
СОЦИОЛОГИЯ СПОРТА И СОЦИОЛОГИЯ МЕНЕДЖМЕНТА В КОНТЕКСТЕ ГУМАНИСТИЧЕСКОЙ ОРИЕНТАЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПЕРЕМЕН

Д. Маркович¹, Д. Симич²

¹Сербская академия образования
Интернационалних бригада број, 18, Белград, Сербия, 11000

²Факультет менеджмента и спорта
Альфа Университет
ул. Палмира Тољатија, 3, Нови Београд, Сербия, 11070

В многоаспектном разнообразии современного общества, начиная с 1960-х гг., все чаще стали употребляться понятия *спорта* и *менеджмента*. Однако эти явления еще недостаточно изучены и осмыслены с точки зрения произошедших цивилизационных перемен. В статье обсуждается вопрос об использовании идей, накопленных в конкретных отраслях социологии, связанных с построением концепций развития и деятельности спортивных формирований и смежных с ними сфер, в целях придания общественным переменам гуманистической направленности в контексте возникновения новой цивилизации «знаний и прогресса».

Ключевые слова: социология, отрасли социологии, спорт, менеджмент, общество, «общества знаний», глобализация.

В конце XX — начале XXI в. в обществе произошли значительные изменения. Некоторые из них привели к формированию особых образований, так или иначе взаимосвязанных в своем развитии со всеми другими сферами общества. Научные наработки о них являются не только теоретико-методологической основой для их изучения, но и основой для теоретического осмысления и ориентирования общественного развития на осуществление намеченных (и выполнимых) целей.

Два образования, характерные для этого периода, — *глобализация* и *научные знания* — взаимосвязаны по своему возникновению, развитию и использованию в целях направления общественного развития. Под глобализацией понимается процесс объединения человечества, происходящий посредством объединения капитала и переплетения не только экономической и политической, но и других сфер общественной жизни, начиная от производства и культуры и заканчивая различными формами проявления асоциального поведения и глобального терроризма [11].

Таким образом, в некотором смысле можно говорить о формировании глобального сообщества, обусловившем появление новых подходов к изучению социальной реальности. Например, до возникновения глобального сообщества, когда речь шла о предмете социологии, имелось в виду общество в его понятийном отличии от природы. С возникновением же *глобального сообщества* под обществом стало пониматься именно оно, т.е. «мегасообщество», объединяющее в себе все разнообразие конкретных форм социальной жизни. Отдельные части этого «мега-сообщества» являются не только специфическим образом объединенными, но и,

по мнению многих ученых, одновременно разъединенными [7. С. 11—35]. Создавшаяся новая ситуация потребовала нового осмысления предмета социологии как наиболее общей науки об обществе [6].

До настоящего времени социология занималась изучением общества не только как совокупности общественных явлений, их специфики и взаимосвязей как единого целого, исследуя его структуру и закономерности развития, но и, идя навстречу общественным потребностям, изучением отдельных общественных явлений, превращая тем самым занимающуюся обобщениями абстрактную дисциплину в точную (эмпирическую) науку [9], исследования которой послужили основой для регулирования отношений в отдельных сферах общества. Это означало возникновение и существование, наряду с общей социологией, отраслевых социологий [1. С. 162].

Таким образом, изучением общества сегодня занимаются общая социология и отраслевые социологии. Общая социология — наиболее общая теоретическая наука, изучающая человеческое общество как единую реальность, специфику общественных явлений и их взаимоотношений в структуре единой общественной реальности, открывая социологические закономерности в структуре и развитии общественных явлений, их структурных частей и глобального общества в целом. Предметом изучения отраслевых социологий являются специфические взаимосвязи отдельных общественных явлений в их общей совокупности и специфическом единстве.

Распространение в 1960-х гг. социологического подхода (и отраслевых социологий) в изучении общественных явлений, имея свою специфику в отдельных странах и регионах [5. С. 46], находилось в непосредственной связи с развитием науки, не только как доминирующей формы общественного сознания, но и как решающего фактора развития производительных сил, оказывающего значительное влияние на изменения в экономической сфере и общественной жизни в целом [2]. Таким образом, возникла необходимость не только в научном изучении отдельных общественных явлений и сфер, к которым они принадлежат, но и в придании направления развитию этих явлений и общественной жизни в целом посредством использования научных знаний о них. Существование многочисленных общественных наук потребовало регулирования их взаимоотношений (в том числе и взаимоотношений между общей социологией и отраслевыми социологиями), т.е. «креативного взаимоувязывания» знаний, обеспечивающего возможность ориентирования общественных изменений в глобальном обществе и в отдельных его сферах на достижение их эффективности.

В принципе, взаимоотношения между науками определяются взаимоотношениями предметов их изучения. В этом смысле взаимоотношения между общей социологией и отраслевыми социологиями, исходя из предметов их изучения, являются взаимоотношениями между общим и частным в философском смысле. Однако для того чтобы их достижения смогли оказывать влияние на процесс общественных изменений или, вернее, смогли служить теоретико-методологической основой для ориентирования общественных изменений, эти взаимоотношения

в каждом конкретном случае должны быть исследованы и продуманы как с теоретической, так и с практической точки зрения.

В соответствии с таким подходом взаимоотношения между *социологией спорта* и *социологией менеджмента* следует рассматривать и исследовать как взаимоотношения двух отраслевых социологий, каждая из которых имеет свой предмет изучения — спорт и менеджмент как общественные явления в аспекте предметной определенности отраслевых социологий, предполагающей анализ специфических взаимосвязей этих явлений с обществом. Следует иметь в виду также, что речь идет об относительно новых, молодых науках, в которых не выработалось еще единого мнения по поводу дефиниции предмета их изучения. Поэтому при исследовании их взаимосвязи между собой и с общей социологией мы исходим из дефиниций предметов их изучения, которые считаем наиболее релевантными на современном этапе развития науки, особенно развития гуманитарных и социологических наук.

Предметом социологии спорта является спорт как общественное явление — деятельность. Социология спорта стремится объяснить потребности спортивного движения, явления, возникающие в связи с удовлетворением этих потребностей, указать на тесную зависимость развития спорта от других областей общественной жизни. Ее предмет как теоретической и эмпирической науки — исследование общественных явлений, связанных со спортом и его функциями в обществе, исследование взаимовлияния спорта и общества. В этом контексте она занимается изучением взаимоотношений между спортом и политикой, спортом и религией, в рамках протекающих в обществе процессов [4. С. 131—135].

На основании этой предметной определенности в социологии спорта может быть выделено несколько ключевых сегментов: спорт как фактор и продукт общества и общественного развития; роль спорта в общественной жизни в целом; общественное положение участников («актеров») в сфере спорта; отношение общественности к спорту и общественные взаимоотношения в сфере спорта, в спортивных организациях и общественных формированиях [4. С. 183].

В процессе исследования этих сегментов в социологии спорта появляются новые наработки и знания о спорте как общественном явлении, его отличии от физической культуры и указывается на значение спорта для физического и духовного развития личности [4. С. 193]. Другими словами, изучая свой предмет, социология спорта способствует его более ясному профилированию как общественного явления, его более успешному научному исследованию, давая возможность полученным знаниям более эффективно влиять на ход его развития.

Предметом социологии менеджмента является менеджмент как общественное явление. Это означает, что предмет ее изучения может быть глубже дефинирован в зависимости от того, как определяется в обществе менеджмент как социальное явление. Однако понятие менеджмента имеет различные трактовки, варьирующие от его понимания как инструмента коммерческого управления до системы управления всеми социальными процессами. Ранее менеджмент понимался (а нередко понимается и сегодня) как инструмент коммерческого управления в обществе ры-

ночной экономики, затем, постепенно расширяя свое значение, вернее — круг деятельности, в широком смысле он стал определяться как процесс планирования, организации и осуществления деятельности членами организации в целях достижения намеченных целей.

Эта дефиниция менеджмента близка к дефиниции, в соответствии с которой под менеджментом понимается управление социально-экономическими системами, совокупность принципов, методов, средств и форм управления в целях поднятия его эффективности и результативности, реализации приоритетов и удовлетворения общественных потребностей [3]. Понимаемый таким образом менеджмент предстает как динамичный общественный процесс, приспособляемый к экономической и социальной реальности, органически сочетающий в себе единство маркетинга и инноваций и исходящий из видения организации как намеренного и целесообразного создания общественных формирований для осуществления определенной деятельности. Такая организация имеет четыре основных признака: совокупность взаимосвязанных определенными отношениями людей, реализующих определенные функции; цель, к осуществлению которой стремятся; стабильные отношения между функциями; приверженность выполнению этих функций [8. С. 23—25]. Исходя из предметной определенности отраслевых социологий и дефиниции понятия менеджмента как общественного явления можно дать определение предмета социологии менеджмента. Предметом ее изучения и исследования является менеджмент как общественное явление (процесс), его специфическая взаимосвязь с совокупностью всех общественных явлений в их единстве [12].

Рассматривая менеджмент как общественное явление (в социологическом аспекте), социология менеджмента изучает менеджмент как процесс управления не только в экономической сфере, но и во всех других областях организованной деятельности человека. Менеджмент — не такое уж жесткое понятие, не относящееся исключительно к экономической сфере; скорее, это — процесс, характерный для всех форм человеческой деятельности, в которых имеет место стремление к более успешному осуществлению намеченных ее участниками целей. Именно такой подход социология менеджмента использует при изучении управления в разных областях социальной жизни.

Социология менеджмента, исследуя менеджмент как общественное явление во всех организационных формах человеческой деятельности, а не только в экономической и производственной сферах, выходит за рамки эффективности, определяемой с позиции «экономической деятельности», «производительности труда» и «роста прибыли», т.е. с позиции увеличения определенной «материальной выгоды», и выступает за эффективность, используемую на благо человека как существа творческого и свободного, уважения его достоинства, целостности и идентичности. Это смещение целей, реализуя новые ценности менеджмента, означает его приспособление и осмысление в контексте изменений, происходящих в характере трудовой деятельности, в первую очередь изменений, приводящих к интеллектуализации труда (прежде всего в производственной сфере) и к развитию рабочей среды, использующей достижения научно-технического прогресса, отражающего прогрессивное движение общества и предвещающего перемены в развитии человеческой цивилизации.

Все это приводит к необходимости и возможности осмысления менеджмента в новом свете, в условиях своеобразной универсализации законов рыночной экономики с многоаспектными социальными последствиями. Подобное знание является исходным положением при рассмотрении взаимосвязи социологии спорта и социологии менеджмента.

Таким образом, управление происходящими в обществе изменениями предполагает наличие новой культуры как стержня эффективности и ответственности, причем не только на индивидуальном, но и на глобальном уровне [10. С. 509].

В контексте такого подхода необходим новый взгляд на состав (и качество) общественных формирований, занимающихся спортивной деятельностью, особенно в условиях ее полной или частичной коммерциализации, для отыскания таких организационных форм, при которых бы взаимоотношения участников основывались не только на экономической эффективности, но и на стремлении к осуществлению гуманных целей. Так, например, менеджмент этих формирований как предмет социологии спорта и социологии менеджмента должен придерживаться принципов их организации и деятельности, руководствуясь одновременно и экономической эффективностью, и защитой интересов их членов (посредством взаимодействия которых и создается общественное формирование, являющееся предметом изучения) для их развития как свободных и творческих человеческих существ. Из этого требования проистекает комплексный подход к осмыслению создания и функционирования общественных формирований в сфере спортивной деятельности, как с позиции их внутренней организации (методов и мотивов взаимодействия их членов), так и с позиции тех организационных единиц (общественного окружения этих формирований), которые в своей деятельности нередко преследуют собственные, часто противоречивые, интересы.

Такой подход к взаимоотношениям между социологией спорта и социологией менеджмента соответствует контексту, в котором сегодня рассматриваются основные проблемы современной цивилизации, и видению науки как основной причины цивилизационных перемен и индикатора гуманизации посредством осуществления прав и свобод человека, прежде всего уважения его человеческого достоинства через усиление интеллектуализации его трудовой деятельности. Деятельность спортивных организаций и их общественного окружения (общественных формирований, чьими структурными единицами и они являются отчасти) требует рассмотрения спортивной деятельности с разных точек зрения — от государственно-правового регулирования и образовательной деятельности до вопросов безопасности государства на местном, региональном и, все чаще, глобальном уровнях.

В сущности, вследствие сокращения рабочего дня и роста вне рабочего, свободного времени, наряду с созданием возможностей для проявления разнообразных видов деятельности (политической, культурной, спортивной) возникает необходимость в синхронизации и гуманистическом осмыслении возникающих и организуемых форм общественного взаимодействия в условиях создания общечеловеческой культуры в рамках новой, формирующейся цивилизации знания и общественного прогресса.

Соблюдение данного требования в каждом конкретном случае должно иметь творческий характер, для того чтобы общество знания могло быть реализовано как инновационное общество в самом широком смысле.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Бабосов Е.М.* Прикладная социология. — Мн.: Тетра Системс, 2000.
- [2] *Беляева Л.А.* Эмпирическая социология в России и Восточной Европе. — М.: ГУ-ВШЭ, 2004.
- [3] *Дамњановић М.* Менаџерска револуција. — Београд, 1991.
- [4] *Куљић Р., Коковић Д.* Социологија и социологија спорта. — Нови Сад, 2012.
- [5] *Лукић Р.* Социологија морала. — Београд: САНУ, 1974.
- [6] *Марковић Д.Ж.* Изабрана дела. Књига 5. Социологија и глобализација. — Ниш, Београд: «Просвета», 2003.
- [7] *Марковић Д.Ж., Булатовић И.Ж.* Социологија. — Београд: Београдска пословна школа, Висока школа струковних студија, 2013.
- [8] *Марковић Д.Ж., Словић Љ.Т.* Увод у социологију менаџмента. — Београд: Висока Школа струковних студија за рачуноводство и берзанско пословање, 2008.
- [9] *Милић В.* Прилози историји социологије. — Сарајево: «Веселин Маслеша», 1998.
- [10] Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты / Отв. ред. В.С. Степин. — М.: Наука, 2007.
- [11] *Чумаков А.Н.* Глобализация. Контуры целостного мира. — М.: Проспект, 2005.
- [12] *Шеметов П.В.* Практический менеджмент. — Новосибирск: НИИХ, 1993.

SOCIOLOGY OF SPORTS AND SOCIOLOGY OF MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF HUMANISTIC SOCIAL CHANGES

D. Marković¹, D. Simić²

¹Serb Academy of Education
International brigade broj, 18, Belgrade, Serbia, 11000

²Department of Management and Sports
Alpha University
ul. Palmira Tol'atija, 3, Novi Belgrade, Serbia, 11070

In the multifaceted diversity of the contemporary society, since the 1960s the terms 'sport' and 'management' have become increasingly used. However, these phenomena have not been studied and conceptualized in the terms of the civilizational changes that took place. The article considers the use of the ideas accumulated in the specific branches of sociology and related to the construction and development of sports groups and other questions in order to ensure a humanistic orientation of the social changes in the context of the development of a new civilization of 'knowledge and progress'.

Key words: sociology; branches of sociology; sports; management; society; 'knowledge society'; globalization.

REFERENCES

- [1] *Babosov E.M.* Prikladnaja sociologija. — Mn.: Tetra Sistems, 2000.
- [2] *Beljaeva L.A.* Jempiricheskaja sociologija v Rossii i Vostochnoj Evrope. — M.: GU VShJe, 2004.
- [3] *Damn'anovich M.* Menaџerska revolucija. — Beograd, 1991.
- [4] *Kul'ich R., Kokovich D.* Sociologija i sociologija sporta. — Novi Sad, 2012.
- [5] *Lukich R.* Sociologija morala. — Beograd: SANU, 1974.
- [6] *Markovich D.Zh.* Izabrana dela. Књига 5. Sociologija i globalizacija. — Nish, Beograd: „Prosveta“, 2003.
- [7] *Markovich D.Zh., Bulatovich I.Zh.* Sociologija. — Beograd: Beogradska poslovna shkola, Visoka shkola strukovnih studija, 2013.
- [8] *Markovich D.Zh., Slovič Љ.Т.* Uvod u sociologiju menaџmenta. — Beograd: Visoka Shkola strukovnih studija za rachunovodstvo i berzansko poslovanje, 2008.
- [9] *Milich V.* Prilozi istoriji sociologije. — Sarajevo: «Veselin Maslesha», 1998.
- [10] Rossija v globalizirujushhemsja mire: mirovozzrencheskie i sociokul'turnye aspekty / Otv. red. V.S. Stepin. — M.: Nauka, 2007.
- [11] *Chumakov A.N.* Globalizacija. Kontury celostnogo mira. — M.: Prospekt, 2005.
- [12] *Shemetov P.V.* Prakticheskij menedzhment. — Novosibirsk: NINH, 1993.