

tanika i njihova pozitivnog stava prema abortusu i eutanaziji naglašava tezu prisustva procesa sekularizacije i privatizacije religije. Barbara Theriault razmatra stavove katoličke i evangeličke crkve o društvenoj situaciji u Njemačkoj Demokratskoj Republici kroz njihove principe, strategije i argumente koje su u tom periodu koristili. Marjan Smrke promatra revitalizaciju religije i jačanje njezine društvene uloge kroz ideju širenja društvene i religiozne mimikrije, tj. kroz prikaz lošeg položaja crkve radi zadržavanja privilegirane pozicije u društvu. I dok Anka Marinović-Bobinac razmatra dimenziju religijskog znanja među populacijom odraslih u Hrvatskoj, Keishin Inaba razmatra odnos altruizma i religije, a pogotovo altruističke motive određenih religioznih djelovanja.

U poglavlju "Religija u novoj Europi" analizira se uloga religije u perspektivi europskih integracijskih procesa. Reinterpretacija devetog članka Europske konvencije o ljudskim pravima i slobodama Europskog suda za ljudska prava i njen mogući utjecaj na odnos crkve i države u postkomunističkim zemljama prikazuju James Richardson i Alan Garay. Tekst Aleša Črniča bavi se, na primjeru Slovenije, različitim definicijama religije i različitim pozicijama određenih društvenih protagonista, što može imati konkretne posljedice na aktivnosti manjih religijskih zajednica. Stavovi katoličke crkve u Poljskoj i Češkoj prema Europskoj uniji i integracijskim procesima, kroz specifične djelatne procese (poput pluralizma, liberalizma ili modernizacije), analizira Katarzyna Leszczyńska, dok Lucian Leustean istražuje proces stvaranja nove Europe i ulogu religijskih zajednica u njemu.

"Adaptacija i/ili transformacija: religiozni i eklezijalni pokreti" posljednje je poglavlje, koje se bavi novim religijskim i crkvenim pokretima. Imajući u vidu nove trendove primjenjive na osnovne oblike religioznosti (tradicionalna crkvena religioznost, religioznost sekta i religioznost *new agea*), Tadeus Doktor testira teorije kojima su interes posljedice modernizacije, tržišni model i teorija nevidljive religije. Stipe Tadić i Vine Mihaljević bave se temom eklezijalnih pokreta unutar Katoličke crkve u Hrvatskoj, koja do

sada nije bila istražena. Zadnji tekst Pétera Töröka metodološke je prirode i raspravlja probleme sakupljanja podataka o novim religijskim pokretima, problema koji je bio prisutan u bivšim komunističkim zemljama.

Velik broj pristupa religijskom fenomenu naznačenih u knjizi, naglašava dinamiku i značaj sociologije religije u objašnjenju društvenih promjena, kako u postkomunističkim zemljama i njihovoj novoj zbilji, tako i kroz nove interpretacije koje omogućava komparativni pristup religijskim fenomenima postkomunističkih zemalja i zapadnih zemalja stabilne demokracije. Stoga povećani interes sociologa religije za postkomunističke zemlje ne predstavlja iznenađenje, nego pragmatični pristup "eksperimentalnom području" postkomunističkih zemalja, koji omogućava nove spoznaje vezane uz kompleksnost religijskih fenomena u globalnim okvirima. Intrigantne analize na osnovi empirijskih podataka i preglednost korištene literature u ovoj knjizi dio su tih nastojanja, o kojima nova istraživanja religioznosti moraju voditi računa.

Goran Goldberger

David Hesmondhalgh

THE CULTURAL INDUSTRIES

Sage Publications, London Thousand Oaks
New Delhi, 2002, 288 str.

Tijekom posljednjih nekoliko godina unutar istraživanja kulturne i medijske proizvodnje pojavio se i pojačani interes za proučavanje područja kreativnih i kulturnih industrija. Ne samo da to proizlazi iz primjetnog porasta utjecaja proizvoda kulturnih industrija u našoj svakodnevnici (npr. medija, filmova, novina itd.), nego je njihov utjecaj sve veći i na poslovnom planu. Po podacima Svjetske banke iz 2003 (UNCTAD, 2004:3)

“procijenjeno je da na kreativne industrije otpada više od sedam posto svjetskog bruto društvenog dohotka, a da će njihov godišnji rast iznositi u prosjeku 10% na godinu” (PriceWaterhouseCoopers, 2003). Iz tih je razloga vrlo važna pojava knjige *Kulturne industrije* Davida Hesmondhalgha, koja naglašava važnost i utjecaj kulturnih a time i kreativnih industrija, predstavljajući njihov ubrzani razvoj tijekom posljednjih dvadesetak godina.

Autor David Hesmondhalgh predavač je sociologije i medijskih studija na Fakultetu društvenih znanosti, The Open University, London, Velika Britanija. Njegovi primarni istraživački interesi koncentrirani su oko kulturne i medijske proizvodnje, a kruna njegovih istraživanja na tom području rezultirala je ovdje prezentiranim knjigom *Kulturne industrije*. Ovim radom Hesmondhalgh želi pokazati što se dogodilo s kulturnim industrijama tijekom godina – kakve su njihove promjene, postoje li neki kontinuiteti unutar samog područja, kako se razvija njihova kreativnost te kolika je zapravo moć kulturnih industrija. Hesmondhalgh u svojoj analizi kombinira više istraživačkih pristupa od čega u njegovu radu najviše dominira onaj političke ekonomije, koji on kombinira s aspektima sociologije, kulturalnih studija, komunikacijskih studija i socijalne teorije.

U uvodnom dijelu knjige, autor iznosi prikaz razvoja termina kulturnih industrija. Sam nastanak pojma *kulturna industrija* vezan je uz jedno poglavlje knjige *Dijalektika prosvjetiteljstva* (1977/1944). U tom se djelu Adorno i Horkheimer koriste pojmom *kulturna industrija* da bi označili (za njih negativnu) pojavu standardizacije svih oblika proizvodnje, pa tako i standardizacije područja kulture. Poslije su taj termin preuzeli francuski sociolozi (Miège i suradnici), a populariziran je putem debata o kulturnim politikama vezanima za UNESCO krajem sedamdesetih i početkom osamdesetih godina. Kulturne industrije podrazumjevaju vrlo široku lepezu područja, a pod ključnim kulturnim industrijama Hesmondhalgh podrazumijeva reklamu i marketing, radijsku i televizijsku industriju, zatim filmsku industriju, internet, glazbenu industriju, izdavaštvo (bilo klasično

ili internetsko), te videoindustriju i kompjuterske igre. Dakle, ono što povezuje sva ta područja jest činjenica da je tip proizvodnje kulturnih proizvoda (tj. kako ih Hesmondhalgh naziva – *tekstova*) unutar tih područja, industrijske prirode.

Knjiga je podijeljena na dva ključna dijela, od kojih je prvi posvećen analitičkim okvirima u kojima je dosada promatran pojam kulturnih industrija, dok je drugi dio knjige posvećen analizi promjena i kontinuiteta unutar samih kulturnih industrija. Tako se u prvom dijelu autor bavi predstavljanjem različitih pristupa području kulture te kako se unutar njih procijenjene i objašnjene kulturne industrije. U razmatranju zašto su kulturne industrije važne on polazi od tri ključne postavke: prva je da kulturne industrije stvaraju i cirkuliraju tekstove, zatim da kulturne industrije upravljaju kreativnošću, te da su kulturne industrije agensi ekonomske, socijalne i kulturne promjene. Nakon toga nam pokušava predstaviti najbolju soluciju za proučavanje područja kulturnih industrija i pri tome izlaže nekoliko različitih pristupa – pristup ekonomije kulture, političke ekonomije, sociologije kulture, medijskih studija, te kulturalnih studija. Autor kaže da za proučavanje kulturnih industrija svaki od tih pristupa ima svoje i pozitivne i negativne strane, ali po njemu se među njima najviše ističu pristupi političke ekonomije i kulturalnih studija, među kojima se stvorila nepotrebna dihotomija. Njih spominje zato što kulturalne studije u analizi odnosa kulture i društvene moći vidi ključnima, dok je s druge strane politička ekonomija dala važne doprinose u analizi odnosa moći i kulturne proizvodnje. Hesmondhalgh smatra da za to da bi se pravilno analiziralo područje kulturnih industrija treba uzeti u obzir oba ta teorijska iskustva – tj. strategija koju on koristi jest tip pristupa specifičan političkoj ekonomiji, pri čemu koristi neke aspekte empiričke sociologije kulture, komunikacijskih studija i kulturalnih studija. Nakon što je iznio pristupe području, Hesmondhalgh pokušava ocijeniti trenutačno stanje kulturnih industrija, i to ne samo vezano uz njihov međunarodni utjecaj, nego i o njihovu suodnosu sa strukturama moći kompanija pod čijim su vlasništvom.

Međutim, ono što autora najviše intrigira jest pitanje zašto se u posljednjih dvadesetak godina situacija u kulturnim industrijama toliko promijenila te što je potaknulo takve promjene. Autor prvo analizira eksterne razloge koji su tomu doprinijeli – oni su u tom slučaju trostruka karaktera: tehnološki, ekonomski i kulturni, pri čemu trebamo uzeti u obzir povezanost sva ta tri polja da ne bi upali u neki od determinizama. Glavna dinamika koja se dešava u kulturnim industrijama u posljednjih dvadesetak godina vezana je uz visoke nivoe rizika koje susrećemo u kulturnim industrijama; visoke proizvodnim troškove a niske troškove reprodukcije; svjesnost o polujavnim dobrima i potrebi umjetnog stvaranja nestašice, te problematičnosti potrebe za kontrolu proizvodnje i cirkulacije proizvoda i protiv takvih kontrola. Svi ti problemi proizlaze iz poteškoća vezanih uz menadžeriranje (upravljanje) kreativnošću i informacijama, koji po prirodi zahtijevaju veću slobodu odlučivanja i protoka informacija. Unutar analize tih problema autor nadaje pitanje povećanog utjecaja multinacionalnih kompanija na područje odlučivanja i kreativnosti unutar kulturnih industrija i time otvara jedno od gorućih pitanja koje se provlači kroz cijeli taj rad.

Nakon što je u prvom djelu definirao i mapirao područje interesa, u drugom dijelu knjige autor istražuje kakve su se promjene dogodile unutar kulturnih industrija, te možemo li primijetiti određeni kontinuitet koji se očituje na tom području. Na početku drugog dijela kroz poglavlje “*Policy: Promjene u zakonima i regulativama*” autor polazi od analize promjena vezanih uz pitanja pravne legislative – tu se dotiče uvijek aktualna pitanja utjecaja države na kulturu, a potom se dodiruje i pitanja odnosa kulture i tržišta. Kompleksna pitanja o odnosu ta tri područja (kulture, države i tržišta) autor problematizira kroz analizu medija (prvenstveno televizije). Tako prezentira razlike između četiri vala marketizacije medija i telekomunikacija od početka osamdesetih do kraja devedesetih, koji su prvenstveno proizašli iz promjena u medijskim politikama vlada. Tendencija prema sve većoj marketizaciji kulturnih industrija, sve većem broju ustupaka medij-

skim konglomeratima, neke su od važnih promjena nastalih na sceni. Jakim pritiscima neoliberalnog tipa marketizacije nastalom osamdesetih i devedesetih sve teže se opiru i javni radio i televizija. Otpor tim modelima dakle prisutan je i na strani vlada i na strani civilnih aktivista, naglašava autor.

Jedno od ključnih pitanja kojeg se Hesmondhalgh dotiče u svom djelu jest pitanje vlasništva nad kulturnim industrijama. Pri razmatranju tog problema unutar poglavlja “Vlasništvo, organizacija i kulturni rad” on analizira razvoj medijskih korporacija tijekom osamdesetih i devedesetih godina. Promjene nastale unutar javnih politika prema sve većoj marketizaciji dovele su do noviteta tijekom osamdesetih – ne samo za kulturne radnike nego i za potrošače – kulturne industrije sve se više shvaćaju kao prostor poslovnog ulaganja. Unutar tog novog fenomena javljaju se i nove strategije razvoja korporacija, a to su konglomeracija i (vertikalna i horizontalna) integracija.

Tendencija rasta korporacija nastavila se i tijekom posljednjih godina pa je sve jači trend stvaranja megakorporacija. Uzmimo tako za primjer (2002:137) da šest najvećih kulturnih industrija – AOL Time Warner, Walt Disney, Viacom, Vivendi Universal, Bertelsmann, News corp (po podacima iz 2001) – donose godišnju dobit od deset milijardi dolara. Pri tome trebamo uzeti u obzir kako pri procesima konglomeracije te pojavom novih tehnologija dolazi do konvergencije različitih medija. Mnoge male kompanije postaju dijelovima većih ili se povezuju s njima kroz mreže i međusobnu zavisnost proizašle iz gorespomenute konvergencije. Valja naglasiti da je ključna nova sfera ulaganja i razvitka kulturnih industrija područje marketinga koje djeluje unutar sfera kulturnih industrija. Na njega otpada većina novca uloženog u neki proizvod i upravo je zbog toga predmet sve većih kritika.

Sljedeći gorući problem kojega se Hesmondhalgh dotiče jest problem medijske koncentracije, što je središnja potka radova teoretičara liberalnopluralističkih komunikacijskih studija te također u pristupima političke ekonomije. Od tih autora Hesmondhalgh izdvaja Bena Bagdikiana i njegovo dje-

lo *Media Monopoly*, koje je bilo jedno od prvih djela koje se dotaklo pitanja medijske koncentracije, premda bi se njegovoj početnoj metodologiji iz 1983, kada je izašlo prvo izdanje, moglo dosta toga prigovoriti. Hesmondhalgh smatra da bi se analizi medijske koncentracije trebalo pristupiti pažljivije, postavljajući događaje u neke povijesne okvire. Isto tako on smatra da je dosta teško pokazati (metodologijom korištenom do sada) da je medijska koncentracija porasla od sredine sedamdesetih godina, a pogotovo je teško pokazati uolikoj mjeri koncentracija djeluje na medijsku raznolikost.

Međutim promjene nisu nastale samo na području vlasništva, one su se dogodile i na području organizacije i rada unutar kulturnih industrija. Howard Davis i Richard Scase npr. tvrde da se dogodila promjena u organizacijskom obliku kulturnih industrija te u skladu s time nude četverostruku veberovsku podjelu idealtipske kulturnoindustrijske organizacije. Unutar njihove podjele kulturnoindustrijske organizacije se dijele na ove: komercijalne birokracije, tradicionalne/karizmatičke organizacije, kulturne birokracije, te mrežne organizacije, pri čemu je naglašena tendencija opadanja tradicionalnog tipa organizacije tijekom devedesetih godina. Hesmondhalgh se ne slaže u potpunosti s njihovom kategorizacijom, on smatra da je tijekom devedesetih kontrola unutar tih organizacija oslabjela, ali ne u potpunosti prema mrežnoj strukturi, nego više prema koordinaciji. Što se tiče pozicije radnika unutar organizacija kulturnih industrija, kao što je napominjao Mičge, broj potplaćenih radnika unutar kulturnih industrija raste sve više – oni u zamjenu za kreativnu autonomiju pristaju raditi za niže plaće pod otežanim uvjetima.

U sljedećem poglavlju autor se bavi već dotaknutim problemima internacionalizacije, globalizacije i kulturnog imperijalizma – ovdje na nešto detaljniji način nego u prethodnim poglavljima. Prvotno naglašava problematičnost samih termina, a pogotovo konfuziju vezanu uz termin globalizacije, kroz koji je pojam kulture proučavan nešto rjeđe. Teorija globalizacije u tom je smislu nedostatna, smatra Hesmondhalgh, jer ipak

ne ostavlja dovoljno prostora za naglasak na snazi utjecaja pojedinih korporacija, te se ne bavi dovoljno ekonomskim i kulturalnim aspektima internacionalne nejednakosti. S druge strane, bez obzira na teškoće u konceptualizaciji pojma kulturnog imperijalizma, pri analizi filmskih, televizijskih i diskografskih industrija, ne može se poreći velik utjecaj koji imaju Sjedinjene Države. Njihov je utjecaj evidentan iz analiza na području globalnih nejednakosti u kulturnom prestižu i ekonomskom profitu. No bez obzira na tu činjenicu, Hesmondhalgh se ne slaže sa simplificističkim tezama o jednostranom utjecaju američkih i evropskih kulturnih industrija na ostale zemlje. Dapače, naglašava preokrete u kulturnim gibanjima: kao primjer daje televizijske kompanije Globo i Televisa iz Latinske Amerike, koji dominiraju na lokalnim tržištima, a šire se i na globalnom nivou. Također ističe primjere indijske te hongkonške filmske industrije, koje postaju sve jače na tzv. geokulturnim tržištima. Hesmondhalgh se zalaže za upotrebu termina *geokulturno tržište*, za razliku od geolingvističkog, jer smatra da je potonje previše ograničavajuće. Nakon analiza tih primjera Hesmondhalgh zaključuje da ni teorija kulturnog imperijalizma kao ni globalizacijska teorija nisu dovoljno jake da objasne sve prostorne i geografske promjene koje su se dogodile u kulturnim industrijama diljem svijeta. Za bolju konceptualizaciju on predlaže detaljniju analizu svake od tih industrija.

U daljnjoj analizi kulturnih industrija kroz poglavlje “Novi mediji, digitalizacija i konvergencija” autor naglašava važnost pojave novih medija, razvoja digitalizacije te njihove konvergencije unutar proučavanja promjene i kontinuiteta kulturnih industrija. Njihov utjecaj na transformaciju toga područja od velike je važnosti – sam napredak digitalizacije u vrlo je kratku vremenu u potpunosti promijenio način kulturne proizvodnje, a s time stvorio i niz novih tema (i problema) vezanih uz pitanje originalnosti, autorskih prava te daljnjeg razvoja kreativnosti. Digitalne mreže, internet i WWW proizveli su niz novih načina komuniciranja, ali su još daleko od utopijskih zamisli o potpunoj transformaciji društvenog života kakve su

imali mnogi futurolozi. Kada si je poslovni svijet otkrio internet, nastupila je njegova posvemašnja komercijalizacija, i bez obzira na to što se u njemu mogu naći *drugачiji* svjetovi, i što su kreirani novi načini komuniciranja putem novih tehnologija, njihov komercijalni aspekt ipak je najrašireniji. U svjetlu toga Hesmondhalgh vidi i razvoj konvergencije novih tehnologija; smatra da će u bliskoj budućnosti najveći razvoj imati digitalna televizija kao najrealnija mogućnost za razvoj konvergencije jer je najdominantnija kao medij (prvenstveno zbog pristupačnosti). Ostale mogućnosti vezane uz konvergenciju čine se još daleke, pogotovo kada uzmemo u obzir kako su te nove tehnologije dostupne malenu broju ljudi – pitanje dostupnosti jedno je od ključnih pri razmatranju kulturnih industrija.

Posljednje poglavlje, "Tekstovi: Raznolikost, kvaliteta i služenje interesima", bavi se sadržajnim aspektima kulturnih industrija – kao što je već napomenuto, Hesmondhalgh promatra kulturne industrije kao tekstove. Kroz tu vizuru on analizira promjene njihova sadržaja, pri čemu najveću pažnju posvećuje pitanjima raznolikosti i kvalitete. Unutar dosadašnje kulturne analize, smatra autor, pitanje homogenizacije kulturnih industrija uzimano je zdravo za gotovo bez adekvatne analize kako sadržaja tako ni tekstova kulturne produkcije. U vezi s problemom homogenizacije za nas bi bila zanimljiva njegova oštra kritika nekih od Castellsovih teza iz djela *Uspón umreženog društva* (1996). On tako piše da Castellsove vizije društvenih promjena leže na vrlo tankim osnovama: npr. on do sveukupne vizije društvenih promjena dolazi preko zaključaka o homogenizaciji (kroz konvergenciju) kulturne proizvodnje, do koje je u biti došao samo na osnovi analize televizijskih tekstova, tj. da budemo specifičniji: samo na osnovi zaključka o pretapanju žanrova na televiziji. To je samo jedan od primjera kako društvena i kulturna teorija mogu zapasti u zamke futurologije, zaključuje Hesmondhalgh.

Neka od prethodnih poglavlja dala su nam uvid u sve veći rast korporacija kulturnih industrija te porast njihova utjecaja. Kulturne industrije pridonijele su sve većoj ko-

mercijalizaciji i komodifikaciji naših života unutar posljednjih dvadeset godina – reklame su prisutne u našoj svakodnevnici sada više nego ikad dosad. I ne samo to, tekstovi kulturnih industrija promoviranju druge tekstove koji se proizvode unutar jednog konglomerata kulturnih industrija. Kao još jednu promjenu nastalu u posljednjih dvadeset godina autor spominje sve jaču socijalnu fragmentaciju i segmentaciju tržišta kulturnih industrija – kulturni su proizvodi sve više namijenjeni određenom tipu publike. Iz toga nadaje se pitanje – možemo li govoriti o padu kvalitete kulturnih proizvoda? Uzevši za primjer djelo Marka Crispina Millera (1997), američkog političkog ekonomista, autor nam pokazuje da je dosadašnja analiza problema kvalitete kulturnih proizvoda uvelike problematična jer je najčešće osnovna postavka tih procjena ukus onoga koji analizira. To je samo još jedan od primjera kojima unutar te knjige Hesmondhalgh naglašava da je prava analiza tog područja još uvijek u povojima. Mora se naglasiti da je taj posljednji nivo proučavanja, nivo sadržaja kulturnih industrija, ujedno najproblematičniji, ali autor smatra da to nije razlog da bi se od njega odustalo.

Knjiga *Kulturne industrije* pokušava nam pokazati za posljednjih dvadesetak godina koje su promjene nastale i koji su kontinuiteti nastali (i ostali) unutar područja kulturne industrije. Autor zaključuje da nije došlo do radikalnih promjena prema nekom novom tipu proizvodnje, ali su se promjene dogodile unutar samog područja kulturne industrije. Ključna promjena koja se dogodila jest pojava međuzavisnosti manjih i većih kompanija koje su povezane u mrežu suodnosa financiranja, licenci i distribucije. U vezi s time veliku igru ima pojava konvergencije novih (i starih) tehnologija te digitalizacija tehnologije. Digitalizacija je tako omogućila mnoge drastične promjene u kulturnoj produkciji i samim time djelovala je na razvoj društvenih promjena, ali je još uvijek zbog svoje skupoće dostupna samo nekim skupinama u određenim dijelovima svijeta. Njen daljnji utjecaj još se treba istražiti i treba uvijek paziti da ga se stavi u kontekst – tehnološki ili kakav drugi reduccionizam treba iz-

bjegavati. Cijelo područje kulturnih industrija, smatra Hesmondhalgh, treba podvrgnuti detaljnoj analizi, koja treba imati i povijesnu perspektivu.

Kao vodič kroz kulturne industrije, knjiga Davida Hesmondhalgha vrlo je važan korak prema adekvatnoj analizi tog područja koje je dosta zanemareno kako u političkoj ekonomiji tako i u sociologiji. Kao što kaže autor, mi još uvijek ne živimo u potpunosti u *informacijskom dobu* ni u *ekonomiji znanja*, ali je utjecaj industrija koje se baziraju na znanju, kreativnosti, informacijama i simbolima svakim danom sve veći i trebamo pravodobno pokušati shvatiti te promjene. Hesmondhalghu se mora zamjeriti što je u svojoj analizi previše ograničen na analizu britanskih i američkih kulturnih industrija, dok se ostalih dijelova svijeta dotiče manje. Također se mora napomenuti da on otvara mnogo više pitanja nego što daje odgovora – jasno je da je nemoguće pokriti sve aspekte jednog tako široka područja u takvu udžbeniku. Ali to ostavlja jednu začudenost kod čitatelja, pogotovo zato što početak knjige počinje posvetom: “Za Helen. Konglomeracija medija, bla, bla, bla...”. Stekne se dojam da autor nije posve spreman suočiti se sa svim dimenzijama toga *bla, bla, bla...*

Jaka Primorac

Ivan Kuvačić

UVOD U SOCIOLOGIJU

Golden marketing, Zagreb, 2004.

Dr. Ivan Kuvačić, dugogodišnji profesor sociologije na katedri za sociologiju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, napisao je originalni udžbenik za uvođenje studenata u studij opće sociologije.

Prof. Ivan Kuvačić objavio je do sada deset knjiga, veći broj rasprava i članaka u

domaćim i međunarodnim stručnim časopisima. Bio je predsjednik Hrvatskog sociološkog društva i član Izvršnog odbora Svjetskog udruženja sociologa, urednik časopisa *Praxis*, aktivni sudionik Korčulanske ljetne škole, voditelj međunarodnog seminara iz sociologije u Interuniverzitetskom centru u Dubrovniku.

Udžbenik *Uvod u sociologiju* ima dva dijela. Prvi dio ima karakter klasičnog udžbenika, pa autor u sedamnaest poglavlja raspravlja o predmetu sociologije, karakteru društva i društvenim tipovima, društvenim sukobima, moći i vlasti, državi i birokraciji, partiji i pokretu, demokraciji i totalitarizmu, otuđenju i postvarenju, marksizmu i psihoanalizi.

Za autora sociologija ima sintetički karakter, a težište je proučavanja na društvenim grupama. Sociologija je istovremeno znanstveno egzaktna rigorozna disciplina i intelektualna životna avantura. Autor je sklon sociološkoj imaginaciji, a protivni se jednodimenzionalnosti modernog pozitivizma i dogmatskog marksizma. Naime, sociologija kao znanstvena disciplina traži empirijsku verifikaciju i pretpostavlja viziju svijeta, koja ne može biti vrijednosno neutralna.

Svako pitanje autor osvjetljava iz različitih teorijskih pogleda. Nema konačnih odgovora. Zapravo, autor stalno raspravlja sa studentima o svim pitanjima. Nije mu stalo da studenti nauče napamet neke definicije, već želi da uoče kompleksnost problema i vrijednost pojedinih predstavljenih teorija. Obilna i raznovrsna građa omogućava plodnu diskusiju u seminarima.

Prof. Ivan Kuvačić navodi četiri glavne metode u sociologiji; to su 1) historijska, 2) komparativna, 3) funkcionalna i 4) dijalektička.

U tekstu autor češće citira K. Marxa, M. Webera, E. Durkheima, G. Simmela, P. Bergera, C. W. Millsa i S. Freuda.

Na kraju svakog poglavlja čitatelji i studenti nalaze relevantnu literaturu stranih i domaćih autora kako bi produbili svoje poznavanje problema.

U drugom dijelu udžbenika profesor Kuvačić objavio je originalni zbornik oda-