на их индивидуальные особенности. Эти группы отличаются особой эмоциональностью, своего рода интимностью и неформальностью межличностных взаимодействий. Ярким примером первичной малой группы может служить семья. К их числу относятся также группа друзей, спортивная команда и другие. Они являются первичным связующим звеном между личностью и обществом. Вторичная социальная группа – это обычно

большая социальная группа, в основе которой лежит безличностное взаимодействие объединившихся в ней людей для достижения конкретных целей (политических, экономических, социальных, идеологических и других). Ясно, что в таких группах индивидуальность каждого из субъектов, его эмоциональные характеристики и действия уходят на второй и более далекий план, в то время как способность осуществлять определенные функции и цели выдвигается на первый план.

Каждый по собственному опыту знает, что в любом трудовом коллективе, в любой студенческой группе, не говоря уже о коллективах студентов курса, факультета или института, складываются группы на основе личной симпатии, дружбы, общности характеров и жизненных интересов, занятий тем или иным видом спорта и т. д. Эти последние выступают как первичные группы, для которых главное – это сам характер взаимосвязи и взаимодействия между членами группы. Первые же представляют собой вторичные группы, для членов которых главное – в совместном выполнении специфических функций (например, участие в производственном процессе, учеба и др.) и достижение определенных целей (получение заработка, высшего образования и др.). Несмотря на неуклонное возрастание места и роли вторичных групп, их господство в современном обществе, первичные группы и здесь продолжают играть важную роль.

С точки зрения характеристики социальной структуры общества, в которой отражается различие общественных групп по их социальному положению, особенно важно выделение таких социальных групп, как социально-классовые общности (классы, социальные слои); социально-демографические общности (мужчины, женщины, дети, родители, семьи и др.); этносоциальные общности (нации, народности, племена, национальные и этнографические группы); социально-территориальные общности (город, деревня, регион); социально-профессиональные общности и другие. В определенных условиях немаловажное значение в обществе могут иметь религиозные, расовые и другие группы.

Из сказанного следует, что не всякое объединение людей в группу создает социальную группу. В повседневной жизни мы часто сталкиваемся с такими объединениями людей (толпа, аудитория слушателей, социальные круги и др.), для которых характерны неустойчивость, кратковременность, узость взаимосвязей и

взаимодействий между субъектами. Они, строго говоря, не могут быть признаны социальными группами и поэтому нередко именуются квазигруппами. Так, совокупность людей, собравшихся прослушать лекцию и даже цикл лекций, не будет социальной группой, а студенческая группа в вузе – социальная группа.

Социологи по-разному определяют понятие «социальная группа». Так, Г. С. Антипина рассматривает социальную группу как совокупность людей, имеющих общий социальный признак и выполняющих общественно необходимую функцию в структуре общественного разделения труда и деятельности. Р. Мертон выделяет три отличительных признака социальной группы – взаимодействие, членство и идентичность, определяя ее как совокупность людей, которые определенным образом взаимодействуют друг с другом, осознают свою принадлежность к данной группе и считаются ее членами с точки зрения других людей. Давая аналогичное определение, Н. Смелзер тут же замечает, что мы часто объясняем поведение человека тем, что он является членом той или иной группы независимо от того, обоснованно ли это мнение.

Как и социальные взаимодействия, социальные группы (общности) могут классифицироваться по различным основаниям. По своей величине, численности они подразделяются на малые (примерно от двух до пятнадцати–двадцати человек) и большие. Отличительными чертами малых социальных групп являются не только их малочисленность, но и близость, прочность и интенсивность взаимодействий субъектов, устойчивость и продолжительность функционирования и развития, высокая степень совпадения общих ценностей, норм и правил поведения и др. Видный социолог и социальный психолог Г. М. Андреева следующим образом определяет малую социальную группу: «Малая группа – это группа, в которой общественные отношения выступают в форме непосредственных личных контактов».

В больших социальных группах (например, классовых, национальных, территориальных и других общностях) связи и взаимодействия носят не только непосредственный, но и опосредованный характер. Социологи пришли к выводу, что размеры социальных групп существенно влияют на их функционирование и развитие. В малой группе общественные отношения выступают в форме непосредственных личных контактов. Разновидностью малых групп являются «первичные группы» (термин Ч. Кули).

Через первичные группы (семья, школьный класс, студенческие группы) осуществляется социализация индивидов (освоение образцов поведения, социальных норм, ценностей, идеалов).

Первичные группы играют роль связующего звена между обществом и личностью.

Вторичная группа – образуется из многих людей, в основе союза которых лежит безличностное взаимодействие для достижения политических, экономических, социальных целей (партии, профсоюзы, секты). Объединяет вторичные группы совместное выполнение специфических функций (участие в производстве, учебе, воинской службе).

Этнические общности занимают видное место в социальной жизни. Этнос – это исторически сложившаяся устойчивая совокупность людей, обладающих общими чертами и особенностями культуры, социальной психологии, этническим самосознанием. Внешней формой выражения этноса является этноним, т. е. самоназвание (русские, немцы).

Этнические общности называют также кровнородственными. К ним относятся кланы, племена, народности, нации, семьи, роды. Они объединяются на основе генетических связей и составляют эволюционную цепочку, началом которой выступает семья. Семья – наименьшая кровнородственная группа людей, связанных единством происхождения (бабушка, дедушка, отец, мать, дети). Несколько семей, вступивших в союз, образуют род. Роды объединялись в кланы.

Клан – группа кровных родственников, носящих имя предполагаемого предка. Клан сохранял общую собственность на землю, кровную месть, круговую поруку. Как пережитки первобытного времени они остались в некоторых районах Шотландии, у индейцев Америки, в Японии и Китае. Несколько кланов, объединившись, составляют племя.

Племя – более высокая форма организации, охватывающая большое число родов и кланов. Племена обладают собственным языком или диалектом, территорией, формальной организацией (вождь, племенной совет), общими церемониями. Их численность доходила до десятков тысяч человек. В ходе дальнейшего культурного и экономического развития племена преобразовывались в народности, а те – на высших стадиях развития – в нации.

Народность – этническая общность, занимающая на лестнице общественного развития место между племенами и нацией. Народности возникают в эпоху рабовладения и представляют собой языковую, территориальную, экономическую и культурную общность. Народность по численности превышает племя, кровнородственные связи не охватывают всю народность, их значение не так велико.

Нация – автономная, не ограниченная территориальными рамками политическая группировка, члены которой привержены общим ценностям и институтам. Представители одной нации уже не имеют общего предка и общего происхождения. У них не обязательно должен быть общий язык, религия. Нация возникает в период преодоления феодальной разобщенности и зарождения капитализма. В этот период складываются достигшие высокой степени зрелости политические организации, внутренний рынок и единый хозяйственный уклад, собственная литература, искусство. Нации более многочисленны, чем народность, и насчитывают десятки и сотни миллионов человек. На почве единых территории, языка и экономики формируется единый национальный характер и психический склад. Возникает очень сильное чувство солидарности со своей нацией. Национально-патриотические и национально-освободительные движения, межнациональная рознь, войны и конфликты возникают как признак того, что нация сформировалась и борется за свой суверенитет.

Итак, в истории сложились следующие этнические общности: племя, народность и нация. Предпосылкой формирования этноса является общность территории, что создает условия для тесного общения и объединения людей. Однако затем образуются диаспоры (рассеяние), хотя этносы сохраняют свою идентичность. Другим важным условием формирования этноса является общность языка. Но наибольшее значение имеет единство духовной культуры, ценностей, норм, образцов поведения, традиций и связанных с ними социально-психологических особенностей сознания.

Интегральным показателем сформировавшейся этнической общности является этническое самосознание – чувство принадлежности к определенному народу. Этносы самовоспроизводятся путем внутренних браков и через социализацию и создание национальной государственности.

Таким образом, общество – это взятые в устойчивых, регулярных и институционализированных связях и взаимодействиях индивиды. Они объединены единой системой социальных институтов и общностей, обеспечивающих удовлетворение жизненных интересов людей. Социальная организация в современном обществе – это наиболее распространенный и важный тип социальных общностей и групп, составляющих базис структуры современного общества.

Социальные изменения – это результат однонаправленных действий подавляющего большинства людей. Или, другими словами, социальные изменения – это переход социального объекта из одного состояния в другое. Такими социальными объектами и являются социальные общности.

Глобализация социальных процессов в современном мире

Нужно помнить, что глобализация – сравнительно новый термин, получивший распространение в научной и политической литературе в последнее десятилетие. Глобализации посвящены десятки конференций и симпозиумов, сотни книг, тысячи статей. О ней говорят и спорят ученые, политики, бизнесмены, религиозные деятели, люди искусства, журналисты. Предметом оживленных дебатов служит буквально все – что такое глобализация, когда она началась, как она соотносится с другими процессами в общественной жизни, каковы ее ближайшие и отдаленные последствия.

В США глобализация описывает процесс интенсификации экономических, социальных, политических и культурных отношений, разворачивающихся поверх государственных границ. Его итогом становится гомогенное мировое пространство, которое охватывает все или большинство стран. Это пространство, воспринимаемое как глобальная сцена, включает такие сегменты, как: 1) геоэкономика, 2) геополитика и 3) геокультура.

Для социальных отношений пока еще не придумано специального термина. Причиной, видимо, служит их неоднородность. Однако чаще всего по отношению к ним используется термин «глобальное социальное неравенство». Он указывает на то, что глобализация влечет за собой совершенно разные последствия, делая одни страны еще богаче, другие – еще беднее.

Глобальное общество – это новый расклад социальных связей, культурных норм, психологических установок, духовных ценностей, индивидуальных моделей поведения, политических режимов, экономических институтов. Оставаясь клеточками национальных организмов, люди становятся гражданами мира. В процессе повседневной деятельности они все чаще вступают в контакты с иностранцами и иноверцами. Они учатся жить и работать в мире без границ.

Глобализация – историческая тенденция современной эпохи. Стираются традиционные границы, и общества превращаются в одну политическую систему. Этого не было даже в недавнем прошлом. Вместе с тем глобализация – это еще и такие гигантские проблемы, с которыми не могут справиться отдельные страны и которые касаются всего человечества. К ним, в частности, относится угроза термоядерной и техногенной катастроф. В свою очередь эти проблемы взаимосвязаны с угрозой третьей мировой войны.

Все это связано с истощением традиционных источников сырья и поиском альтернативных видов энергии. Нерешенность этой проблемы ведет к экологической катастрофе (истощению природных ресурсов, загрязнению окружающей среды, продовольственной проблеме, нехватке питьевой воды и т. д.).

Остро стоит проблема изменения климата на планете, которая может привести к катастрофическим последствиям. Экологический кризис в свою очередь связан с демографической проблемой. Демографическая проблема характеризуется глубоким противоречием: в развивающихся странах идет интенсивный рост населения, а в развитых странах происходит демографический спад, что порождает огромные трудности для экономического и социального развития.

Одновременно обостряется проблема *Север – Юг*, т. е. растут противоречия между развитыми странами и развивающимися странами «третьего мира». Все большее значение приобретают также проблемы охраны здоровья и предотвращения распространения СПИДа, наркомании. Важное значение имеет проблема возрождения культурных и нравственных ценностей.

Сегодня специалисты ООН определили три первоочередных глобальных проблемы для всего человечества:

- климатические изменения, вызванные деятельностью человека;

- исчезновение биологических видов;
- продолжающийся рост народонаселения и уровня потребления.

Поскольку именно нищета является той движущей силой, которая провоцирует действия, нарушающие окружающую среду, то ее можно считать четвертой глобальной проблемой. Именно в бедных странах быстрее всего растет население, и крайне ограниченными являются запасы продовольствия, именно здесь меньше всего денег на защиту окружающей среды, в то время как именно отставшие в техническом развитии страны продолжают интенсивно вырубать леса и загрязнять природу.

Прошлое общество представляло собой чрезвычайно пеструю, разнородную мозаику, составленную из изолированных социальных единиц, начиная с орд, племен, царств, империй и кончая появившимся недавно национальным государством. Каждая из этих единиц имела независимую и самодостаточную экономику, собственную культуру.

Нынешнее общество – совсем иное. В политическом плане существуют наднациональные единицы различного масштаба: политические и военные блоки (НАТО), имперские сферы влияния (бывший социалистический лагерь), коалиции правящих групп («Большая семерка»), континентальные объединения (Европейское сообщество), всемирные международные организации (ООН). Очевидны уже контуры всемирного правительства в лице Европейского парламента и ИНТЕРПОЛа.

Усиливается роль региональных и мировых экономических соглашений. Наблюдается глобальное разделение труда, растет роль многонациональных и транснациональных корпораций, которые нередко обладают доходом, превышающим доход среднего национального государства. Такие компании, как Тойота, Макдональд, Пепси-Кола или Дженерал Моторс утратили национальные корни и действуют по всему миру. Финансовые рынки реагируют на события с молниеносностью. Доминирующей в культуре становится тенденция к единообразию.

Средства массовой информации (СМИ) превращают нашу планету в «большую деревню». Миллионы людей становятся свидетелями событий, произошедших в разных местах, приобщаются к одному и тому же культурному опыту (олимпиады, рок-концерты), что унифицирует их вкусы. Повсюду в ходу одни и те же потребительские товары.

Миграция, временная работа за границей, туризм знакомят людей с образом жизни и нравами других стран. Формируется единый или, по крайней мере, общепринятый разговорный язык – английский. Компьютерные технологии разносят одни и те же программы по всему свету. Западная массовая культура становится универсальной, а местные традиции размываются.

Начиная с середины XX в. и, особенно, в последние десятилетия тенденция к глобализации качественно повлияла на общество. Национальные и региональные истории больше не имеют смысла. В глобализованном мире история протекает иначе, у нее новые движущие силы, механизмы и направления. Глобализация подрывает основы «островного сознания». При всем желании в современном мире нельзя надолго изолироваться от всеобщих проблем.

Если мир становится взаимозависимым, то, значит, он и взаимоуязвим.

В современном мире продукция производится и обменивается в мировых масштабах, что стало возможным благодаря поистине глобальному разделению труда. При этом большинство продукции, потребляемой на Западе, не просто производится в других частях мира и наоборот. Между производственными процессами в различных точках земного шара могут существовать сложные взаимосвязи. Так, отдельные телевизионные детали могут производиться в одной стране, другие детали – в другой, сам телевизор собираться в третьей, а продаваться в совершенно другом месте.

В соответствии с собственными представлениями о глобализации каждый трактует происходящие в современном обществе сдвиги по-разному. Одни – как безграничные возможности и перспективы, открываемые информационными технологиями перед человечеством, другие – как историческую победу принципов свободного рынка, третьи – как виртуализацию реальности, четвертые – как угрозу возрождения колониальных порядков на базе новейших технологий.

Однако глобализация не сводится к сумме всего сказанного. Ключ к пониманию ее природы надо искать на социетальном уровне, в трансформации старого общественного устройства и превращении его в объединение, которое многие социологи предлагают называть мегаобществом. Фактически речь идет о

создании глобального сообщества, в рамках которого существующие национально-государственные образования выступают в качестве более или менее самостоятельных структурных единиц.

Исследование мегаобщества требует соответствующих аналитических инструментов: понятий, категорий, языка. Возможно, обществу предстоит пережить такую же революцию, как в свое время точным и естественным наукам в связи с созданием неевклидовой геометрии или теории относительности.

Мотором глобализации экономической системы наряду с мировыми финансовыми рынками сегодня выступают: 1) мультинациональные предприятия (МНП) и мультинациональное предпринимательство, 2) неправительственные организации (НПО), которые являются межгосударственными объединениями людей по интересам.

Их спектр весьма широк – от медицинских союзов, опекающих пленных и заключенных в кризисных регионах мира, до научного исследования антропогенных изменений климата. Особенно активна их деятельность в странах третьего мира. Уже в 1992 г. насчитывалось более 23 тыс. международных неправительственных организаций.

Особая заслуга в интеграции мирового общества принадлежит коммуникативным техникам. Изобретение книгопечатания в Европе происходит одновременно с началом экспансии европейско-атлантической цивилизации на другие регионы. На протяжении 400 лет книгопечатание оставалось единственной из самых распространенных коммуникативных техник.

Изобретение телеграфа в XIX в. и быстрый рост новых телекоммуникативных техник в XX в., начиная с телефона и заканчивая компьютерной коммуникацией, считаются началом радикальных перемен. Их смысл заключается в отторжении телекоммуникации от транспортных техник. Распространение коммуникации больше не зависит от использования средств транспорта, как это происходило с печатной продукцией.

Происходит моментальное преодоление пространственных и временных барьеров: за событиями следят в одно и то же время миллиарды людей в разных уголках Земли. Такого не было ни в одну предшествующую историческую эпоху. Речь должна идти также о возросшей частоте межконтинентальных телефонных разговоров и о дальних путешествиях.

В мировом сообществе моментально распространяются не только потоки информации, но и любые социальные нововведения, интеллектуальные открытия. Государства заимствуют у других государств программы социальной защиты, структуры школьной системы и т. д. Взаимообмен неизбежно ведет к гомогенизации мирового общества, повышению степени его однородности: молодые россияне одеваются так же, как их сверстники в Лондоне или Нью-Йорке, одинаково проводят досуг и разделяют общие музыкальные предпочтения.

Литература

1. Большой толковый социологический словарь = Dictionary of sociology: (Collins) : в 2 т. Рус.-англ., англ.-рус. / сост. Дэвид Джерри, Джулия Джерри ; пер. с англ. Н. Н. Марчук. – М. : Вече, АСТ, 2001.
2. Волков Ю. Г. Социология : учеб. пособие для студ. вузов / Ю. Г. Волков, И. В. Мостовая ; под ред. В. И. Добренькова. – М. : Гардарика, 2000.
3. Волков Ю. Г. Социология: история и современность : учеб. пособие для студ. вузов / Ю. Г. Волков, В. Н. Нечипуренко, С. И. Самыгин. – М. : КноРус ; Ростов н/Д : Феникс, 1999.
4. Казаринова Н. В. Социология : учеб. для вузов / Н. В. Казаринова, О. Г. Филатова, А. Е. Хренов ; под общ. ред. Г. С. Батыгина. – М. : Nota dene, 2000.
5. Социология : учебник для вузов / Ю. Г. Волков, В. И. Добреньков, В. Н. Нечипуренко, А. В. Попов. – М. : Гардарика, 2000.

ОПД. Ф. 3. МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

д-р социол. наук, проф. *Грабельных Т. И.*

11. Методология и методика социологических исследований. Виды социологического исследования.
12. Этика науки и ответственность ученого. Профессиональный кодекс социолога: понятие, проблемы, последствия нарушения.
13. Программа социологического исследования и методика ее разработки.
14. Количественные и качественные методы в социологическом исследовании и области их применения. Выборка в социологическом исследовании.
15. Методы качественного социологического исследования: общая характеристика и особенности применения.

Методология и методика социологических исследований. Виды социологического исследования

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:
Методология и методика социологических исследований как научная и учебная дисциплина: ее статус и роль в развитии социологического знания.

Определение понятий «методология», «методика», «метод» и их соотношение.

Основные уровни методологического анализа и их взаимосвязь. Общенаучная методология и методология социологических исследований. Методология социологических исследований и философская методология. Методологический плюрализм. Методологический выбор.

Научные принципы, научные подходы: проблема их определения.

Методы и методика социологического исследования: проблемы выбора, обоснование практики использования.

Особенности формирования теоретико-методологических и методических подходов к получению эмпирического знания о состоянии, тенденциях и закономерностях функционирования и развития социальных структур, социальных институтов и процессов.

Виды социологического исследования. Критерии классификации социологического исследования. Специфика задач, решаемых отдельными видами социологического исследования. Пилотажное, описательное, аналитическое и прогностическое исследования. Фундаментальное, прикладное и проектное исследования. Сравнительное и оценочное исследования. Оперативное исследования. Критерии выбора вида социологического исследования.

Определение места и роли социологических исследований в социологической науке.

Общий вывод.

Этика науки и ответственность ученого.

Профессиональный кодекс социолога: понятие, проблемы, последствия нарушения

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:
Развитие современной науки как социального института.
Статус ученого в обществе.

Научные сообщества и их типы: дисциплинарные и междисциплинарные сообщества, научные школы и направления. Сотрудничество и конкуренция в развитии научных сообществ.

Этика науки и ответственность ученого. Нормы научной деятельности и этос науки. Социальная ответственность ученого и объективная логика развития научного знания. Социальная ответственность ученого и социально-политический контекст. Социальная ответственность ученого в области социальных наук. *Социальная ответственность ученого-социолога.*

Наука и образование, наука и экономика, наука и власть, наука и идеология. Проблема государственного регулирования и стимулирования развития научных исследований.

Современная концепция развития социологической науки в России и особенности ее реализации.

Профессиональный кодекс социолога: понятие, проблемы, последствия нарушения. Обязательна иллюстрация на конкретных примерах.

Общий вывод.

Программа социологического исследования и методика ее разработки

Ответ на поставленный вопрос предусматривает анализ структуры программы социологического исследования как документа, регламентирующего нормы и логику эмпирического познания.

В начале ответа следует подчеркнуть важность данного документа и дать его общую характеристику. Акцентировать внимание, что программа исследования – это стратегический документ, представляющий собой организационно-логическую основу социологического исследования.

Далее следует раскрыть структуру и функции программы социологического исследования. Важно остановиться на следующих вопросах:

Структура программы социологического исследования: вводная, методологическая и методико-процедурная части программы и их назначение.

Методологическая часть программы: содержание, специфика разработки.

Обоснование актуальности темы. Социологическая проблема. Определение степени научной разработанности темы. Выделение объекта и предмета исследования. Выбор цели и задач исследования. Логическая структура гипотезы. Определение теоретико-методологических оснований исследования. Теоретическая и эмпирическая интерпретация понятий. Понятие научной новизны результатов исследования. Научно-практическое значение результатов исследования. Понятие концепции и стратегии социологического исследования.

Методическая часть программы: содержание, специфика разработки.

Определение выборочной совокупности. Методы сбора информации и их обоснование. Эмпирическая база исследования. Организационный план исследования. Основные области использования результатов исследования.

Апробация результатов исследования.

В заключение рекомендуется подчеркнуть сложность разработки программы социологического исследования.

Количественные и качественные методы в социологическом исследовании и области их применения. Выборка в социологическом исследовании

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:

Типология и области применения методов сбора данных в социологическом исследовании. Понимание метода сбора данных. Критерии выбора и типология методов сбора данных. Количественные и качественные методы сбора данных: сравнительный анализ.

Характеристики количественных методов, их возможности и ограничения.

Качественные методы в социологии. Теоретические основания качественных методов. Особенности стратегии качественного анализа. Виды качественных исследований. Возможности и ограничения качественных методов сбора данных.

Комплексное использование методов социологического исследования. Эффективность применения количественных и качественных методов социологического исследования.

Роль и значение опроса в комплексе социологических методов сбора информации. Методика и техника проведения опроса. Виды опроса, их характеристики и специфика использования. Проблема достоверности информации. Анкетирование и его разновидности, достоинства и недостатки.

Особенности интервью как метода сбора социальной информации.

Выборка в социологическом исследовании. Выбор единиц социологического исследования и способы формирования выборочной совокупности. Понимание эмпирического объекта исследования. Объект, предмет исследования и генеральная совокупность: их сходство и различие. Определение единиц исследования.

Способы отбора единиц исследования. Понимание выборочной совокупности. Способы формирования выборочной совокупности.

Случайный отбор и его процедура. Виды случайного отбора: простой случайный отбор, районированный отбор, гнездовой отбор. Систематический или псевдослучайный отбор.

Неслучайный отбор. Виды неслучайного отбора: квотный отбор, метод основного массива, стихийный отбор. Диспропорциональная выборка и взвешивание.

Представительность выборки. Установление необходимого объема выборки. Расчет ошибки выборки. Ремонт выборки.

Обязательна иллюстрация на конкретных примерах.

Общий вывод.

Методы качественного социологического исследования: общая характеристика и особенности применения

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:

Качественные методы в социологии. Теоретические основания качественных методов. Особенности стратегии качественного анализа. Виды качественных исследований. Возможности и ограничения качественных методов сбора данных. Области применения качественных методов.

Недирективное интервью: общая характеристика метода. Правила, методика и техника проведения интервью. Обработка материалов интервью. Тактика и искусство интервьюера. Статус получаемых знаний. Моральные обязательства интервьюера.

Биографический метод: общая характеристика метода. Стратегия проведения. Анализ текстов. Обзор тематических областей. Методы оценки качества. Валидность, достоверность и надежность. Социокультурная специфика использования метода.

Характеристика видов качественного исследования на выбор студента-выпускника.

Обязательна иллюстрация на конкретных примерах.

Литература

1. *Беляева Л. А.* Эмпирическая социология в России и Восточной Европе : учеб. пособие / Л. А. Беляева. – М. : ГУ ВШЭ, 2004.
2. *Готлиб А. С.* Введение в социологическое исследование. Количественные и качественные подходы, методология, исследовательские практики / А. С. Готлиб. – М. : Флинта, МПСИ, 2005.
3. *Девятко И. Ф.* Модели объяснения и логика социологического исследования / И. Ф. Девятко. – М., 1996.
4. *Добреньков В. И.* Методы социологического исследования : учебник / В. И. Добреньков, А. И. Кравченко. – М. : ИНФРА-М, 2004.
5. *Ионин Л. Г.* Философия и методология эмпирической социологии / Л. Г. Ионин. – М. : ГУ ВШЭ, 2004.
6. *Квале С.* Исследовательское интервью / С. Квале. – М. : Смысл, 2003.
7. *Лапин Н. И.* Эмпирическая социология в Западной Европе : учеб. пособие / Н. И. Лапин. – М. : ГУ ВШЭ, 2004.
8. *Ритцер Дж.* Современные социологические теории / Дж. Ритцер. – 5-е изд. – СПб., 2002.
9. *Садмен С.* Как люди отвечают на вопросы: применение когнитивного анализа в массовых обследованиях / С. Садмен, Н. Бредберн, Н. Шварц. – М. : ФОМ, 2003.
10. *Ядов В. А.* Стратегия социологического исследования / В. А. Ядов. – М., 1998.

ОПД. Ф. 4. ДЕМОГРАФИЯ

д-р социол. наук, проф. *Грабельных Т. И.*

16. Демографическая структура и демографические процессы: понятия, проблемы, тенденции.
17. Брачность и разводимость: проблемы и тенденции в современной России. Анализ социально-демографической ситуации в Иркутской области.
18. Современная демографическая политика в России: сущность, основные цели и направления, проблемы реализации.

Демографическая структура и демографические процессы: понятия, проблемы, тенденции

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:
Демографические проблемы в современном мире

Актуализация, теоретическая и практическая значимость исследований населения и его изменений, взаимосвязей демографических структур и демографических процессов с другими социальными явлениями и процессами.

«Демографическая структура» и «демографические процессы»: соотношение понятий

Демографические структуры населения. Состав населения по полу: показатели и возрастная динамика. Первичное, вторичное, третичное соотношение полов: определение, динамика, основные факторы изменения. Роль поведения в формировании вторичного соотношения полов. Основные тенденции изменения полового состава населения мира, континентов, стран.

Возраст и возрастная структура населения. Возраст как демографическая и социологическая переменная. Возрастные группы и контингенты. Возрастно-половые пирамиды, их построение и анализ. Возрастно-половая структура и воспроизводство населения: прямые и обратные связи. Типы возрастно-половых структур и пирамид. Возрастно-половая структура и социально-экономические процессы.

Демографическое старение населения: сущность, причины, виды. Измерение демографического старения населения. Шкала демографического старения Ж. Боже-Гарнье – Э. Россета. Шкала демографического старения ООН. Демографическое старение населения и его экономические, социальные, здравоохранительные, политические и др. последствия. Условия жизни и долголетие в России. Понятие «преждевременного старения». Социально-экономические и медико-психологические аспекты демографического старения. Старение населения и задачи социальной политики. Проблема старения населения в Иркутской области.

Другие демографические структуры населения. Структура населения по брачному и семейному состоянию. Понятия брака и семьи в демографии. Семья и домохозяйство. Основные виды демографических структур семьи.

Недемографические структуры населения. Городское и сельское население. Структура населения по экономической активности и ее видам. Образовательная структура населения. Этнический состав населения. Конфессиональный состав населения. Взаимосвязь демографических и недемографических структур населения.

Основные тенденции изменения численности и состава населения мира и России

Методы измерения численности и структуры населения и их динамики: общая характеристика

Абсолютная численность населения. Моментная численность населения и численность населения за период. Средняя (среднегодовая) численность населения. Изменения численности населения во времени. Абсолютный прирост (убыль) численности населения. Темпы роста и прироста (убыли) населения: за период и среднегодовые.

Общий вывод.

Брачность и разводимость: проблемы и тенденции в современной России. Анализ социально-демографической ситуации в Иркутской области

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:

Брачность и разводимость: актуализация проблем в современных условиях.

Брак и его формы. Моногамия и полигамия. Юридический брак. Фактический брак. Сожительство. Брачное состояние (брачный статус) и его показатели. Измерение брачного статуса в переписях населения и социологических исследованиях. Современная концепция измерения семейного статуса.

Брачность как демографический процесс. Показатели брачности. Общий коэффициент брачности. Специальный коэффициент брачности. Повозрастные коэффициенты брачности. Возраст вступления в брак. Возраст вступления в первый брак. Уровень окончательного безбрачия. Потенциал брачности и его показатели. Европейский тип брачности и его особенности. Тенденции брачности в мире и России.

Таблицы брачности. Основные показатели таблиц брачности. Связь брачности и рождаемости.

Социологические аспекты брачности. Брачное поведение. Брачный выбор. Брачный круг. Брачные запреты. Демография брачного рынка. Гомогамность и гетерогамность: понятия и способы измерения.

Разводимость как демографический процесс. Понятие «развода». Расторжение брака. Показатели разводимости. Общий коэффициент разводимости. Специальные коэффициенты разводимости. Повозрастные коэффициенты разводимости. Суммарный коэффициент разводимости. Специальные коэффициенты разводимости по продолжительности брака.

Таблицы разводимости. Основные показатели таблиц разводимости. Таблицы прекращения брака. Тенденции разводимости в мире и России.

Анализ социально-демографической ситуации в Иркутской области

Причины высокой разводимости в Иркутской области. Разводимость среди молодежи.

Современная демографическая политика в России: сущность, основные цели и направления, проблемы реализации

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:

Сущность и содержание демографической политики. Соотношение демографической политики с экономической, социальной и семейной политикой. Социальная необходимость проведения демографической политики, направленной на предотвращение депопуляции и ее последствий.

Цель демографической политики – устранение возможности депопуляции. Демографическая политика и государственная политика в области занятости.

Специфика целей демографической политики, вытекающая из особенностей депопуляции в различных странах мира и в России. Стратегия и тактика демографической политики.

Проблема определения основных направлений современной демографической политики в России. Демографическая политика в России и в СССР: определение приоритетов. История мер материального стимулирования рождаемости и законодательных действий по отношению к искусственному аборту.

Необходимость комплексного подхода в проведении демографической политики в российских условиях. Современная концепция государственной семейно-демографической политики в России и механизмы ее реализации.

Демографическая экспертиза законопроектов и других актов законодательной и исполнительной власти, крупных экономических и социальных проектов: понятие, особенности, проблемы.

Современная демографическая ситуация в России в контексте социально-политической и территориальной безопасности и устойчивого развития Российской Федерации.

Литература

1. Антонов А. И. Социология семьи : учебник / А. И. Антонов. – М. : ИНФРА-М, 2005.
2. Бахметова Г. Ш. Сбор и обработка данных о населении / Г. Ш. Бахметова. – М., 2000.
3. Борисов В. А. Демография : учебник для вузов / В. А. Борисов. – М., 2002.
4. Медков В. М. Демография : учебник / В. М. Медков. – М. : МГУ, ИНФРА-М, 2004.
5. Медков В. М. Демография : учеб. пособие / В. М. Медков. – М., 2002.
6. Основы демографии и государственной политики народонаселения / А. И. Щербачев [и др.]. – М. : Академ. Проект, 2005.
7. Рыбаковский Л. Л. Практическая демография / Л. Л. Рыбаковский. – М. : ЦСП, 2005.

ОПД. Ф. 5. СОЦИАЛЬНАЯ СТАТИСТИКА

канд. экон. наук, доц. Чебунин В. П.

19. Статистика социальной структуры общества, здоровья населения и здравоохранения.

Статистика социальной структуры общества, здоровья населения и здравоохранения

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:
Социальная структура общества, здоровье населения и здравоохранение: понятия, проблемы, тенденции.

Основные показатели статистики населения (половозрастная структура, уровень образования населения, сальдо миграции и т. д.).

Основные показатели развития здравоохранения (заболеваемость, численность врачей и т. д.).

Общий вывод.

ОПД. Ф. 6. СОЦИАЛЬНАЯ АНТРОПОЛОГИЯ

д-р филос. наук, проф. *Федчин В. С.*

20. Роль генетического и социокультурного наследования в расслоении общества.
21. Россия в социокультурном пространстве Европы.

Роль генетического и социокультурного наследования в расслоении общества

Достаточно полно вопрос освещен в учебнике Ф. И. Минюшева [1], в ч. 1, теме 5 «Человеческое разнообразие и стратификация общества».

Основой раскрытия данного вопроса служит диалектическое соотношение понятий «генотип» и «фенотип» человека.

Генотип – это то, что дано человеку от природы – потенциал биологического развития человеческого существа, заложенный уже с момента начала развития человеческого эмбриона. Он определяется генетическим набором, полученным человеком от родителей. В последнее время получены особенно впечатляющие результаты исследований в области расшифровки генетического кода человека. Много говорят и пишут о возможности избавления людей от наследственных заболеваний, генах агрессии, старения и т. п., вообще об искусственном улучшении биологической природы человека (современный вариант евгеники – науки о выведении совершенной породы человека). Возможности здесь, по-видимому, немалые, но ко всем этим сенсационным заявлениям и программам следует относиться с большой долей критики.

Фенотип – это те компоненты человеческой сущности, которые он приобретает в процессе своего культурно-исторического опыта. Это воздействие на его развитие обстоятельств, связанных с природной и социальной средами, влияние семьи, его микро- и макросоциального окружения.

Неправомерно чрезмерное акцентирование антропологического знания на одном из этих элементов человеческой сущности. В действительности речь должна идти о противоречивом (диалектическом) взаимоотношении этих двух начал.

Россия в социокультурном пространстве Европы

Вопрос крайне важен для самоидентификации граждан России. Куда мы себя отнесем – к европейской традиции или к одному из видов азиатской цивилизации? (При подготовке можно использовать учебник [1], тема 6 «Этнос и этнокультура»). Вопрос имеет давнюю историю и был центральным в социологических дискуссиях у русской интеллигенции XIX в. Не утратил он своей остроты и сегодня. Начало было положено П. Я. Чаадаевым в его философических письмах [2], который считал путь развития российской цивилизации исторически бесперспективным, а идеальная модель, по его мнению, – это обобщенный образец западноевропейской культуры. После того как он изложил в печати эту точку зрения, последовали репрессивные меры против П. Чаадаева и оживленная полемика в российском обществе. Именно с этого времени начинается история противоборства славянофилов и западников. Первые выдвигали на первый план национальные исторические ценности (православие, народность, самодержавие) и в целом исповедовали консервативные ценности. Вторые, напротив, тяготели к западной системе ценностей, к позитивному, научному знанию, а в области социальной – к радикальным и революционным идеям. И в настоящее время это актуальная проблема внешней и внутренней политики нашего государства. Если ориентироваться на традиционные национальные ценности, есть опасность серьезно отстать в научно-технологическом и социальном развитии. Напротив, радикальное западничество опасно разрывом с глубинными основами национально-го менталитета. Продуктивное решение проблемы, как всегда, где-то посередине.

Литература

1. Минюшев Ф. И. Социальная антропология : учебник / Ф. И. Минюшев. – М., 2009. – 222 с.
2. Русская идея : сб. статей / сост. и авт. вступ. ст. М. А. Маслин. – М. : Республика, 1992. – 496 с.

ОПД. Ф. 7. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

канд. филос. наук, доц. *Решетникова Е. В.*

22. Методы и основные направления исследования малых групп.
23. Личность в группе. Социально-психологические качества личности и особенности их формирования.

Методы и основные направления исследования малых групп

Постановка данных вопросов обуславливается тем, что учебная дисциплина «Социальная психология» является важным компонентом в системе профессиональных знаний социологов. В частности, подготовка специалиста предполагает формирование профессиональной компетенции в таких областях, как общение, социальное взаимодействие, социальная практика, управление, групповые процессы.

При ответах необходимо обратить внимание на следующие тезисы:

Группа как субъект совместной деятельности. Понятие малой группы. Классификация малых групп, виды и структура групп. Предпосылки разработки психологической проблематики малых групп. Современное состояние исследований. Требования и эмпирика в социально-психологическом исследовании. Надежность и обоснованность данных исследований. Понятие и типы шкал как способ измерения социально-психологических характеристик. Методы социально-психологических исследований. Типы экспериментов.

Необходимо четко представлять содержание следующих понятий: ин-группа, социальная идентичность, групповая динамика, аттракция, социализация.

Литература

1. *Андреева Г. М.* Социальная психология / Г. М. Андреева. – М., 2006.
2. *Шибутани Т.* Социальная психология / Т. Шибутани. – Ростов н/Д, 2002.
3. *Ядов В. А.* Стратегия социологического исследования / В. А. Ядов. – М., 1998.

Личность в группе. Социально-психологические качества личности и особенности их формирования

Личность как предмет социально-психологических исследований: взаимосвязь личности и общества. Основные теоретические подходы к исследованию личности в социальной психологии. Понятие социальной установки, роль установки в психической регуляции социального поведения личности. Статус личности в группе и его влияние на поведение человека в социуме.

Поведение личности в критических и стрессовых социальных ситуациях. Механизмы регуляции и саморегуляции поведения в критической ситуации. Социально-психологические качества личности, способы их диагностики. Социально-психологические качества личности как фактор детерминации отношений и взаимодействий с другими людьми. Социально-обусловленные личностные нарушения и механизмы их компенсации. Методы и приемы социально-психологического воздействия на личность.

При подготовке рекомендуется обратить внимание на следующие понятия: каналы коммуникации, социальный интеллект, социальный институт, личность, дистресс, групповая динамика, социализация.

Литература

1. *Леонтьев А. Н.* Деятельность. Сознание. Личность / А. Н. Леонтьев. – М., 1975.
2. *Хьелл Л.* Теории личности / Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб., 1997.
3. *Ядов В. А.* Социальная идентичность личности / В. А. Ядов. – М., 1994.

ОПД. Ф. 8. СОЦИОЛОГИЯ ТРУДА И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

канд. экон. наук, доц. *Беклемешев В. П.*

24. Социально-экономические гарантии и социальная защита работников предприятия в рыночных условиях хозяйствования.
25. Профессии и профессиональная структура. Личностный потенциал работника и его профессиональная карьера в современных условиях.

Социально-экономические гарантии и социальная защита работников предприятия в рыночных условиях хозяйствования

Студент должен представить знания законодательного гарантирования, уровни и направления анализа труда, иерархию труда, специфику гарантирования в регионах, цели, задачи гарантирования, отличия гарантий в зависимости от условий хозяйствования, модели гарантирования, направленность гарантий. Также выпускник должен представить современные теории и подходы к формированию гарантированности труда, современные основы реформирования труда, организации труда, системы оплаты труда, регулирования труда, социального партнерства, качества трудовой жизни, особенности исследования трудовых процессов и затрат рабочего времени, нормативные материалы организации и нормирования труда, системы социального гарантирования.

Профессии и профессиональная структура. Личностный потенциал работника и его профессиональная карьера в современных условиях

Выпускник должен знать о необходимости профессионального разграничения, понимать организацию профессионально-должностной структуры на различных предприятиях с разными формами собственности, основные законодательные акты представления должностных и профессиональных структур в различных подразделениях региона (инфраструктуры). Студент должен показать знания о потенциальных возможностях работника, специфику использования на отдельных предприятиях региона, представлять социально-методологические основы профессиональной карьеры и роста работника в современных условиях, проблемы их разрешения.

ОПД. Ф. 9. СОЦИОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

канд. филос. наук, доц. *Бобков А. И.*

26. Развитие и функционирование организаций. Внутренняя структура организации.
27. Организационные изменения. Изменение профессионально-квалификационной структуры коллектива как предмет социологического анализа.
28. Роль внешней среды как фактор развития организационной культуры.

Развитие и функционирование организаций. Внутренняя структура организации

В начале ответа необходимо дать понятие организации, выделить типы организаций. Далее следует обратить внимание на изменение организационного развития в контексте традиционно-го, индустриального и постиндустриального обществ. Проведя сравнительный анализ изменения структуры и функций организаций в рамках каждого из этих обществ, подчеркнуть содержание и направленность тех процессов, которые способствуют прогнозированию организационного развития современного российского общества. При освещении вопроса о внутренней структуре организации и динамике ее изменения следует акцентировать внимание на проблемах организационной «патологии» и нововведений в организациях.

Организационные изменения. Изменение профессионально-квалификационной структуры коллектива как предмет социологического анализа

При ответе следует наибольшее внимание уделить раскрытию типологии организационных изменений, провести анализ соотношения инноваций и норм. В контексте анализа изменения профессионально-квалификационной структуры коллектива следует остановиться более подробно на инноваторах как особой социальной категории и процессе сопротивления нововведениям в организации. В завершение следует акцентировать внимание на инновационных организациях как основном факте изменения структуры организации в современном обществе.

Роль внешней среды как фактор развития организационной культуры

В вопросе следует остановиться на анализе двух факторов: общественном укладе и конкретной среде. В анализе внешней среды следует подробно остановиться на ее структуре и раскрытии сущности каждой из ее составляющих. Опирается следует на следующую схему:



Для более подробного раскрытия вопросов раздела «Социология организаций» следует использовать работы А. И. Пригожина [1] и С. С. Фролова [2].

Литература

1. Пригожин А. И. Современная социология организаций / А. И. Пригожин. – М., 1995. – 296 с.
2. Фролов С. С. Социология организаций : учебник / С. С. Фролов. – М. : Гардарики, 2001. – 384 с.

ОПД. Ф. 10. СОЦИОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИЙ

д-р социол. наук, проф. Грабельных Т. И.

29. Социологические доминанты коммуникации и уровни ее организации.
30. Типы коммуникаций. Современные межличностные коммуникации: проблемы, тенденции.
31. Коммуникации в группах: коммуникативные роли и технологии обсуждения в процессе принятия решений.

Социологические доминанты коммуникации и уровни ее организации

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:
Факторы, обуславливающие актуализацию изучения коммуникации

Понятие «социологические доминанты коммуникации».

Современные подходы к исследованию коммуникации: страти-

фикационный, ситуационный, оценочный и функциональный. **Обоснование категорий социального статуса, коммуникативных ролей и коммуникативных сфер, социальной ситуации, коммуникативной установки, смысловой и оценочной информации и социальной ориентации как социологических доминант.** Данный вопрос является стержневым для изучения. Поэтому необходимо раскрыть содержание выделенных доминант и способы их актуализации. Также следует провести разграничение понятий социального статуса, коммуникативной роли и социального стереотипа.

Уровни организации коммуникации. В ходе ответа следует обратить внимание на критерии выделения уровней организации коммуникации. Дать общую характеристику каждого уровня. Более подробно остановиться на анализе одного из них. Семиотический уровень. Лингвистический (языковой) уровень коммуникации. Высказывание и дискурс как коммуникативные единицы. Ментальные модели. Функциональные характеристики дискурса, существенные для социологии коммуникации. Тематическое поле, языковой код, регистр (тональность) и способ (канал) коммуникации как важнейшие структурные компоненты дискурса. Паралингвистический (невербальный) уровень организации коммуникации. Виды невербальных коммуникативных средств: фонационные, кинесические и графические, их функции. Взаимодействие вербальных и невербальных коммуникативных единиц. Металингвистический (метаязыковой) уровень организации коммуникации. Специфика научного дискурса. Синтетический уровень организации коммуникации. Обоснование системности коммуникации на синтетическом уровне (на примере любого синтетического вида искусства). Социально-значимые компоненты систем синтетического уровня и социологические аспекты его изучения.

Коммуникативное пространство и его организация

Ответ на данный вопрос предполагает раскрытие понятия «коммуникативное пространство». Следует обратить внимание на основные принципы организации коммуникативного пространства. Символическая организация. Визуальная организация как эффективная среда для реализации символов. Кодировка сообщений в рамках визуального пространства. Роль визуальной символики в обеспечении многоканальности воздействия на ау-

диторию. Событийная организация коммуникативного пространства. Мифологическая организация. Использование мифов как банка данных. Усиление эффективности сообщения посредством присоединения его к мифам. Коммуникативная организация. Необходимость опоры на существующие коммуникативные потоки при построении сообщений. Достаточно дать общую характеристику.

В заключение нужно сделать **вывод о современных социологических доминантах коммуникации и основных уровнях ее организации.**

Типы коммуникаций. Современные межличностные коммуникации: проблемы, тенденции

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:

Типы коммуникаций. Коммуникация как процесс обмена информацией. Участники коммуникативного акта. Типы коммуникации в зависимости от структуры коммуникативного акта. Межличностная коммуникация, межгрупповая и массовая коммуникации. Следует выделить их сущность и особенности. Например, при раскрытии вопроса **о коммуникациях в группах и организациях** необходимо обратить внимание на особенности циркуляции в них информации. Интерес представляют вопросы об обмене информацией между малыми группами, внешней и внутренней среде межгруппового общения. Следует акцентировать внимание на «лидерах мнений» и положении групп в информационном пространстве (периферия, лакуны – «теневые» группы, невостребованные социальные группы, центр социального пространства). При раскрытии вопроса о **массовых коммуникациях** следует акцентировать внимание на глобализации пространства общения, содержании основных видов текстов массовой коммуникации (новости и реклама), средствах массового информирования и каналах массовой коммуникации, проблеме слияния различных видов массовой коммуникации и Интернета. В том числе, можно выделить основные направления эмпирических исследований средств массовой коммуникации: исследование производства медиапродукции, исследование содержания медиапродукции, исследование потребления медиа.

Современные межличностные коммуникации: проблемы, тенденции

Межличностная коммуникация, условия ее актуализации и основные функции. Технологический прогресс и его влияние на характер межличностного общения (непосредственное общение, почта, телефон, телевидение, мировая интерактивная среда). Ключевые проблемы в сфере межличностных коммуникаций в условиях глобализации. Современные тенденции развития межличностных коммуникаций.

В заключение следует сделать *общий вывод*.

Коммуникации в группах: коммуникативные роли и технологии обсуждения в процессе принятия решений

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:

Коммуникации в группах и организациях: понятие, общая характеристика. Особенности циркуляции информации в больших и малых группах. Обмен информацией между различными группами. Внешняя и внутренняя среда межгруппового общения. «Лидеры мнений» и положение групп в информационном пространстве (периферия, лакуны – «теневые» группы, не востребованные социальные группы, центр социального пространства). Специфика коммуникаций в семье. Коммуникации в современной организации (на примере коммерческих и некоммерческих организаций). Коммуникации в объединениях по интересам.

Коммуникативные функции в группе (решение задачи, групповая солидарность, реализация индивидуальных потребностей и др.).

Коммуникативные роли членов группы: инициатор, информатор, разработчик решений, координатор, энергайзер, технолог, гармонизатор и др.

Технологии обсуждения в процессе принятия решений и их основные формы: круглый стол, фокус-группы и др. Публичные обсуждения и их формы: панельные дискуссии, симпозиум, форум, конференция.

Сетевая структура коммуникации в организациях. Основные свойства сетевых коммуникативных связей: симметрия – асимметрия, частота связей, содержание информации, способ

связи (канал), согласованность, централизация связей, плотность (связность), мультиплексность.

В заключение следует сделать *общий вывод*.

Литература

1. *Адамьянц Т. З.* Социальная коммуникация / Т. З. Адамьянц. – М. : ИС РАН, 2005. – 158 с.
2. *Бориснев С. В.* Социология коммуникации / С. В. Бориснев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 270 с.
3. *Василик М. А.* Основы теории коммуникации / М. А. Василик. – М. : Гардарики, 2005. – 615 с.
4. *Конецкая В. П.* Социология коммуникации / В. П. Конецкая. – М., 2005.
5. *Назаров М. М.* Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М. М. Назаров. – М. : Аванта плюс, 2003. – 428 с.
6. *Науменко Т. В.* Социология массовой коммуникации / Т. В. Науменко. – СПб. : Питер, 2005. – 288 с.
7. *Почепцов Г. Г.* Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2003. – 656 с.
8. *Федотова Л. Н.* Социология массовой коммуникации / Л. Н. Федотова. – СПб. : Питер, 2003. – 400 с.

ОПД. Ф. 11. ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА

канд. филос. наук *Ефремова Е. И.*

32. Система и классификация методов менеджмента.
33. Необходимость и место видения и миссии в управлении современной организацией.
34. Видовая классификация организационных структур управления и современные тенденции в их развитии.

Система и классификация методов менеджмента

Следует помнить, что менеджмент – это творчество, основанное на применении методов.

Метод менеджмента – совокупность определенных приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных перед ним целей. Особенности этого воздействия отличают методы друг от друга. Выделяют три основные группы методов: экономические, административно-правовые и социально-психологические.

При выборе метода менеджмента необходимо учитывать: скорость достижения цели; вероятность достижения цели; отношения подчинения; личность управляемого; личность управляющего; экономическую самостоятельность; климат в коллективе. Необходимо помнить, что во всех случаях основным объектом воздействия являются люди.

Экономические методы менеджмента – комплекс способов и приемов управления, основанный на использовании экономических законов, интересов и системы взаимосвязанных экономических показателей, норм и нормативов. Такие методы соответствуют социально-экономической природе предприятия и являются средством развития производства и обмена на рыночной основе. Отличительная черта современного этапа развития экономических методов менеджмента – их направленность на поощрение деятельности предприятия в зависимости от его эффективности, экономии ресурсов.

Основные экономические методы:

Коммерческий расчет – направлен на соизмерение затрат и результатов, обеспечение прибыльности и рентабельности производства. Коммерческий расчет предполагает обязательное получение прибыли, достаточной для продолжения хозяйствования предприятия.

Цены и ценообразование – установление уровня цены с учетом издержек производства плюс целевая норма прибыли. Знание структуры цены позволяет судить о реальных экономических результатах деятельности, конкурентоспособности продукции и стабильности получаемой прибыли.

Маркетинг как инструмент, направленный на изучение и учет спроса и требований рынка для более обоснованной ориентации производственной деятельности предприятий на выпуск конкурентоспособной продукции. Это инструмент регулирования производства и сбыта, а значит, и рыночных отношений.

Финансирование – обеспечение всех подразделений необходимыми финансовыми ресурсами.

Кредитование – кредит как источник увеличения собственных средств предприятия, способствующий улучшению состояния рынка в целом.

Страхование – охватывает сферу перераспределительных отношений. Функции страхования: рисковая, предупредительная; сберегательная, контрольная.

Административно-правовые методы – совокупность средств юридического (правового и административного) воздействия на отношения людей в процессе производства. Эти методы прямо воздействуют на объект управления, определяя его задачи и сроки выполнения, принимая форму распоряжений и указаний, обязательных для выполнения. В условиях рыночных отношений эти методы играют вспомогательную роль.

Административно-правовые методы опираются на следующие системы:

- законодательных актов страны и региона;
- нормативно-директивных и методических документов предприятия, обязательных к применению. К ним относятся: стандарты, методики, положения, инструкции и подобные документы длительного использования, а также приказы, распоряжения, указания, утвержденные руководством предприятия и действующие только на предприятии;
- планов, программ, заданий, так как их срыв может нарушить стабильность работы всего коллектива;
- оперативного руководства. Данная система включает следующие методы:

распоряжения: руководитель в устной или письменной форме указывает подчиненному, что тот должен (не должен) совершать в определенных условиях;

популяризации: способ реализации власти, когда акцент переносится с прямых указаний на инициативы. Приказы и наказания используются лишь в крайнем случае;

делегирования полномочий: работнику доверяется самостоятельное решение задачи и возлагается функциональная ответственность. Руководитель сохраняет за собой ответственность за общее руководство, которое не может быть делегировано;

участия в управлении: руководитель привлекает сотрудников к решению текущих вопросов, предоставив им все необходимые полномочия и возложив на них ответственность. Целесообразно использовать там, где люди могут и желают самостоятельно работать.

Административное воздействие определяется объемом полномочий, которым наделен руководитель. Цели административного

воздействия: регламентация границ деятельности подчиненных руководителю работников; постановка задач исполнителям; контроль за выполнением задач. Действенность административного воздействия зависит от четкости составления должностных инструкций, правильности установленных норм и нормативов, а также от степени полноты и своевременности информации об объекте управления.

Социально-психологические методы менеджмента направлены на управление социально-психологическими процессами в коллективе по достижению поставленной цели. В основе использования социально-психологических методов менеджмента лежат социальные отношения, возникающие в процессе производства, направленные на повышение активности сотрудников, и влияющие на конечный результат деятельности предприятия.

Социально-психологические методы направлены на решение следующих задач: повышение производственной и творческой активности членов трудового коллектива; формирование благоприятного социально-психологического климата; эффективное использование различных форм морального поощрения.

Среди социальных методов особое внимание в менеджменте уделяют методам управления группами (авторитарные, демократические, либеральные); управления групповыми явлениями (новаторство, экономические соревнования); социального нормирования (конкурсы, смотры); социального регулирования (договора, соглашения, взаимные обязательства); ролевых изменений и социальной профилактики. Психологические методы представляют в своей основе методы профессионального отбора (беседы, тесты), гуманизации труда (например, борьба с монотонностью, следование принципам эргономики), формирования эмоционально-эстетического фона деятельности коллектива (общее настроение, культура общения, внешний вид).

Необходимость и место видения и миссии в управлении современной организацией

Еще более 100 лет назад А. Файоль считал, что основой административной деятельности высшего руководства, как и всей «пирамиды» руководителей, является выработка общей программы работы предприятия в виде: подбора рабочего состава,

координации общих усилий и гармонизации деятельности организации. Именно подготовка программы действий (планов работы – в современных категориях и понятиях менеджмента) – одна из наиболее важных и трудных операций на всяком предприятии, так как именно эта программа приводит в действие все отделы организации и все функции менеджмента.

Видение является исходным моментом формирования основы системы планирования в управлении предприятием. Видение – идеальное представление менеджера о состоянии бизнеса. Это наименее четкий ориентир в деятельности предприятия по сравнению с другими целями, в то же время оно несет в себе «заряд энергии», импульс развития. Видение может и не стать реальностью в полной мере, но его можно пересматривать по мере достижения определенности в результатах.

Видение – это понятие, обозначающее картину относительно отдаленного будущего, гипотетическая ситуация, в которой бизнес развивается в наиболее благоприятных условиях и в соответствии с надеждами и мечтами его владельца или руководителя. Видение позволяет установить желаемую «высоту планки» для данного дела и может служить ориентиром для определения уровня притязаний при планировании.

Видение включает два основных элемента. Первый состоит в выработке *концептуальной основы или понимания назначения организации* – здесь оно выступает путеводителем. Другим важным элементом является *эмоциональный призыв*: та часть видения, в которой заложен мотивационный импульс и с которой люди могут согласиться. Эти два элемента определяют сущность видения. Итак, видение позволяет: определить новые цели и задать направление развития, направлять текущую деятельность, пробуждать интерес к работе, достигать существенных результатов, воспитывать целеустремленность.

Формулировка видения должна описывать «желаемую реальность», выразить основные ценности, обозначать необходимые изменения, подразумевать достижимость, но не в короткие сроки, быть краткой и лаконичной, созидательной, вдохновляющей.

Миссия. Под миссией понимается стратегическая (генеральная) цель, выражающая смысл существования, общественное предназначение организации. Это роль, которую предприятие хочет играть в обществе.

Значение правильно сформулированной и эффективно представленной персоналу миссии трудно переоценить, так как она служит основой выработки целей – ориентиров для всего последующего процесса принятия управленческих решений, дает коллективу чувство причастности к созиданию общественного блага, т. е. производству продукции или услуг, имеющих большое значение для общества. Определение миссии важно как «символ, вокруг которого можно сплотить членов организации». Она акцентирует внимание на своей социальной роли организации и учете общественных интересов, следовательно, способствует взаимодействию с местными властями и населением; помогает получить широкую панораму бизнеса, что позволяет работникам «взглянуть на происходящее как бы с высоты птичьего полета, без чего долгая конкурентоспособность немислима».

Существуют два основных подхода в толковании миссии: *с позиций стратегии бизнеса, с позиций философии и этики*. Стратегический подход рассматривает миссию как стратегический инструмент, идентифицирующий целевой рынок и бизнес-компания. Философско-этический подход трактует миссию как некий связующий культурный элемент, позволяющий организации функционировать как коллективной единице. Миссия дает основу формирования устойчивых норм и оценок, определяющих поведение людей. Такая миссия равнозначна *философии бизнеса*, которая помогает сотрудникам воспринимать и интерпретировать события единым образом и говорить на общем языке. Представляется, что обе позиции в толковании миссии могут быть синтезированы.

Содержание корпоративной миссии определяется исходя из трех ключевых пунктов: 1. Корпоративная миссия должна быть выражена в сравнительно простых определениях и в удобной для восприятия форме. Усложненная формулировка, включающая множество аспектов, с трудом поддается разъяснению людям как внутри так и вне организации. 2. В основе корпоративной миссии должны лежать задачи удовлетворения интересов и запросов потребителей, осуществляемого на рынке. 3. Ответ на вопрос о том, почему потребители будут покупать товары и услуги данной, а не другой корпорации, должен иметь четкий ответ. Определяя миссию, необходимо начинать с учета потребностей, которые удовлетворяет организация своими товарами, или с ответа на вопрос «Какую пользу можно принести нашим потребителям?».

Видовая классификация организационных структур управления и современные тенденции в их развитии

Организационная структура – состав, взаимосвязи, соподчиненность организационных единиц (подразделений) аппарата управления, выполняющих различные функции менеджмента.

Виды организационных структур

Концепцию традиционных, или так называемых иерархических, организационных структур, сформулировал Макс Вебер. Согласно этой концепции структуры бывают линейными и функциональными.

Наиболее простой тип организационных структур управления (далее – ОСУ) – *линейная*. Она основывается только на отношениях «руководства – подчинения» и отражает самую общую ступень разделения управленческого труда – на отдачу приказов, распоряжений, указаний и на их исполнение. В чистом виде линейные структуры в наше время существуют лишь в небольших по масштабам организациях, выполняющих элементарные производственные функции или услуги с очень несложной технологией. В то же время линейная форма отношений «руководитель – подчиненный» как способ реализации принципа единоначалия является обязательным элементом практически всех формальных структур.

При дальнейшем развитии ОСУ появились подразделения *функциональные*, специализированные на определенных задачах, например сбыте, учете, планировании и др. Область применения функциональной структуры – это однопродуктовые предприятия; предприятия, реализующие сложные и длительные инновационные проекты; средние узкоспециализированные предприятия; научно-исследовательские и проектно-конструкторские организации; крупные специализированные предприятия.

Линейно-функциональные (линейно-штабные) структуры основаны на выделении исполнителей штабных функций при высших менеджерах крупных фирм и соответствующих штатных помощников или подразделений, например отдел координации, юридическая служба и т. д., в которых линейные связи дополняются функциональными. Их наиболее существенная характеристика состоит в том, что общее распорядительство ресурсами и целенаправленность входят в полномочия линейных руко-

водителей, а управление процессами достижения поставленных целей в рамках выделенных ресурсов и некоторых других ограничений возлагается на руководителей функциональных служб и подразделений.

В современных крупных объединениях применяются сложные схемы ОСУ, включающие в конечном счете комбинацию простейших. Одна из таких схем ОСУ – *функциональной департаментализации* (деление организации на отдельные блоки, каждый из которых имеет конкретную четкую задачу и обязанность, т. е. выполняет определенную функцию). Традиционными являются функциональные блоки производства, маркетинга, финансов. Они могут быть разделены на более мелкие подразделения, чтобы максимально использовать преимущества специализации и не перегружать руководство.

К сложным схемам ОСУ относятся *дивизиональные структуры* (дивизион – отделение, филиал, фирма). В такой структуре организация делится на автономные элементы и блоки: по видам товаров и услуг, группам покупателей, географическим регионам.

Рассмотренные типы простейших и более сложных структур относятся к механистическому (детерминированному) классу моделей систем управления. Они основаны на глубокой регламентации должностных требований, прав, обязанностей, строгой дисциплине, имеют строгую иерархию. Преобладает тенденция к централизованному принятию решений, жесткому контролю за исполнением, вертикальным потоком директивной информации и отчетов об исполнении.

В современных условиях все большее внимание менеджеров обращается к органическому (адаптивному) классу моделей систем управления. Данные системы ориентированы на человека, на подбор и воспитание творческих, высококвалифицированных кадров и создание условий для раскрытия их потенциала при решении сложных, новых задач. Они основываются преимущественно на неформальных отношениях и предполагают отсутствие жестко закрепленных функциональных обязанностей за менеджерами разного ранга. Преобладают горизонтальные потоки информации, носящей не директивный, а проблемно-ориентированный характер. Степень регламентации деятельности исполнителей – слабая, а роль менеджеров особенно велика в создании

условий для продуктивной работы. Для таких систем управления характерно применение проектных (программно-целевых) и матричных форм управления.

Сущность программно-целевого управления заключается в том, что вся совокупность ресурсов, а также видов деятельности по проекту (программе) независимо от их функциональной или ведомственной принадлежности рассматривается во взаимосвязи как единый, цельный объект управления. Для реализации каждой новой программы формируются специальные подразделения – отделы. Основная обязанность руководителя (управляющего) программы состоит в выполнении необходимых функций для реализации ее цели.

Основу **матричной структуры** составляет функциональная структура управления, строящаяся по отдельным сферам деятельности: производство, научные исследования и разработки, инженерно-техническая подготовка производства, финансы и сбыт. Но наряду с функциональными подразделениями в матричной структуре имеются специальные проектные группы, временно создаваемые для решения конкретных проблем производства, требующих нестандартного подхода. И если функциональный управляющий решает, кто и каким образом выполнит тот или иной объем работы, то управляющий программой – что и когда должно быть выполнено. Создание при такой структуре междисциплинарных групп, включающих различных специалистов, позволяет наиболее эффективно и глубоко решать сложные проблемы. «Данная структура характеризуется работой на двух боссов, один из которых говорит, что следует делать, а другой – как».

К органическим типам организационных структур относятся также сетевые и командные. Командная структура предполагает, что вся организация состоит из команд, координирующих свои действия и работающих непосредственно с покупателями, а общее направление усилий задают цели организации. Сетевая структура означает, что компания поручает многие свои функции независимым агентам, а сама принимает форму небольшой головной организации, координирующей их деятельность.

Каждый из типов организационной структуры управления имеет свои плюсы и минусы, свою область применения, которая

определяется главными характеристиками объекта управления и внешней среды. Типы ОСУ, основанные на механистических моделях систем управления, предпочтительнее для стабильных условий, на органических моделях – для более неопределенных и динамичных. Поэтому для производства, характеризующегося стабильным технологическим процессом и неизменностью продукции, подходят типы структур механистического класса. В то же время высокая неопределенность внешней среды, переходный период экономики определяют необходимость встраивания элементов ОСУ, спроектированных как органические. Хотя механистические и органические модели и типы ОСУ не являются взаимоисключающими, их нельзя смешивать, так как отдельные их свойства все же несовместимы. Так, матричная структура не может быть внедрена в условиях жесткой регламентации задач и управленческих структур, а, например, для такого производства, как энергетическое, недопустимы отступления от жестко заданных инструкций.

Тенденции в развитии организационных структур. Постепенное осознание необходимости разукрупнения, перехода от гигантомании к оптимальным размерам. Необходимость усиления ориентации на будущее: создание штабных служб, образующих систему «раннего оповещения» и занимающихся анализом будущих условий, прогнозированием и выявлением новых проблем. Диверсификация производства в целях повышения финансовой устойчивости и новых источников получения дополнительной прибыли.

ОПД. Ф. 12. СОЦИАЛЬНАЯ ЭКОЛОГИЯ

канд. филос. наук, доц. *Гольцова Е. В.*

35. Социальная экология как отрасль социологии. Значение экологии в связи с производственной и непроизводственной деятельностью человека.
36. Социальные патологии в современном обществе: общая характеристика.
37. Индивидуальное и общественное здоровье населения: критерии и динамика.

Социальная экология как отрасль социологии. Значение экологии в связи с производственной и непроизводственной деятельностью человека

Начать построение ответа следует с рассмотрения истории возникновения социальной экологии как экологии города в 20-х гг. XX в. Отметить вклад социологов Р. Парка и Э. Бёрджесса в появление этого направления социологической науки. Показать этапы развития социальной экологии.

Рассмотреть понятие «социальная экология», основные подходы к пониманию предмета социальной экологии, методов и задач социальной экологии. Раскрыть основные категории социальной экологии и показать ее междисциплинарность.

Показать значение экологии в связи с производственной и непроизводственной деятельностью человека на примере одной из экологических проблем современности.

Социальные патологии в современном обществе: общая характеристика

Термин «социальная патология» объединяет несколько негативных явлений, каждое из которых серьезно ухудшает социальную среду: алкоголизм, наркомания, преступность и другие. Социальные патологии представляют массовые отклонения от норм поведения, содержащихся в правовом и моральном кодексах страны. Социальные патологии – это социальные отношения, значимо снижающие способность сообщества воспроизводить себя своими собственными функциями, предотвращать рост социальной энтропии, преодолевать социокультурные противоречия. Все это влечет за собой бесчисленные последствия, пронизывающие все общество элементами патологии, включая формирование социальной структуры, адаптирующейся к этой системе, и, следовательно, заинтересованной в ее сохранении. Эта система манипулирует человеком для обеспечения функционирования патологических структур.

Социальные патологии характеризуются понятием «девиантность», которое давно вошло в лексикон правоведов и социологов. Поскольку социальные патологии столь же естественны для населения мира, как и биологические, девиантное поведение является одним из стандартных компонентов любого образа жизни

ни, различаются только масштабы распространения отклоняющегося поведения. В России в постсоветский период произошел всплеск социальных болезней.

В ходе построения ответа необходимо раскрыть содержание термина «социальная патология», показать значение депривационных процессов в возникновении социальных патологий, перечислить и кратко охарактеризовать основные социальные патологии. Показать роль социальных патологий в загрязнении социальной среды и пути их преодоления (проиллюстрировать на конкретном примере).

Индивидуальное и общественное здоровье: критерии и динамика

Раскрыть понятие здоровья как состояния полного физического, духовного и социального здоровья.

Перечислить и охарактеризовать количественные параметры здоровья: заболеваемость, рождаемость, смертность, продолжительность жизни, физическое развитие, инвалидность.

Дать понятие общественного и индивидуального здоровья.

Привести демографические характеристики здоровья населения России и Иркутской области.

Показать динамику основных демографических характеристик в последние десятилетия.

Литература

1. *Гольцова Е. В.* Экология социальной среды : учеб. пособие / Е. В. Гольцова. – Иркутск : Изд-во ИГУ, 2006.
2. *Население России 2007: 15-й ежегодный демографический доклад* / отв. ред. А. Г. Вишневский. – М. : ГУ-ВШЭ, 2009.
3. *Никаноров А. М.* Глобальная экология : учеб. пособие / А. М. Никаноров, Т. А. Хоружая. – М. : ПРИОР, 2000.
4. *Прохоров Б. Б.* Социальная экология : учебник для студ. вузов / Б. Б. Прохоров. – М. : Академия, 2005.
5. *Ситаров В. А.* Социальная экология : учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / В. А. Ситаров, В. В. Пустовойтов. – М. : Академия, 2000.

ОПД. Ф. 15. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

д-р социол. наук, проф. *Грабельных Т. И.*

38. Социологические проблемы изучения общественного мнения: понятие, классификация.
39. Приоритетные направления изучения общественного мнения в историческом и социокультурном контекстах (Россия, Европа).
40. Современные требования к качеству опросов общественного мнения различного уровня.
41. Общественное мнение в социальном и государственном управлении. Место и функции социолога в структуре государственного управления.

Социологические проблемы изучения общественного мнения: понятие, классификация

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:

Социологические проблемы изучения общественного мнения как специальная социологическая теория, ее предмет, методы, основные функции

Социология общественного мнения как специальная социологическая теория, предметом изучения которой являются закономерности и механизмы возникновения, формирования и функционирования ценностно-оценочного отношения социальных групп, классов, народов к актуальным проблемам действительности, а также фактам и событиям прошлого и видению будущего, представляющим общественный интерес.

Общественное мнение как институт гражданского общества: краткая характеристика.

Многозначность понятия «общественное мнение»

Общественное мнение как мнение, заключающее в себе скрытое или явное отношение различных социальных общностей, групп и индивидов к проблемам, событиям и фактам действительности в конкретной социальной или социально-политической ситуации.

Общественное мнение как исторически обусловленное и изменяющееся состояние общественного сознания групп людей, выражаемого публично по проблемам, важным для общества и его элементов.

Общественное мнение как состояние массового сознания, заключающее в себе скрытое или явное отношение различных социальных общностей по общественным проблемам, отличающимся дискуссионностью.

Ведущие факторы формирования и функционирования общественного мнения. Институциональный аспект общественного мнения.

Методы социологии общественного мнения: количественные и качественные методы.

Основные функции социологии общественного мнения: гносеологическая, методологическая, социально-оценочная, интегративно-культурная, регулятивная, контрольно-консультативная, практическая и др.

Теоретические и прикладные исследования в социологии общественного мнения: краткая характеристика

Понятие и классификация социологических проблем изучения общественного мнения: проблемы, связанные с субъектом общественного мнения; проблемы, связанные с объектом общественного мнения; проблемы возникновения и формирования общественного мнения; проблемы функционирования общественного мнения; проблемы, связанные с функциями общественного мнения; проблемы, связанные с определением и выбором направлений и методов социологического изучения общественного мнения; проблемы, связанные с разработкой и применением технологий социологического изучения общественного мнения в отдельных социальных кампаниях, в том числе в избирательных.

Организационно-научные и кадровые проблемы. Проблемы финансового обеспечения опросов общественного мнения

Методологические проблемы социологического изучения общественного мнения. Трудности научного познания общественного мнения. Научные принципы, подходы и методы в изучении закономерностей и механизмов возникновения, формирования и функционирования общественного мнения. Особенности методологии научного поиска и сбора данных в изучении общественного мнения. Специфика методологии анализа данных в изучении общественного мнения. Особенности методологии перспектив и стратегии социологических исследований общественного мнения. Приоритетные направления изучения общественно-го мнения в историческом и социокультурном контекстах.

Методическое обеспечение качественной и количественной репрезентативности в процессе социологического изучения общественного мнения на локальном, региональном и общероссийском уровнях. Учет территориальных, демографических, этнических и других особенностей в ходе социологического изучения общественного мнения. Проблемы определения объема выборочной совокупности и способов выборки.

Методы фиксации общественного мнения посредством применения различных видов опроса, наблюдения конкретных действий субъектов и состояний объектов общественного мнения, анализа документальных источников, статистических данных. **Специфика разработки методологического и методического инструментария в социологическом исследовании общественного мнения.** Особенности использования социологических методов в технологиях изучения общественного мнения. Системный подход к социологическому изучению общественного мнения.

Проблемы приоритетов и взаимодействия институтов общественного мнения: сравнительный анализ. Центры по изучению, формированию и прогнозированию общественного мнения, институты социологических исследований, социально-экономических и других проблем, социологические лаборатории и социологические службы, научно-исследовательские институты общественного мнения: основные цели, приоритетные направления деятельности и функции в исторической перспективе в контексте зарубежного и российского опыта. Территориальные социологические центры, службы, лаборатории. Взаимодействие федеральных и региональных социологических институтов общественного мнения: социальные и научные основания. Внутренняя структура территориальной социологической службы. Особенности работы региональных социологических служб. Социологические службы г. Иркутска и Иркутской области.

Современные концепции развития институтов общественного мнения. Показатели научной сети институтов общественного мнения. Научная продукция институтов общественного мнения (на примере ФОМа).

Роль социологии общественного мнения, ее методов в научном обеспечении и объективной оценке путей выражения общественного мнения.

Общий вывод.

Приоритетные направления изучения общественного мнения в историческом и социокультурном контекстах (Россия, Европа)

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:

Начало прикладных социологических исследований общественного мнения в различных странах в XIX–XX вв. Традиции в проведении опросов общественного мнения в мировой практике.

Специфика социологических исследований общественного мнения в России на рубеже XIX–XX вв. Важные этапы в изучении общественного мнения в России (20-е, 60-е, 70-е, 80-е, 90-е гг. XX в.). Приоритетные направления прикладных исследований общественного мнения в СССР и России. Вопросы определения приоритетов и организации изучения общественного мнения. Роль государства в организации и проведении социологических исследований общественного мнения. Государство, общество, идеология в формировании и функционировании общественного мнения.

Многообразие социальных институтов общественного мнения. Центры по изучению, формированию и прогнозированию общественного мнения, институты социологических исследований, социально-экономических и других проблем, социологические лаборатории и социологические службы, научно-исследовательские институты общественного мнения: ***основные цели, приоритетные направления деятельности и функции в исторической перспективе в контексте зарубежного и российского опыта.***

Выделить ***приоритетные направления изучения общественного мнения отдельными институтами*** (на выбор студента, достаточно двух примеров – российского и европейского институтов).

Институт демоскопии (Германия), Институт общественного мнения Гэллапа (США) и др. ВЦИОМ (Всесоюзный центр изучения общественного мнения, с 1987 г., СССР-Россия), ФОМ (Фонд «Общественное мнение», с 1992 г., Россия), РОМИР и др. Территориальные социологические центры, службы, лаборатории. Взаимодействие федеральных и региональных социологических институтов общественного мнения: социальные и научные основания.

Основные направления изучения мнений россиян в историческом и социокультурном аспектах. Социологические проблемы изучения жизни россиян в XX–XXI вв.

Общий вывод.

Современные требования к качеству опросов общественного мнения различного уровня

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:

От выработки стратегии к качеству опросов общественного мнения

Понятие стратегии социологического изучения общественного мнения. Необходимость разработки стратегии в организации и проведении опросов общественного мнения. Основные пути формирования стратегий опросов общественного мнения в различных условиях и средах.

Общество и государство в определении стратегий опросов общественного мнения. Социология как наука в определении стратегий опросов общественного мнения. Социальный и научный статус отдельного социолога и института общественного мнения в формировании современных стратегий опросов общественного мнения.

Современные требования к качеству опросов общественного мнения, их классификация. Требование объективности.

Современные требования к эффективности использования результатов опросов общественного мнения. Влияние объективных и субъективных факторов на организацию и проведение опросов общественного мнения, их качество и эффективность.

Основные условия и факторы повышения качества и эффективности опросов общественного мнения.

Общий вывод.

Общественное мнение в социальном и государственном управлении. Место и функции социолога в структуре государственного управления

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:

Социальное и государственное управление. *Методологический и теоретический подходы к системам социального и го-*

сударственного управления. Общественное мнение в социальном и государственном управлении. Необходимость изучения общественного мнения граждан различных социальных, социально-демографических, профессиональных и других категорий в ходе выборов в представительные, муниципальные и другие органы государственной власти, общественного самоуправления.

Социальная база общественного мнения. Способы и средства формирования общественного мнения, роль государства в этом процессе. Средства массовой информации, пропаганда и агитация, реклама и др. как факторы формирования общественного мнения. Возможности управления общественным мнением и манипулирования им в процессе формирования со стороны государственных, негосударственных и других институтов и структур. Роль личности в формировании общественного мнения.

Проблемы функционирования общественного мнения в обществе и государстве. Формы и способы выражения общественного мнения в процессе его функционирования.

Роль социологии общественного мнения, ее методов в научном обеспечении и объективной оценке путей выражения общественного мнения. Управление и возможности манипулирования общественным мнением на этапе его функционирования.

Решения в системе управления. Функции решения в методологии и организации процесса управления. **Управленческие решения и общественное мнение.**

Место и функции социолога в структуре государственно-го управления.

Общий вывод.

Литература

1. *Голенкова З. Т.* Социология в странах Центральной и Восточной Европы : хрестоматия / З. Т. Голенкова, Н. П. Нарбут. – М. : РУДН, 2005.
2. *Готтлиб А. С.* Введение в социологическое исследование. Количественные и качественные подходы, методология, исследовательские практики / А. С. Готтлиб. – М. : Флинта, МПСИ, 2005.
3. *Грушин Б. А.* Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина. В 4 кн. Жизнь 1-я. Эпоха Хрущева / Б. А. Грушин. – М. : Прогресс-Традиция, 2001. – 624 с.; Жизнь 2-я. Эпоха Брежнева. – Ч. 1. – 2003.
4. *Докторов Б. З.* Первопроходцы мира мнений: от Гэллапа до Грушина / Б. З. Докторов. – М. : ФОМ, 2005.

5. *Ионин Л. Г.* Философия и методология эмпирической социологии / Л. Г. Ионин. – М. : ГУ ВШЭ, 2004.
6. *Лапин Н. И.* Эмпирическая социология в Западной Европе : учеб. пособие / Н. И. Лапин. – М. : ГУ ВШЭ, 2004.
7. *Липпман У.* Общественное мнение / У. Липпман. – М. : ФОМ, 2004.
8. Начала практической социологии : пер. с фр. / Р. Ленуар [и др.]. – М. ; СПб., 2001.
9. *Ноэль Э.* Массовые опросы. Введение в методику демоскопии : пер. с нем. / Э. Ноэль. – М., 1993.
10. *Почепцов Г. Г.* Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г. Г. Почепцов. – М. : Центр, 2004.
11. *Ритцер Дж.* Современные социологические теории / Дж. Ритцер. – 5-е изд. – СПб. : Питер, 2002.
12. *Рогозин Д. М.* Когнитивный анализ опросного инструмента / Д. М. Рогозин. – М., 2002.
13. *Садмен С.* Как люди отвечают на вопросы: применение когнитивного анализа в массовых обследованиях / С. Садмен, Н. Бредберн, Н. Шварц. – М. : ФОМ, 2003.
14. *Садмен С.* Как правильно задавать вопросы: введение в проектирование массовых обследований : пер. с англ. / С. Садмен, Н. Брэдберн. – М., 2002.
15. *Сикевич Э.* Социологическое исследование : практ. руководство / Э. Сикевич. – СПб. : Питер, 2005.
16. *Цаллер Дж.* Происхождение и природа общественного мнения / Дж. Цаллер. – М. : ФОМ, 2004.
17. *Ядов В. А.* Стратегия социологического исследования / В. А. Ядов. – М., 1998.

ОПД. Ф. 16. ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

канд. филос. наук, доц. *Бобков А. И.*

42. Социология власти. Политические изменения в России на рубеже XX–XXI вв.: факторный анализ.

Социология власти. Политические изменения в России на рубеже XX–XXI вв.: факторный анализ

При ответе следует остановиться на генезисе современных властных технологий. Акцентировать особое внимание на властных ресурсах и изменении их соотношения в современной структуре властных отношений. Раскрыть наиболее важные теоретические модели развития властных отношений в современных обществах, к которым следует отнести модели М. Фуко, П. Бурдьё,

Ж. Бодрийяра, С. Жижека и др. При проведении факторного анализа политических изменений в современной России следует проследить изменение структуры власти, изменение технологий интеграции и целеполагания в политической жизни российского общества, начав с определения политического изменения. Наряду с этим, следует также подробно остановиться на институциональных изменениях в политической системе российского общества.

Литература

1. Бобков А. И. Социология : учеб. пособие / А. И. Бобков. – Иркутск : ФГОУ ВПО ВСИ МВД России, 2009. – 156 с.

ОПД. Ф. 17. СОЦИОЛОГИЯ СЕМЬИ

канд. социол. наук *Саблина Н. А.*

43. Семья как объект социологического исследования. Типология и функции современной семьи.
44. Проблемы современной российской семьи и основные подходы к их решению.

Семья как объект социологического исследования.

Типология и функции современной семьи

При ответе на данный вопрос необходимо рассказать о специфике социологического подхода к изучению семьи. Объяснить сущность и значение изучения семьи как социального института и малой социальной группы. Раскрыть социологическое понятие семьи как социального института и малой группы, основанной на браке и/или родстве, члены которой связаны общностью быта, взаимной помощью, моральной и правовой ответственностью. Необходимо объяснить соотношение понятий «семья» и «брак», выявить их различия. В ответе следует отметить множественность и дискуссионность подходов к трактовке понятия семьи как отражение многообразия жизненных стилей (укладов) людей в современном обществе. Подчеркнуть значение социологического знания в изучении глобальных тенденций развития семьи. Раскрыть вопросы изучения социальной сущности семьи как исторической формы воспроизводства населения и социализации новых поколений; как единства социальных отношений родительства–супружества–родства. Обозначить основные направления в

социологическом исследовании семьи (исследование истории семьи, внутрисемейных отношений и проч.).

Во второй части ответа на данный вопрос необходимо дать социологический анализ структуры семьи: рассказать о многообразии критериев структурирования и типологии семьи, представить дифференциацию типологий семейных структур по различным основаниям. Необходимо определить структуру семьи по составу, размеру, числу поколений. Дать классификацию семей по возрасту супругов и стажу семейной жизни. Представить типологию семей по родословной и наследованию (патрилинеальные, матрилинеальные, двусторонние); по семейным системам (патриархальная, матриархальная и эгалитарная; по формам брака (моногамная и полигамная); по выбору партнера (экзогамия и эндогамия); по социальному положению супругов (гомогенные и гетерогенные); по пространственно-территориальной локализации (патрилокальные, матрилокальные, неолокальные, унилокальные); по семейному благополучию и доходу. Рассказать о категориях семей, которым оказывается социальная помощь с целью реализации семейной политики.

Далее необходимо дать понятие функций семьи. Отметить значение функций семьи как социального института, определить специфические и неспецифические функции семьи. Следует дать общую характеристику ее основных функций (репродуктивной, воспитательной, экономической, хозяйственно-бытовой, социально-статусной, эмоциональной, досуговой, коммуникативной функции, функции социального контроля) и рассказать об их исторической эволюции и трансформации в современном обществе. Определить взаимосвязь функций. Раскрыть проблему удовлетворения общественных, групповых и индивидуальных потребностей семьи через механизм реализации ее функций.

Проблемы современной российской семьи и основные подходы к их решению

При ответе на данный вопрос следует акцентировать внимание на современном состоянии семьи в российском обществе и особой актуальности социально-экономических проблем современной семьи в условиях экономического кризиса. Следует отметить, что к группе социально-экономических проблем семьи можно отнести проблемы, связанные с ее уровнем жизни; ее

бюджетом (в том числе потребительским бюджетом средней семьи); удельным весом в структуре общества малообеспеченных семей и семей, живущих ниже черты бедности; со специфическими нуждами и потребностями многодетных семей; государственной системой материальной помощи. Можно подчеркнуть, что общее ухудшение экономического положения привело к резкому росту численности населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума. Низкий уровень заработной платы, не обеспечивающей потребности семьи по содержанию иждивенцев, отставание размеров социальных выплат от роста стоимости жизни являются факторами, обуславливающими широкое распространение бедности среди семей с несовершеннолетними детьми. Как результат вышесказанного необходимо отметить, что одной из наиболее сложных проблем семьи в настоящее время являются финансово-экономические трудности.

Не менее важной является проблема, связанная с жилищными условиями семей, которая в свою очередь негативно влияет на семейную атмосферу и благополучие семейных отношений в целом. Также следует сказать, что в последнее время особенно остро стоит проблема занятости членов семьи. Следует обратить внимание на проблему резкой дифференциации российских семей по имущественному признаку, и, как следствие, изменение их социально-психологических характеристик (социально-активные семьи среднего класса и социально-пассивные семьи, сломленные жизненными обстоятельствами).

Особое место среди проблем современной семьи занимает снижение рождаемости, а также усиление нестабильности семейного образа жизни и нарастание кризисных явлений, что выражается в увеличении числа разводов, росте внебрачной рождаемости, воздержании от создания семьи, откладывании рождения ребенка, предпочтении фактического брака юридическому. Рост числа детей-инвалидов также выступает серьезной проблемой, сказывающейся на положении и самочувствии современной семьи.

При ответе на данный вопрос следует также остановиться на специфике проблем различных категорий семей. При определении проблем молодых семей можно выделить два типа семей: благополучные молодые семьи и семьи социального риска, к которым относятся семьи одиноких матерей, студенческие семьи, семьи несовершеннолетних матерей, семьи, где отец проходит

срочную военную службу. В качестве общих проблем молодых семей следует выделить: серьезные жилищные трудности, проблему конфликтов в молодых семьях, трудности достижения молодыми супругами ролевой совместимости в браке и проч. Необходимо указать, что основными проблемами современной многодетной семьи выступают: материальная проблема, жилищная проблема, проблема здоровья детей, проблемы в сфере образования. Остановившись на проблемах неполных семей, следует подчеркнуть социально-экономические проблемы – малообеспеченность, социально-психологические проблемы – проблемы воспитания и социализации детей в такой семье. В качестве основных проблем семей, имеющих детей с ограниченными возможностями, можно назвать малообеспеченность, ограничение жизнедеятельности, проблемы семейного благополучия – высокий уровень разводов в таких семьях.

При раскрытии основных подходов к решению проблем современной семьи особое внимание следует уделить путям решения ее социально-экономических проблем. Среди них особое место занимают следующие: эффективное государственное регулирование рынка труда и занятости; повышение уровня оплаты труда; повышение уровня социального обеспечения населения; адресная социальная поддержка населения; инвестиции в социальную сферу и проч. В качестве приоритетных задач в решении проблем семьи необходимо отметить охрану материнства и детства, которая определяется как система мер государственного, общественного и частного характера, направленных на сохранение и укрепление здоровья женщин и детей, создание оптимальных условий для выполнения женщиной ее важнейшей социальной функции – рождение и воспитание здорового ребенка. Комплекс мер по охране материнства и детства предполагает социально-правовую защиту женщин и детей, создание и эффективное функционирование специальной сети медицинских учреждений охраны материнства и детства.

Литература

1. *Вальковская И. А.* Современная российская семья (психологический и педагогический аспекты) : учеб. пособие / И. А. Вальковская, О. А. Шостакович. – Иркутск : Иркут. ун-т, 2004. – С. 18–29; 32–46.
2. *Дементьева И. Ф.* Социальное самочувствие семьи // Социол. исслед. – 2008. – № 9. – С. 102–109.

3. *Дивицына Н. Ф.* Семейное воспитание : учеб. пособие / Н. Ф. Дивицына. – М. : ВЛАДОС-ПРЕСС, 2006. – С. 50–62; 82–98; 185–201.
4. *Зритнева Е. И.* Социология семьи : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Социология» / Е. И. Зритнева. – М. : Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2006. – С. 23–52; 128–129.
5. *Колесникова Г. И.* Социология и психология семьи / Г. И. Колесникова, И. А. Кабарухина, В. Н. Мирошниченко. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – С. 17–20.
6. *Мустаева Ф. А.* Социальные проблемы современной семьи // Социол. исслед. – 2009. – № 7. – С. 109–113.
7. Социология семьи : учебник / Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова ; ред. А. И. Антонов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Инфра-М, 2009. – С. 43–65; 533–570; 619–638.
8. *Черняк Е. М.* Социология семьи : учеб. пособие / Е. М. Черняк. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2007. – Гл. 5.

ОПД. Ф. 18. СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ

д-р филос. наук, проф. *Федчин В. С.*

45. Повседневная, массовая и «высокая» культуры, основные формы взаимодействия.
46. Ценностные и нормативные последствия американизации (вестернизации) искусства.
47. Реклама как социокультурное явление. Символическое пространство и реклама.

Повседневная, массовая и «высокая» культуры, основные формы взаимодействия

Следует различать такие явления, как повседневная и массовая культуры. Понятие «повседневная культура» в большей степени имеет отношение к рутинным, каждодневным формам нашего культурного бытия. Его отличают подлинность и слабые возможности вербализации [1]. Понятие «повседневность» коррелирует с категорией «жизненного мира», важной для феноменологической философии Э. Гуссерля и социологии М. Вебера.

Массовая же культура, хотя и сопоставима по масштабам распространения с повседневной, отличается от нее как своим генезисом (это плод развития массовых коммуникаций, прежде всего телевидения), так и глубиной и подлинностью. В целом она

служит удовлетворению облегченных, вульгарных вкусов, воспитанных шоу-бизнесом в его разнообразных формах.

Под «высокой» культурой обычно понимаются рафинированные формы эстетической деятельности: классическая музыка, культура живописного художественного творчества, соответствующие формы художественной литературы, театр и т. п. Следует отметить, что некоторые специалисты отмечают сближение «высокой» и «массовой» культур.

Ценностные и нормативные последствия американизации (вестернизации) искусства

Ответ по своей сути имеет двойственный характер. Есть американское искусство, получившее заслуженное международное признание (романы Фолкнера, Хемингуэя, Сэлинджера, Бредбери и др.), но есть и бесконечное «мыло» детективного и женского чтения, пустых и бесконечных сериалов и ток-шоу. Вершину этого «творчества» представляет современный Голливуд, который, как кажется, все больше и больше деградирует в сторону массового искусства. Несомненно доминирование этой второй низкосортной составляющей американской культуры. Во-первых, она приобретает все больше масштабы стихийного бедствия и заполонила каналы массовой коммуникации, во-вторых, она, несомненно, способствует моральной деградации населения и в этом смысле опасна.

Однако следует признать, что в коммерческом смысле это одно из самых выгодных предприятий, и «высокое» искусство проигрывает это коммерческое соревнование. Попытки государственного регулирования в этой сфере были малоэффективны (во Франции, например, прокат американских фильмов квотировался, и выделялись значительные средства на национальный кинематограф, однако сейчас национальное французское кино практически исчезло).

Реклама как социокультурное явление. Символическое пространство и реклама

Ответ состоит из двух частей. В первой части ответа следует охарактеризовать рекламу как социальный феномен и социокультурное явление. Во второй части ответа необходимо показать

взаимосвязь символического пространства и рекламы. При ответе нужно обратить внимание на такие аспекты, как интенсивное развитие, дифференциация и усложнение того, что ныне принято называть социальным пространством. Его наполненность символическим содержанием всегда была очевидна. Но современное состояние дел в этой области выходит за пределы всех возможных границ. Происходит радикальная виртуализация социального пространства, и каковы будут результаты этого процесса, сложно прогнозировать [2].

Рекламная индустрия занимает в процессе радикальной виртуализации социального пространства далеко не последнее место. К примеру, на телевидении, на сегодня самом мощном средстве массовой коммуникации, рекламе отводится не менее четверти всего эфирного времени. Как бы субъективно мы не оценивали эффективность этого информационного давления, объективно оно, несомненно, оказывает мощное влияние на сознательный и бессознательный уровни нашего мировосприятия, модифицирует наше сознание, влияет на мир ценностей и мировоззрение.

Литература

1. *Ионин Л. Г.* Социология культуры : учеб. пособие / Л. Г. Ионин. – М. : Логос, 1996. – 280 с.
2. *Кармадонов О. А.* Социология символа / О. А. Кармадонов. – М. : Akademia, 2004. – 352 с.

ОПД. Ф. 19. СОЦИОЛОГИЯ ДУХОВНОЙ ЖИЗНИ

д-р социол. наук, проф. *Грабельных Т. И.*

48. Наука, культура, образование как важнейшие регуляторы духовной жизни современного общества.
49. Корпоративная культура как индикатор состояния духовной жизни организации.
50. Роль религии в духовном развитии личности.

Наука, культура, образование как важнейшие регуляторы духовной жизни современного общества

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:
Духовная жизнь современного общества: основные параметры, проблемы и тенденции. Соотношение понятий «социальная жизнь» и «духовная жизнь». Дифференциация сфер ду-

ховной жизни и развитие форм общественного сознания. Социальная обусловленность кризисных явлений в духовной сфере.

Наука, культура и образование как социальные институты и регуляторы духовной жизни общества: понятия, научные подходы.

Влияние науки на духовную жизнь. Использование достижений научно-технической революции и роль научных открытий в духовной жизни общества. Особенности развития социальных и гуманитарных наук и их влияние на духовную жизнь.

Культура и ее влияние на духовную жизнь общества. Особенности влияния культуры и ментальности на духовную жизнь общества в доиндустриальный, индустриальный и постиндустриальный периоды. Современная российская политика в сфере культуры и особенности ее реализации: обеспечение равной доступности культурных благ; повышение качества услуг в сфере культуры; сохранение культурного наследия народов России; «продвижение» культурного потенциала России за рубежом; совершенствование организационных, экономических и правовых механизмов развития культуры.

Проблемы и тенденции в развитии образования и их влияние на духовную жизнь общества (XX–XXI вв.)

Современные тенденции в развитии науки, культуры, образования в России в контексте проблем духовной жизни общества. Соотношение глобальных и локальных духовных процессов в информационном обществе.

Корпоративная культура как индикатор состояния духовной жизни организации

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:

Понятие духовной жизни организации. Сущность и виды организаций. Корпоративная культура как показатель состояния духовной жизни и культуры в организации. Современные представления о корпоративной культуре: стратегическая культура, адаптивная культура, антикризисная культура, интеллектуально-ориентированная культура, гуманистическая культура, социально-технологическая культура, инновационно-ориентированная культура и др.

«Корпоративный дух» в организации. Культура, корпоративная культура, деловая культура, профессиональная культура: соотношение понятий. Корпоративная культура в контексте проблем социологии культуры, духовной жизни.

Структура корпоративной культуры и основные параметры ее элементов: материальная культура корпорации; духовная культура корпорации; культура организации труда и производства; культура условий труда; культура управления в корпорации; культура разрешения конфликтов в корпорации; культура коммуникаций в корпорации и др. Принципы и уровни корпоративной культуры. Понятие «субкультуры» в корпорации. Механизмы формирования культуры групп и подразделений. Фирменные атрибуты корпорации. Имидж корпорации. Понятие «команды» в корпорации и основные факторы ее формирования.

Роль корпоративной культуры в функционировании и развитии организации. Ключевые проблемы формирования, развития и совершенствования корпоративной культуры в современных условиях.

Приоритетные направления исследований феномена корпоративной культуры как индикатора состояния духовной жизни организации.

Роль религии в духовном развитии личности

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:

Религия: понятие, структура, социальные и личностные функции.

Духовная структура личности и ее потребности. Понятие «религиозного сознания». Христианство и светское общество: сравнительный анализ основных ценностей. Православие в пространстве духовных ценностей в России. Ислам в современном мире. Роль церкви в духовном развитии личности. Разум и откровение как историческое противостояние в борьбе за духовность человека. Наука и религия в XXI в. – единение или антагонизм?

Тенденции современной религиозности в духовном развитии личности. Религия и гражданские отношения в России в контексте духовного развития личности.

Государственно-конфессиональные и межконфессиональные отношения в России в целом и в Иркутской области, в частности, и их влияние на духовное развитие личности.

Следует обратить внимание на следующие аспекты:

- Социальное партнерство государства и религиозных организаций.
- Взаимодействие органов местного самоуправления и религиозных объединений.
- Социальная деятельность религиозных организаций.
- Влияние миграционных процессов на религиозную ситуацию в субъекте РФ.
- Основные тенденции и прогноз развития религиозной ситуации в субъекте РФ.
- Средства массовой информации о религии.

Конфессиональный состав населения: необходимость проведения социологических исследований.

Общий вывод.

При ответе на данный вопрос можно использовать следующий *информационно-аналитический материал*³⁹:

«...В настоящее время в Иркутской области насчитывается около 400 религиозных объединений, 266 официально зарегистрировано в Управлении Федеральной регистрационной службы по Иркутской области, около 130 групп действуют без регистрации. Религиозные объединения региона относятся к 22 конфессиям и деноминациям. В области действует семь централизованных религиозных организаций: Иркутская епархия РПЦ (МП), Епархия св. Иосифа Римско-Католической церкви (РКЦ), Восточно-Сибирская конференция Церкви Христиан Адвентистов Седьмого дня, Централизованная религиозная организация Христиан Веры Евангельской-пятидесятников «Региональное объединение церквей Иркутской области», «Региональное объединение Церквей Христиан Веры Евангельской Иркутской области», Централизованная религиозная организация «Объединение церквей Евангельских Христиан Баптистов Иркутской области», Централизованная организация мусульман «Байкальский муфтият».

Ведущей конфессией в Иркутской области, как и в целом по России, является Русская Православная Церковь (РПЦ, 75 % ве-

³⁹ Авторы-составители предоставленных материалов: Мишин А. В., главный советник управления Губернатора Иркутской области по связям с общественностью и национальным отношениям; Соколов А. Р., консультант управления Губернатора Иркутской области по связям с общественностью и национальным отношениям.

рующего населения). Иркутская епархия РПЦ, возглавляемая с 1990 г. архиепископом Иркутским и Ангарским Вадимом (Лазебным), имеет 175 приходов на территории региона, включая часовни на территории больниц и в местах заключения. Паству окормляют 140 священнослужителей.

Во всех районах области Иркутской епархией осуществляется активная благотворительная деятельность – в больницах, детских домах, местах заключения. В каждой колонии есть моленные комнаты, во многих построены церкви, за что архиепископ Вадим получил персональную благодарность от министра юстиции РФ. Священнослужители епархии участвуют в духовно-патриотической деятельности – в частности, в попечении Института МВД и Иркутского военного авиационного инженерного института. Почти в каждом приходе епархии действуют воскресные школы для детей и взрослых, кроме того, в Иркутске работают православная женская гимназия и начальная школа во имя святителя Софрония Иркутского. Православные школы имеются также в гг. Братске и Ангарске. На Иркутской ГТРК транслируется православная телепередача «Воскресение», на областном телеканале «Аист» – «Ковчег». Совместно Иркутской епархией и приходом Архангела Михаила в Иркутске издается православная газета «Верую», в Братске выходит газета «Братск православный...».

Литература

1. Бергер П. Многоликая глобализация. Культурное разнообразие в современном мире / П. Бергер, С. Хантингтон. – М. : Аспект-Пресс, 2004.
2. Грабельных Т. И. О состоянии гражданского общества в Иркутской области. 2008 год : доклад Общественной палаты Иркут. обл. / Т. И. Грабельных, А. А. Широбокова ; рабочая группа по подготовке доклада: Головных И. М. [и др.] ; исслед. коллектив: Грабельных Т. И. [и др.]. – Иркутск : Общественная палата Иркут. обл., 2009.
3. Ионин Л. Г. Социология культуры: путь в новое тысячелетие : учеб. пособие / Л. Г. Ионин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М., 2000.
4. Манхейм К. Избранное: Социология культуры / К. Манхейм. – М., СПб., 2000.
5. Марков Б. В. Храм и рынок. Человек в пространстве культуры / Б. В. Марков. – СПб., 1999.
6. Ритцер Дж. Современные социологические теории / Дж. Ритцер. – 5-е изд. – СПб., 2002.
7. Франк С. Л. Духовные основы общества / С. Л. Франк. – М., 1992.

ОПД. Ф. 20. СОЦИОЛОГИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

канд. филос. наук, доц. *Бобков А. И.*

51. Социокультурные проблемы глоболизирующегося мира: сущность, политическое содержание.
52. Тенденции развития международных отношений и методы их изучения.

Социокультурные проблемы глоболизирующегося мира: сущность, политическое содержание

Следует обратить особое внимание на многомерное понимание процесса глобализации. В дальнейшем было бы уместно провести сравнительный анализ принципов мир-системного подхода И. Валлерстайна и теории глобализации Р. Робертсона, Э. Гидденса и У. Бека. Неплохим подспорьем в раскрытии данного вопроса выступил бы анализ социокультурных изменений в различных региональных сообществах.

Для успешного освещения данного вопроса следует использовать работы: «Глобальная социология: формирование новой науки: Аналитический обзор» [1] и «Многоликая глобализация» [2].

Литература

1. *Бергер П.* Многоликая глобализация. Культурное разнообразие в современном мире / П. Бергер, С. Хантингтон. – М. : Аспект-Пресс, 2004.
2. *Фомичев П. Н.* Глобальная социология: формирование новой науки : аналит. обзор / П. Н. Фомичев ; РАН ИНИОН ; Центр соц. науч.-информ. исслед. – М., 2000.

Тенденции развития международных отношений и методы их изучения

При ответе следует остановиться, во-первых, на освещении законов функционирования и трансформации международных систем, а, во-вторых, на особенностях современного международного порядка. Соотнесение законов системы международных отношений и мирового порядка даст наиболее объективное видение тенденций их развития. Говоря о методах изучения этих тенденций, следует охарактеризовать методы анализа ситуации, экспликативные, прогностические и методы анализа принятия реше-

ний. После данной характеристики проиллюстрировать работу каждого из них на конкретном примере.

Для более конкретного рассмотрения данного вопроса следует обратиться к учебному пособию П. А. Цыганкова «Социология международных отношений».

Литература

1. *Цыганков П. А. Социология международных отношений : учеб. пособие / П. А. Цыганков. – М. : Аспект Пресс, 2008.*

ОПД. Ф. 21. ЭТНОСОЦИОЛОГИЯ

канд. филос. наук, доц. *Бобков А. И.*

53. Понятие этнической идентичности.
54. Государственное устройство и национально-этнические процессы в России.

Понятие этнической идентичности

В ходе ответа следует остановиться на потребности в аффилиации как основной смысловой составляющей этнической идентичности в современном обществе. Далее следует раскрыть социоисторические, примордиалистские и конструктивистские трактовки этноса, и их основополагающую роль в становлении этнической идентичности современных социумов.

Для более подробного раскрытия данного вопроса следует обратиться к учебному пособию А. И. Бобкова «Идеологические аспекты этнического самосознания».

Литература

1. *Бобков А. И. Идеологические аспекты этнического самосознания : учеб. пособие / А. И. Бобков. – Иркутск : Изд-во ГУ НЦ РВХ ВСНЦ СО РАМН, 2008. – 108 с.*

Государственное устройство и национально-этнические процессы в России

При освещении вопроса необходимо остановиться на эволюции национально-этнической политики в современной России, а также на типологии национализма как ключевой составляющей социологического анализа данной проблемы. Вместе с тем следу-

ет проиллюстрировать возможности национализма как интегрирующей и дезинтегрирующей идеологии.

Для более подробного раскрытия данного вопроса следует обратиться к учебному пособию А. И. Бобкова «Идеологические аспекты этнического самосознания».

Литература

1. Бобков А. И. Идеологические аспекты этнического самосознания : учеб. пособие / А. И. Бобков. – Иркутск : Изд-во ГУ НЦ РВХ ВСНЦ СО РАМН, 2008. – 108 с.

ОПД. Ф. 22. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ

д-р филос. наук, проф. *Решетников В. А.*,
канд. филос. наук, доц. *Попова В. В.*

55. Основные цели и направления социальной политики государства.
56. Теоретические основы социологических исследований проблем социальной работы.

Основные цели и направления социальной политики государства

Социальная политика – это составная часть внутренней политики государства, воплощенная в его социальных программах и практике, регулирующая отношения в обществе в интересах и посредством интересов основных социальных групп населения.

Система принципов социальной политики: гуманизм, социальная справедливость; системность, преемственность; сбалансированность целей и возможностей реализации; открытость, демократизм; контроль общества; адресность.

Первоочередные проблемы: укрепление института семьи, обеспечение социальной справедливости, проблема бедности, реформирование пенсионной системы и пр.

Главная цель социальной политики – гармонизация общественных отношений, обеспечение политической стабильности и гражданского согласия путем выработки и осуществления организационно-экономических, научно-технических и нравственно-правовых мер. Главная задача – осуществление управления социальным развитием общества.

Преобразования в социальной сфере должны быть направлены на достижение следующих основных целей:

- во-первых, обеспечение максимально эффективной защиты социально уязвимых домохозяйств, так как они не обладают возможностями для самостоятельного решения социальных проблем и потому объективно нуждаются в государственной поддержке;
- во-вторых, обеспечение всеобщей доступности и общественно приемлемого качества базовых социальных благ, к числу которых относятся, прежде всего, медицинское обслуживание и общее образование;
- в-третьих, создание для трудоспособного населения экономических условий, позволяющих гражданам за счет собственных доходов обеспечивать более высокий уровень социального потребления, включая комфортное жилье, лучшее качество услуг в сфере образования и здравоохранения, достойный уровень жизни в пожилом возрасте;
- в-четвертых, формирование в социально-культурной сфере институтов, создающих возможность максимально полной мобилизации средств населения и предприятий, эффективного использования этих средств, и на этой основе – обеспечение высокого качества и возможностей широкого выбора населением предоставляемых социальных благ и услуг.

Направленность социальной политики государства является не только содержательной, но и организационной основой социальной работы. Основные направления социальной политики в РФ на *современном этапе*:

1. Реформирование образования.
2. Стратегия реформирования здравоохранения.
3. Политика в сфере культуры.
4. Стратегия реформирования физической культуры и спорта, туризма и санаторно-курортной сферы.
5. Трудовые отношения и занятость населения.
6. Социальная поддержка населения.
7. Пенсионная реформа в Российской Федерации.
8. Стратегия жилищной политики и развития жилищно-коммунального хозяйства.
9. Социальные аспекты государственной северной политики.
10. Политика в области миграции.

Литература

1. Социальная работа : теория и практика : учеб. пособие / отв. ред. Е. И. Холостова. – М. : Инфра-М, 2002. – 427 с.
2. Теория и практика социальной работы: основные направления развития в XX–XXI вв. (отечественный и зарубежный опыт) : хрестоматия / Алт. гос. ун-т, фак. социол., Рос. акад. образования, Алт. регион. науч. центр ; сост. и науч. ред. С. И. Григорьев, Л. Г. Гусякова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : Магистр-Пресс, 2004. – 479 с.

Теоретические основы социологических исследований проблем социальной работы

Примерная схема ответа:

Ключевые проблемы социальной работы: вопросы теории и практики.

Теоретические и прикладные социологические исследования проблем социальной работы: цели, приоритетные направления, методы исследования (общий обзор).

Современные социологические теории, методологические подходы и принципы в исследовании проблем социальной работы. Социологические категории, используемые в практике научных исследований современных проблем социальной работы.

Литература

1. Социальная работа : теория и практика : учеб. пособие / отв. ред. Е. И. Холостова. – М. : Инфра-М, 2002.

ОПД. Ф. 23. ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

канд. филос. наук, доц. *Комарова М. В.*

57. Основные цели и функции государственного управления.

58. Специфика муниципального управления.

Основные цели и функции государственного управления

Для ответа на вопрос необходимо определить понятие «государственное управление». Например, государственное управление – это практическое, организующее и регулирующее воздействие государства на общественную жизнедеятельность людей в целях ее упорядочения, сохранения или преобразования, опи-

рающееся на его властную силу. Экзаменуемый должен продемонстрировать понимание отличия государственного управления от других видов управления, уметь показать его специфику.

Далее определить основную цель государственного управления – создание, поддержание и улучшение условий для свободной, спокойной, творческой жизнедеятельности людей, налаживание рациональных взаимоотношений между личностью, обществом и государством. Отсюда и иерархия целей государственного управления, построенная на принципе приоритета потребностей и интересов развития общества:

- общественно-политические;
- социальные;
- духовные;
- экономические;
- производственные;
- организационные;
- деятельностно-праксеологические;
- информационные;
- разъяснительные.

Экзаменуемому необходимо подробно расшифровать три цели, объяснить, почему экономические цели в иерархии расположены ниже общественно-политических, социальных и духовных.

Допускается градация целей госуправления и по другим основаниям: по объему – общие и частные, по результатам – конечные и промежуточные, по времени – отдаленные, близкие и непосредственные. Аргументируйте свой выбор, подкрепите примерами.

Далее переходите к характеристике функций государственного управления. Укажите, что в качестве системы государственное управление реализует несколько функций:

- институциональную;
- регулятивную;
- целеполагающую;
- функциональную;
- идеологическую.

В ответе необходимо раскрыть две-три функции.

Экзаменуемый должен быть готов к дополнительным вопросам по системе органов государственного управления РФ, рекомендуем обновить знания о таких органах государственной власти РФ, как Президент РФ, Федеральное Собрание РФ, Прави-

тельство РФ, трехуровневая система органов исполнительной власти РФ, судебная система РФ, а также органов государственной власти Иркутской области: Законодательное собрание Иркутской области, Губернатор Иркутской области – Председатель Правительства Иркутской области, Правительство Иркутской области.

Интернет-источники для подготовки

Официальные сайты государственных органов РФ и Иркутской области

1. Сервер органов государственной власти РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gov.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
2. Президент Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
3. Администрация Президента РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tours.kremlin.ru/administration.shtml> (дата обращения: 1.12.09).
4. Управление делами Президента РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.udprf.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
5. Правительство Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.government.gov.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
6. Председатель Правительства Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.premier.gov.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
7. Федеральное Собрание РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gov.ru/main/page7.html> (дата обращения: 1.12.09).
8. Совет Федерации Федерального собрания РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://council.gov.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
9. Государственная Дума Федерального Собрания РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.duma.gov.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
10. Судебная власть РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gov.ru/main/page10.html> (дата обращения: 1.12.09).
11. Конституционный Суд РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ksrf.ru/Pages/Default.aspx> (дата обращения: 1.12.09).
12. Верховный Суд РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.supcourt.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
13. Высший Арбитражный Суд РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.arbitr.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
14. Совет Безопасности РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.scrf.gov.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
15. Центральная избирательная комиссия РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cikrf.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
16. Счетная палата РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ach.gov.ru/ru/> (дата обращения: 1.12.09).

17. Генеральная прокуратура РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.genproc.gov.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
18. Уполномоченный по правам человека в РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ombudsman.gov.ru/> (дата обращения: 1.12.09).

Органы государственной власти Иркутской области

1. Законодательное собрание Иркутской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://irk.gov.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
2. Правительство Иркутской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.govirk.ru/default.aspx> (дата обращения: 1.12.09).
3. Иркутский областной суд [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://oblsud.irk.sudrf.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
4. Арбитражный суд Иркутской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://irkutsk.arbitr.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
5. Арбитражный суд Восточно-Сибирского округа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fasvso.arbitr.ru/> (дата обращения: 1.12.09).

Основная литература

6. Атаманчук Г. В. Теория государственного управления : курс лекций / Г. В. Атаманчук – 3-е изд., доп. – М. : Омега-Л, 2010. – 525 с.
7. Атаманчук Г. В. Теория государственного управления : курс лекций / Г. В. Атаманчук. – 4-е изд., стер. – М. : Омега-Л, 2006. – 580 с.
8. Глазунова Н. И. Система государственного и муниципального управления : учебник / Н. И. Глазунова. – М. : ТК Велби, Проспект, 2008. – 640 с.
9. Игнатов В. Г. Государственное и муниципальное управление: Введение в специальность Основы теории и организации : учеб. пособие / В. Г. Игнатов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2006. – 445 с.
10. Рой О. М. Система государственного и муниципального управления : учеб. пособие / О. М. Рой. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2005. – 336 с.

Специфика муниципального управления

Ваша задача в начале ответа – раскрыть суть местного самоуправления. Например: суть МС состоит в признании права гражданина быть источником местной власти, самому принимать решения по повседневным вопросам своей жизни и самому отвечать за их последствия.

«Государство имеет дело с гражданами. Местное самоуправление имеет дело с жителями». Поясните это высказывание. Здесь необходимо отметить, что хотя по Конституции РФ местное самоуправление – отдельный уровень власти, оно олицетворяет собой пограничное и связующее звено между государством

и обществом. Далее экзаменуемый объясняет, что такое муниципальное управление. Например: признание местного самоуправления особой формой власти и особым общественным институтом означает признание того, что наряду с личным интересом каждого человека и государственным интересом существует также коллективный интерес местной общины, местного сообщества, т. е. муниципальный интерес. Последний состоит в обеспечении благоприятных условий совместного проживания людей на данной территории. Иными словами, самоуправление – бремя общественных дел. В этом смысле муниципалитет является своеобразной корпорацией жителей, объединившихся для реализации общих интересов и совместного решения общих задач. Ведь население и образуемые им органы местного самоуправления лучше знают, как успешнее организовать свою жизнь и как лучше вести дела, чем государственные органы при централизованном управлении местными делами. Из признания местного самоуправления следует признание важности местных интересов в реализации государственной политики. Здесь экзаменуемый должен рассказать о структуре местного самоуправления в Иркутской области, о видах и количестве муниципальных образований.

Далее раскрывается роль и функции местного самоуправления в современном обществе.

Как одна из форм власти, ее нижний уровень, местная власть проводит в жизнь политику государства на местах, принимая обязательные для исполнения решения по вопросам местного значения, обеспечивая общественную безопасность и охрану общественного порядка, управляя муниципальной собственностью, выполняя другие *властные* функции. Здесь нужно быть готовым ответить на дополнительные вопросы по основным направлениям деятельности муниципалитетов на современном этапе, таких как управление

- земельными ресурсами;
- жизнеобеспечением МО и ЖКХ;
- социальной сферой;
- потребительским рынком;
- транспортом;
- экологическими процессами.

И непосредственно после этого переходите к объяснению специфики данного вида управления.

Местное самоуправление обеспечивает *самоорганизацию граждан*, их непосредственное участие в управлении местными делами и в этом смысле является одной из структур гражданского общества. Как организатор местного хозяйства, местное самоуправление выполняет *экономические* функции по жизнеобеспечению территории и оказывает жителям ряд важнейших общественных услуг.

Таким набором функций не обладает ни одна другая структура общества. Так, государство выполняет функции власти и частично хозяйственные функции, но самоорганизация граждан – не его дело. Общественные и другие некоммерческие (в зарубежной литературе используются термины «негосударственные», «неправительственные») организации выполняют функцию самоорганизации граждан, и многие из них занимаются хозяйственной деятельностью, но у них нет властных полномочий. Только местное самоуправление одновременно выполняет все три функции. Оно решает такие задачи, до которых у государства «не доходят руки», привлекает для решения этих задач «невидимые» с государственного уровня местные ресурсы. Оно освобождает органы государственной власти от «мелких» дел, позволяя им сконцентрироваться на решении стратегических проблем.

В заключение подведите некоторые итоги развития МС в РФ и Иркутской области. Выделите достижения и проблемы.

Итак, по своей роли в обществе местное самоуправление уникально. Однако реальных достижений в его становлении и развитии в современной России оказалось меньше, чем преград.

Одной из главных проблем, сдерживающих развитие местного самоуправления в России, является слабость гражданского общества, низкий уровень социальной активности, низкая правовая культура населения, дефицит знаний о сущности и возможностях самоуправления.

Другой проблемой является сопротивление бюрократии всех уровней, которая видит в местном самоуправлении угрозу своему благополучию, привычным методам управления.

Серьезной проблемой является также финансовая слабость местного самоуправления, разрыв между возлагаемыми на него обязанностями и их ресурсным обеспечением.

Еще одна немаловажная проблема – дефицит квалифицированных кадров в системе самоуправления, особенно в сельской местности. Их подготовка требует длительного времени.

Местное самоуправление в России еще нетвердо стоит на ногах и нуждается в государственной поддержке. Его укрепление имеет огромное политическое, экономическое и социальное значение, является ключевым условием устойчивого социально-экономического развития России.

Интернет-источники для подготовки

1. Ассоциация сибирских и дальневосточных городов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.asdg.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
2. Вопросы местного самоуправления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vmsu.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
3. Комитет по вопросам местного самоуправления Государственной Думы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.duma.gov.ru/localcom/> (дата обращения: 1.12.09).
4. Конгресс муниципальных образований Российской Федерации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kmo.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
5. Менеджмент муниципальных услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tacis-muse.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
6. Местное самоуправление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vffs.narod.ru/msu/msu.html> (дата обращения: 1.12.09).
7. Московский общественный научный фонд Местное самоуправление в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://locgov.mpsf.org/> (дата обращения: 1.12.09).
8. Муниципальное экономическое развитие МЭР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rustowns.com/> (дата обращения: 1.12.09).
9. «Российская муниципальная академия» общероссийская общественная организация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://municipal.akad.ru/> (дата обращения: 1.12.09).

Основная литература

10. *Васильев А. А.* Система муниципального управления : учебник / А. А. Васильев. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : КНОРУС, 2010. – 736 с.
11. *Выдрин И. В.* Муниципальное право России / И. В. Выдрин, А. Н. Кокотов. – М. : НОРМА, 2006. – 180 с.
12. *Глазунова Н. И.* Система государственного и муниципального управления : учебник / Н. И. Глазунова. – М. : ТК Велби, Проспект, 2008. – 640 с.
13. *Дементьев А. Н.* Местное самоуправление в Российской Федерации / А. Н. Дементьев. – М. : Норма, 2007. – 320 с.
14. *Зотов В. Б.* Справочник муниципального служащего / В. Б. Зотов. – Ростов н/Д : Феникс, 2009. – 351 с.
15. *Рой О. М.* Система государственного и муниципального управления : учеб. пособие / О. М. Рой. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2005. – 336 с.
16. Система муниципального управления : учебник для вузов / под ред. В. Б. Зотова. – 4-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – 512 с.

ОПД. В. 1. СОЦИАЛЬНАЯ СТРАТИФИКАЦИЯ

канд. филос. наук, доц. *Бобков А. И.*

59. Социальная стратификация и социальная мобильность: теория и практика.

Социальная стратификация и социальная мобильность: теория и практика

Необходимо подробно остановиться на основных теориях социальной стратификации и установленных в них закономерностях. После чего следует осветить стратификационные процессы в современной России и выявить механизмы усугубления и оптимизации социального неравенства. Далее необходимо охарактеризовать типы социальной мобильности и причины ее проявления в российском обществе. Завершить анализ следует характеристикой маргинализации современного российского общества.

Для более подробного раскрытия данного вопроса следует обратиться к учебному пособию Бобкова А. И. «Социология».

Литература

1. *Бобков А. И.* Социология : учеб. пособие / А. И. Бобков. – Иркутск : ФГОУ ВПО ВСИ МВД России, 2009. – 156 с.

ОПД. В. 2. СОЦИОЛОГИЯ МОЛОДЕЖИ

д-р социол. наук, проф. *Грабельных Т. И.*

60. Молодежные культуры и субкультуры в современном российском обществе. Типологический анализ молодежных субкультур.

Молодежные культуры и субкультуры в современном российском обществе. Типологический анализ молодежных субкультур

Рекомендуется придерживаться следующей структуры ответа:
Молодежь как особая социально-демографическая группа.
Постараться дать общую характеристику молодежи как носителя культуры в контексте ее медико-биологических, психологических, демографических, этнографических и социокультурных особенностей. Следует выделить основные качества молодого возраста и социокультурные параметры определения зрелости молодежи.

Молодежная культура и ее отличительные черты. Следует дать определение молодежной культуры и субкультуры. Обратить внимание на структуру потребностей и интересов молодежи. Выделить доминирующие ценности молодежной культуры. В ходе ответа на выбор студента можно акцентировать внимание на целом ряде актуальных проблем: а) духовном мире и ценностных ориентациях молодежи; б) кризисе ценностей и общеполколенческих проблемах молодежи; в) интеллектуально-образовательных, культурных, политических, семейно-брачных ценностях молодежи; г) влиянии рыночных отношений на изменение ценностных ориентации молодежи и проч.

В рассматриваемом контексте особое внимание должно быть отведено проблемам свободного времени молодежи. Заслуживает пристального внимания вопрос о досуге и проблемах общения среди молодежи. В этой связи выделяются функциональная и содержательная структура досуговой деятельности молодежи. Нельзя обойти вниманием и особенности включения современной молодежи в общественную жизнь. Молодежь как динамический элемент социальных преобразований. Молодежь как стратегический ресурс инновационного развития России. С точки зрения включенности молодежи в социальные преобразования следует попытаться выделить *типологию молодежных культур*. *Типология* может быть представлена в аспекте *трех критериев*: 1) вовлечение молодежи в социальную практику, поддержка на государственном уровне научной, творческой и предпринимательской деятельности; 2) поддержка талантливой молодежи и лидерства; 3) гражданское образование и патриотическое воспитание.

Понятие молодежной субкультуры. Теоретические концепции изучения молодежной субкультуры. Особенности молодежной культуры (язык, мода). Новые потребительские ориентации молодежи в России. Типы молодежных субкультур. Музыка как часть молодежной культуры. Молодежные субкультуры российского общества.

Новые культурные пространства современной молодежи. Глобализация культурного пространства и молодежь. Компьютерные сообщества как новые формы молодежных солидарностей.

Проблемы организации работы с молодежью в современных условиях.

Специфика исследования молодежи, ее культуры и молодежных практик. Статистические, социологические, демографи-

ческие и др. методы исследования проблем молодежи, молодежных культур и субкультур.

Типологический анализ молодежных субкультур. В последнем случае следует помнить, что проблема типологизации, применение типологического метода познания в социологии – достаточно сложная проблема, которая носит многоаспектный характер и может рассматриваться в различных контекстах. Учитывая данное обстоятельство, необходимо исходить из того, что типологический анализ зачастую проводится в рамках *нисходящей стратегии анализа*, т. е. в исследовании задается цель, ради достижения которой необходим такой анализ и формулируется гипотеза о существовании типов, понимаемых в заданном социологом смысле. Поэтому в ходе ответа следует задать логику проведения типологического анализа и пояснить особенности его проведения на конкретном примере. Не следует забывать, что при обозначении структуры и логики типологического анализа большое внимание уделяется понятийному аппарату. Также следует помнить, что в социологической литературе выделяется теоретическая и эмпирическая типологизация.

Что касается понятия «тип», существует несколько его значений: тип как *вид, форма* существования чего-либо, взаимодействия субъектов в социально значимом контексте; тип в аспекте *типического* (специфического, характерного, редко встречающегося); тип в аспекте *типологического* (общего, особенного, объединяющего, связывающего); тип в аспекте *типового* (стандартного, распространенного, часто встречающегося). Поэтому при проведении анализа молодежных субкультур следует четко выделить *типообразующие признаки*.

В заключение следует акцентировать внимание на *особенностях реализации приоритетных направлений современной государственной молодежной политики в РФ в контексте формирования и развития молодежных культур и субкультур*.

Литература

1. Омельченко Е. Л. Молодежь: Открытый вопрос / Е. Л. Омельченко. – Ульяновск : Симбир. книга, 2004.
2. Социология молодежи : учеб. пособие / Ю. Г. Волков [и др.]. – Ростов н/Д., 2001.
3. Социология молодежи : учебник / под ред. В. Т. Лисовского. – СПб., 1996.
4. Чередниченко Г. А. Молодежь России: социальные ориентации и жизненные пути (опыт социологического исследования) / Г. А. Чередниченко. – СПб. : Изд-во РХГИ, 2004.

ДИСЦИПЛИНЫ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ

ДС. 1. МАРКЕТИНГ

канд. экон. наук, доц. *Беклемешев В. П.*

1. Сущность, содержание и цели маркетинговой деятельности.
2. Конкуренция и конъюнктурный анализ рынка.
3. Маркетинговые исследования: цели, задачи, структуры. Специфика организации и проведения исследований рынка недвижимости в отдельном регионе.

Студент должен показать знание принципов маркетинга, направленность на удовлетворение постоянно меняющихся потребностей, основные задачи субъектов системы маркетинга, типы маркетинга в зависимости от характера существования спроса. Представлять основы системного подхода маркетинга и его виды, типовые структуры фирм, работающих на принципах маркетинга. В ходе ответа следует охарактеризовать основные подфункции маркетинга (планирование политики в области выпуска и ассортимента продукции, сбыт и распределение, продвижение товара, ценообразование и др.). Необходимо обосновать краткое содержание видов маркетинга. Студент должен продемонстрировать знание основ маркетингового анализа. Кратко представлять конъюнктурный анализ рынка (анализ масштабов, потенциал рынка, сбалансированность рынка, тенденции устойчивости развития). Студент должен показать знания по основам стратегического анализа рынка (изучение и прогнозирование покупательского спроса, реакции рынка на изменение ситуации, поведение покупателей, оценку собственного потенциала фирмы, конкурентного анализа). В целом следует ориентироваться в новых моделях современного маркетинга через совершенствование основных сфер: нужда, потребности, запросы, товар, обмен, сделка, рынок. С переходом на рыночные отношения просматривать специфику институционально-эволюционных компонентов маркетинга и выход на критерии корпоративной экономики, представлять основы преобразований модернизации экономики и труда в регионах и обществе.

ДС. 2. СОЦИАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

канд. социол. наук *Медведчикова Т. В.*

4. Модели коммерческого и некоммерческого хозяйствования в социальной сфере.
5. Управление образовательными процессами в регионе. Специфика проведения экспертного опроса по проблемам высшего образования.
6. Информационное обеспечение управления в социальной сфере.

Модели коммерческого и некоммерческого хозяйствования в социальной сфере

Рассказать о разнообразии организационных структур в социальной сфере (распределение по отраслям: образование, культура и искусство, здравоохранение, туризм, отдых, физическая культура и спорт, наука и инновации, жилищный фонд и коммунальное хозяйство).

Организации социальной сферы могут создаваться государственными органами РФ, субъектов РФ, а также органами местного самоуправления. Они осуществляют управленческие, социально-культурные и иные функции некоммерческого характера и финансируются из соответствующего бюджета и представляют некоммерческий сектор экономики. Они могут осуществлять предпринимательскую деятельность, но не в ущерб основной деятельности, а для достижения целей организации с помощью средств от предпринимательской деятельности.

Организационные структуры социального менеджмента могут создаваться в форме потребительских кооперативов, общественных и религиозных организаций (объединений), некоммерческих партнерств, учреждений, автономных и иных фондов, ассоциаций, союзов, а также в других формах, предусмотренных законодательством РФ. Характерной особенностью большинства организаций социальной сферы является то, что они относятся к нерыночному сектору экономики. Они предоставляют услуги социально-культурного характера.

В различных отраслях социальной сферы разных стран значительно варьируется роль коммерческих организаций. В основе модели коммерческого хозяйствования – рыночный механизм, при котором характеристики того или иного продукта, производимого и реализуемого организацией, задаются параметрами по-

требительского поведения покупателей. Они в значительной степени обслуживают платежеспособный спрос населения. На коммерческой основе работают профессиональный спорт, туризм, индустрия развлечений, курсы дополнительного профессионального образования и переподготовки и т. д. Для коммерческих организаций основным источником финансовых ресурсов являются собственная деятельность и доход от нее, а также средства инвесторов.

Государственные организации осуществляют значительно более широкое влияние в сравнении с частными коммерческими организациями. Коммерческая модель хозяйствования имеет множество ограничений. При этом некоммерческие организации могут рассчитывать только на финансирование из бюджета, что значительно снижает эффективность работы, вынуждает руководителей этих организаций искать дополнительные или альтернативные источники финансирования. Несомненным преимуществом коммерческой формы хозяйствования является самостоятельный выбор стратегии развития и функционирования организации, открытость инновациям и большая возможность для их внедрения.

Литература

1. Попов С. Г. Социальный менеджмент : учеб. пособие / С. Г. Попов. – М. : Ось-89, 2009. – 160 с.

Управление образовательными процессами в регионе. Специфика проведения экспертного опроса по проблемам высшего образования

Основные предпосылки становления вузов как субъектов рыночных отношений в инновационном секторе экономики: сокращение финансирования со стороны государства в связи с необходимостью решения проблем здравоохранения и социальных услуг; повышение требований к качеству образовательных услуг, результатов научных исследований; потеря стабильности; необходимость включения студентов в исследовательскую, инженерную, предпринимательскую деятельность. Стратегия инновационного университета – введение в хозяйственный оборот результатов научно-исследовательских работ, инновационное образование на базе научных школ, интеграция академических ценностей

и предпринимательства, фандрайзинг, корпоративная культура. По мере приобретения знаниями свойств товара происходит обострение конкурентной борьбы между развитыми странами за место на мировом рынке образовательных услуг. Поэтому актуализируются проблемы повышения качества образования в российских образовательных учреждениях, создания адекватной системы показателей оценки качества.

Виды потребностей в высшем образовании: социальная потребность, экономическая потребность.

Противоречия между потребностями в обучении и возможностями государства (неограниченная потребность общества в высшем образовании и ограниченные возможности индустриальной экономики в востребованности квалифицированных специалистов; обученные за счет средств всего общества специалисты не реализуют полученных знаний на практике, а специалисты, обученные за счет средств семейного или иного бюджета, более охотно отрабатывают вложенный капитал).

Анализ состояния высшей школы весьма важен как для государства в целом, так и для конкретной территории, в частности для субъектов федерации, формирующих в настоящее время собственные концепции развития. Все эти программы требуют кадрового обеспечения, в том числе и специалистами с высшим образованием.

Основные проблемы управления образовательными процессами в регионе: текучесть молодых специалистов (кандидатов наук), их уход из государственной высшей школы в бизнес, негосударственные вузы, туда, где уровень заработной платы будет соответствовать их квалификации; проблема финансирования; обеспеченность учебными площадями, общежитиями и др.

Основные стадии проведения экспертного опроса по проблемам высшего образования: формулировка цели, подбор основного состава рабочей группы и т. д.

Литература

1. *Майбуров И. А.* Механизмы согласования возможностей высшей школы с потребностями региона // Университетское управление. – 2003. – № 5–6 (28). – С. 38–46.
2. Социальный менеджмент : учеб. пособие / Д. В. Зайцев [и др.] ; под ред. П. В. Романова, Е. Р. Ярской-Смирновой. – Саратов : Сарат. гос. техн. ун-т, 2008. – 272 с.

Информационное обеспечение управления в социальной сфере

Раскрыть понятие «социальная информация» (сведения о состоянии социальной системы, средство обеспечения информационных потребностей общества на основе применения информационных технологий).

Место информации в социальном управлении. Достоверная информация необходима для всех этапов управления: постановки целей, оценки проблемной ситуации, принятия управленческих решений, организации и регулирования управляющей системы. Субъект также должен быть информирован о результатах выполнения принятых решений.

Обозначить классификацию социальной информации. Первоисточником социальной информации является общество: его разные сферы и стороны жизни. Классификация информации осуществляется:

- 1) по сферам общественной жизни (экономическая, социальная, политическая, духовно-культурная);
- 2) по источникам поступления (внутренняя и внешняя);
- 3) по материальным носителям (бумажная, электронная, электрическая);
- 4) по формам носителей (средства массовой информации: радио, телевидение; печатная – книги, газеты, журналы);
- 5) по периодам использования (условно-постоянная – справочная, нормативная и переменная – оперативные сведения);
- 6) по видам основных функций управления (прогностическая, организационная, контрольно-учебная, регулятивная);
- 7) по характеру представления (количественная и качественная).

Информация, используемая в управлении общественными системами, являет собой сложную совокупность, взаимодействие различных информационных потоков: исходная информация, необходимая для выработки и принятия управленческих решений; управляющая информация, представляющая сами решения или управленческие команды, предопределяющие организацию управляющих и управляемых систем; регулирующая информация, представленная различного рода параметрами, нормативами, законами, инструкциями, технологическими картами и т. д.; оперативная информация, поступающая в процессе функционирования

ния системы и характеризующая ее состояние; внешняя информация, поступающая от других систем, коммуникационно (функционально или структурно) связанных с данной системой; контрольно-учетная информация, характеризующая течение и результаты работы системы.

Литература

1. *Афонин Ю. А.* Социальный менеджмент / Ю. А. Афонин, А. П. Жабин, А. С. Панкратов. – М. : Изд-во МГУ, 2004. – 320 с.
2. *Константиновский Д.* От сбора статистических данных – к информационному обеспечению принятия решений / Д. Константиновский, М. Агранович, О. Дымарская. – М. : Прометей, 2004. – 620 с.

ДС. 3. ТЕХНИКА ЛИЧНОЙ РАБОТЫ

ст. преп. *Кустос О. В.*

7. Рабочее место и информационное обеспечение работы специалиста. Проблемы безопасности в профессиональной деятельности социологов.
8. Планирование личной работы и контроль времени. Модель организационного плана проведения конкретного социологического исследования.
9. Работоспособность и личный самоконтроль в профессиональной деятельности социологов.

Рабочее место и информационное обеспечение специалиста. Проблемы безопасности в профессиональной деятельности социолога

При подготовке данного вопроса необходимо обратить внимание на структуру и содержание ответа. Вспомнить, что организация рабочих мест – это система мероприятий по оснащению рабочего места средствами и предметами труда и их функциональное размещение. Планировка рабочих мест – это укомплектованность мебелью и необходимыми средствами оргтехники, канцелярскими принадлежностями и различными вспомогательными устройствами в зависимости от площадей помещений, где работают специалисты. Следует напомнить, что эффективность работы специалиста напрямую связана с правильно спланированным и хорошо оснащенный рабочим местом. Техническое оснащение рабочих мест – это оргтехника и ее расположение в поме-

щении. Должны соблюдаться требования к ее эксплуатации в соответствии с правилами техники безопасности. Обустройство кабинета (офиса) должно быть выдержано в едином стиле. Офисная техника чаще всего находится на рабочем месте специалиста. При раскрытии дальнейшего ответа особое внимание обратить на совершенствование условий труда, автоматизацию рабочих мест, актуальность нормативных требований безопасности условий труда специалиста. При этом иметь в виду, что проблемы безопасности в профессиональной деятельности не будут возникать, если оснащенность помещения будет соответствовать нормативным требованиям действующего законодательства, а именно: площадь на одного специалиста не должна быть менее 4 м², температура в помещениях должна быть в пределах 18–20 °С, относительная влажность воздуха в зимнее время – 45–50 %, в летнее – 50–55 %. Уровень посторонних шумов – не более 40 дБ. Световые лучи должны падать на рабочую поверхность письменного стола под углом 50 °С от горизонтальной линии обзора.

При ответе показать значение и роль информации в организации личной работы специалиста, столь важной для принятия соответствующих управленческих решений. Охарактеризовать виды служебных документов (организационные, распорядительные или информационно-справочные), требования к ним в зависимости от их назначения. Существуют единые правила оформления документов управления, которые установлены государственными нормативными актами, такими как ГОСТ Р.6.30-2003. акцентировать внимание на особенностях подготовки текстов документов. Раскрыть сущность технологии и организации работы с документами, указав при этом этапы работы – прием и регистрация, рассмотрение документов руководителем, контроль и исполнение самого документа, сдача его в архив на длительное хранение. При этом указать использование технических средств в работе с документами в профессиональной деятельности социолога – это и электронная техника, факсимильная и факсовая, документированная и другая.

Литература

1. Кустос О. В. Техника личной работы / О. В. Кустос. – Иркутск : ИГУ, 2005. – Разд. 2. – С. 19–49.
2. Резник С. Д. Персональный менеджмент / С. Д. Резник. – М. : ИНФРА-М, 2006. – Разд. 4. – С. 262–296.

Планирование личной работы и контроль времени. Модель организационного плана проведения конкретного социологического исследования

При подготовке данного вопроса рекомендуем следующую структуру ответа:

А. Время и принципы его эффективного использования

Значение фактора времени. Принципы эффективного использования времени. Следует помнить: чтобы успевать делать большее в меньшее время, требуется всего два качества: организованность и самодисциплина. Для того чтобы их выработать, необходимо следовать ряду правил:

- Точное определение своей цели.
- Составление плана операции.
- Выявление главного.
- Установление стимулов и твердых сроков.
- Учиться говорить «нет», соизмерять свои дела и цели.
- Не «увязать» в телефонных разговорах.
- Привычка к записной книжке.
- Умение слушать и менять занятия.
- Ежедневное контролирование выполнения намеченных дел.

При выборе метода учета и анализе использования личного времени необходимо учитывать характер и содержание работ, срочность выполнения заданий, форму деятельности и функции руководства. Помощь при анализе затрат рабочего времени могут оказать классификация видов работ и примерные формы учета выполненных работ, карточки времени (хронокарточки).

Б. Планирование личной работы

Необходимо вспомнить, что истоки эффективного управления временем повышаются за счет четырех составляющих – планирование, реализация плана, мониторинг и контроль, взаимодействия и связи людей. Система планирования личного труда и техника планирования личного времени определяются на основании имеющихся данных о перечне дел, их характере и трудоемкости и сопровождаются составлением перспективного плана на более или менее продолжительный период. График работ значительно облегчает оперативное планирование и организацию времени, установление определенного регламента, четкого расписания рабочего времени.

Для планирования времени целесообразно использовать: 1. Календарь-еженедельник. 2. Настольный календарь. 3. Комбинированный дневник времени. 4. План и распорядок рабочего дня. 5. Компьютерную систему организации труда.

Помните, что компьютерная система организации труда позволяет решать следующие задачи:

- «Календарное планирование» мероприятия на год, квартал, месяц, неделю, день с контролем достижения результатов.
- «Документооборот» – автоматизированное изготовление, запись, поиск и печать входной и выходной информации.
- «Справочник», содержащий адреса и телефоны юридических и физических лиц с возможностью их автоматизированного поиска.
- «Калькулятор», обеспечивающий арифметические и логарифмические действия в процессе работы.

Идея приспособить персональный компьютер в качестве инструмента повышения личной эффективности труда социолога получила «второе дыхание», когда в программное обеспечение были заложены главные идеи «Тайм-менеджера» и программы SPSS. «Тайм-менеджер» (далее по тексту – ТМ) позволяет специалисту четко контролировать и распоряжаться временем, исходя из поставленных целей. Необходимо отметить достоинства ТМ, который:

- Позволяет добиваться поставленных целей на основе повседневного решения основных задач.
- Дает возможность расставить приоритеты, иметь обзор дел и рационально использовать свое время.
- Помогает развить в себе более гибкое и спокойное отношение к изменениям за счет оперативного внесения изменений и использования сменных блоков бланков.

Важно запомнить, что планирование работы и строгое соблюдение плана – вот два «кита», на которые опирается вся наука управления временем.

В. Модель организационного плана проведения конкретного социологического исследования

При выборе модели организационного плана проведения социологического исследования обратить особое внимание на:

- Определение приоритетов в планировании своего времени на данное исследование.

- Выделение основных этапов исследования.
- Обозначение сроков проведения исследования.
- Четкое планирование результатов исследования.

Сокращение объема бумажной работы возможно за счет внедрения компьютерной системы организации труда.

При планировании рабочего времени следует учитывать *правило 60:40* (планом охвачено 60 % вашего времени, 40 % – оставлено в качестве резерва для неожиданных дел).

Важно следующее соблюдение последовательности планирования работы: а) анализ бюджета времени; б) составление списка планируемых исследований; в) определение времени для выполнения этих исследований; г) сопоставление необходимых затрат времени на планируемые исследования с личным бюджетом времени и личными возможностями; д) составление списков дел на подготовку к исследованиям с учетом выделенного времени; е) составление плана действий на месяц (неделю); ж) запись текущих дел и составление рабочих планов на день.

Реализацию плана исследования разбить на две категории. Первая – это задачи индивидуального уровня, решение которых сопряжено с личными возможностями и собственными действиями. Вторая – это задачи, выполнение которых сопряжено с привлечением других людей.

Мониторинг и контроль. Любая работа должна проверяться как в отношении качества ее исполнения, так и с точки зрения получения оптимальных результатов.

Взаимодействие с другими людьми. Эта работа, так или иначе, пересекается со всеми остальными видами деятельности социолога при проведении конкретного исследования, но в любом случае является следствием или итогом индивидуальной работы каждого из привлекаемых к данному исследованию.

Литература

1. Дельцов В. И. Почему мне не хватает времени / В. И. Дельцов. – М. : Эксмо, 2003.
2. Кустос О. В. Техника личной работы / О. В. Кустос. – Иркутск : ИГУ, 2005. – С. 57–80.
3. Резник С. Д. Персональный менеджмент / С. Д. Резник. – М. : ИНФРА-М, 2006. – Разд. 3. – С. 175–242.
4. Ягер Джин. Творческое управление временем в новом веке / Ягер Джин. – М. : Альпина-Паблшер, 2003.

Работоспособность и личный самоконтроль в профессиональной деятельности социолога

При подготовке данного вопроса рекомендуем начать ответ с гигиены умственного труда, затем с самоконтроля процессов личной деятельности специалиста и построить в следующем порядке:

1. Гигиена умственного труда

При раскрытии данного вопроса следует помнить, что профессиональные навыки и знания необходимо постоянно обновлять и пополнять, т. е. постоянно заботиться о своей профессиональной компетентности. Гигиена умственного труда специалиста включает в себя заботу о своей нервной системе, работоспособности, умственном потенциале. Тренированность нервной системы важна при напряженной работе социолога. Следует обратить внимание на то, что эмоциональное напряжение воспринимается тем легче, чем большим опытом, навыками выхода из трудных ситуаций обладает человек. По мнению исследователей, обоснованные вспышки гнева более «полезны» для здоровья, чем его подавление. Последнее может привести к депрессии и сказаться на профессиональной деятельности и творческой активности человека. Нервную систему необходимо тренировать, закаливать организм в борьбе с трудностями. Не старайтесь оставаться со своими неприятностями наедине. Умейте уступать. Не впадайте в гнев. Делайте что-нибудь хорошее для других. Начинайте всегда с самого важного, идите навстречу людям, проявляйте инициативу. Ищите малейшую возможность радоваться.

Огромный вред здоровью наносят курение и употребление алкоголя, которые являются антистимулами работоспособности. Борьба с этими привычками – особая забота каждого делового человека.

Каждый человек должен придерживаться распорядка жизнедеятельности. Надо помнить, что правильный суточный режим не только помогает сохранить высокую работоспособность, но и дает возможность лучше планировать свое время. Неуклонное соблюдение режима дня является также хорошим средством воспитания воли, организованности и служебной дисциплины.

2. Самоконтроль процесса личной деятельности специалиста

При подготовке ответа к данному вопросу необходимо раскрыть понятие контроля и самоконтроля как процесса проверки

и сопоставления фактических результатов с запланированными. Тот, кто нацелен на выполнение запланированных дел, не может отказаться от самоконтроля. Именно контроль процессов деятельности служит улучшению, а в идеальном случае – оптимизации трудового процесса. Он позволит выявлять, были ли достигнуты поставленные цели, и произвести необходимую корректировку. Своевременный контроль за результатами деятельности позволяет учиться на возникающих ошибках, т. е. набираться опыта.

Чрезмерный контроль неизбежно приводит к свертыванию инициативы. В постановке контроля необходимо найти некую золотую середину.

Тщательный самоконтроль – верная гарантия, что не придется впоследствии ничего переделывать или изменять.

Для плодотворного контроля за результатами профессиональной деятельности в течение дня можно воспользоваться различными вспомогательными вопросами для обзора результатов дня (кто и что помешало мне сегодня достичь большего; принес ли я сегодня пользу окружающим меня людям; где я «застрял» на мелочах; чему я сегодня научился, и другие подобные вопросы, которые должны дать четкую характеристику проделанной работы).

В данном ответе особое внимание обратить на так называемый метод «пяти пальцев», который ориентируется на начальные буквы названий пальцев:

- М (мизинец) – мыслительный процесс: какие знания, опыт я сегодня получил?
- Б (безымянный палец) – близость цели: что я сегодня сделал и чего достиг?
- С (средний палец) – состояние духа: каким было сегодня мое преобладающее настроение, расположение духа?
- У (указательный палец) – услуга, помощь: чем я сегодня помог другим, чем услужил, порадовал или чему «поспособствовал»?
- Б (большой палец) – бодрость, физическая форма: каким было мое физическое состояние сегодня? Что я сделал сегодня для своего здоровья, поддержания своей физической формы?

Применение этого несложного метода в течение дня позволит оперативно осуществить самоконтроль результатов дня, а далее – процессов профессиональной деятельности.

Литература

1. Дельцов В. И. Почему мне не хватает времени / В. И. Дельцов. – М. : Эксмо, 2003.
2. Кустос О. В. Техника личной работы / О. В. Кустос. – Иркутск : ИГУ, 2005. – С. 57–80.
3. Лаптев А. П. Ваш режим дня. Каждый день в хорошей форме // Управление персоналом. – 1997. – № 12.
3. Резник С. Д. Персональный менеджмент / С. Д. Резник. – М. : ИНФРА-М, 2006. – Разд. 6. – С. 490–557.
4. Ягер Джин. Творческое управление временем в новом веке / Ягер Джин. – М. : Альпина-Паблицер, 2003.

ДС. 4. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

ст. преп. Захарова О. В.

10. Государственная политика в отношении организации и управления средствами массовой информации.
11. Правовая защита информации при осуществлении связей с общественностью и в профессиональной деятельности социологов.
12. Правовые основы защиты интеллектуальной собственности, изобретательских, патентных, авторских и смежных прав при осуществлении связей с общественностью.

Государственная политика в отношении организации и управления СМИ

При ответе на данный вопрос студенту необходимо дать понятие таких категорий, как «государственная информационная политика» и «государственная политика в области СМИ», охарактеризовать их соотношение (первое понятие является более широким по своему содержанию и включает в себя второе). В условиях демократии СМИ являются важнейшим социальным институтом общества, им принадлежит огромная роль в развитии гражданского сознания и информационном обеспечении народовластия. Поэтому от того, в каком направлении развивается государственная политика в области СМИ, зависит и степень демократичности общества.

Студенту необходимо определить основные направления современной государственной политики в области СМИ на основа-

нии Закона РФ «О СМИ» и Концепции федеральной целевой программы «Развитие телерадиовещания в РФ на 2009–2015 годы». Также необходимо раскрыть, в каких формах проявляется и осуществляется государственная политика в области СМИ: прежде всего это законодательство, деятельность контрольных органов, административные решения, в том числе финансовая поддержка, государственные премии, поощрения, программы, выступления, обращения представителей государственных структур и т. п. Основой государственной политики в области СМИ являются нормативные документы, касающиеся регулирования отношений журналистской системы. Грамотное, емкое, «работающее» законодательство о СМИ является залогом эффективности проведения государственной политики в области СМИ. Поэтому при ответе на данный вопрос следует также дать краткую характеристику современному законодательству о СМИ.

Литература

1. Конституция РФ : принята всенар. голосованием 12 дек. 1993 г. // Гарант [Электронный ресурс] : справочная правовая система.
2. О средствах массовой информации : закон РФ от 27 дек. 1991 г. № 2124-1 // Гарант [Электронный ресурс] : справочная правовая система.
3. О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации : постановление Правительства РФ от 12 янв. 1996 г. № 11 // Гарант [Электронный ресурс] : справочная правовая система.
4. Концепция федеральной целевой программы «Развитие телерадиовещания в РФ на 2009–2015 годы» [Электронный ресурс] // Сайт Министерства связи и массовых коммуникаций РФ. – Режим доступа: <http://www.minsvyaz.ru/ministry/documents/816/2405.shtml> (дата обращения: 24.01.2010)

Правовая защита информации при осуществлении связей с общественностью и в профессиональной деятельности социолога

При осуществлении своей деятельности специалисты PR и профессиональные социологи должны помнить о Федеральном законе «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и Законе «О СМИ».

Главным полем деятельности PR-специалиста и социолога является информация. Одна из задач PR-службы любой организации заключается в накоплении различных сведений как о госу-

дарственных учреждениях, так и общественных организациях, предприятиях, партнерах и конкурентах и их руководителях.

Конституция РФ гарантирует права физических и юридических лиц свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом, однако, при этом не должны нарушаться права других лиц, как физических, так и юридических. Так, например, Закон РФ «О государственной тайне» содержит список сведений, сбор и распространение которых запрещены. При ответе на данный вопрос студент должен раскрыть, какие ограничения предусматривает действующее российское законодательство в области сбора, поиска и распространения информации, раскрыть понятия «государственная тайна», «коммерческая тайна», «врачебная тайна», «личная и семейная тайна» и др., а также знать меры ответственности, предусмотренные в законодательстве за нарушение установленных ограничений.

Литература

1. Конституция РФ : принята всенар. голосованием 12 дек. 1993 г. // Гарант [Электронный ресурс] : справочная правовая система.
2. Об информации, информационных технологиях и о защите информации [Электронный ресурс] : федер. закон от 27 июля 2006 № 149-ФЗ // Гарант [Электронный ресурс] : справочная правовая система.
3. Об основных гарантиях прав ребенка в РФ [Электронный ресурс] : федер. закон от 24 июля 1998 г. № 124-ФЗ // Гарант [Электронный ресурс] : справочная правовая система.
4. О государственной тайне [Электронный ресурс] : закон РФ от 21 июля 1993 г. № 5485-1 // Гарант [Электронный ресурс] : справочная правовая система.
5. О средствах массовой информации : закон РФ от 27 дек. 1991 г. № 2124-1 // Гарант [Электронный ресурс] : справочная правовая система.

Правовые основы защиты интеллектуальной собственности, изобретательских, патентных, авторских и смежных прав при осуществлении связей с общественностью

При подготовке ответа на данный вопрос необходимо изучить соответствующие положения Гражданского кодекса (часть 4) и знать определения и содержание таких категорий, как «интеллектуальные права», «интеллектуальная собственность», «автор», «патентообладатель», «исключительные права», «авторское право», «права, смежные с авторскими», «патентные права».

Кроме того, студент должен уметь объяснить значимость данных прав и важность их соблюдения в профессиональной деятельности социологов и специалистов PR, а также знать правовые способы защиты указанных прав и правовые последствия их нарушения.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая : федер. закон от 18 дек. 2006 г. // Гарант [Электронный ресурс] : справочная правовая система. – Ст. 1225–1233, 1242, 1246–1248, 1250–1253, 1255–1256, 1259, 1265, 1266, 1274, 1303–1304, 1311, 1345–1347, 1356–1359, 1406.
2. О средствах массовой информации : закон РФ от 27 дек. 1991 г. № 2124-1 // Гарант [Электронный ресурс] : справочная правовая система.

ДС. 5. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

канд. филос. наук *Ткачёва Н. Г.*

13. Связи с общественностью как разновидность социальной коммуникации. Реализация коммуникационных стратегий в различных моделях PR.
14. Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения.
15. Сущность деятельности и организационная структура служб связей с общественностью.

Связи с общественностью как разновидность социальной коммуникации. Реализация коммуникационных стратегий в различных моделях PR

Рассмотрение вопроса следует начать с понятия «социальная коммуникация», выделения основных условий осуществления коммуникации в обществе. Требуется дать значимые для PR типологии коммуникации (межличностная, групповая, массовая; публичная/приватная). Далее необходимо проанализировать структуру и основные модели коммуникативного процесса, значимые для PR. При этом следует помнить, что модель воспроизводит составные элементы и функциональные характеристики коммуникативного процесса в виде схемы. Рекомендуется охарактеризовать линейную, двухступенчатую, нелинейную модели, выделяя их особенные черты и акцентируя внимание на их огра-

нениях применительно к практике PR. Особое внимание следует уделить модели коммуникативного общества Н. Лумана, модели коммуникативного действия Ю. Хабермаса.

При ответе на вторую часть вопроса необходимо продемонстрировать структуру коммуникативного акта и ее составляющие (источник – сообщение – кодирование/декодирование – канал – барьеры – получатель – обратная связь). Следует обратить внимание на такие понятия, как «эффекты» и «эффективность коммуникации». На основании рассмотренной структуры необходимо представить механизм построения PR-деятельности (базисный субъект – (технологический субъект) – кодирование информации – канал – барьеры – целевая аудитория – обратная связь). Требуется не просто перечислить данные элементы, но дать им подробную характеристику. Также надлежит акцентировать внимание на социально-психологическом аспекте PR-деятельности. Опираясь на рассмотренные механизмы, необходимо рассмотреть 4 модели PR-деятельности, представленные в работах Дж. Грюнига: модель манипуляции, модель информирования, двусторонняя асимметричная модель коммуникации, двусторонняя симметричная модель. Следует дать подробную характеристику этих моделей, акцентировать внимание на том, что они не только описывают коммуникативные процессы, но одновременно характеризуют основные этапы становления профессиональной деятельности и социального института PR. Далее необходимо рассмотреть и продемонстрировать на конкретных примерах три стратегии PR-деятельности: манипулирование, информирование, установление социальных взаимодействий.

Литература

1. *Королько В. Г.* Основы публич рилейшнз / В. Г. Королько. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2000. – С. 185–209.
2. *Чумиков А. Н.* Связи с общественностью: теория и практика / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М. : Дело, 2003. – С. 47–50.
3. *Шишкина М. А.* Публич рилейшнз в системе социального управления / М. А. Шишкина. – СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. – С. 198–260.
4. Лекции по дисциплине «Связи с общественностью».

Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения

Ответ на вопрос следует начать со схематичного, очень краткого, рассмотрения теоретических основ осмысления феномена общественного мнения. Необходимо указать, что общественное мнение (ОМ) является сложным, синкретическим, неоднозначным социальным феноменом, для изучения которого применяется комплексный подход. В рамках этого подхода было сформировано базовое для связей с общественностью определение общественного мнения, согласно которому ОМ рассматривается как заинтересованно-ценностное оценочное отношение социального субъекта к затрагивающим его интересам, дискуссионным и информационно доступным объектам, функционирующее в духовной или духовно-практической форме (в форме суждения или поведенческой готовности). Необходимо продемонстрировать двойственную природу ОМ, указав, что, с одной стороны, оно является духовным, а с другой – духовно-практическим образованием. В качестве исходной формы выступает мнение – оценочное суждение, мнение – духовный феномен. При определенных условиях оно может переходить в духовно-практическую плоскость. Далее требуется представить субъектную структуру ОМ, рассмотреть объекты ОМ, при этом акцентировать внимание на том, что главным критерием отбора объектов ОМ выступают общественные интересы людей.

В качестве базовых категорий при рассмотрении социологического подхода к определению ОМ следует применять категории деятельности и социального института. В деятельностном аспекте под ОМ понимают совместную заинтересованно-ценностную оценочную и вытекающую из нее практическую деятельность социальных субъектов. Институт ОМ рассматривают как устойчивую совокупность организационно объединенных ролей и статусов, предназначенных для решения задачи обеспечения включения массовых заинтересованных оценочно-ценностных суждений и обусловленных ими волевых проявлений в процессы социальной регуляции. Следует подчеркнуть, что комплексная трактовка понятия социального института представляет институт ОМ как особую форму социальной организации, способ социального закрепления специфических видов деятельности,

выполняющих определенные задачи. Его основная цель – обслуживание общественной потребности, связанной с включением общественного мнения в процессы социальной регуляции. ОМ как единство социальной оценки и социальной воли способно выполнять роль организатора совместной деятельности своих субъектов, направленной на удовлетворение их общего интереса. Через механизм общественного воздействия, трансляцию норм и ценностей, воспроизводство традиций и стереотипов оно участвует в регулировании общественных отношений. Именно такое общественное мнение, понимаемое в совокупности с его гносеологическими и социологическими характеристиками, выступает важнейшим элементом коммуникативной среды, в которой функционируют связи с общественностью.

Далее следует рассмотреть основные направления работы PR-служб, связанные с общественным мнением: анализ состояния общественного мнения по вопросам и проблемам, которые интересуют PR-субъекта; интерпретация и оценка состояния общественного мнения; прогноз его развития; выработка рекомендаций для организации (структуры) по учету состояния общественного мнения; определение способов, механизмов, средств воздействия на общественное мнение с целью его формирования (изменения) в желательном направлении и организацию практической работы по реализации этой цели.

Следует акцентировать внимание на том, что анализ состояния общественного мнения начинается с выделения заинтересованных, а затем и приоритетных групп, которые способны оказать наибольшее влияние (воздействие) на деятельность PR-субъекта. Анализ приоритетных групп должен быть сопряжен с проблемой и анализом общей ситуации в определенный момент времени. С точки зрения PR-деятельности для выделения такой группы учитывают ряд параметров, которые удостоверяют коммуникативную активность группы: 1) признание группой наличия такой важной проблемы, для занятия позиции в отношении которой им необходима дополнительная информация; 2) признание наличия внешних ограничений возможностей решения проблемы и, одновременно, способности группы в той или иной мере оказать влияние на ее решение, для чего членам группы необходима дополнительная информация для выработки плана действий; 3) наличие определенного условия вовлеченности, причаст-

ности к проблеме, заинтересованности в том или ином вопросе ее решения. Чем более члены группы вовлечены в проблему, тем больше шансов, что они ее будут обсуждать, будут стремиться получать дополнительную информацию по проблеме. Помимо указанных принципов выделения общественных групп, студентам следует рассмотреть и другие: географическое, демографическое, психографическое, поведенческое сегментирование; сегментирование с учетом лидерства, членства, скрытой власти и т. д. В результате анализа определяется «портрет» общественности (субъекта общественного мнения). Также необходимо выявить оценку проблемы (направление формирования ОМ) со стороны общественности (положительная–нейтральная–отрицательная), ее интенсивность (степень доверия), степень причастности к проблеме, наличие общественной поддержки со стороны других общественных групп, уровень информированности группы, уровень стабильности ОМ. Определение всех этих позиций необходимо для прогноза взаимоотношений с общественностью.

Далее необходимо указать, что в зависимости от понимания основной целевой задачи выбирается набор средств и методов, которые используются для воздействия на общественное мнение. При этом основная цель PR-структур состоит в том, чтобы сблизить позицию общественного мнения по проблеме и позицию PR-субъекта. Следует акцентировать внимание на том, что не менее важной целью для PR-структур является донесение позиции PR-субъекта до своих целевых групп. Алгоритм деятельности по донесению позиции (решения) PR-субъекта до целевых групп включает: привлечение внимания к соответствующей информации (сообщению); стимулирование интереса к содержанию сообщения; формирование потребности и намерения действовать в соответствии с сообщением; направление в определенное русло действий получателей сообщения. Рассматривая данный алгоритм поэлементно, студент должен обратить внимание на каналы передачи информации, особенности целевой общественности, а также на необходимость установления с ней обратной связи.

Завершая рассмотрение вопроса, необходимо указать, что основой PR-деятельности является воздействие на состояние общественного мнения. Большинство акций PR проводятся с целью убедить людей изменить свое мнение по какому-либо вопросу, сформировать общественное мнение, когда его нет, уси-

лечь уже существующее мнение общественности. Следует учитывать, что мнение общественности определяется ее интересами; не существует единой и унифицированной широкой общественности, поэтому влияние на общественное мнение должно ориентироваться на конкретные группы или сегменты общественности; общественное мнение меняется, недостаточно его однократно сформировать – с ним надо работать постоянно (мониторинг, анализ, определение адекватных форм воздействия); изменения в общественном мнении вызываются целым комплексом факторов (слухи, официальная информация, особенности восприятия последней, реальные события, реакция на них); нет единых, унифицированных решений в работе с различными группами общественности, потому всегда следует проявлять творческий подход.

Литература

1. *Алешина И. В.* Паблик рилейшнз для менеджеров / И. В. Алешина. – М. : ИКФ «Экмос», 2002. – С. 18–26.
2. *Катлип С.* Паблик рилейшнз. Теория и практика / С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум. – М. : Издат. дом «Вильямс», 2001. – С. 280–313.
3. *Королько В. Г.* Основы паблик рилейшнз / В. Г. Королько. – М. : Рефл-бук, Киев : Ваклер, 2000. – С. 157–184.
4. Управление общественными отношениями : учебник / под общ. ред. В. С. Комаровского. – М. : РАГС, 2005. – С. 206–230.

Сущность деятельности и организационная структура служб связей с общественностью

Ответ на вопрос следует начать с определения технологического субъекта PR, рассмотрения типологии технологических субъектов по критерию институциональности (институциональные, неинституциональные, квазиинституциональные). Требуется пояснить, что основными квазиинституциональными субъектами являются специализированные PR-подразделения предприятий, коммерческих фирм, государственных и негосударственных институтов; институциональные субъекты представлены самостоятельными PR-агентствами, центрами политконсалтинга.

Далее следует выявить характеристики организационной структуры. Во-первых, организационная структура подразумевает комплекс формальных задач, назначаемых сотрудникам и подразделениям; во-вторых, она предполагает взаимоотношения

формальной подотчетности, включая линии властных полномочий, ответственность за принимаемые решения, число уровней иерархии и норму управляемости; в-третьих, разработку систем, обеспечивающих эффективную координацию деятельности работников подразделений. Элементами организационной структуры являются люди как носители определенных компетенций и исполнители определенного набора функций и связи между ними: вертикальные формальные, горизонтальные формальные и неформальные связи.

Необходимо рассмотреть структурно-функциональный подход к формированию организационных структур в связях с ответственностью. Он подразумевает выделение структурных единиц (департаментов) и обозначение связей между ними, отражающих характер подчиненности и направление потоков официальной информации. Среди структурно-функциональных схем организации выделяют следующие виды: 1) функциональную, которая подразумевает выделение отделов на основе функций, необходимых для существования и деятельности организации; 2) территориально-отраслевую структуру, которая объединяет отделы по одному из признаков – географическому, клиентскому, по видам товаров и услуг; 3) матричную структуру, подразумевающую соединение функциональной и территориально-отраслевой структур (параллельно существуют отделы, спроектированные на основании обоих признаков, сотрудники которых объединяются в проектные группы для выполнения определенного заказа под началом менеджера по проектам); 4) сетевую структуру, которая основывается на приеме аутсорсинга – переносе внутренних функций организации, необходимых для достижения ее целей, на внешние организации. Следует обратить внимание на то, что для квазиинституциональных субъектов PR в большей степени присуща функциональная структура (отчасти сетевая), для институциональных субъектов PR – функциональная, матричная и сетевая.

Помимо рассмотрения структурно-функционального подхода необходимо обратить внимание на то, что в связях с ответственностью используется и процессный подход. Он предполагает ориентацию деятельности организации на бизнес-процессы, а системы управления организацией – на управление как каждым бизнес-процессом в отдельности, так и всеми бизнес-процессами организации. При анализе организационной структуры на основе

процессного подхода важно учитывать входы и выходы процесса. Поэтому, если в организации нет службы по работе с клиентами, процесс вообще не может начаться, а если произведенные услуги не будут удовлетворять заказчика, то организация не получит вознаграждение за труды, соответственно, не достигнет своих организационных целей. В этой связи то, как именно проходит процесс от входа до выхода, становится вторичным, главное, чтобы цикл начинался, и поставленные цели, в том числе коммерческие, достигались. Следовательно, организации требуется иметь службу по привлечению клиентов и службу по приему заказов от клиентов на входе, а на выходе должна быть услуга соответствующего качества. Финансово-административные и обслуживающие подразделения не входят в сам процесс и представляются некой надстройкой. Именно эта надстройка и является общей для всех видов бизнеса, в то время как бизнес-процесс представляет собой специализированную деятельность. Сам процесс, его система и ответственные за подпроцессы формируются в зависимости от конкретной задачи. Процессный подход позволяет создавать гибкую организационную структуру, легко подстраивающуюся под требования конкретного проекта. Однако данный подход к формированию организационных структур в сфере PR используется только институциональными технологическими субъектами.

Далее следует рассмотреть сущность деятельности службы PR в организации, ее функции, структуру, состав; выявить круг обязанностей PR-специалистов. Необходимо обратить внимание на статус руководителя PR-отдела в высшем эшелоне корпоративного руководства, определить место службы PR в системе корпоративного менеджмента. Следует продемонстрировать взаимодействие PR-отдела с другими отделами организации, обозначить способы оценки эффективности работы корпоративной службы.

Затем требуется обосновать целесообразность использования методологии аутсорсинга в связях с общественностью, рассмотреть мотивы обращения субъектов в PR-агентство, ключевые принципы выбора PR-агентства, привести типологию PR-агентств по видам деятельности. В последнем случае необходимо дать основные характеристики классического типового PR-агентства, агентства полного цикла, агентства широкого профиля,

специализированного агентства, агентства политконсалтинга, агентства одного клиента, сетевого и аффилированного агентств. Далее следует рассмотреть структуру типового PR-агентства, акцентировать внимание на функциях генерального директора (президента) PR-агентства и совета директоров, работе менеджмента PR-агентства. Затем требуется обозначить основные направления работы, состав и особенности деятельности основных отделов PR-агентства (отдела по разработке новых клиентов, отдела творческих разработок, отдела связей со СМИ, отдела PR-программ, отдела специальных PR-мероприятий и промоушен-акций, отдела организационной поддержки PR-проектов, информационно-аналитической службы). Необходимо сделать акцент на кадровой гибкости PR-агентств, рассмотреть принципы оценки эффективности работы PR-агентства.

Формулировка вопроса не подразумевает изложение основных стратегий развития PR-агентств в России. Однако, при наличии замечаний со стороны ГАК, студент должен продемонстрировать знание основных стратегий (работы с конкурентами, работы с рынками, стратегии кооперации).

Завершая изложение, следует провести сравнительный анализ достоинств и недостатков квазиинституциональных субъектов и институциональных субъектов по критерию организационной формы управления PR-деятельностью. Необходимо обратить внимание на то, что к достоинствам внутренних PR-служб относят: осведомленность о деятельности организации, владение информацией из первых рук, знание повседневной деятельности компании, ее производственной и технологической специфики, сильных и слабых сторон выпускаемой продукции (предоставляемых услуг), хорошую ориентацию в сложной системе принятия управленческих решений, выход на руководство компании. Недостатками квазиинституциональных субъектов PR становится то, что сотрудники являются штатными сотрудниками, и их зарплата, рост по служебной лестнице, премии и льготы находятся в прямой зависимости от оценки руководством их работы. Это вынуждает работников PR-отделов в ряде случаев давать субъективную и приукрашенную информацию. Решения, принятые на основе такой информации, редко дают позитивный результат. Также во многих структурах финансирование PR-отдела осуществляется по остаточному принципу, что приводит к дефициту

средств на выполнение коммуникативных программ. Как правило, специалисты внутренней службы PR имеют ограниченный профессиональный опыт и узкий спектр контактов. Помимо этого эффективность PR-деятельности снижается из-за длинной цепочки бюрократических соглашений, необходимых для принятия решения.

Студенту требуется понимать, что безусловным преимуществом PR-агентств по сравнению с PR-отделами организации являются: независимость; периодичность затрат, выделяемых на услуги; объективность; наличие специальных возможностей в решении конкретной задачи; большой опыт работы; свежий взгляд на организацию и ее проблемы; системный подход. Среди недостатков следует упомянуть отсутствие обязательств после окончания работ, предусмотренных договором; необходимость времени на ознакомление с компанией-клиентом; применение методов и стандартов, не адаптированных к особенностям организации; стремление ввести клиента в зависимость.

Литература

1. Теория и практика связей с общественностью / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцова, А. С. Тарасова. – СПб. : Питер, 2006. – С. 174–196.
2. Управление общественными отношениями : учебник / под общ. ред. В. С. Комаровского. – М. : РАГС, 2005. – С. 158–205.

ДС. 6. РЕГИОНАЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

ст. преп. *Захарова О. В.*

16. Концептуальные основы регионального законотворчества.
17. Система регионального законодательства. Нормотворческие органы Иркутской области: общая характеристика.
18. Эффективность регионального законодательства. Основные направления повышения качества региональных законов.

Концептуальные основы регионального законодательства

При ответе на данный вопрос студент должен раскрыть основные принципы и направления развития системы законодательства Иркутской области. Осветить главные проблемы, встающие перед законодателем в процессе выработки концептуальной основы регионального законодательства. Раскрыть вопрос соотношения регионального и федерального законодательства.

Литература

1. Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов РФ : федер. закон от 6 окт. 1999 г. № 184-ФЗ // Гарант [Электронный ресурс] : справочная правовая система.
2. Устав Иркутской области от 17 апр. 2009 г. // Гарант [Электронный ресурс] : справочная правовая система. – Гл. 9–18.
3. Сайт Института законодательства и правовой информации имени М. М. Сперанского Иркутской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://izpi.ru/index.php> (дата обращения: 26.01.2010)

Система регионального законодательства. Нормотворческие органы Иркутской области: общая характеристика

При ответе на данный вопрос, прежде всего, необходимо дать понятие «системы законодательства», определить место регионального законодательства в системе российского законодательства, установить юридическую силу региональных законодательных актов, раскрыть соотношение понятий «закон» и «подзаконные акты».

Особое внимание следует уделить Законодательному собранию Иркутской области как главному нормотворческому органу Иркутской области. Студент должен знать структуру, состав, порядок формирования, порядок прекращения полномочий Законодательного собрания, основы законодательного процесса, а также законодательную базу, на основе которой данный орган осуществляет свою деятельность.

Также необходимо кратко охарактеризовать нормотворческую деятельность исполнительных органов государственной власти Иркутской области (губернатора области и Правительства области).

Литература

1. Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов РФ : федер. закон от 6 окт. 1999 г. № 184-ФЗ // Гарант [Электронный ресурс] : справочная правовая система.
2. Устав Иркутской области от 17 апр. 2009 г. // Гарант [Электронный ресурс] : справочная правовая система. – Гл. 9–18.

Эффективность регионального законодательства. Основные направления повышения качества региональных законов

Ответ на данный вопрос должен включать в себя раскрытие следующих пунктов:

- основные критерии определения эффективности как законодательства в целом, так и регионального законодательства;
- причины, влияющие на эффективность регионального законодательства; качество, легитимность, стабильность и соответствие как факторы определения эффективности регионального законодательства;
- мониторинг эффективности регионального законодательства: понятие, задачи (например, определение проблемных правоотношений, установление причин низкой эффективности), результаты.

Литература

1. Малько А. В. Эффективность правового воздействия // Общая теория государства и права. – М., 1998.
2. Сайт Института законодательства и правовой информации имени М. М. Сперанского Иркутской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://izpi.ru/index.php> (дата обращения: 26.01.2010)

ДС. 7. ТЕОРИЯ РЕКЛАМЫ

канд. филос. наук, доц. *Комарова М. В.*

19. Виды и средства рекламы, особенности их выбора.
20. Реклама в системе маркетинга.
21. Разработка рекламной компании.

Виды и средства рекламы, особенности их выбора

Ответ следует начать с перечисления видов рекламы.

Существуют следующие виды рекламы:

- товарная (информирует покупателя об особенностях и достоинствах товаров и услуг; пробуждает к ним интерес);
- престижная (фирменная, корпоративная) (представляет достоинства фирмы, выгодно отличающие ее от конкурентов).

По характеру и особенностям рекламного продукта, жизненного цикла товара и задач, которые ставятся перед рекламой на конкретном этапе, ее можно классифицировать следующим обра-

зом: информативная; увещательная; напоминающая; подкрепляющая.

Информативная реклама преобладает на этапе выведения товара на рынок, когда создается первичный спрос. Ее задачи: рассказ рынку о новинке или о новых применениях существующего товара; информирование рынка об изменении цены; объяснение принципов действия товара; описание оказываемых услуг; рассеяние опасений потребителя; формирование образа фирмы. Увещательная реклама приобретает особую значимость на этапе роста, когда перед фирмой встает задача формирования избирательного спроса. Некоторые увещательные объявления относятся к категории сравнительной рекламы, которая стремится утвердить преимущество одной марки за счет конкретного сравнения ее с одной или несколькими марками в рамках данного товарного класса. Ее задачи: формирование предпочтения к марке, поощрение к переключению на вашу марку, убеждение потребителя совершить покупку, не откладывая. Напоминающая реклама чрезвычайно важна на этапе зрелости для того, чтобы заставить потребителя вспомнить о товаре. Сродни ей подкрепляющая реклама, которая стремится уверить нынешних покупателей в правильности сделанного выбора. Ее цели: напоминание потребителям о том, где можно купить товар, удержание товара в памяти потребителей в периоды межсезонья, поддержание осведомленности о товаре на высшем уровне.

Довольно новым видом на рекламном рынке России стала **социальная реклама**. Цель социальной рекламы – изменить отношение публики к какой-либо проблеме, а в долгосрочной перспективе – выработать новые социальные ценности. Предметом социальной рекламы является идея, которая должна обладать определенной социальной ценностью. Такая реклама рассчитана на широкую аудиторию, которую волнуют общечеловеческие проблемы: борьба с насилием, здоровье детей, СПИД и др., она также может затрагивать и интересы более узких групп населения, например жителей конкретного города и т. д.

По распространению рекламного обращения реклама бывает:

- прямая (распространение агентами по рекламе спецлитературы непосредственно потенциальным клиентам; распространение материалов по почте; работа с клиентами по телефону);

– безличная (массовая) (реклама в прессе; печатная реклама; телевизионная и радиореклама; наружная реклама; реклама на транспорте; сувенирная реклама и др.).

Печатная реклама – одно из основных средств рекламы, рассчитанное исключительно на зрительное восприятие. К видам печатной рекламы относятся каталоги, буклеты, проспекты, плакаты, листовки, флаеры.

Реклама в прессе включает в себя самые различные рекламные материалы, опубликованные в периодической печати. Рекламные материалы в прессе можно условно разделить на две основные группы: рекламные объявления; публикации обзорно-рекламного характера, к которым относятся различные статьи, репортажи, обзоры, несущие иногда прямую, а иногда и косвенную рекламу.

Аудиовизуальная реклама включает рекламные кинофильмы, видеофильмы и слайд-фильмы. *Рекламные кинофильмы и видеофильмы* можно классифицировать следующим образом: рекламные ролики; рекламно-технические фильмы; рекламно-престижные фильмы; рекламно-технические и рекламно-престижные фильмы, близкие по жанру научно-популярным.

Радио- и телереклама являются самыми массовыми по охвату средствами рекламы. Самыми распространенными видами рекламы по радио являются радиообъявления, радиоролики, различные радиожурналы и рекламные радиорепортажи. Среди самых распространенных видов телевизионной рекламы можно выделить рекламные ролики, рекламные объявления, рекламные телерепортажи и телепередачи, рекламные телезаставки между передачами.

Прямая почтовая реклама («директ мейл») представляет собой рассылку рекламных сообщений (в том числе и персонализированных) по адресам определенной группы лиц-потребителей или возможных деловых партнеров. Прямая почтовая реклама может представлять собой рассылку специально подготовленных рекламно-информационных писем или же целевую рассылку печатных рекламных материалов (иногда также с типовым сопроводительным письмом).

Рекламные сувениры широко применяют для рекламных целей, так как это хорошее средство популяризации организации, использующей их в своей рекламной работе. Условно рекламные

сувениры можно классифицировать следующим образом: фирменные сувенирные изделия; подарочные изделия; фирменные упаковочные материалы.

Наружная реклама является эффективным средством преимущественно для рекламы потребительских товаров, так как рассчитана на восприятие широкими слоями населения. Все большее число крупнейших промышленных предприятий, объединений и концернов используют ее для пропаганды своих товарных знаков в комплексе различных мероприятий престижной рекламы. Среди многообразия видов наружной рекламы можно выделить различные рекламные щиты, афиши, транспаранты, световые вывески, электронные табло и экраны. К разновидностям наружной рекламы можно отнести витрины, элементы внутримагазинной рекламы (указатели, информационные табло, ценники и т. п.), вывески, оформление офисов, приемных и других служебных помещений, спецодежду обслуживающего персонала.

Реклама в сети Интернет – современное средство распространения рекламы. Большая часть рекламы в Интернете основана на использовании баннеров – прямоугольных картинок, появляющихся на экранах мониторов пользователей. Баннерная реклама занимает 60–80 % общего объема рекламы в Интернете.

Классификация рекламных средств

Рекламное средство представляет собой материальное средство, которое служит для распространения рекламного сообщения и способствует достижению необходимого рекламного эффекта. Все рекламные средства представляют собой определенную совокупность. При этом следует отличать рекламные средства от носителей (медиумов) рекламного сообщения. Рекламные средства могут являться одновременно носителем рекламного сообщения, но носитель рекламы не является рекламным средством (например, журналы являются носителями объявлений, а объявления – это средства рекламы, флакон из-под одеколона – это носитель рекламной этикетки и т. д.). Следовательно, рекламное средство содержит как рекламные, так и нерекламные элементы. К рекламным элементам относится содержание и форма рекламного сообщения; к нерекламным – материал и технический носитель рекламных элементов (средство распространения, радио, телевидение).

С помощью рекламных средств рекламодаделец стремится оказать то или иное воздействие на потенциальных потребителей объекта рекламирования и побудить их тем самым к совершению определенного действия или поступка.

Рекламная информация может доводиться до адресатов с помощью средств массовой информации: телевидения, радио, печати и др. При этом используются разнообразные средства рекламы, которые отличаются друг от друга своими составными элементами, особенностями применения и распространения, массовостью и эффективностью воздействия на адресатов и т. д.

Способы передачи сообщений (каналы, средства, носители и т. п.) вообще чрезвычайно разнообразны, в рекламе же их насчитывается десятки, если не сотни, – от классических рекламных объявлений и плакатов до брелков, этикеток и клеящей ленты. Поэтому попытки строго классифицировать все эти средства наталкиваются обычно на серьезные трудности.

Первые попытки классифицировать рекламные средства были сделаны в начале нашего столетия, однако единой классификации средств рекламы до настоящего времени нет. В литературе существует целый ряд классификаций, которые отличаются основными критериями, по которым делят средства рекламы на группы, подгруппы и виды. Из множества критериев рассмотрим основные:

В зависимости от спонсора, субъекта коммуникации выделяют рекламу от имени производителя, торговых посредников, частных лиц, правительства и других общественных институтов.

Реклама от имени производителей и торговых посредников в подавляющем большинстве случаев носит коммерческий характер и осуществляется самостоятельно или сообща для достижения общих целей.

Реклама от частных лиц реализуется в форме объявлений о купле-продаже, о знаменательных событиях и т. д.

Реклама от имени правительства и общественных институтов носит некоммерческий характер и способствует достижению определенных целей в сфере общественной жизни, а также в пропаганде определенных политических идей, партий, деятелей и т. д.

По способу воздействия на органы чувств человека рекламные средства подразделяются на:

- зрительные (визуальные) – рекламные средства, воздействующие на зрение человека. К этой группе относятся средства

печатной рекламы, выставки, витрины, световая реклама и т. д.; слуховые (акустические) – рекламные средства, воздействующие на слух. Их также используют в качестве звукового фона при рекламе отдельных товаров. Сюда относятся радиореклама, устная реклама и др.;

- зрительно-слуховые – средства рекламы, воздействующие одновременно на органы слуха и зрения. В эту группу входят теле- и кинореклама, демонстрация мод;

- зрительно-осязательные (например, образцы тканей, передаваемые покупателям в руки для осмотра и восприятия на ощупь) или объявления, отпечатанные шрифтом для слепых и т. д.;

- зрительно-обонятельные (например, когда в парфюмерных магазинах флаконы с пробными духами передаются в руки покупателя для определения запаха);

- зрительно-вкусовые (например, когда проводится дегустация продовольственных товаров).

Возможны и другие комбинации средств рекламы.

По техническому признаку рекламные средства подразделяются на:

- печатные (плакаты, афиши, каталоги, объявления и статьи в газетах и журналах, упаковочные материалы и др.);

- радиореклама (рекламные передачи по радио);

- кино-, видео- и телереклама (короткометражные рекламные фильмы);

- световая реклама (световые указатели, табло, световые вывески предприятий торговли, газо-световые объявления и др.);

- живописно-графические средства (панно, плакаты, уличные транспаранты, ценники, указатели, вывески магазинов и др.);

- прочие рекламные средства (демонстрация товаров, дегустация продуктов, устная реклама и др.).

По месту применения рекламные средства подразделяют на внутримагазинные (указатели, ценники, памятки, выкладка товаров, демонстрация одежды, устная реклама и др.) и внешние (объявления и статьи в газетах и журналах, уличные транспаранты, вывески магазинов и др.).

По характеру воздействия на адресата рекламные средства могут быть индивидуальные (вкладыши в газете, некоторые виды каталогов, брошюр и т. д.) и массовые (объявления, листовки, телефильмы и др.).

В зависимости от охватываемой рекламной деятельностью территории выделяются: локальная реклама (масштабы – от конкретного места продажи до территории отдельного населенного пункта); региональная реклама (охватывает определенную часть страны), общенациональная реклама (в масштабах государства) и международная реклама.

В зависимости от предмета рекламы различают рекламу товара (услуги) и рекламу предприятия. На практике часто одновременно рекламируют товар (услугу) и товарный знак или знак фирмы.

В зависимости от задач, которые рекламные средства решают в процессе рекламной акции (кампании), их подразделяют на рекламные средства, стимулирующие спрос, и средства, формирующие спрос на товары (услуги).

Все указанные классификации рекламных средств недостаточно приемлемы для практического использования. В этой связи наиболее удобна классификация, в основу которой положен признак отношения средства рекламы (носителя рекламной информации) к объекту рекламирования. При этом в одних случаях в качестве носителя рекламной информации может выступать сам объект рекламирования (товар), а в других – носитель рекламной информации отделен от объекта рекламирования во времени и пространстве.

В соответствии с этим признаком, все средства рекламы можно подразделить на три группы:

- демонстрационные средства рекламы, основанные на демонстрации объекта рекламирования;
- изобразительно-словесные средства рекламы, в основу которых положено описание и изображение объекта рекламирования;
- демонстрационно-изобразительные – сочетающие демонстрацию и изображение объекта рекламы.

Демонстрационные средства рекламы, в свою очередь, подразделяются на три подгруппы: выкладка товаров, демонстрация товаров в действии, дегустация.

Изобразительно-словесные средства рекламы подразделяются на семь групп: печатная, кинодиапозитивная и фотореклама, живописно-графическая, световая, телевизионная, устная, радиореклама.

В группу демонстративно-изобразительных средств входят витрины, муляжи, макеты.

Каждое из перечисленных средств рекламы, оперативно передавая информацию широким массам потребителей, имеет свою специфику и выполняет конечную рекламную задачу по-своему. Поэтому непродуманный выбор средств может снизить или вообще свести к нулю эффективность рекламного мероприятия. И напротив: обращение к самому целесообразному в данном конкретном случае способу обеспечивает успех. Например, реклама адресов и телефонов эффективна только в печати. По радио и телевидению запомнить на слух телефон или адрес сложно, а записывать многие не успевают. Вот название товара или фирмы запоминается на слух отлично. Здесь телевидение и радио вне конкуренции.

Среди средств рекламы чаще других используются рекламные обращения (объявления) в прессе и печатная реклама (проспекты, листовки и т. д.). В западных странах удельный вес затрат на рекламные обращения в прессе составляет около 50 % в общей сумме средств, расходуемых на рекламу. 25–30 % из них расходуется на печатную рекламу (вместе с ее рассылкой). Остальные 20–25 % расходов приходятся на фото-, кино-, теле-, радио-, световую рекламу и др.

Главное в размещении рекламы – добиться наибольшего внимания, интереса и не вызвать при этом раздражения у получателей информации.

Реклама в системе маркетинга

Для ответа на вопрос необходимо определить понятия «маркетинг» и «реклама». Например, маркетинг (от англ. *marketing* – продажа, торговля на рынке) – управление созданием товаров и услуг и механизмами их реализации как единым комплексным процессом. Реклама – это оплаченная, неперсонализированная коммуникация, осуществляемая идентифицированным спонсором и использующая средства массовой информации с целью склонить (к чему-то) или повлиять на аудиторию. А далее рассказать об особом месте рекламы в маркетинговых коммуникациях. Указать основную цель рекламы – формирование спроса, стимулирование сбыта и продажи товаров, доказать, что реклама – самый действенный инструмент в попытках компании регулиро-

вать поведение покупателя, привлечь внимание к своим товарам (услугам), создать положительный образец (имидж) самой компании. Экзаменуемый должен продемонстрировать понимание отличия маркетинга и рекламы, уметь показать их специфику.

Основные утверждения, что реклама – важнейший элемент маркетинга, основываются на том, что сфера маркетинга охватывает все стороны современной экономики развитых стран, и при этом любой этап маркетинговой деятельности фирм имеет прямую или косвенную связь с их рекламной деятельностью.

В США, например, расходы на маркетинг составляют 55–60 % от конечной цены товара, т. е. более половины национального продукта, – это затраты на рекламу, продвижение, транспортирование, упаковку, торговлю.

Успех рекламы как элемента маркетингового набора в настоящее время обусловлен двумя обстоятельствами: целенаправленностью и систематическим характером, а также ее тесной связью с процессом планирования, разработкой и производством товара, изучением спроса на него, ценообразованием, сбытом.

В рамках единой стратегии маркетинга реклама активно воздействует на производство, которое выпускает и реализует только то, что, безусловно, найдет сбыт. А при выходе на рынок ведет к достижению коммерческих результатов с учетом спроса.

В сложившихся рыночных условиях реклама кроме информативной функции стала выполнять и коммуникативную, обеспечивая «обратную связь» производства с рынком и покупателем путем максимального управления процессом движения товаров, подлежащих рекламе.

Рекламу можно рассматривать как форму коммуникации, которая пытается перевести качество товаров и услуг, а также идеи, на язык нужд и запросов потребителей.

В настоящее время виды производимой продукции постоянно усложняются, и на передний план в качестве факторов спроса выдвигаются не столько потребительские свойства товаров, сколько такие его характеристики, как имидж-билдинг, качество, удобство доставки и обслуживания, условия гарантийного ремонта и т. п. Важнейшим элементом привлекательности товаров сегодня на зарубежных рынках является уровень услуг по их послепродажному обслуживанию.

Таким образом, с одной стороны, реклама становится все более гибким инструментом в системе неценового стимулирования сбыта продукции, а с другой – превращается в новый вид интегрированной рекламно-информационной коммуникации.

В зависимости от целей, определяемых конкретной рыночной ситуацией, реклама может эффективно решать следующие задачи:

- информирование (формирование осведомленности и знания о новом товаре, конкретном событии, фирме и т. п.);
- увещевание (постепенное, последовательное формирование предпочтения, соответствующего восприятию потребителем образа фирмы и ее товаров; убеждение покупателя совершить покупку; поощрение факта покупки и т. д.);
- напоминание (поддержание осведомленности, удержание в памяти потребителей информации о товаре в промежутках между покупками; напоминание, где можно купить данный товар) и другие задачи.

В конечном итоге, все функции рекламы, как и других элементов комплекса маркетинга, сводятся к достижению основных целей системы маркетинговых коммуникаций: формированию спроса и стимулированию сбыта. По образному выражению известного американского рекламиста Альфреда Дж. Симена, «реклама – это и свеча зажигания, и смазочное масло в механизме экономики, создающем изобилие для потребителей. И в качестве таковых ее задача заключается в информировании... Но эта задача – не просто информировать. Функция рекламы – продавать. Продавать товары. Продавать идеи. Продавать образ жизни».

Разработка рекламной компании

Рекламная кампания – несколько рекламных мероприятий, объединенных одной целью (целями), охватывающих определенный период времени и распределенных во времени так, чтобы одно рекламное мероприятие дополняло другое. Главная задача планирования рекламной кампании – определить, как будет доноситься рекламное послание до потребителя: в какой форме, с помощью каких средств массовой информации и в рамках какого бюджета.

В каждом конкретном случае цели рекламной кампании определяются индивидуальными особенностями рекламируемого

товара. Цели рекламной кампании подчиняются ее бюджету, стратегии и тактике. Они реализуются постепенно, переходя от простых к сложным.

Рекомендуется планировать рекламную кампанию в следующей последовательности:

- определение вашей целевой аудитории и методов воздействия на нее:

- оценка потребителей продукции клиента;
- данные о конкурентах клиента и их рекламных кампаниях;
- состояние рынка данного вида деятельности;
- оценка самого клиента и его товара;
- сравнение оценок клиента и рекламного агентства, выработка единой стратегии;

- помощь клиенту для определения суммы средств на рекламную кампанию: метод «процента продаж»; метод долевого участия в рынке; метод согласования с задачей; уникальный метод отдельного рекламодателя;

- медиапланирование и размещение рекламы на самых выгодных условиях в прессе: центральной; московской; региональной; в специализированных и отраслевых изданиях.

Далее расшифровывайте их последовательно.

1. На первом этапе рекламной кампании определяется ее цель, дается четкий ответ на вопрос, для чего она проводится.

Цели проведения рекламных кампаний могут быть самыми разнообразными:

- внедрение на рынок новых товаров, услуг;
- стимулирование сбыта товаров или увеличение объема реализации услуг;

- переключение спроса с одних товаров (услуг) на другие;
- создание благоприятного образа предприятия (фирмы) и товара;

- обеспечение стабильности представлений у покупателей и партнеров о товаре или предприятии (фирме).

Продолжительность рекламной кампании зависит от поставленной цели, особенностей объекта рекламирования, масштабов кампании.

При этом необходимо обеспечить соответствие этой цели маркетинговой и рекламной стратегии фирмы. Формулировка цели должна быть конкретной и однозначной, желательно при-

дать ей количественную определенность (например, добиться уровня осведомленности 25 % целевой аудитории; увеличить сбыт на 15 % и т. п.).

Решение этой одной из наиболее сложных задач всей рекламной кампании осуществляется совместными усилиями рекламодателя и рекламного агентства. Инструментом их совместной работы выступает документ, называемый брифом. По своей сути бриф – это сформулированная клиентом в сжатой форме задача, которую он ставит перед агентством. Как правило, бриф разрабатывается следующим образом. Клиенту рекламного агентства в самом начале рекламной кампании вручается достаточно объемный вопросник. Подробно и точно отвечая на заданные вопросы, рекламодатель дает свое видение проблемы, сложившейся в его рыночной практике, и пути ее решения в ходе рекламной кампании.

Существует несколько типов брифов: творческий (*creative brief*); медиабриф на разработку медиастратегий (*media brief*); задание на разработку стратегии продвижения бренда (*strategic planning brief*); задание на дизайн/производственные работы (*design/ production brief*); задание на проведение маркетинговых, медиаисследований (*research brief*); бриф на проведение промоушен-мероприятий (*promotion brief*) и др.

Процесс разработки брифа очень важен как для рекламного агентства, так и для рекламодателя. Рекламное агентство получает документ, где сформулированы задачи, которые ставит заказчик (особенно это важно на этапе подведения итогов кампании). Рекламодатель получает дополнительную возможность взглянуть на свои проблемы со стороны, соотнести свои пожелания и возможности, а также принять непосредственное участие в разработке своей рекламы.

2. Следующим шагом является определение и изучение целевой аудитории рекламного воздействия. В подавляющем большинстве случаев она совпадает с целевым рынком продукции рекламодателя. Иногда целевая аудитория включает представителей контактных аудиторий, посредников и референтных групп (лиц, которые не покупают рекламируемый товар, однако оказывают влияние на принятие решения о его покупке).

3. Выясняется предварительная сумма, ассигнуемая на проведение рекламной кампании.

4. Определяется рекламная идея, основная мысль, стержень, вокруг которого объединяются все мероприятия рекламной кампании. На ее основе разрабатывается концепция рекламной кампании. Например, целью рекламной кампании является увеличение сбыта автомобилей на конкретном рынке. Изучив особенности целевой аудитории, ее потребности; тщательно проанализировав характеристики рекламируемого товара, его относительные преимущества перед конкурентами; позиционировав указанный товар, можно использовать в качестве основной идеи рекламной кампании надежность и безопасность автомобиля. На реализацию данной идеи должны «работать» все мероприятия кампании. Она должна присутствовать в рекламных обращениях, девизах, рекламных аргументах и т. п.

5. Определяются средства рекламы и оптимальные каналы коммуникации, которые будут использованы в ходе кампании.

6. Разрабатываются рекламные обращения и мероприятия других форм маркетинговых коммуникаций: коммерческой пропаганды, сейлз промоушен и т. п.

7. Формируется смета расходов на проведение кампании, которая сопоставляется с предварительными ассигнованиями. В случае необходимости осуществляется корректировка.

8. Составляется детальный развернутый план основных мероприятий рекламной кампании с указанием сроков проведения. График использования средств рекламы определяет продолжительность и цикличность публикаций и демонстраций рекламных обращений, какие средства и носители рекламы при этом будут использованы; последовательность, степень важности и приоритеты рекламных мероприятий. Использование рекламных носителей во времени может быть сплошным (постоянное использование носителя) и пульсирующим. Последний предполагает неравномерное размещение носителя во временных рамках рекламной кампании. Как правило, календарный график рекламных мероприятий имеет форму таблицы. Разработка календарного графика является частью процесса организации рекламной кампании. Достаточно велико его значение при разработке сметы рекламной кампании, организации ее материально-технического обеспечения, определении ответственных за конкретные этапы, контроле эффективности рекламных затрат.

9. Производство рекламоносителей, закупка места и времени в средствах массовой информации.

10. Практическая реализация мероприятий рекламной кампании.

11. Определение эффективности рекламной кампании. Последний этап не является единственным элементом контроля в ходе рекламной кампании. Контрольные мероприятия осуществляются практически на всех этапах. Комплексному рассмотрению проблем контроля рекламной деятельности посвящен следующий раздел пособия.

Интернет-источники

1. Реклама в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rwr.ru/http://propel.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
2. Наука о рекламе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.advertology.ru/ http://propel.ru/](http://www.advertology.ru/http://propel.ru/) (дата обращения: 1.12.09).
3. Популярное ежедневное издание о рекламе. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.adme.ru/>, <http://propel.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
4. Российский рекламный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sostav.ru/http://propel.ru/> (дата обращения: 1.12.09).
5. Информационный сайт «Все о рекламе в России»: постоянная лента новостей рекламного мира России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.rwr.ru http://propel.ru/](http://www.rwr.ru/http://propel.ru/) (дата обращения: 1.12.09).
6. Реклама и маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.advertintime.ru http://propel.ru/](http://www.advertintime.ru/http://propel.ru/)(дата обращения: 1.12.09).

Литература для подготовки к экзамену, имеющаяся в библиотеке ИСН ИГУ

1. *Бороноева Т. А.* Современный рекламный менеджмент : учеб. пособие / Т. А. Бороноева. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 142 с.
2. *Джефкинс Ф.* Реклама : учеб. пособие для вузов по специальности 350700 «Реклама» / Ф. Джефкинс ; пер с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – М. : Юнити-Дана, 2002. – 523 с.
3. *Ермаков В. В.* Рекламное дело : учеб.-метод. пособие / В. В. Ермаков ; Моск. психол.-соц. ин-т. – М. : Моск. психол.-соц. ин-т ; Воронеж : Модэк, 2004. – 183 с.
4. *Иванова К. А.* Копирайтинг. Секреты составления рекламных и PR-текстов / К. А. Иванова. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – 157 с.
5. *Луман Н.* Реальность массмедиа / Н. Луман ; пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М. : Праксис, 2005. – 254 с.
6. *Матанцев А. Н.* Искусство завоевать рынок / А. Н. Матанцев. – М. : Экономика, 2006. – 511 с.
7. *Морозова Н. С.* Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студ. вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Академия, 2007. – 288 с.

8. *Панкратов Ф. Г.* Основы рекламы : учеб. для студ. вузов / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 9-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К', 2007. – 532 с.
9. Правовое регулирование рекламной деятельности : учеб. пособие / Н. Д. Эриашвили [и др.]. – М. : Юнити-Дана : Закон и право, 2009. – 240 с.
10. *Рассел Дж. Томас.* Рекламные процедуры Клеппнера / Дж. Т. Рассел, У. Р. Лейн. – 15-е междунар. изд. – СПб. : Питер, 2003. – 931 с.
11. Рекламная коммуникация : учеб. пособие для вузов по спец. 350700 «Реклама» / В. Л. Полукаров, Е. Л. Головлева, Е. В. Добренькова, Е. М. Ефимова. – М. : Междунар. ун-т бизнеса и управления, Палеотип, Дашков и К', 2002. – 343 с.
12. *Синчурина М. Г.* Реклама и связи с общественностью в различных сферах деятельности : учеб. пособие / М. Г. Синчурина, Е. А. Терпугова ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т), Иркутский гос. ун-т. – М. : Изд-во МГИМО (ун-т) МИД России, 2007. – 383 с.
13. *Шарков Ф. И.* Реклама и связи с общественностью, коммуникативная и интерактивная сущность кампаний : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов ; Акад. труда и социальных отношений, Каф. связей с общественностью. – М. : Академ. проект : Трикта, 2005. – 299 с.

ДС. 8. СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

канд. социол. наук, доц. *Баёв П. А.*,
д-р социол. наук, проф. *Грабельных Т. И.*

22. Средства массовой коммуникации и проблема их эффективности.
23. Специфика социологических исследований коммуникативных процессов в различных социальных системах: сравнительный анализ.
24. Методологические и методические особенности исследования текстов массовой коммуникации. Контент-анализ и его преимущества.

Общие требования к ответу

В своем ответе студент должен показать знание основных понятий, принципов и закономерностей, которые являются предметом дисциплины «Средства массовой коммуникации», продемонстрировать способность самостоятельно оперировать ими. Другими словами, студент демонстрирует знание системы массовых коммуникаций во всем многообразии аспектов их проявления и функционирования в определении их роли в социальных процессах и их влияния на различные социальные структуры, в выявлении внутренних сущностных и содержательных характеристик системы массовых коммуникаций как социального инсти-

туда, выполняющего в обществе главную роль в процессе управления и формирования общественного мнения как состояния массового сознания. Ответы должны соответствовать поставленным вопросам. Каждый из них должен быть четко структурированным, логичным и аргументированным.

Ответ на каждый вопрос должен состоять как минимум из двух самостоятельных частей:

1. Раскрытие дефиниции основных понятий (например, «массовая коммуникация», «коммуникативные процессы», «социальная структура», «социальная система», «контент-анализ» и др.), встречающихся в экзаменационном вопросе. Необходимо иметь в виду то, что в современной научной практике могут существовать сразу несколько подходов к объяснению понятийного аппарата. Поэтому часто отдельное научное понятие раскрывается несколькими дефинициями. В этой связи необходимо сделать отсылки к конкретным авторам и первоисточникам.

2. В основной части раскрывается подробное содержание изучаемого вопроса, делаются обобщения и выводы.

Средства массовой коммуникации и проблема их эффективности

Примерная схема ответа:

Средства массовой коммуникации: определение; классификация.

Ключевые проблемы развития средств массовой коммуникации и основные пути их решения.

Эффективность средств массовой коммуникации: критерии, условия и факторы повышения.

Специфика социологических исследований коммуникативных процессов в различных социальных системах: сравнительный анализ

Примерная схема ответа:

Понятие «коммуникативный процесс». Современные подходы к исследованию коммуникативных процессов. Преимущества системного подхода.

Специфика коммуникативных процессов в различных социальных системах.

Цели и приоритетные направления социологических исследований коммуникативных процессов.

Сравнительный анализ современных исследовательских практик (в контексте методологии, методов, методик).

Методологические и методические особенности исследования текстов массовой коммуникации. Контент-анализ и его преимущества

Примерная схема ответа:

Специфика текстов массовой коммуникации.

Приоритетные направления исследования текстов массовой коммуникации.

Методологические и методические особенности исследования текстов массовой коммуникации.

Контент-анализ в исследовании текстов массовой коммуникации, его преимущества и ограничения.

Трудности в исследовании текстов массовой коммуникации.

Литература

1. *Терин В. П.* Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада / В. П. Терин. – М. : ИС РАН, 1999.
2. *Федотова Л. Н.* Социология массовых коммуникаций / Л. Н. Федотова. – М., 2003.
3. *Шарков Ф. И.* Социология массовой коммуникации : учеб. пособие : в 2 ч. / Ф. И. Шарков. – М. : Перспектива, 2002. – Ч. 1 : Техника и технология сбора и обработки информации.

ДС. 9. ПРАКТИКУМ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

канд. филос. наук *Ткачёва Н. Г.*

25. Планирование, организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью.
26. Технология ситуационного анализа в практике деятельности по связям с общественностью.
27. Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации в практике связей с общественностью.

Планирование, организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью

Рассмотрение вопроса следует начать с определений PR-кампании, базисного и технологического PR-субъектов. Надлежит представить наиболее распространенные причины проведения PR-кампаний, указать объект PR-кампании. Далее необходимо соотнести организационный, коммуникативный и технологический аспекты PR-кампании. В первом случае принято говорить о совокупности организационных мероприятий, реализуемых параллельно и последовательно по единому плану. Во втором – о последовательности сообщений, передаваемых различными способами, и предназначенных для достижения долгосрочных целей базисного PR-субъекта. В третьем – о системно организованной, опирающейся на программу (план) совокупности операций, структур и процедур, обеспечивающих решение конкретной проблемы базисного PR-субъекта посредством управления его публичными коммуникациями. Технологическое понимание PR-кампании дает основание для ее отнесения к классу социально-коммуникативных технологий.

Затем следует раскрыть основные характеристики PR-кампании: проблемная ориентированность, целенаправленность, системность, планомерность, дискретность, технологичность, оптимизация обратной связи.

Дать типологию PR-кампаний по критериям: предметной направленности, в зависимости от масштаба, по критерию длительности, по типу базисного субъекта, по типу технологического субъекта, по критерию характера целевой общественности, по типу избранной стратегии и характеру реализуемых PR-операций, по типу используемой базовой модели PR, по наличию обратной связи, по стратегической цели, по ожидаемому результату, по критерию организации PR-кампании.

Следует выделить 4 этапа подготовки и проведения PR-кампании: аналитический, этап планирования, этап реализации (акции и коммуникация), этап оценки эффективности. Необходимо подчеркнуть значимость аналитического этапа, на котором собирается, обрабатывается и анализируется вся предварительная информация, необходимая для последующей концептуализации, выбора стратегии и тактики коммуникативной деятельности.

Требуется представить структуру аналитического этапа как комплексной совокупности операций (определение проблемы, фокусированное исследование, ситуационный анализ, характеристика и моделирование ситуации), очень кратко охарактеризовать каждый из элементов по следующей схеме: цель, направленность действий, результаты. (Подробнее см.: методические указания к вопросу «Технология ситуационного анализа в практике деятельности по связям с общественностью»). Рассматривая последнюю операцию (характеристика и моделирование ситуации), следует дать определение понятия «концепция PR-кампании», подчеркнуть, что данный этап завершается составлением своеобразной «аналитической записки», отражающей обоснование необходимости проведения PR-кампании.

Анализируя второй этап PR-кампании (планирование), следует подчеркнуть, что суть планирования заключается в определении приоритетности целей по степени их важности для базисного субъекта и в разработке стратегии и тактики достижения этих целей. На этапе планирования формируется объединенная программа, обеспечиваются согласованные действия менеджмента, задается основное направление действий, обеспечивается оперативность принятия решений. Необходимо раскрыть основные функции планирования: контроля и самоконтроля, координации действий, ресурсо- и бюджетосбережения, технологическую, конкурентоанализирующую, функцию создания возможности оценки результатов, функцию учета условий проведения PR-кампании. Следует обратить внимание на такие особенности планирования, как: тесная связь планирования PR-кампании с планированием всей деятельности организации; гибкость планирования; сочетание креативности и технологичности планирования; учет при планировании особенностей различных типов PR-кампаний; обязательность наличия запланированных оценок эффективности и их показателей; жесткие требования к квалификации специалистов.

Далее необходимо выделить основные фазы этапа планирования: определение и формулировка целей и задач PR-кампании; разработка стратегии; тактическое планирование; формирование единого плана PR-кампании, его согласование и одобрение.

Требуется подчеркнуть, что формулировка целей и задач зависит от типа проводимой PR-кампании, от понимания предмета

и результатов PR-деятельности базисным и технологическим субъектом. Следует определить основные требования к определению целей. Подчеркнуть, что именно сформулированная цель PR-кампании позволяет перейти к разработке ее стратегии.

Стратегия понимается как общий план действий, разработанный для достижения цели. Необходимо дать обзор ключевых стратегических целей PR-кампании: 1) определение важнейших целевых групп общественности (как ключевых, так и помогающих, противодействующих, способных влиять на ее ход); 2) определение ключевых каналов коммуникации (как внешних, так и внутренних; относящихся к СМИ); 3) определение ограничений на ресурсы (финансовые, организационные, технические, коммуникационные); 4) определение сроков и общей последовательности действий по проведению PR-кампании; 5) определение рисков и угроз, прогноз возможных кризисных ситуаций; 6) определение основных критериев достижения цели и параметров оценки эффективности PR-кампании; 7) определение ключевых событий и мероприятий в ходе PR-кампании.

Необходимо помнить, что на этапе тактического планирования стратегические цели конкретизируются и превращаются в относительно самостоятельные планы тактических действий (план по работе с общественностью по каждой из задействованных в PR-кампании групп; план коммуникаций; бюджетный и операционный планы; календарный план; антикризисный план; планируемая система оценки эффективности). Помимо этого создается креативный сценарий проведения PR-кампании. Формулировка вопроса не предполагает скрупулезной демонстрации структуры тактических планов. Однако студент должен быть готовым актуализировать свои знания при наличии замечаний со стороны ГАК. Четвертая фаза этапа планирования связана с формированием единого плана PR-кампании, согласованием и одобрением его заказчиком.

Рассматривая этап реализации PR-кампании, следует акцентировать внимание на том, что это единственный этап, на котором происходит непосредственное взаимодействие (акции и коммуникации) с целевыми группами общественности. Необходимо остановиться на требованиях, предъявляемых к этому этапу PR-кампании: 1) четкое следование плану и программе и осуществление мониторинга условий их реализации; 2) регулярное выпол-

нение организационных функций управления; 3) использование всех имеющихся в организации средств PR-воздействия; 4) реализация всех имеющихся в арсенале специфических «форматов» работы с каждой целевой группой.

Далее необходимо проанализировать коммуникативную составляющую данного этапа, которая выражается в моделях AIDA, DAGMAR, «информирование – создание отношения – формирование поведения». Следует подчеркнуть, что каждая составляющая требует собственных показателей оценки эффективности; на каждом следующем этапе коммуникации увеличивается сложность решаемых задач; каждый из этапов системы коммуникации PR-кампании требует собственных каналов ее осуществления. Надлежит кратко охарактеризовать проблемы, возникающие при коммуникации, ведущие к ее неудачам. Далее требуется рассмотреть общие принципы проведения PR-мероприятий: определение целей мероприятия; знание и определение целевых аудиторий; факторы времени проведения мероприятия; бюджет; учет действий конкурентов; мониторинг и план действий после проведения мероприятия для его закрепления; персонал; работа со СМИ при подготовке, проведении и после мероприятия. Необходимо обратить особое внимание на стандартную схему подготовки и проведения PR-мероприятия (место проведения, подготовка и распространение приглашений, предварительное PR-освещение предстоящего мероприятия в СМИ; представление информации на мероприятии; состав персонала; последующая оценка и закрепление результатов). Осветить требования, предъявляемые к каждой из составляющих. Используя данную методику, рассмотреть основные виды PR-мероприятий.

Формулировка вопроса не предполагает обращения к анализу 4-го этапа PR-кампании. Однако, поскольку его связь с другими этапами очевидна, следует в схематичном виде изложить критерии и технологию оценки эффективности PR-кампании.

Литература

1. *Алешина И. В.* Паблик рилейшнз для менеджеров / И. В. Алешина. – М. : ИКФ «Экмос», 2002. – С. 381–422.
2. *Связи с общественностью как социальная инженерия* / под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Выгодиной. – СПб. : Речь, 2005. – С. 143–246.
3. Лекции по дисциплине «Практикум по связям с общественностью».

Технология ситуационного анализа в практике деятельности по связям с общественностью

Рассмотрение вопроса необходимо начать со схематичного (очень краткого) обзора методологических подходов к понятию «ситуация» в социологии. Следует охарактеризовать представления У. Томаса и Ф. Знанецкого, позицию П. Лазарсфельда и Р. Мертона, концепцию осознания наличия проблемы Дж. Дьюи и Г. Блумера. Обобщая, необходимо сформулировать исходное для дальнейшего изложения понятие «ситуация». Далее надлежит проанализировать значимые для PR базисные положения ситуационной теории Дж. Грюнига: 1) необходимость осознания наличия проблемы индивидом или группой; 2) вынужденное признание наличия проблемы в конкретной ситуации; 3) степень, уровень вовлеченности в проблему индивида или группы. Продемонстрировать ситуационный характер образования общественных групп.

Вторая часть ответа на вопрос предполагает выявление места ситуационного анализа в процессе стратегического планирования деятельности по связям с общественностью. Надлежит обозначить четыре этапа стратегического планирования, подчеркнуть значимость аналитического этапа, на котором собирается, обрабатывается и анализируется вся предварительная информация, необходимая для последующей концептуализации, выбора стратегии и тактики коммуникативной деятельности. Далее требуется представить структуру аналитического этапа как комплексной совокупности операций (определение проблемы, фокусированное исследование, ситуационный анализ, характеристика и моделирование ситуации), определить место ситуационного анализа в этой структуре. Следует обратить внимание на то, что проблема может быть выявлена и в ходе проводимых исследований, и в ходе анализа ситуации. Однако именно выявленная проблема, с одной стороны, становится непосредственной причиной осуществления PR-деятельности, с другой стороны, требует самостоятельного исследования, ситуационного анализа с целью выяснения необходимости и направления дальнейших действий. Тем самым, можно говорить о неразрывной связи элементов аналитического этапа стратегического планирования.

Характеризуя процесс выявления проблемы, следует сделать акцент на диалектике проблем и возможностей, подчеркнуть, что они выявляются в ходе предварительного общего анализа базисного PR-субъекта. Необходимо классифицировать проблемы по степени определенности их постановки на внешние и внутренние; представить типологию возможностей.

Затем следует дать общую характеристику фокусированного исследования. Указать, что его целями являются четкое ограничение и структурирование главной проблемы базисного PR-субъекта, определение того, осуществимо ли решение данной проблемы PR-средствами, выявление ресурсов базисного PR-субъекта, обнаружение благоприятных и неблагоприятных факторов, способных повлиять на ход PR-деятельности. Рекомендуется рассмотреть классификацию видов исследований по критерию компонентов коммуникативного процесса (исследование источников, сообщений, каналов, целевых аудиторий), а также по критерию типа среды (внутренние, направленные на изучение внутренней среды базисного PR-субъекта; внешние, целью которых является анализ состояния и динамики внешней среды).

Формулировка вопроса не предполагает демонстрации знания методов исследования. Однако студент должен быть готовым актуализировать свои знания при наличии замечаний со стороны ГАК. Рекомендуется сконцентрироваться на достоинствах и недостатках использования конкретных методов исследования применительно к практике связей с общественностью, обратить внимание на соответствие исследовательских методик ситуации и обстоятельствам.

Основываясь на методологии стратегического планирования, необходимо подвергнуть разбору технологию ситуационного анализа. Следует обозначить цель ситуационного анализа: определение основных факторов, способных повлиять на ход PR-деятельности. Требуется рассмотреть стадии ситуационного анализа: осуществление общего анализа ситуации с точки зрения связи базисного PR-субъекта с другими субъектами, влияющими на его деятельность; анализ характера связей базисного PR-субъекта с целевой общественностью; анализ коммуникаций базисного PR-субъекта.

Рассматривая первую стадию технологии ситуационного анализа, следует обратиться к данным, полученным в результате

проведения фокусированного исследования базисного PR-субъекта, осуществить анализ его внешней и внутренней среды. В данном случае целесообразно использовать метод SWOT-анализа. Требуется представить общую логическую структуру SWOT-анализа, охарактеризовать структурные составляющие матрицы SWOT, выявить отличия ситуационного и SWOT-анализа, акцентировать внимание на соотношении возможностей и угроз, возникающих перед базисным PR-субъектом.

Раскрывая особенности второй стадии ситуационного анализа, необходимо сформулировать задачи PR-специалиста относительно анализа групп общественности; рассмотреть параметры идентификации общественных групп; обратить внимание на такие значимые факторы, как скрытая власть, положение в обществе, репутация, роль в процессе принятия решений. Следует охарактеризовать группы общественности в соответствии с типологией Дж. Грюнига и Т. Ханта (необщественность, латентные группы, апатичные группы, осведомленные, активные группы). В заключение требуется указать на необходимость корреляции данных, полученных при изучении групп общественности с данными SWOT-анализа, с целью прогнозирования действий базисного PR-субъекта по отношению к общественности.

Третий этап ситуационного анализа связан с рассмотрением коммуникаций базисного PR-субъекта. Следует раскрыть особенности коммуникационного аудита, который предполагает: систематизацию данных о коммуникационных потоках базисного PR-субъекта, анализ видов и типов коммуникации, коммуникационного климата, анализ соответствия коммуникационных сетей организационной структуре, предварительный анализ понятности и доходчивости сообщений для различных групп общественности.

Завершая изложение вопроса, необходимо подчеркнуть, что в результате ситуационного анализа дается развернутая характеристика ситуации, которая позволяет сформулировать в виде гипотезы концепцию будущей PR-деятельности, выработать стратегии и сформировать тактические установки относительно приоритетных общественных групп.

В целях практической демонстрации действенности ситуационного анализа рекомендуется рассмотреть конкретный случай применения данного метода.

Литература

1. Катлип С. Паблик рилейшнз. Теория и практика / С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум. – М. : Издат. дом «Вильямс», 2001. – С. 377–409.
2. Лекции по дисциплине «Практикум по связям с общественностью».

Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации в практике связей с общественностью

Рассмотрение вопроса следует начать с определения термина «средства массовой информации», обозначения социальных функций СМИ как института современного общества, описания классификации СМИ с точки зрения их типологических особенностей и возможностей охвата целевой аудитории. Необходимо представить основные мотивы аудитории потребителей услуг СМИ.

Затем следует раскрыть двойственное значение СМИ для связей с общественностью: с одной стороны, СМИ являются непосредственным каналом информирования общественности о базисном субъекте PR, средством формирования общественного мнения о нем; с другой стороны, СМИ выступают одной из основных целевых аудиторий при реализации долгосрочных и краткосрочных целей структур по связям с общественностью. Установление прочных, долговременных, плодотворных отношений со СМИ является жизненно необходимым для любой государственной или коммерческой структуры. Следует подчеркнуть, что отношения со СМИ носят двусторонний характер. Взаимная потребность в деловых контактах формирует общие принципы отношений со СМИ: доверительность, ориентация на общественные интересы и интересы целевой аудитории, постоянство и оперативность предоставления информации, достоверность и проверяемость предоставляемой информации, соответствие запросам СМИ к качеству информации, отсутствие тенденциозности в выборе СМИ, соблюдение этических норм. Необходимо обратить внимание на средства, с помощью которых достигаются взаимовыгодные отношения со СМИ.

Требуется раскрыть факторы, определяющие выбор СМИ: частота публикаций, срок подачи материала, регион распространения, целевая аудитория СМИ, способ распространения СМИ, данные о тираже. Акцентировать внимание на преимуществах и недостатках различных видов СМИ (пресса, радио, телевидение) с точки зрения связей с общественностью, на особенностях уста-

новления взаимоотношений с региональными, местными, специализированными СМИ.

Далее необходимо рассмотреть формы работы со СМИ, характерные для связей с общественностью, по направлениям: 1) организация мероприятий для СМИ и с участием СМИ; 2) подготовка PR-материалов для публикации в СМИ; 3) разработка новостных поводов; 4) медиапланирование; 5) проведение медиаисследований.

Рассматривая первое направление, следует дать типологию мероприятий, направленных на установление отношений со СМИ. Актуализировать общие принципы проведения мероприятий. Следует знать особенности подготовки и проведения основных мероприятий для СМИ (пресс-конференции, брифинга, тематических семинаров, тематических пресс-завтраков, круглых столов, презентации).

Освещая второе направление работы со СМИ, необходимо представить основные виды информационных документов для СМИ, общие правила подготовки PR-документов. Формулировка вопроса не предполагает изложения правил написания конкретных видов PR-документов. Однако, при наличии замечаний со стороны ГАК, студент должен актуализировать данную информацию и быть готовым изложить правила написания пресс-релиза, составления медиакита, бэкграундера, биографической справки, факт-листа, заявления для СМИ.

Анализируя третье направление – взаимоотношение PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства, студент должен помнить, что новостной характер информации является условием попадания информации в СМИ. Журналист и специалист по связям с общественностью по-разному истолковывают новостной и информационный поводы. Требуется указать на качества новости, значимые для СМИ (своевременность, точность, правильность, полнота, значимость для местного сообщества, известность, близость, необычность, человеческий интерес, соответствие СМИ). Следует знать основные приемы конструирования новостей, приемы увеличения значимости новостей.

Рассматривая четвертое направление, следует обратить внимание на значение медиаплана и медиакарты для деятельности PR-структур. Необходимо знать принципы составления медиакарты целевых СМИ.

Анализируя аналитическо-исследовательскую деятельность PR-структуры по отношению к СМИ, необходимо обратить внимание на основные разновидности медиаисследований, знать технологию анализа тематических материалов СМИ.

Завершая рассмотрение вопроса, следует акцентировать внимание на особенностях информационного обмена и информационного сотрудничества как оптимальных способах установления взаимодействий со СМИ.

Литература

1. *Алешина И. В.* Паблик рилейшнз для менеджеров / И. В. Алешина. – М. : ИКФ «Экмос», 2002. – С. 381–422; 155–208; 340–365.
2. *Ляйнеманн Р.* Измерения медиарилейшнз: как оценить вклад PR в успех компании / Р. Ляйнеманн, Е. Байкальцева. – М. : Вершина, 2006. – 248 с.
3. Теория и практика связей с общественностью / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцова, А. С. Тарасова. – СПб. : Питер, 2006. – С. 48–81; 118–128.
4. *Чумиков А. Н.* Связи с общественностью: теория и практика / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М. : Дело, 2003. – С. 191–294.

ДС. 10. АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

канд. экон. наук, доц. *Чебунин В. П.*

28. Методика анализа и прогноза развития региона.

Методика анализа и прогноза развития региона

Следует придерживаться следующей структуры ответа:

Развитие региона. Регион и современная региональная политика: общая характеристика.

Особенности реализации современной региональной политики в России. Цель региональной политики: создание благоприятных условий для реализации потенциала развития каждого региона. Задачи: содействие развитию человеческого потенциала; преодоление инфраструктурных и институциональных ограничений; улучшение координации деятельности органов государственной власти, органов местного самоуправления, бизнеса, структур гражданского общества.

Инновационная и социальная ориентация регионального развития в контексте Концепции долгосрочного социально-экономического развития России до 2020 г.:

- Формирование территориально-производственных кластеров.
 - Развитие научно-технического и образовательного потенциала крупных городских агломераций.
 - Развитие крупных транспортно-логистических и производственных узлов.
 - Значительное снижение межрегиональной и внутрирегиональной дифференциации в уровне и качестве социальной среды и доходах населения.
 - Образование и развитие туристско-рекреационных зон с высоким уровнем оказания услуг сервиса на территориях с уникальными природно-климатическими условиями.
 - Сохранение культурного многообразия, традиционного уклада жизни и занятости коренных малочисленных народов Севера.

Методики анализа развития региона. При ответе на данный вопрос следует рассказать об основных методах анализа социально-экономической информации. Также необходимо привести основные показатели социально-экономического развития региона.

Основные методы прогнозирования развития региона и особенности их реализации (экстраполяция, программно-целевой метод, и т. д.).

Общий вывод.

ЕН. В. 2. ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГРАММНОГО КОМПЛЕКСА SPSS В СОЦИОЛОГИИ

канд. социол. наук *Саблина Н. А.*

29. Возможности использования программного комплекса SPSS в социологии.
30. Основные методы и способы обработки и анализа данных исследования с использованием программного комплекса SPSS.

Возможности использования программного комплекса SPSS в социологии

Ответ на данный вопрос следует начать с объяснения значения статистических пакетов для обработки и анализа социологи-

ческой информации при проведении исследований в социологии. Далее необходимо отметить особенности и преимущества использования программного комплекса SPSS в социологии в сравнении с другими статистическими пакетами (например, Statistica): в том числе, следует помнить, что данный программный продукт изначально разрабатывался с учетом специфики именно гуманитарных дисциплин. Другой особенностью программы SPSS выступает наличие в ней большого комплекса справочной информации. К основным преимуществам программного комплекса SPSS относятся широкие возможности управления данными и их преобразования в SPSS на этапе подготовки данных к анализу.

Также при ответе можно коротко затронуть исторический аспект создания программы SPSS, рассказать об основных этапах развития программного продукта, значениях аббревиатуры на разных этапах его развития.

Следует обязательно дать общую характеристику программного комплекса SPSS (современной версии – SPSS Statistics 17.0, его базового модуля – SPSS Base), акцентировать внимание на назначении и возможностях использования основных дополнительных модулей SPSS (SPSS Tables, SPSS Complex Samples, SPSS Exact Tests, SPSS Classification Trees, SPSS Trends и проч.). В процессе ответа следует осветить и вопросы, связанные с особенностями информации, обрабатываемой программным комплексом SPSS, его совместимостью с другими программными продуктами. При ответе на данный вопрос следует также обратить внимание на следующие вопросы:

- структура программного комплекса SPSS и управление его работой;
- возможности занесения данных в информационную базу: непосредственный ввод данных с клавиатуры в SPSS, импорт данных из других программных источников (Microsoft Excel, Microsoft Access и др.);
- возможности обработки и анализа данных (управление данными, преобразование значений данных, обобщение отдельных переменных, характеристика распределений значений переменной, изучение связей между различными переменными, вычисление различных статистических показателей, графический анализ данных;

– возможности редактирования полученных результатов (таблиц и графиков) и перенесение результатов в другие приложения.

Основные методы и способы обработки и анализа данных исследования с использованием программного комплекса SPSS

При ответе на данный вопрос следует акцентировать внимание, что существует несколько этапов работы с данными исследования в процессе их обработки и анализа с использованием программных средств. После занесения данных исследования в информационную базу SPSS начинается первый этап работы – предварительная подготовка данных к анализу. Необходимо раскрыть значение этапа предварительной работы с данными. В своем ответе, давая характеристику первому этапу работы, необходимо осветить ряд вопросов:

1. Подготовка данных к анализу, которая включает в себя: управление данными и их преобразование.

2. Способы управления данными в программе SPSS: сортировка данных, отбор данных, создание наборов множественных ответов, объединение данных разных файлов, поиск дублирующихся наблюдений.

3. Способы преобразования значений данных в программе SPSS: вычисление новых значений переменной, перекодировка значений переменной, метод визуальной категоризации, подсчет значений переменных.

При описании второго этапа работы с данными исследования – непосредственно анализа данных, необходимо обратить внимание на следующие вопросы:

1. Характеристика простых методов анализа данных:

1) описательный анализ и линейные распределения (обобщение отдельных переменных): особенности использования метода для различных типов переменных (одновариантные вопросы и многовариантные вопросы, количественные, порядковые и номинальные переменные), основные статистики (статистики для одновариантных вопросов; особенности статистик, используемых при анализе многовариантных вопросов), правило выбора процентов в частотной таблице;

2) характеристика распределения значений переменной – основные описательные статистики и их значение в анализе данных;

3) анализ взаимосвязей между переменными: изучение связей между категориальными переменными: таблицы сопряженности, вычисление статистических показателей для таблиц сопряженности; изучение связей между категориальными и количественными переменными: таблицы средних значений; изучение связей между несколькими количественными переменными: диаграммы рассеяния.

2. Графический анализ данных: типы и виды диаграмм (столбиковые диаграммы, круговые диаграммы, графики (линейные диаграммы), гистограммы), возможности их использования в анализе данных.

3. Общая характеристика более сложных методов анализа данных: корреляционный анализ, сравнение средних значений, дисперсионный анализ и др.

Литература

1. Бююль А. SPSS: искусство обработки информации: Platinum Edition / А. Бююль, П. Цефель. – Киев : ДиаСофтЮП, 2005. – 602 с.
2. Девятко И. Ф. Методы социологического исследования : учеб. пособие / И. Ф. Девятко. – 5-е изд. – М. : КДУ, 2009. – 296 с.
3. Крыштановский А. О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS : учеб. пособие для вузов / А. О. Крыштановский. – 2-е изд. – М. : Издат. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 281 с.
4. Наследов А. Д. SPSS 15: профессиональный статистический анализ данных / А. Д. Наследов. – СПб. : Питер, 2008. – 412 с.
5. Наследов А. Д. SPSS: Компьютерный анализ данных в психологии и социальных науках / А. Д. Наследов. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 416 с.
6. Официальный сайт компании «SPSS» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spss.ru>.
7. Самоучитель по пакету SPSS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.biometrica.tomsk.ru/17_s.htm1.
8. Сибирев В. А. Введение в анализ социологических данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://socionet. arod.ru/stat.html>.
9. Таганов Д. SPSS: статистический анализ в маркетинговых исследованиях / Д. Таганов. – СПб. : Питер, 2005. – 192 с.
10. Учимся работать с SPSS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.learnspss.ru>.

**4. Перечень вопросов
для итогового государственного экзамена
по специальности «Социология» по дисциплинам
(2010 г.)**

Согласовано:

Председатель УМК ИСН ИГУ,
д-р социол. наук, проф.
_____ Грабельных Т. И.
« » 2010 г.

«Утверждаю»:

Зав. кафедрой социальной
философии и социологии ИСН
ИГУ, д-р филос. наук, проф.
_____ Решетников В. А.
« » 2010 г.

**ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ
для итогового государственного экзамена по специальности
«Социология» по дисциплинам, 2010 г.**

ОПД. Ф. 1. История социологии

д-р филос. наук, проф. *Бранденбург В. Я.*

1. Французская социология: основные идеи, особенности развития (ранние годы).
2. Немецкая социология: основные идеи, особенности развития (ранние годы).
3. Ранняя американская социологическая теория. Чикагская школа.
4. Современная социологическая теория: основные школы (Европа, США).
5. Социология в России.
6. История социологического образования в России.

ОПД. Ф. 2. Общая социология

канд. филос. наук, доц. *Сорокина Л. Я.*

7. Объект и предмет социологии. Место и роль социологии в современном научном междисциплинарном пространстве.
8. Общество как социокультурная система.
9. Социальные общности как формы социальной организации индивидов и источник социальных изменений.
10. Глобализация социальных процессов в современном мире.

**ОПД. Ф. 3. Методология
и методика социологических исследований**

д-р социол. наук, проф. *Грабельных Т. И.*

11. Методология и методика социологических исследований. Виды социологического исследования.
12. Этика науки и ответственность ученого. Профессиональный кодекс социолога: понятие, проблемы, последствия нарушения.
13. Программа социологического исследования и методика ее разработки.
14. Количественные и качественные методы в социологическом исследовании и области их применения. Выборка в социологическом исследовании.
15. Методы качественного социологического исследования: общая характеристика и особенности применения.

ОПД. Ф. 4. Демография

д-р социол. наук, проф. *Грабельных Т. И.*

16. Демографическая структура и демографические процессы: понятия, проблемы, тенденции.
17. Брачность и разводимость: проблемы и тенденции в современной России. Анализ социально-демографической ситуации в Иркутской области.
18. Современная демографическая политика в России: сущность, основные цели и направления, проблемы реализации.

ОПД. Ф. 5. Социальная статистика

канд. экон. наук, доц. *Чебунин В. П.*

19. Статистика социальной структуры общества, здоровья населения и здравоохранения.

ОПД. Ф. 6. Социальная антропология

д-р филос. наук, проф. *Федчин В. С.*

20. Роль генетического и социокультурного наследования в расстройении общества.
21. Россия в социокультурном пространстве Европы.

ОПД. Ф. 7. Социальная психология

канд. филос. наук, доц. *Решетникова Е. В.*

22. Методы и основные направления исследования малых групп.

23. Личность в группе. Социально-психологические качества личности и особенности их формирования.

ОПД. Ф. 8. Социология труда и экономическая социология

канд. экон. наук, доц. *Беклемешев В. П.*

24. Социально-экономические гарантии и социальная защита работников предприятия в рыночных условиях хозяйствования.
25. Профессии и профессиональная структура. Личностный потенциал работника и его профессиональная карьера в современных условиях.

ОПД. Ф. 9. Социология организаций

канд. филос. наук, доц. *Бобков А. И.*

26. Развитие и функционирование организаций. Внутренняя структура организации.
27. Организационные изменения. Изменение профессионально-квалификационной структуры коллектива как предмет социологического анализа.
28. Роль внешней среды как фактор развития организационной культуры.

ОПД. Ф. 10. Социология коммуникаций

д-р социол. наук, проф. *Грабельных Т. И.*

29. Социологические доминанты коммуникации и уровни ее организации.
30. Типы коммуникаций. Современные межличностные коммуникации: проблемы, тенденции.
31. Коммуникации в группах: коммуникативные роли и технологии обсуждения в процессе принятия решений.

ОПД. Ф. 11. Основы менеджмента

канд. филос. наук *Ефремова Е. И.*

32. Система и классификация методов менеджмента.
33. Необходимость и место видения и миссии в управлении современной организацией.
34. Видовая классификация организационных структур управления и современные тенденции в их развитии.

ОПД. Ф. 12. Социальная экология

канд. филос. наук, доц. *Гольцова Е. В.*

35. Социальная экология как отрасль социологии. Значение экологии в связи с производственной и непроизводственной деятельностью человека.
36. Социальные патологии в современном обществе: общая характеристика.
37. Индивидуальное и общественное здоровье населения: критерии и динамика.

ОПД. Ф. 15. Социологические проблемы изучения общественного мнения

д-р социол. наук, проф. *Грабельных Т. И.*

38. Социологические проблемы изучения общественного мнения: понятие, классификация.
39. Приоритетные направления изучения общественного мнения в историческом и социокультурном контекстах (Россия, Европа).
40. Современные требования к качеству опросов общественного мнения различного уровня.
41. Общественное мнение в социальном и государственном управлении. Место и функции социолога в структуре государственного управления.

ОПД. Ф. 16. Политическая социология

канд. филос. наук, доц. *Бобков А. И.*

42. Социология власти. Политические изменения в России на рубеже XX–XXI вв.: факторный анализ.

ОПД. Ф. 17. Социология семьи

канд. социол. наук *Саблина Н. А.*

43. Семья как объект социологического исследования. Типология и функции современной семьи.
44. Проблемы современной российской семьи и основные подходы к их решению.

ОПД. Ф. 18. Социология культуры

д-р филос. наук, проф. *Федчин В. С.*

45. Повседневная, массовая и «высокая» культура, основные формы взаимодействия.

46. Ценностные и нормативные последствия американизации (вестернизации) искусства.
47. Реклама как социокультурное явление. Символическое пространство и реклама.

ОПД. Ф. 19. Социология духовной жизни

д-р социол. наук, проф. *Грабельных Т. И.*

48. Наука, культура, образование как важнейшие регуляторы духовной жизни современного общества.
49. Корпоративная культура как индикатор состояния духовной жизни организации.
50. Роль религии в духовном развитии личности.

ОПД. Ф. 20. Социология международных отношений

канд. филос. наук, доц. *Бобков А. И.*

51. Социокультурные проблемы глобализирующегося мира: сущность, политическое содержание.
52. Тенденции развития международных отношений и методы их изучения.

ОПД. Ф. 21. Этносоциология

канд. филос. наук, доц. *Бобков А. И.*

53. Понятие этнической идентичности.
54. Государственное устройство и национально-этнические процессы в России.

ОПД. Ф. 22. Теория и практика социальной работы

д-р филос. наук, проф. *Решетников В. А.;*

канд. филос. наук, доц. *Попова В. В.*

55. Основные цели и направления социальной политики государства.
56. Теоретические основы социологических исследований проблем социальной работы.

ОПД. Ф. 23. Государственное и муниципальное управление

канд. филос. наук, доц. *Комарова М. В.*

57. Основные цели и функции государственного управления.
58. Специфика муниципального управления.

ОПД. В. 1. Социальная стратификация

канд. филос. наук, доц. *Бобков А. И.*

59. Социальная стратификация и социальная мобильность: теория и практика.

ОПД. В. 2. Социология молодежи

д-р социол. наук, проф. *Грабельных Т. И.*

60. Молодежные культуры и субкультуры в современном российском обществе. Типологический анализ молодежных субкультур.

ДИСЦИПЛИНЫ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ

ДС. 1. Маркетинг

канд. экон. наук, доц. *Беклемешев В. П.*

1. Сущность, содержание и цели маркетинговой деятельности.
2. Конкуренция и конъюнктурный анализ рынка.
3. Маркетинговые исследования: цели, задачи, структуры. Специфика организации и проведения исследований рынка недвижимости в отдельном регионе.

ДС. 2. Социальный менеджмент

канд. социол. наук *Медведчикова Т. В.*

4. Модели коммерческого и некоммерческого хозяйствования в социальной сфере.
5. Управление образовательными процессами в регионе. Специфика проведения экспертного опроса по проблемам высшего образования.
6. Информационное обеспечение управления в социальной сфере.

ДС. 3. Техника личной работы

ст. преп. *Кустос О. В.*

7. Рабочее место и информационное обеспечение работы специалиста. Проблемы безопасности в профессиональной деятельности социологов.
8. Планирование личной работы и контроль времени. Модель организационного плана проведения конкретного социологического исследования.
9. Работоспособность и личный самоконтроль в профессиональной деятельности социологов.

ДС. 4. Правовое обеспечение связей с общественностью

ст. преп. *Захарова О. В.*

10. Государственная политика в отношении организации и управления средствами массовой информации.
11. Правовая защита информации при осуществлении связей с общественностью и в профессиональной деятельности социологов.
12. Правовые основы защиты интеллектуальной собственности, изобретательских, патентных, авторских и смежных прав при осуществлении связей с общественностью.

ДС. 5. Связи с общественностью

канд. филос. наук *Ткачёва Н. Г.*

13. Связи с общественностью как разновидность социальной коммуникации. Реализация коммуникационных стратегий в различных моделях PR.
14. Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения.
15. Сущность деятельности и организационная структура служб связей с общественностью.

ДС. 6. Региональное законодательство

ст. преп. *Захарова О. В.*

16. Концептуальные основы регионального законодательства.
17. Система регионального законодательства. Нормотворческие органы Иркутской области: общая характеристика.
18. Эффективность регионального законодательства. Основные направления повышения качества региональных законов.

ДС. 7. Теория рекламы

канд. филос. наук, доц. *Комарова М. В.*

19. Виды и средства рекламы, особенности их выбора.
20. Реклама в системе маркетинга.
21. Разработка рекламной кампании.

ДС. 8. Средства массовой коммуникации

канд. социол. наук, доц. *Баёв П. А.*;
д-р социол. наук, проф. *Грабельных Т. И.*

22. Средства массовой коммуникации и проблема их эффективности.
23. Специфика социологических исследований коммуникативных процессов в различных социальных системах: сравнительный анализ.
24. Методологические и методические особенности исследования текстов массовой коммуникации. Контент-анализ и его преимущества.

ДС. 9. Практикум по связям с общественностью

канд. филос. наук *Ткачёва Н. Г.*

25. Планирование, организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью.
26. Технология ситуационного анализа в практике деятельности по связям с общественностью.
27. Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации в практике связей с общественностью.

ДС. 10. Анализ и прогноз развития региона

канд. экон. наук, доц. *Чебунин В. П.*

28. Методика анализа и прогноза развития региона.

ЕН. В. 2. Возможности использования программного комплекса SPSS в социологии

канд. социол. наук *Саблина Н. А.*

29. Возможности использования программного комплекса SPSS в социологии.
30. Основные методы и способы обработки и анализа данных исследования с использованием программного комплекса SPSS.



ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК ИРКУТСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Институт социальных наук ИГУ – учебное подразделение ИГУ, которое объединяет специалистов четырех кафедр: социальной философии и социологии, социальной работы, культурологии и управления социальными процессами, регионоведения и социальной экономики.

В Институте социальных наук ведется подготовка кадров по четырем специальностям: «Социология», «Социальная работа», «Менеджмент организаций» и «Регионоведение».

В структуре Института – социальный факультет, факультет дополнительного образования, социологическая лаборатория региональных проблем и инноваций, аспирантура по трем специальностям – «социология управления», «социальная структура, социальные институты и процессы», «социальная философия».

В Институте действует Совет по защите докторских диссертаций по философским и социологическим специальностям. На базе Института функционируют Иркутское отделение Академии социальных наук, Иркутское отделение Российской социологической ассоциации.

Директор Института – д-р филос. наук, профессор *Владимир Алексеевич Решетников*.

Ведущие преподаватели Института: д-р филос. наук, профессор *В. Я. Бранденбург*, д-р социол. наук, профессор *Т. И. Грабельных*, д-р филос. наук, профессор *О. А. Кармадонов*, д-р филос. наук, профессор *Э. А. Самбуров*, д-р филос. наук, профессор *В. С. Федчин*.

Научная деятельность Института развивается в соответствии с комплексными темами: «Современный гуманизм: история, теория и социальная практика» и «Проблемы управления развитием социальных систем: личности, организации, территории». Среди других приоритетных направлений научной деятельности – социология социальных пространств, социология символа, социология образования и др.

Институт активно сотрудничает со специалистами Администраций Иркутской области и г. Иркутска, муниципальных органов местного самоуправления, Министерства социального развития, опеки и попечительства, различных специализированных структур и центров. Профессорско-преподавательский состав Института осуществляет экспертизу областных государственных социальных проектов и программ, участвует в разработке государственных докладов. На базе Института могут пройти переподготовку и повышение квалификации преподаватели российских вузов и ссузов, управленческий персонал социальной сферы, специалисты по социальной работе.

Институт социальных наук приглашает к сотрудничеству всех заинтересованных для проведения совместных научных исследований, хоздоговорных работ по актуальным проблемам социальной деятельности.

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

Почтовый адрес: 664003, г. Иркутск, ул. Карла Маркса, 1, ИГУ, каб. 302
Адрес Института: 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 3, корпус 3, к. 211
Телефон/факс: (3952) 24-37-48, (3952) 20-02-05
E-mail: vresh@socio.isu.ru

**Бранденбург Владимир Яковлевич,
Грабельных Татьяна Ивановна,
Бобков Александр Иванович и др.**

**Подготовка
к итоговой государственной аттестации
по специальности «Социология»**

Учебно-методическое пособие

Подготовила к печати: Г. А. Никифорова
Дизайн обложки: М. Г. Яскин

Темплан 2010. Поз. 44.

Подписано в печать 20.06.2010. Формат 60х90 1/16. Печать трафаретная.
Уч.-изд. л. 11,2. Усл. печ. л. 14. Тираж 100 экз. Заказ 84.

ИЗДАТЕЛЬСТВО
ИРКУТСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
664003, Иркутск, бульвар Гагарина, 36