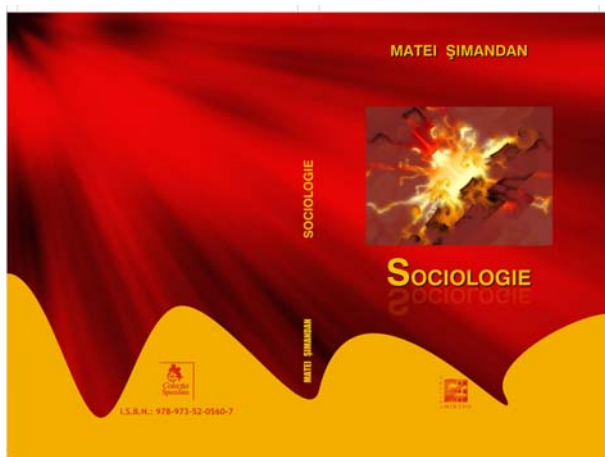


RECENZII

FUNDAMENTUL SOCIOLOGIC AL CERCETĂRILOR DE MANAGEMENT ȘI MARKETING

Matei ȘIMANDAN. Sociologie. - Timișoara: Mirton, 2009. - 194 p. ISBN: 978-973-52-0560-7.



Cartea pe care o recenzăm este una dintre cele mai recente lucrări ale profesorului Matei Șimandan, carte din care răzbate atât experiența didactică a autorului, cât și aceea legată de cercetările sociologice și de marketing pe care le-a desfășurat în cei peste 20 de ani de colaborare cu Institutul Român pentru Sondarea Opiniei Publice din București.

De la început dorim să subliniem stilul direct al expunerii, modul în care sunt sistematizate marile idei ale sociologiei contemporane, diversitatea concepțiilor asupra problemelor de studiu ale sociologiei, precum și faptul că fiecare sfârșit de capitol cuprinde o listă de termeni importanți, teme pentru dezbateri și recomandări bibliografice. Toate acestea conferă lucrării utilitate practică, nu numai specialiștilor în domeniu, dar și celor

interesați de dinamica fenomenelor și proceselor vieții economico-sociale.

Prima parte a cărții abordează aspectele referitoare la constituirea sociologiei ca știință, fiind subliniate atât contribuțiile „părinților fondatori”, cât și dezvoltarea unor domenii de sine stătătoare ale demersului sociologic, controversate legate de statutul epistemologic al cercetării sociologice și caracterul interdisciplinar al acesteia. Demn de reținut este accentul pus de autor pe metodele de cercetare în sociologie, pe complementaritatea acestora, pe avantajele și limitele pe care le prezintă în cercetarea empirică, precum și posibilitatea aplicării acestora în studierea fenomenelor economice, politice, sociale, culturale, a comportamentului de consum sau a stilurilor de viață individuale și colective.

Chiar dacă în economia lucrării secțiunea consacrată cercetării propriu-zise putea avea o pondere mai mare, autorul a reușit totuși să surprindă esențialul problemelor legate de etapele cercetării sociologice și specificul cercetărilor selective, de tehnicile de proiectare a cercetării, de colectare a datelor și cele referitoare la metodele de măsurare practicate în științele sociale. După cum sugerează însuși autorul, completarea acestor informații se poate realiza prin apelul la lucrările de statistică, matematici aplicate în economie, marketing, management sau psihologie socială, mai ales atunci când este vorba despre elaborarea unor proiecte de cercetare atât de necesare în învățământul superior din țara noastră.

În ordinea aceluiași exigențe, o mențiune specială trebuie făcută analizei erorilor și a surselor de erori în cercetarea sociologică, căreia autorul îi acordă o deosebită atenție, probabil și ca urmare a experienței pe care a dobândit-o în numeroasele cercetări la care a participat, cât și faptului că în ultimii ani a fost solicitat să predea un curs în acest domeniu în cadrul programelor de studii universitare de masterat. Cu titlu de exemplu, autorul menționează erorile referitoare la construcția chestionarului, la ordinea și conținutul întrebărilor, la stabilirea eșantionului, la modul de lucru al operatorilor de interviu, la efectele „de prestigiu” ce intervin din partea persoanelor chestionate, și lista poate continua.

Partea a doua a lucrării este consacrată analizei unor fenomene și procese sociale, între care un loc distinct ocupă teoria statutului social și a grupurilor sociale, controversate legate de diferențierile ce pot fi operate cu

privire la categoriile și clasele sociale, precum și concluziile unor studii din literatura de specialitate din țara noastră și din străinătate.

Un loc distinct în economia lucrării ocupă problemele stratificării și mobilității sociale, fiind surprinși numeroși factori ce intervin în evaluarea acestor procese: dificultatea stabilirii unor criterii ferme, intervenția unor așa-zise „efecte de sistem” și „efecte de destin”, limitele unor metode de stratificare socială, caracterul parțial al concluziilor referitoare la mobilitatea socială, incidența fenomenului de mobilitate socială în diferite țări și medii sociale.

În calitatea noastră de specialiști în domeniile managementului, marketingului și al resurselor umane, am remarcat interesul autorului pentru analiza aspectelor ce țin de relațiile dintre organizații și instituții, de performanța și stabilitatea instituțională, de rolul sistemului birocratic și al culturii organizaționale, de importanța comportamentului organizațional și instituțional, de modul în care se pune în prezent problema învățării sociale și adaptării indivizilor și organizațiilor la schimbări, inclusiv integrarea în structurile economice, politice și instituționale ale Uniunii Europene.

Modul profesionist în care a fost elaborată cartea la care ne referim, bogata documentare bibliografică cu lucrări de dată recentă din literatura de specialitate din țară și străinătate, utilizarea unor scheme și grafice care să facă mai ușor de înțeles anumite fenomene sociale, precum și caracterul concis al argumentării sunt tot atâtea motive pentru a recomanda această carte publicului cititor, indiferent dacă este vorba despre cercetători, profesori de științe sociale, studenți, masteranzi sau persoane interesate de cunoașterea fenomenelor economico-sociale din societatea contemporană.

Marian-Nicu SPÎNU, Ramona LILE
Universitatea „Aurel Vlaicu” din Arad, România