

---

УДК 316.334

ББК 60.52

Ш 24

**Д.В. Шаповалов,**

*аспирант кафедры социологии и социальной работы ФГБОУ ВПО «Северо-Кавказский государственный технический университет», тел.8 (8652) 62 53 06, e-mail: shapov-dv@mail.ru*

## **Институциональный и функциональный подходы в социологическом анализе благотворительности бизнеса**

(Рецензирована)

**Аннотация.** Предлагается в качестве методологической основы социологического анализа благотворительности бизнеса использование институционального и функционального подходов, показываются институциональные признаки и функции рассматриваемого феномена.

**Ключевые слова:** благотворительность, благотворительность бизнеса, социальный институт, институциональный подход, функциональный подход.

**D.V. Shapovalov,**

*Post-graduate student of Sociology and Social Work Department of the North Caucasian State Technical University, ph. 8 (8652) 62 53 06, e-mail: shapov-dv@mail.ru*

## **Institutional and functional approaches in the sociological analysis of business charity**

**Abstract.** The paper proposes to use institutional and functional approaches as a methodological basis of the sociological analysis of business charity. The author demonstrates institutional features and functions of the phenomenon under study.

**Keywords:** charity, business charity, social institute, the institutional approach, the functional approach.

В процессе трансформации российского общества, обусловленной переходом экономики страны на рыночные условия функционирования, активно возрождается благотворительность бизнеса как социальное явление, привлекающее внимание ряда социальных и гуманитарных наук. В последнее десятилетие тема благотворительности бизнеса устойчиво присутствует в общественных и научных дискуссиях в нашей стране.

Благотворительная деятельность занимает определенное место в социальной политике современного российского бизнеса. Сегодня многие российские компании выстраивают партнерские отношения с властями разного уровня на поле благотворительной деятельности.

В благотворительные акции последовательно включается средний и малый бизнес, особенно в муниципальных образованиях, где он нередко определяет экономический потенциал территории. Однако участие российского бизнеса в благотворительной деятельности остается весьма неравномерным, что обусловлено рядом обстоятельств. Во-первых, в бизнес-среде отсутствуют единые ориентиры этой деятельности, каждая компания, исходя из собственных интересов, определяет параметры своей благотворительности. Во-вторых, благотворительная деятельность по своей форме и содержанию во многом зависит от того, кем и как эти требования сформулированы, и является ответом российского бизнеса на публичные

---

или латентные требования властей. Все это дает основания говорить о том, что конвенционального подхода к пониманию благотворительности российского бизнеса все еще не выработано.

Социальная деятельность российского бизнеса только начинает становиться объектом пристального и серьезного научного, в том числе социологического, анализа. В последнее десятилетие в России активизировались научные исследования социальной деятельности бизнеса в целом и благотворительной как одной из ее составляющих. Исследователей интересуют эволюция отношений корпораций, общества и государства (С. Перегудов), виды и масштабы социальной поддержки, роль социальных программ в деятельности предприятий (Л. Хахулина), общественные ожидания в отношении корпоративной социальной ответственности (С. Литовченко и др.), влияние социальной политики бизнеса на социальную дифференциацию в обществе (М. Черныш), восприятие социальной роли и социальной ответственности бизнеса различными группами населения (М. Горшков и др.), благотворительность как социально-ролевое взаимодействие (А. В. Петрова), благотворительность как социальный институт и вид социальной деятельности (Е. Ю. Костина), корпоративная благотворительность компаний (Ю. Е. Благов, А. А. Савченко) и др.

Бизнес, который действительно обозначает благотворительность как неотъемлемую социальную составляющую своей миссии и реализует ее на практике, сталкивается с целым рядом барьеров объективного и субъективного характера. Наличие множества таких барьеров обусловлено замедленностью процесса институционализации благотворительной деятельности бизнеса в современной России. Указанное обстоятельство актуализирует социологические исследования процесса институционализации благотворительности современного российского бизнеса.

В социологической интерпретации мы предлагаем рассмотрение благотворительности бизнеса с позиций инсти-

туционального подхода. Обратимся к дефинициям, в которых социологи раскрывают сущность социального института. Я. Щепаньский трактует социальный институт как «...определенную группу лиц, призванных к выполнению дел, важных для совместной жизни» и «...определенные организованные комплексы функций» [1]. Я. Щепаньский выделяет следующие структурные элементы социального института: цель и сферу деятельности института; функции, предусмотренные для достижения цели; нормативно-обусловленные социальные роли и статусы, представленные в структуре института; средства и учреждения достижения цели и реализации функций, включая соответствующие санкции [Там же. С. 98].

Т. Парсонс понимает социальные институты как «особые ценностно-нормативные комплексы, регулирующие поведение индивидов, и в качестве устойчивых конфигураций, образующих статусно-ролевую структуру общества» [2]. Институты в теоретической концепции Т. Парсонса значимы именно в силу того, что они выполняют интегральную функцию. Вся социальная система подразделяется на подсистемы: культурную, личностную и поведенческую. Каждая из подсистем имеет свой тип структурных элементов — институтов. Подсистемы общества образуют иерархию, в которой культуре принадлежит доминирующая роль, так как составляющие ее структурные элементы — ценности и нормы — управляют действиями его членов. Т. Парсонс рассматривал институциональный или функциональный аспект социальных систем как исследование интегральных процессов и структур, с помощью которых отношения между частями этих систем упорядочиваются.

На наш взгляд, для рассмотрения благотворительности бизнеса продуктивным будет использование более широкой трактовки понятия социального института, данной Н. Смелзером и объединяющей, с одной стороны, совокупность нормативно-ценностно обусловленных ролей и статусов, предназначенных для удовлетворения опре-

---

деленных социальных потребностей, и с другой — социальное образование, созданное для использования ресурсов общества в форме интеракции для удовлетворения этой потребности [3]. Следовательно, социальный институт можно представить как комплекс институционализированных обобщенных ролевых показателей, имеющих структурное определяющее значение для указанной системы.

Социологическая традиция в исследовании институтов характеризуется как структурно-функциональная. Согласно этой традиции, каждый отдельный институт выполняет определенные общественные функции, способствует совместной интеграции институтов в институциональную структуру общества и достижению этой структурой социального гомеостаза. Для данного подхода, по нашему мнению, наиболее характерны взгляды французского социолога Э. Дюркгейма, автора концепции «социальной солидарности». Здесь следует сделать акцент на том, что по своей сущности и функциям благотворительность бизнеса направлена на устранение или смягчение барьеров, препятствующих консолидации, сплочению общества, его различных групп. Суть работы, проделанной Э. Дюркгеймом при исследовании категории «институт», заключается в структурном анализе институтов как социокультурных явлений, объединяющая характеристика которых — общественная солидарность, сложившаяся на базе разделения труда. Согласно Э. Дюркгейму, институт как результат взаимодействия индивидов есть социокультурное явление, характеристики которого не могут быть сведены к характеристикам индивидуальных членов общества. Общественный институт представляется в качестве определенным образом организованной группы индивидов, имеющей в качестве целевой функции конкретные социально-экономические задачи и в рамках которой могла бы возникнуть система образцов поведения. Высшим символом солидарности (и формой ее реализации), дающим основание институтам, и одновременно доминирую-

щим элементом институтов, по мнению Э. Дюркгейма, является право [4].

Сущность института М. Вебер определил как комплекс общностных действий, которые без каких-либо целерационально принятых совместных установлений носят такой характер, будто подобные установления существуют, а их специфика в известной степени обусловлена видом смысловой отнесенности действий каждого отдельного человека. В социологическом анализе благотворительности бизнеса весьма важным является учет того, что, по М. Веберу, смысловая ориентация человеческой деятельности в целом направлена на собственные интересы и лишь косвенно — на предполагаемые интересы других. В этой связи М. Вебер определяет понятие «институт» посредством поведения совокупности индивидов. Одним из определяющих факторов поведения в рамках институтов является наличие рациональных установлений и аппарата принуждения [5]. Можно выделить ключевые характеристики институтов, используемые М. Вебером, — согласие, общность, правопорядок. Это дает основание сделать вывод, что в качестве определяющей ученый считал интегрирующую функцию институтов.

В отечественной социологической литературе социальный институт определяется как основной компонент социальной структуры общества, интегрирующий и координирующий множество индивидуальных действий людей, упорядочивающий социальные отношения в отдельных сферах общественной жизни. Согласно С. С. Фролову, социальный институт — это организованная система связей и социальных норм, которая объединяет значимые общественные ценности и процедуры, удовлетворяющие основным потребностям общества [6].

По определению Ю. П. Андреева, социальный институт — это «устойчивый комплекс формальных и неформальных правил, принципов, норм, установок, регулирующих различные сферы человеческой деятельности и организующих их в систему ролей, статусов, образующих социальную ценность» [7].

---

Таким образом, понятие «институт» используется в большинстве социологических теорий для обозначения устойчивого комплекса формальных и неформальных правил, принципов, норм, установок, регулирующих различные сферы человеческой деятельности и организующих их в систему ролей и статусов.

В институциональном анализе благотворительности современного российского бизнеса необходимо, прежде всего, ответить на два вопроса: 1 — это явление является вновь возникшим или существовавшим и ранее?; 2 — определить, каким «институциональным статусом» оно обладает, другими словами, как соотносится с благотворительностью в ее широком понимании.

Отвечая на первый вопрос, следует учитывать, что формирование новых видов социальных институтов происходит в результате интеграции нового вида практики в уже сложившуюся систему общественных отношений. В ходе институционализации складываются различные организационные формы — группы, объединения, организации, которые, объединяя людей, вырабатывают определенные нормативы, правила поведения, системы ценностей. Относительно современного положения благотворительности бизнеса как социального института в российском обществе точнее будет говорить не о возникновении нового института, а о возрождении (реставрации) ранее существовавшего института. Процесс реставрации института благотворительности российского бизнеса в современных условиях можно рассматривать как ответную реакцию бизнес-сообщества на сложившуюся социально-экономическую ситуацию, которая характеризуется трансформацией социальных приоритетов государства и, как результат, — обнищанием сравнительно большей части населения: «благотворительность возрождается как реакция общества на вызов времени» [8]. В связи с этим, есть все основания говорить о процессе институционализации благотворительности бизнеса в современной России, который, по нашему мнению, не завер-

шен. Поэтому особого внимания заслуживает определение и характеристика уровня (степени, стадии) становления социального института благотворительности российского бизнеса — его институционализации.

С.С.Фролов определяет институционализацию как «процесс определения и закрепления социальных норм, правил, статусов и ролей, приведенных в систему, которая способна действовать в направлении удовлетворения некоторых общественных процессов» [9]. Социолог Н. В. Лавриченко отождествляет институционализацию с упорядочением и формализацией социальных связей, выделяя ее компоненты: процессы формирования ценностных ориентаций личности, ее ожиданий, а также становление самого социального института, то есть формирование его материальной, финансовой и ресурсной базы. По мнению представителей алтайской школы социологии С. И. Григорьева и Ю. Е. Раствова, «парадигма институционализма утверждает особую роль в социальных системах тех форм социальной практики, посредством которых обеспечивается устойчивость связей между субъектами социальной жизни и которые называются социальными институтами» [10].

Ученые И. М. Модель и Б. С. Модель, рассматривая благотворительность как социальный институт, доказывают, что данное явление обладает рядом институциональных признаков: во-первых, набором специфических социальных норм и предписаний, регулирующих соответствующие типы поведения, что составляет формально-правовую основу деятельности того или иного института; во-вторых, интеграцией его в социально-политическую, идеологическую и ценностную структуры общества, что позволяет осуществлять социальный контроль над институциональными типами действий; в-третьих, наличием материальных средств и условий, обеспечивающих успешное выполнение нормативных предписаний и осуществления социального контроля. [11]. Следует, однако, отметить, что в своем анализе авторы в качестве объ-

---

екта рассматривают благотворительные организации.

Действительно, благотворительность в современном российском обществе можно рассматривать как социальный институт, так как существуют специальные документы, регулирующие благотворительную деятельность, то есть составляющие формально-правовую основу осуществления этой деятельности — Федеральный закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» [12]. Благотворительность осуществляется различными субъектами: благотворительными организациями, имеющими уставы, бизнес-организациями, благотворительная деятельность которых нормативно оформлена в их уставных документах, а также частными лицами. Эти акторы интегрированы в современную структуру общества, они активно взаимодействуют с экономическими, политическими и образовательными институтами. Зачастую они выступают как посредники между различными социальными структурами (бизнесом и властью, государством и обществом, бизнесом и нуждающимися). Кроме того, субъекты, занимающиеся благотворительной деятельностью, располагают необходимыми для этого определенными материальными ресурсами, что также позволяет отнести их к определенному социальному институту. Квалифицировать отношения благотворительности как социальный институт можно и потому, что, во-первых, «они воспроизводятся в разных типах общественного устройства» [13]. Действительно, известно, что первые благотворительные начинания встречаются еще в родоплеменных обществах. Благотворительность существовала также и в рабовладельческих государствах, и в средневековье, и в новое время. Даже в советское время люди оказывали благотворительную помощь (посылки на фронт во время Великой Отечественной войны или гуманитарная помощь развивающимся странам), хоть этот вид деятельности и был официально запрещен. Во-вторых, сегодня в России происходит возрождение благотвори-

тельных объединений, существовавших в нашей стране в XIX — начале XX вв. Следовательно, «институт благотворительности воспроизводит, сохраняет свою целевую и функциональную направленность, как и подобает социальным институтам» [Там же].

Исследователь Е. А. Абросимова также утверждает институциональный характер благотворительности, поскольку благотворительность — это «бескорыстная любовь к человечеству, которая обычно проявляется путем учреждения общественных институтов или пожертвований для организованной помощи нуждающимся» [14]. Отношения благотворительности складываются между социальными институтами, общностями или личностями, осознающими потребность в определенной связи. Они принципиально отличаются от отношений, носящих чисто экономический или политический характер. Они поликаузальны, и в силу этого обстоятельства являются целостными в своей социальной эффективности. Отношения благотворительности есть взаимодействия социальных партнеров, которые могут протекать в формах, допускающих различную меру субъектности в их сознании и деятельности.

Благотворительность характеризуется наличием цели деятельности, соответствующими функциями и принципами, набором статусов и ролей акторов, осуществляющих благотворительную деятельность. Согласно пункту 2.1. Федерального закона «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», благотворительная деятельность осуществляется в целях:

— социальной поддержки и защиты граждан, включая улучшение материального положения малообеспеченных, социальную реабилитацию безработных, инвалидов и иных лиц, которые в силу своих физических или интеллектуальных особенностей, иных обстоятельств не способны самостоятельно реализовать свои права и законные интересы;

— подготовки населения к преодолению последствий стихийных бедствий, экологических, промышленных

---

или иных катастроф, к предотвращению несчастных случаев;

— оказания помощи пострадавшим в результате стихийных бедствий, экологических, промышленных или иных катастроф, социальных, национальных, религиозных конфликтов, жертвам репрессий, беженцам и вынужденным переселенцам;

— содействия укреплению мира, дружбы и согласия между народами, предотвращению социальных, национальных, религиозных конфликтов;

— содействия укреплению престижа и роли семьи в обществе;

— содействия защите материнства, детства и отцовства;

— содействия деятельности в сфере образования, науки, культуры, искусства, просвещения, духовному развитию личности и др. [12].

Благотворительность в современной России осуществляется различными субъектами — благотворительными организациями, бизнесом, отдельными гражданами. Есть все основания квалифицировать благотворительность в ее широком понимании как общий институт благотворительности, включающий в себя частные благотворительные практики. Таким образом, исследуемая нами благотворительность бизнеса является частным социальным институтом, интегрирующим, координирующим и регулирующим благотворительную деятельность бизнес-организаций и лиц, занимающихся индивидуальной предпринимательской деятельностью, а также упорядочивающим социальные отношения бизнеса в сфере благотворительности.

Благотворительная деятельность бизнеса является частью современной социальной системы, что позволяет рассматривать ее с позиции функционального подхода, раскрывая особенности ее социального взаимодействия и функций. Основываясь во многом на взглядах Г. Спенсера о том, что общество есть аналог человеческого организма, где у каждого органа есть свои функции и все органы взаимосвязаны, функционалисты определяли общество как «социальные структуры

с определенным постоянством» [15]. Как в биологии специальные процессы поддерживают постоянное взаимодействие с окружающей средой, так и жизнь общества предполагает, что его структуры взаимосвязано функционируют. Если какой-либо общественный «орган» прекращает работать или действует недостаточно, общественный организм не может функционировать нормально и может выйти из строя, тогда его должен заменить другой. Причем Н.Смелзер замечает, что «каждая часть общества выполняет свою функцию, и чем больше различия между этими функциями, тем труднее одной части заменить другую» [16]. Основываясь на данной точке зрения, можно рассматривать благотворительность как социальную практику, в ходе которой выполняется ее компенсирующая функция для системы государственной социальной защиты населения. Как показывает историческая практика, сама благотворительная деятельность не может решить все социальные проблемы, но она может оказать в этом существенную поддержку государству, которое ограничено в своих возможностях, так как государственная помощь жестко регламентирована нормативно-правовой базой и ограничена материальными ресурсами.

Французский социолог Э. Дюркгейм, исходя из идеи, что общество состоит из различных частей, оказывающих влияние на всю систему, предполагал, что общественные явления можно объяснить, анализируя их функции. Основываясь на этой точке зрения, можно говорить о том, что благотворительная деятельность является важной частью общественного функционирования, и поэтому возможно исследование особенностей ее функционирования и оказываемого влияния на общество в целом. В рамках такого анализа представляют интерес идеи Р.К. Мертона о делении функций на явные и латентные [17]. Явные функции — «это те объективные последствия, которые вносят свой вклад в регулирование или приспособление системы и которые входили в намерения

и осознавались участниками системы» [Там же. С.428].

Р. Г. Апресян выделяет у благотворительной деятельности две основные функции: функцию сохранения общества и функцию развития общества. К функции сохранения общества относятся помощь социально незащищенным группам населения, тем, кто попал в сложную жизненную ситуацию. Функция развития общества означает поддержание культурных, просветительских программ. Таким образом, благотворительная деятельность способствует как сохранению целостности общества, так и его развитию. В этой второй функции благотворительность должна иметь четкие критерии и иметь единственной целью поощрение людей в их начинаниях, а не потворствовать им в их материальной необеспеченности [18].

К числу явных, кроме главной, Р. К. Мертон отнес функцию закрепления и воспроизводства общественных отношений, регулятивную, интегративную, коммуникативную функции [19].

Основными явными функциями благотворительности бизнеса являются следующие:

— экономическая — обеспечение достойного существования тех граждан, которые в силу объективных особенностей жизненных ситуаций не способны самостоятельно позаботиться о себе. Восполнение недостатков функционирования рыночных механизмов:

— социальная — снятие социальной напряженности путем выравнивания уровня жизни, поддержки самых обездоленных слоев населения, которые по объективным обстоятельствам не могут адаптироваться в новых условиях жизни. Восполнение перекосов общественных отношений, приводящих к отходу не по своей воле отдельных категорий населения от принятых стандартов жизнедеятельности, что ограничивает их возможность потребления общественных благ и самореализации,

одновременно — воздействие на общественное мнение;

— политическая — реализация механизмов обратной связи населения и бизнес-структур. Повышение престижа бизнеса в российском обществе и региональных сообществах;

Это внешние функции, есть еще и внутренняя функция — культивация альтруистических и человеколюбивых настроений в бизнес-сообществе, гуманизация корпоративной культуры, удовлетворение нравственных потребностей благотворителей и др.

Латентными функциями благотворительности, оказываемой бизнесом, по нашему мнению, могут выступать ожидание социального одобрения за благотворительную деятельность, исполнение религиозных заповедей, способ снизить налогообложение (экономические льготы и выгоды). В процессе трансформации Р. Мертон допускает возможность превращения латентных функций в явные и наоборот. Кроме того, Р. Мертон указывает на то, что нельзя изучать только положительные функциональные последствия, так как зачастую деятельность может привести к негативным последствиям для развития системы. Эти последствия, уменьшающие приспособление или адаптацию системы, он назвал дисфункциями. Следует отметить, что зачастую последствия благотворительной деятельности имели отрицательное значение для системы. В качестве примера можно привести появление так называемых «профессиональных нищих» в дореволюционной России или целые поколения, живущие на пособия благотворительных фондов в США.

Таким образом, реализация институционального и функционального подходов в качестве методологической основы анализа благотворительности современного российского бизнеса расширяет возможности его социологической интерпретации.

#### Примечания:

1. Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии. М.: Прогресс, 1969. С. 96.
2. Гавра Д.П. Социальный институт // Социально-политический журнал. 1998. №2. С. 136.
3. Смелзер Н. Социология. М.: Феникс, 1994. С. 79-81.

4. Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение. М.: Канон, 1995.
5. Вебер М. Образ общества. М.: Юрист, 1994.
6. Фролов С.С. Социология: учебник для вузов. М.: Юристъ, 1997.
7. Андреев Ю.П., Коржевская Н.М., Костина Н.Б. Социальные институты: содержание, функции, структура. Свердловск: Изд-во Уралъск. ун-та, 1989. С. 34.
8. Благотворительность в России: исторические и социально-экономические исследования / ред. О.Л. Лейкинд. СПб.: Лики России, 2003. С. 387.
9. Фролов С.С. Указ. соч. С. 165.
10. Григорьев С.И., Растов Ю.Е. Основы современной социологии: учеб. пособие для студентов гуманитар. вузов и фак. М.: Изд-во МГУ, 2002. С. 114.
11. Модель И.М., Модель Б.С. Социальное партнерство в России // Социологические исследования. 2000. №9. С. 42-49.
12. О благотворительной деятельности и благотворительных организациях: Федеральный закон РФ от 11.08.95 №135-ФЗ // Российская газета. 1995. 17 авг.
13. Благотворительность в России... С. 389.
14. Благотворительность и милосердие: сб. науч. тр. / ред. В.Н. Ярская. Саратов: Изд-во Поволжск. филиала Российского учебного центра, 1997. С. 10.
15. Монсон П. Современная западная социология: теории, традиции, перспективы. СПб.: Нотабене, 1992. С. 43.
16. Смелзер Н. Социология. М.: Феникс, 1994. С. 23.
17. Мертон Р.К. Явные и латентные функции // Американская социологическая мысль: тексты / под ред В.И. Добренъкова. М.: Изд-во Междунар. ун-та бизнеса и управления, 1996. С. 393-461.
18. Апресян Р.Г. Дилеммы благотворительности // Общественные науки и современность. 1997. №6. С. 57-67.
19. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура // Социологические исследования. 1992. С. 91-96.

#### References:

1. Shchepansky Ya. The elementary concepts of sociology. M.: Progress, 1969. P. 96.
2. Gavra D.P. A social institute // Sociopolitical journal. 1998. №2. P. 136.
3. Smelzer N. Sociology. M.: Phoenix, 1994. P. 79-81.
4. Durkheim E. Sociology. Its subject, method and mission. M.: Kanon, 1995.
5. Weber M. A society image. M.: Yurist, 1994.
6. Frolov S.S. Sociology: a textbook for higher schools. M.: Yurist, 1997.
7. Andreev Yu.P., Korzhevskaya N.M., Kostina N.B. Social institutes: maintenance, functions, structure. Sverdlovsk: The Ural University Publishing house, 1989. P. 34.
8. Charity in Russia: historical and socio-economic researches / ed. by O.L. Lejkind. SPb.: Images of Russia, 2003. P. 387.
9. Frolov S.S. Mentioned work. P. 165.
10. Grigorjev S.I., Rastov Yu.E. Foundations of modern sociology: a manual for the students of humanitarian higher schools and faculties. M.: MSU Publishing house, 2002. P. 114.
11. Model I.M., Model B.S. Social partnership in Russia // Sociological researches. 2000. №9. P. 42-49.
12. On charitable activity and charitable organizations: The RF Federal Law of 11.08.95 №135-FZ // Rossiiskaya gazeta. 1995. August,17.
13. Charity in Russia ... P. 389.
14. Charity and mercy: col. of scient. works / ed. by V.N. Yarsky. Saratov: Publishing house of the Povolzhsk Branch of the Russian educational centre, 1997. P. 10.
15. Monson P. Modern western sociology: theories, traditions, prospects. SPb.: Nota bene, 1992. P. 43.
16. Smelzer N. Sociology. M.: Phoenix, 1994. P. 23.
17. Merton R.K. Obvious and latent functions // American sociological thought: texts / ed. by V.I. Dobrenjkov. M.: The Publishing house of the International university of business and management, 1996. P. 393-461.
18. Апресян R.G. The dilemmas of charity // Social studies and the present. 1997. №6. P. 57-67.
19. Merton R. Social theory and social structure // Sociological researches. 1992. P. 91-96.