

Čtvrtou skupinu tvoří další společenskovědní disciplíny (ve formě obligatorních základů či ve 2. cyklu jako volitelné přednášky). Základní tři tematické bloky se člení na:

1. teorii a dějiny sociologie
2. metodologický blok (včetně logiky, statistiky apod.)
3. úsekové (oborové) sociologie.

Ty musí být zastoupeny v rozumné proporcii (odhadem 40:25:35), jakkoli vybavenost bloku teoretického by měla být větší. Vyvážená by měla být i nabídka volitelných kursů, jež převažují ve druhém cyklu. Zde jsou a budou - doufáme, že stále hojněji - využívání externistů v návaznosti na zájem studentů. Některé oblasti by mohly být kryty spoluprací s dalšími katedrami FF UK (např. politologie, kulturologie), abychom se vyhnuli zbytečným duplicitám.

Naše pojetí sociologie se nechce lomit přes linii teorie versus empirie. Oborové sociologie by měly mít teoretický základ, plní funkci spíše úvodní než specializační, jsou ostatně volitelné. Na druhé straně jde o to, aby sociologie nereflektovala jen sama sebe (v metateoretické poloze), ale sociální realitu způsobem, který dnes otevírá cestu do světa. Programově asymetrické pojetí (s dominující nebo přesněji zprostředkující úlohou teorie a

metodologie) by mělo ovlivnit úvahy o vnitřním členění katedry, které se mohou časem zaktualizovat. Při zřízení dalšího ústavu (těch „sociologických“ je ovšem v Praze hned několik) by jednotlivá oddělení či semináře nemohly garantovat rozvoj ucelených „oborů“, měly by reprezentovat spíše badatelské týmy. Základním cílem je spíše kultivovaně předvádět studentům různé typy sociologického myšlení, než je jakkoli „profilovat“. Tím spíše to musí platit ve vztahu k učitelům.

Sociologii charakterizuje, jak známo, pluralita paradigmat. Prospěje jí proto jak její zastoupení na různých pracovištích, tak i vnitřní diferenciaci v rámci jedné katedry. Katedra prošla dosti zásadní personální a koncepční obměnou v roce 1990, nyní stojí před úkolem rozvíjet se spíše evolučně, arciť velmi dynamicky. Ani uvažované změny v pojetí výuky v jednotlivých blocích zřejmě nebudou v brzké době znamenat výrazný odklon od již dříve dohodnuté a průběžně naplňované strategie rozvoje sociologie na FF UK. Diplom absolventa prostě musí být srovnatelný s českým i evropským standardem, katedra pak pracovištěm, které o sobě dává vědět především výsledky své pedagogické a vědecké práce.

Jiří Buriánek

Je zájem o sociologické vzdělání?

Soudě podle poměru uchazečů a přijatých k řádnému studiu sociálních věd na českých vysokých školách by bylo možno na otázku uvedenou v titulu jednoznačně odpovědět: „ano“. Nebylo by to však přesné a dostačující - současnou vzdělávací nabídku ani poptávku nelze totiž považovat za normální. Poptávka po tomto typu vzdělávání je deformována řadou dobových skutečností (mimo jiné nízkou mírou nezaměstnanosti absolventů). Rovněž vzdělávací nabídka jde svou zvláštní cestou omezována na jedné straně nedostatečně flexibilními kapacitami státních vzdělávacích institucí a na straně druhé i neochotou rozšiřovat počty studentů příslušných vysokoškolských oborů s odvoláním se na „odpovědnost za budoucí uplatnění absolventů“, což je

zjevně socialistické reziduum v našich hlavách. Objektivnější pohled na poptávku po znalostech a dovednostech sociálních věd poskytuje informace, které vycházejí z různých forem placeného vzdělávání, které nabízejí inovaci dříve získaných společenskovědních znalostí nebo rozšíření dosavadního (technického, přírodovědního aj.) vzdělání o prakticky potřebné poznatky sociálních disciplín.

Autoři tohoto textu se v posledních letech pokusili vytvořit určitý model postgraduálního vzdělávání, který je za úplaty nabízen lidem (především manažerům a specialistům), kteří ve svých současných profesionálních pozicích cítí potřebu doplnění svých znalostí o soudobé poznatky sociologie, psychologie, managementu a dalších disciplín. Dvou- až třísemestrové kursy, které jsou kombinací korespondenčního studia a skupinových soustředění

posluchačů, se uskutečňují v rámci katedry sociologie FF UK, ale na výuce se podílejí i pracovníci jiných kateder, fakult, vědeckých, konzultačních aj. institucí (FSV UK, SoÚ AV ČR, FF MU, Neumann Int., Dema atd.). Přesto, že zájem o tento typ vzdělání obvykle přesahoval naše možnosti, rozhodli jsme se uskutečnit průzkum poptávky, který by umožnil lépe než nahodilě zkušenosti odpovědět na otázku, které skupiny lidí mají o vzdělání zájem, na jaké předměty (či skupiny předmětů) se tento zájem soustřeďuje a jaké formy studia potenciální posluchači preferují. Na základě grantu Fondu rozvoje vysokých škol jsme realizovali šetření „Vzdělání a sociální management“, jehož výsledky mají význam pro naše další aktivity v daném směru, ale mohou být zajímavé i pro všechny ty, kteří se podílejí na utváření vzdělávací nabídky sociálních věd.

O jaká data se opíráme?

Při koncipování průzkumu jsme vycházeli z předpokladu, že vzdělání je výchozí „meritokratický kanál“ sociální mobility moderní společnosti, že dochází k valorizaci kulturního a sociálního kapitálu a to bez ohledu na to, že současná česká společnost odvozuje základ své sociální mobility z momentálně významnějších „liftů“ spjatých především s majetkovými transformacemi. I když hodnota vzdělání je dosud často druhotnou a při srovnání různých oborů a resortů vykazuje až absurdně diferencovaný efekt ve sféře příjmů, význam vzdělání - a to i z lukrativního hlediska - roste. Po bouřlivé „majetkové“ mobilitě společnosti nastoupí klidnější období, ve kterém i u nás (podobně jako v západních zemích) bude vzdělanostní kanál nejpravděpodobnějším a nejvýznamnějším předpokladem a nástrojem vzestupné mobility. Vědomí této skutečnosti se stává výraznou součástí současného veřejného mínění. Zájem o vzdělání je v tomto smyslu především zájemem o budoucí uplatnění. Předpokládali jsme však i aktuální zájem o vzdělání, který je důsledkem výrazných pohybů probíhajících v sociální a profesní struktuře: socioprofesní mobilita se stala charakteristickým rysem individuálních osudů a realitou celých sociálních a profesních skupin. Pozice, které jsou nezbytné k fungo-

vání nových organizací a institucí jsou obsazovány i tehdy, když chybějí vhodné kandidáti. Zájem o studium je v tomto případě výrazem existenční potřeby co nejrychleji odstranit handicap neznalosti a nezkušenosti, který je sice univerzálním problémem většiny lidí v postkomunistické společnosti, ale zvláště významně se dotýká sociální sféry, kde poznatky a dovednosti nezbytné k fungování demokratické a tržní společnosti byly silně ideologicky redukovány a deformovány. Obě uvedená východiska nás vedla k formulaci předpokladu o potenciálně značném zájmu o vzdělávání, o nabídku sociálních věd. Nakolik a v jakých směrech byl tento předpoklad potvrzen?

Dříve než se s použitím dat průzkumu pokusíme stručně odpovědět na uvedenou otázku, sluší se uvést z jakého souboru respondentů čerpáme informace a jaký charakter měl použitý instrument. Výzkumná technika i způsob sběru dat musely být podřízeny finančním možnostem řešitelů, resp. finanční částce uděleného grantu. Z tohoto hlediska se ukázalo jako jedině možné uskutečnit korespondenční anketu s dotazníkem o zhruba 100 znacích a s výběrovým souborem maximálně 1000 osob. Technické (resp. finanční) okolnosti významně spoluurčovaly i strukturu konstruovaného instrumentu. Desetinu dotazníku tvořily znaky identifikční, další desetinu znaky, které testovaly vhodnost různých forem studia (např. korespondenční versus klasické) dvacetinu znaky, které prošetřovaly příčiny (motivy) respondentova zájmu či naopak nezájmu o další vzdělávání. Největší část dotazníku vyplňovaly baterie otázek, které zkoumaly preference různých skupin předmětů, které lze více či méně oprávněně zařadit do „koše“ sociálních věd.

Do výběrového souboru bylo na základě náhodného výběru z utvořené databáze českých podniků a institucí vybráno celkem 820 respondentů - personálních manažerů, šéfů podnikového marketingu, public relations atd. ze všech hospodářských odvětví. Proporcionálně byli dále vybráni specialisté pro sociální sféru státních úřadů a institucí, politických stran, odborů, církví aj. společenských seskupení. Záměrně byli ve vzorku početně

„nadhodnocení“ vedoucí pracovníci úřadů práce a učitelé společenskovědních oborů středních škol.

Prvním pozitivním výsledkem průzkumu byla návratnost dotazníků. Vycházeli jsme ze známé skutečnosti, že obdobné anketní průzkumy mají v lepším případě návratnost kolem 20 %. V našem případě se na adresu realizátorů vrátilo 260 řádně vyplněných a dále zpracovatelných dotazníků, což byla téměř třetina z celkového počtu rozeslaných - 31,7 %. Tato skutečnost samozřejmě rozšířila možnosti matematicko-statistického zpracování dat, ale především byla evidentním signálem zájmu o vzdělávání ve sféře sociálních věd. Tento zájem byl jednoznačně potvrzen daty: ve „filtru“ vytvářejícím podsoubor těch, kteří sice dotazník odeslali, ale o další vzdělávání v dané oblasti neměli relevantní zájem, zůstalo jen 8 % respondentů.

Kdo má zájem o vzdělávání?

Z návratnosti dotazníků z jednotlivých resortů, typů institucí, regionů a od různých vzdělanostních a profesních skupin lze usuzovat, kdo má zájem o sociálně (humanitně) profilované vzdělávání. Nepotvrdil se náš předpoklad, že to budou především lidé, kteří absolvovali v minulosti technické a přírodovědní vzdělání a nyní - s ohledem na své současné „sociálně manažerské“ funkce - cítí potřebu rozšířit si znalosti o okruh sociálních věd. O společenskovědní znalosti projevili zájem především ti, kteří v minulosti absolvovali humanitní fakulty. Zdá se, že oslovení „sociální manažeři a specialisté“ s technickým aj. nehumanitním vzděláním si potřebu vzdělání adekvátního současné práci buď tolik nepřipouštějí, nebo dávají přednost funkcionálnímu vzdělávání, to jest předpokládají, že praxe, stáže apod. je naučí to, co snad zatím neumí a potřebují. Relativně nejvyšší návratnost dotazníků, a tudíž i vysoký zájem o nabízené „sociální vzdělání“ jsme zaznamenali v resortech školství a kultury a v institucích státní správy (okresní úřady, úřady práce apod.) - návratnost okolo 45 %. Rovněž však zájem personálních aj. „sociálních“ manažerů z resortu průmyslu a stavebnictví je překvapivě velký - návratnost 37 %. Zde je ovšem nutno poznamenat, že se jedná o

zájem manažerů a specialistů velkých organizací a to bez ohledu na to, zda se jedná o podniky státní nebo soukromé. Slabší zájem o vzdělávací programy byl zjištěn v obchodních organizacích, v poradenských a obecně ve všech malých firmách.

Proti očekávání neprojevili ani průměrný zájem o sociálně profilované vzdělávací programy obeslaní manažeři z politických stran, odborových ústředí, církví a občanských sdružení. S vyšším než průměrným zájmem jsme se setkali v rámci armády a policie a dokonce i v soukromých bezpečnostních agenturách. Z hlediska regionů je vcelku pochopitelně vyšší zájem o nabízené vzdělání v Praze, ale také v ostravském regionu. Zájem pražských respondentů je dán strukturou a charakterem pražských institucí a organizací. Zájem, který byl zjištěn v regionu nejvzdálenějším od Prahy si hypoteticky vysvětlujeme vyšší mírou nezaměstnanosti v daném regionu, která pravděpodobně motivuje kvalifikační a rekvalifikační aktivity.

Jaký je motiv zájmu o vzdělávání?

Nejen návratnost dotazníků, ale i způsob jakým respondenti odpovídali a konstruovali sobě „na míru“ vzdělávací programy z poměrně široké škály předložených (nebo i respondentem doplněných) sociálních disciplín a předmětů, ukazuje na značný zájem o vzdělávání. Motivací je nejčastěji vnitřně pociťovaná potřeba doplnit si znalosti. Druhým nejfrekventovanějším motivem zájmu o vzdělávací programy je záměr doporučit jejich absolvování podřízeným. Okrajovými motivy je tlak „shora“ - doporučení či rozhodnutí nadřízených - nebo naopak tlak „zdola“ - zájem podřízených o vzdělávání. Zdá se, že vztah ke vzdělávání řídících pracovníků a specialistů působících v sociální sféře se zásadně změnil. V minulosti běžný „účel“ vzdělávání spočívající v možnosti zbavit se nepohodlného pracovníka nebo naopak v možnosti pracovníka zbavit se na čas podniku, nadřízeného apod., byl vytěsňen snahou zvýšit svou „pracovní tržní hodnotu“. Objevil se však i nový motiv, který jsme pracovníce nazvali „překlenovací“ a který spočívá ve snaze studiem překlenout bouřlivé období personálních aj. změn na pracovišti (zvláště časté

v armádě.) Jinou motivační modalitou je snaha novým certifikátem o absolvování určité formy postgraduálního univerzitního studia „zakrýt“ diplom z některé mírně řečeno neprestižní vysoké školy (VŠP ÚV KSČ, VŠ SNB, VPA KG).

O jaké předměty je zájem?

Jádrem průzkumu a jeho marketingově nejcennější částí bylo zjišťování zájmu o konkrétní vzdělávací okruhy, předměty a problémy. K tomu bylo zkonstruováno pět baterií otázek s celkem 45 znaky. Každý znak představoval určitý stručně specifikovaný předmět nebo problémový okruh. Použitý indikátor byl zkonstruován dvoustupňově: nejdříve byla zpracována značně široká paleta předmětů a okruhů, které tvoří základní otázky, které si klade současná obecná i aplikovaná sociologie, psychologie, politologie a ekonomie, samozřejmě včetně všech příslušných hraničních a multidisciplinárních oborů a témat jako je např. marketing, management, public relations, sociální psychologie, ekologie, personalistika aj. Shromáždili jsme více než stovku relevantních a v rámci uvedených základních oborů reprezentativních tematických bloků (předmětů), které jsme postupně redukovali (slučovali příbuzné předměty, vyřazovali příliš speciální témata apod.) až jsme dospěli ke zmíněným 45 předmětům, které byly použity při konstrukci dotazníku.

Preference jednotlivých předmětů respondenty byla sledována pomocí „klasické“ čtyřstupňové škály (++ , + , - , --) bez středové „neutrální“ hodnoty. Hodnota „+“ byla verbálně popsána jako „předměty, které by respondent do programu rozhodně zařadil“ a numericky ji byla přiřazena „1“. Hodnota „+“ znamenala „předměty, které by respondent uvítal jako doplňkové“ a byla ji přiřazena „2“. Hodnota „-“ označovala předměty, které by v programu nemusely podle mínění respondenta být a odpovídala ji „3“. Hodnota „--“ sloužila k označení předmětů, které respondent považoval za zcela zbytečné a odpovídalo jí číslo „4“. Dále uváděný přehled nabízí průměrné hodnoty preferencí jednotlivých předmětů. Výsledky podrobnější analýzy preferencí (především jejich korelace s identifikačními znaky a faktorové analýzy bloků

uvedených předmětů) se pokusíme přiblížit jen v obrysech. Zájemce o podrobnější interpretace a data odkazujeme na závěrečnou zprávu šetření (Kabátek A., Havlová J.: Vzdělání a sociální management. FF UK Praha 1994).

Přehled nabízených předmětů a jejich preference respondenty:

(Předměty v rámci skupin jsou seřazeny podle preference - „sily poptávky“

Legenda: 1 = ++, 2 = +, 3 = -, 4 = --)

Předmět	Průměr
<i>I. skupina - základy sociálních věd</i>	
Základy psychologie	1,50
Základy ekonomie	1,72
Základy sociologie	1,75
Základy politologie	2,65
<i>II. skupina - sociálně ekonomické otázky</i>	
Personální management	1,52
Sociologie a psychologie managementu	1,80
Trh práce a jeho ovlivňování	2,11
Problémy profesní adaptace	2,14
Strategie úspěšného podniku (podnikání)	2,14
Management ve státní správě, školství ap.	2,18
Public relations, „company image“	2,19
Marketing	2,24
Sociologie a psychologie reklamy	2,67
Sociální souvislosti chudoby a bohatství	2,70
Management průmyslového podniku	2,84
Management ve sféře obchodu a služeb	2,89
Management v politice	3,16
<i>III. skupina - sociálně právní a politické otázky</i>	
Sociální konflikty a jejich regulace	1,92
Právní principy moderního státu a občanství	2,26
Sociologie regionu, města, místních společenství	2,29
Sociální patologie (delikvence, narkomanie ap.)	2,53
Vyjednávání mezi odbory a zaměstnavateli	2,39
Problém svobody člověka v moderní společnosti	2,68
Zakládáme organizaci, právní a sociálně ekonomické principy	2,80
Nacionalismus a etnické menšiny	3,05

Předmět	Průměr
<i>IV. skupina - sociálně psychologické a sociokulturní otázky</i>	
Předpoklady úspěšné komunikace	1,39
Osobnost, kreativita, asertivita a efektivní jednání	1,35
Psychická zátěž a udržování psychické kondice	1,75
Sociologie výchovy a vzdělávání	2,05
Sociální politika a sociální práce	2,11
Otázky vzdělávání dospělých (andragogika)	2,24
Pravidla společenského chování (etiketa)	2,28
Změny životních stylů v soudobé společnosti	2,41
Ekologie - problém vztahu kultury a přírody	2,47
Osobnost, elity a davy v (post)moderní společnosti	2,60
Problémy handicapovaných (staří lidé, invalidé ap.)	2,62
Rodina v současné české společnosti	2,67
Komunikační média a (post)moderní kultura	2,75
<i>V. skupina - metody a techniky sociálního výzkumu</i>	
Metody testování osobnosti (pracovníka)	1,68
Metody sociálního výzkumu podniku (instituce)	2,27
Výpočetní technika v sociální sféře	2,29
Výzkum trhu, zákazníka, klienta	2,31
Sociometrický výzkum skupin	2,42
Výzkum veřejného mínění	2,64
Výzkum volebního chování	3,20

Na tomto místě nelze interpretovat všechny zjištěné korelace, ale můžeme alespoň uvést pořadí identifikačních znaků, z hlediska jejich vlivu na diferenciaci preferencí. Nejsilněji diferencuje respondenty (přesněji jejich preference) resort a typ instituce či organizace. Nejslabším intervenujícím znakem je věk respondenta:

Pořadí identifikačních znaků podle diferenčního účinku na preference výše uvedených předmětů

1. Resort, odvětví
2. Typ organizace, instituce
3. Funkce, pozice v organizaci
4. Region
5. Charakter vzdělání (ekonomické, technické, humanitní, přírodovědní)
6. Charakter práce (strategické řízení, konzultační činnost, marketing atd.)
7. Úroveň vzdělání
8. Věk

Vzhledem k tomu, že nelze podrobněji popisovat zjištěné difference preferencí (které nám umožní vytvořit vzdělávací modely pro jednotlivé socioprofesionální skupiny) omezíme se alespoň na konstrukci „většinového respondenta“ a stručně popíšeme jeho osobu a vzdělávací zájem:

a) „Většinový respondent“ náleží k věkové kategorii 36-45 let, je absolventem VŠ (humanitního) studia. Zpravidla je statutárním zástupcem organizace, v jeho působnosti převažuje strategické řízení zvláště úseku lidských zdrojů, řešení sociálních otázek a vzdělávání. Nejčastěji je zaměstnán u rozpočtové a příspěvkové organizace, v resortu státní správy (úřady práce apod.), ale ani práce v ziskové organizaci (v průmyslovém, stavebním aj. podniku) není výjimkou. „Většinový respondent“, který preferuje dále stručně charakterizovaný vzdělávací program, má dvě modalit: „správní“ (specialista-zaměstnanec státních úřadů a institucí, jejichž činnost je orientována především na hospodářskou sféru) a „provozní“ (manager-zaměstnanec ziskové hospodářské organizace). O vzdělávací programy má zájem, který vyplývá z vnitřní potřeby rozšiřovat si znalosti, a proto také je ochoten se na financování svého studia podílet.

b) „Většinový respondent“ preferuje vzdělávací program, který je kombinací korespondenčního studia a skupinových konzultací (krátkodobých 2-5denních soustředění) v celkovém rozsahu asi 200 hodin výuky, tj.

v délce 2-3 semestrů. Přednášky zahraničních odborníků sice vítá, ale požaduje jejich tlumočení. (Účelnější proto bude pořizovat překlady referátů, časopiseckých a knižních publikací zahraničních autorů - nejlépe ve formě antologií - a „živá“ vystoupení organizovat spíše jen z důvodu motivace jazykového vzdělávání posluchačů.)

- c) Uvažovaný „většinový respondent“ v programu preferuje základy sociálních věd (základy psychologie, ekonomie a sociologie, malý zájem má o politologii). Nejžádanější jsou sociálně psychologické předměty - psychologie a sociologie osobnosti ve vztahu k rozvoji schopností efektivně komunikovat a kooperovat v (profesní) skupině a ve vztahu k udržování či zlepšování psychické a sociální zdatnosti a odolnosti. Druhou nejžádanější skupinu předmětů tvoří sociálně ekonomické otázky, které se týkají dvou hlavních problémů: 1) řízení a podnikání (sociologie a psychologie managementu, personální management, strategie úspěšného podnikání) a 2) problematiky pracovních sil či zdrojů (trh práce a jeho ovlivňování, problémy profesní adaptace). Slabý zájem byl zjištěn nejen obecně o politologické předměty (předměty z oblasti politické sociologie), ale i o konkrétní politická témata. Výjimkou je předmět „Sociální konflikty a jejich regulace“, který kromě pracovníků státní správy, odborů aj. společenských sdružení preferují i další skupiny respondentů (mimo jiné i podnikový top management). Pokud jde o vzdělávací poptávku ve sféře výzkumných metod největší zájem je o metody testování osobnosti (personalisticky orientované osobnostní testy, sociometrická šetření apod.) a metody sociálního výzkumu podniku.

Kromě „většinového respondenta“ existují početně nepříliš velké, ale svým zájmem vyhraněné skupiny respondentů: takovou skupinou jsou např. zájemci o politicky a sociálně právně koncipovaný typ studia, kteří se rekrutují ze státní správy, odborů a dalších státních a především nestátních (nonlukrativních) organizací. Dále byla indikována skupina respondentů, kteří se zajímají o jinak nepříliš žádané otázky sociokulturního

zaměření (problematika vztahu kultury a přírody, vzdělávání, rodiny, sociální práce a sociální patologie, handicapovaných lidí apod.) Tato skupina potenciálních zájemců o studium pochází ze školství a sociálních služeb, podskupinou jsou respondenti z armády a policie, kteří ovšem sdílí i některé znaky „manažersky“ orientovaných respondentů ze státní správy. Z hlediska orientace výraznou i když počtem spíše marginální skupinou jsou lidé orientovaní na trh, zákazníka či klienta (reklama, public relations, company image). Rekrutují se z těch, kteří se považují za konzultanty a kteří více či méně nezávisle pracují ve vztahu k podnikovému a státnímu managementu.

Jak jsme již naznačili, základní otázkou účasti v rámci rekvalifikačního, inovačního, specializačního či jiného studia není otázka finanční. Prostředky na kvalifikační růst jsou podniky a instituce ochotny poskytnout. Krom toho více než polovina (56,2 %) respondentů vyjádřila ochotu podílet se na nákladech studia společně se zaměstnavatelem a téměř desetina by jich byla ochotna si studium plně hradit z vlastních příjmů (v tomto případě se však většinou jedná o soukromé podnikatele).

Pravděpodobnost úspěchu?

Výsledky uskutečněného průzkumu umožňují souhrnně odpovědět na otázku, zda a s jakou nadějí na úspěch je u nás možno podnikat ve vzdělávání a to mimo oblasti prověřené, jakými jsou např. jazykové či computerové kurzy, finanční a právní vzdělávání apod. Vzdělávání v oblasti sociálních věd rozhodně nepatří mezi ty, o nichž bychom předem a s jistotou chtěli ještě nedávno cokoli tvrdit. Budeme-li data našeho průzkumu považovat za dostatečně reprezentativní a validní můžeme říci, že i v této oblasti lze s úspěchem podnikat. Žádná instituce ani jednotlivec na tom pravděpodobně nezbohatne, ale za úspěch lze považovat i „přilepšení“, které taková aktivita skýtá např. vysokoškolskému pracovišti a jeho učitelům nehledě již k prezentaci sociologie a dalších sociálních věd na veřejnosti.

Vzhledem k tomu, že finanční stránka nehraje při rozhodování se o dalším vzdělávání určující roli, můžeme definovat podmínky úspěchu na trhu vzdělávacích pro-

gramů pouze dvěma faktory: Za prvé schopností tvorby programu, který bude reflektovat reálné potřeby potenciálních zájemců, jimž bude adresně (nikoliv všeobecně a plošně) adresována vzdělávací nabídka. Druhým faktorem je nalezení schopných učitelů a vytvoření fungujícího a finančně nenáročného systému korespondenčního studia. Na otázky prvního faktoru se pokusil odpovědět realizovaný průzkum. Na otázky, které se týkají

druhého faktoru se pokoušíme odpovídat průběžně při přípravě a organizaci rekvalifikačních, specializačních a inovačních forem studia sociálních věd pro absolventy vysokých škol. O poznatky z prezentovaného průzkumu i o naše zkušenosti z již uskutečněných vzdělávacích programů se rádi podělíme s těmi, kteří sledují obdobné cíle.

Aleš Kabátek, Jitka Havlová

„Industrial Relations“ na katedře sociologie FF UK

V letním semestru 1994 rozšířila katedra sociologie FF UK svůj studijní program o novou volitelnou jednosemestrální aplikaci zaměřenou na problematiku „Industrial Relations“. Tento zvláště v západní Evropě již pevně zakotvený interdisciplinární obor se zabývá problematikou institucionalizace industriálních vztahů na úrovni státu i organizací, trhu práce, kolektivního vyjednávání, participace zaměstnanců, pracovních konfliktů.

Přechod postkomunistických států na tržní mechanismus a s ním spojené změny v oblasti industriálních vztahů podnítily vědeckého pracovníka Institutu aplikovaných společenských věd z Univerzity v Nijmegen v Nizozemí, H. Moerela, zorganizovat v rámci projektu TEMPUS dvouletý projekt zaměřený na rozvoj výuky „Industrial Relations“ v některých zemích bývalého východního bloku. Kromě pomoci ze strany západoevropských partnerů z univerzit v Bielefeldu, Nijmegen a Warwicku při sestavení výukového programu, výškolení učitelů v rámci týdenních seminářů na výše zmíněných univerzitách bylo hlavním cílem vydání mezinárodní učebnice, plánované na květen 1994.

Tato učebnice má kromě obecného úvodu do problematiky industriálních vztahů (v západoevropských zemích hovoříme spíše o pracovních, případně zaměstnaneckých vztazích vzhledem k poklesu významu průmyslu) poskytnout přehled o současném stavu této problematiky v Bulharsku, České republice, Maďarsku, Nizozemí, Polsku, SRN a Velké Británii. Také v šesti kapitolách věnovaných jednotlivým tematickým okruhům je uplatně-

no především srovnávací hledisko v mezinárodní i historické perspektivě. Tento přístup si vyžádal především od autorů z postkomunistických zemí studium současné situace v oblasti, ve které došlo k radikálním změnám a která alespoň u nás není dosud systematictěji zkoumána (v Polsku a Maďarsku jsou na tom v tomto ohledu mnohem lépe).

Zjednodušeně řečeno, studium „Industrial Relations“ (zde je třeba poznamenat, že počítáme s orientací na problematiku zaměstnaneckých vztahů obecně, protože zaměření na průmysl již neodpovídá současným mezinárodním trendům, a že ustálení pojmového aparátu je také jedním z cílů projektu) zahrnuje studium způsobu, jímž jednotliví účastníci - zaměstnavatelé, zaměstnanci a vláda v rámci vzájemných vztahů vyvíjejí vlastní normy a pravidla pro regulaci oblasti práce.

Čistě pedagogické zaměření projektu TEMPUS bylo tak z důvodů získání a zpracování aktuálních informací nutně rozšířit o výzkumnou složku. V případě našeho pracoviště jsme k tomuto účelu částečně využili granty Akademie věd ČR a Univerzity Karlovy tematicky orientované na „Industrial Relations“ v průběhu transformace českých podniků (odpovědný řešitel dr. J. Buriánek). Nelze opomenout spolupráci s dr. Kuchařem z ISS FSV UK a dr. Hrádeckou a dr. Vláčilem ze Sociologického ústavu AV ČR, kteří se v současnosti také věnují zkoumání industriálních vztahů.

Cílem výuky „Industrial Relations“ na naší katedře je poskytnout studentům úvodní přehled problematiky, která v mnoha směrech překračuje hranice sociologie a která zároveň vykazuje značné perspektivy v oblasti aplikační. K zavedení této disciplíny u nás by