

## Коротко о книгам

© 2005 г.

**Яновский Р. Г. ПАТРИОТИЗМ;  
О СМЫСЛЕ СОЗИДАЮЩЕГО  
СЛУЖЕНИЯ ЧЕЛОВЕКУ,  
НАРОДАМ РОССИИ И ОТЕЧЕСТВУ  
М.: Книга и бизнес, 2004. 528 с.**

В современных условиях становится все более ясным, что проблема утверждения гражданского общества, укрепления патриотизма, братства, дружбы людей, их согласия является главным в развитии духовных сил человека. Однако эти живые источники еще прочно зажаты управленческой некомпетентностью, бюрократизмом, низким уровнем социально-политической активности. Противоречия между огромным патриотическим потенциалом российского общества, ресурсным богатством и современным уровнем их использования не только не преодолены, но и продолжают усиливаться, принимая опасные размеры. Член-корреспондент РАН Р.Г. Яновский в своей монографии раскрывает логику становления патриотизма и его динамику как основополагающей ценности человека и в целом народа в XXI столетии. Автор определяет патриотизм как состояние любви к Отечеству через постоянное творчество души человека, его добросовестный труд, направленные на благополучие и безопасность России. В книге анализируются итоги исследований фундаментальных аспектов взаимообусловленности российского патриотизма; сохранения и развития образа жизни, культуры всех народов страны; роли интеллектуальных факторов в обеспечении позитивных изменений качества жизни, представлен анализ динамики социокультурных изменений российского общества. Особое внимание уделено становлению новых факторов возрождения России: разворачиванию человеческого потенциала, уникальным процессам управления знаниями, определению глав-

ных общенациональных целей, идеалов и ценностей, основных интересов.

**УСКОЛЬЗАЮЩИЙ МИР. М.:  
Московская школа политических  
исследований, 2004. 496 С.**

Эта книга своеобразное продолжение изучения "общества, в котором живем", предпринятое учеными Института социологии РАН и Московской школы политических исследований и нашедшее отражение в изданиях "Российская социология 60-х годов в воспоминаниях и документах" (СПб., 1999) и "Пресса в обществе (1959-2000). Оценка журналистов и социологов. Документы" (М., 2000), Ее название подчеркивает особенность современного мира и общества - их изменчивость, сложность их познания. О новых реальностях России и мира, потенциале креативности современной российской общественной мысли размышляют в своих интервью авторы книги - специалисты в различных областях знания, представляющие новые поколения исследователей (от 25 до 50 лет). Среди них - социолога А. Ю. Согомонов, А. Ф. Филиппов и М. Ф. Черныш, депутат Государственной думы В. А. Рыжков, член Совета Федерации, председатель Комитета по финансовым рынкам и денежному обращению С. А. Васильев, профессор богословия А. В. Кураев, директор Независимого института социальной политики Т. М. Малова и др., которые в той или иной мере уже заявили о себе в сфере науки, политики, бизнеса, общественной, культурной и духовной деятельности.

**Козлова О.Н. СОЦИОЛОГИЯ.  
УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ. М.: ОМЕГА-  
Л, 2004.528 с.**

В книге раскрывается современная концепция общества. Автор органично

сочетает классический и постклассический подходы к изучению социальных явлений в начале XXI столетия. Общество показано в разных, нередко противоречивых измерениях - в статике и динамике, сжато, но без схематизации и упрощений. В учебнике - три раздела. Первый посвящен социологическим представлениям общества (об обществе и личности, социологическом знании и социальном самосознании). Во втором даны основные измерения социальных взаимодействий (этничность, труд, поселение, смена поколений и гендерные роли людей). В третьем автор раскрывает основные виды социальной динамики общества (хозяйствование, политику, культуру).

**Логвинов А. М. ЭВОЛЮЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В ПОСЛЕДНЕЙ ТРЕТИ ХХ ВЕКА. Красноярск: Полицом, 2004.416 с.**

По мнению автора, длительный кризис в России вызван не просто трансформацией экономики, а прежде всего кризисом, ломкой и преобразованием самого типа культуры всех слоев населения, в том числе общей, управленческой, организационной, профессиональной и других ее разновидностей. Массовое сознание дезорганизовано, растеряно, в сложное положение попали работники предприятий всех сфер экономики, где исчез государственный патернализм, опека, защита, уверенность работников в "завтрашнем дне", где резко изменился привычный ранее гуманистический стиль управления, возникла неоправданная дифференциация в оплате труда между руководителями предприятий и подчиненными, нарушены многие права работников, заметно ухудшились состояние дел с условиями, охраной труда, возможности профессиональной самореализации работников, участия в привычном ранее управлении и контроле за производством и т. д. Люди оказались неготовыми к новой системе социально-экономических и трудовых отношений. В этом, по мнению автора, заключается проблема как для рядовых работников, так и для управляющих произ-

водством и трудовыми ресурсами, в том числе.

А.М. Логвинов изложил исследование эволюции крупной производственной организации в последней трети прошлого столетия на примере Красноярского алюминиевого завода. Междисциплинарный и системный анализ, использование теоретических и эмпирических материалов, накопленных автором за три десятка лет, позволили представить весьма актуальные на сегодня знания и сведения о характере и особенностях процессов трансформации производственных организаций в нашей стране.

**Парков Ф. И. ИНТЕГРИРОВАННЫЕ PR-КОММУНИКАЦИИ. М.: РИП-Холдинг, 2004.272 с.**

Одна из главных целей связей с общественностью корпоративной системы - формирование и текущая информационная поддержка ее позитивного имиджа. Это осуществляется путем налаживания и оптимизации общественных связей с различными целевыми группами: представителями финансовых и бизнес-кругов; различными ветвями органов власти; политическими партиями и политиками, общественными организациями, представителями СМИ, потребителями продукции (услуг), населением, своими сотрудниками. Современные PR-технологии, так же как алгоритмы функционирования механизмов связей с общественностью, сложны и многообразны. У них установились свои правила, законы развития и управления, свой язык. Разобраться в них поможет книга Ф. И. Маркова.

Автор не случайно назвал книгу PR-коммуникации. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) являются основным компонентом интегрированных маркетинговых коммуникаций. В ней читатель найдет разнообразную и необходимую информацию по многим проблемам связей с общественностью и, возможно, совершит меньше ошибок, соприкасаясь в жизнедеятельности с этими сферами.

Т. ВИКТОРОВ